

Empreendedorismo Feminino na Indústria do Desporto: realidade ou utopia?

Autores

Dina Alexandra Marques Miragaia¹; Carla Daniela Moreira da Costa¹

miragaia@ubi.pt

Resumo

O objetivo deste estudo é o de fazer uma revisão sistemática da literatura, para analisar de que forma o empreendedorismo feminino no contexto das organizações desportivas tem sido investigado pela comunidade científica. Através das bases de dados *Web Of Science* e *Scopus*, foram obtidos 19 artigos, que se agruparam em quatro *clusters* temáticos: Formação & Empreendedorismo; Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras; Barreiras ao Empreendedorismo; e Empreendedorismo Social. Os resultados indicam que apesar de todos os esforços que têm vindo a ser feitos, as barreiras ao empreendedorismo feminino ainda são muitas, no entanto, verificou-se que a prática de atividade física ajuda no desenvolvimento de competências e habilidades que poderão ser fundamentais no momento de empreender. Para além disso, foi possível verificar que o empreendedorismo social pode ser utilizado como forma de resolver algumas questões de equidade de género. Por sua vez, a formação em contexto de ensino superior, é apontada como uma alavanca fundamental para o estímulo do empreendedorismo feminino. Estes resultados poderão dar suporte ao desenvolvimento de políticas que permitam auxiliar na problemática da equidade de género e incentivar mulheres para as iniciativas de empreendedorismo desportivo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo Feminino; Género; Feminino; Barreiras; Ensino Superior; Empreendedorismo Social; Desporto

¹ NECE - Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais

1. Introdução

Ao longo das últimas décadas a desigualdade e discriminação do género feminino tem sido um tema mundialmente debatido, no sentido de encontrar ferramentas estratégicas que permitam incentivar um maior envolvimento das mulheres, nomeadamente em alguns contextos de natureza empresarial/organizacional. Esta temática tem levado ao envolvimento de vários tipos de organismos, como são os casos da Organização das Nações Unidas (ONU), o Instituto Europeu para a Igualdade de Género (EIGE) e o Monitor Global de Empreendedorismo (GEM), no sentido de encontrarem soluções para esta problemática. De acordo com o GEM [1], a desigualdade de género no que diz respeito à taxa de atividade empreendedora (TEA) ainda está bem presente nos dias de hoje, indicando que em muitos países da Europa a TEA das mulheres é apenas de cerca de 5%.

São vários os estudos que têm abordado a questão do empreendedorismo feminino, uma vez tratar-se de um tema que afeta transversalmente várias áreas do saber [[2-10]. Segundo Tripathi [7], para as mulheres conseguirem ser empreendedoras de sucesso, a sociedade e os governos têm de fazer esforços em conjunto de modo a superar os obstáculos relacionados com o género, nomeadamente pela falta de motivação, dificuldade em conciliar a vida profissional e familiar, falta de experiência, falta de apoio financeiro, falta de conscientização da sociedade, e inclusivamente o medo de falhar. Deste modo e com vista a impulsionar o empreendedorismo feminino, torna-se fundamental continuar a identificar as barreiras que estas encontram, de modo atenuar esta discrepância.

A literatura tem apontado que uma das formas de atenuar essas barreiras pode passar pela componente formativa das novas gerações. De acordo com Santos, Marques e Ferreira [11], é essencial desenvolver habilidades empresariais desde cedo, principalmente no género feminino, propondo que esta aprendizagem seja desenvolvida desde o ensino básico. Deste modo, são vários os estudos que têm afirmado que as universidades têm uma grande influência no estímulo à atitude empreendedora [12-14], pois de acordo com Torres e Garcia [15], quanto maior o grau de escolaridade, maior a taxa de empreendedorismo. Várias as investigações têm indicado que os homens são mais confiantes e parecem ter uma maior tendência para

iniciar negócios do que as mulheres [12, 14, 16, 17]. Na mesma linha de pensamento também Canizares e Garcia [18], referem que as mulheres têm menos probabilidade de criar empresas, concluindo que apenas uma em cada cinco mulheres universitárias, considera a possibilidade de desenvolver uma ação empreendedora.

Deste modo, as universidades têm um papel formativo muito importante no processo de equidade de género, nomeadamente pela sua missão de transferência de conhecimento e de ferramentas de trabalho, com vista a estimular a autoconfiança das mulheres, para que estas sintam um maior encorajamento para empreender [12, 14, 15]. Por essa razão, é necessário continuar a estudar de que forma as organizações de ensino superior estão a incentivar o empreendedorismo feminino [16, 17].

Face ao exposto, é possível verificar que a desigualdade de género no âmbito da iniciativa empreendedora é transversal a vários setores, onde o contexto desportivo não é exceção [19, 20, 21, 22]. Tal como em outros contextos, também a literatura no âmbito do desporto tem sugerido que uma das formas de minimizar as barreiras que as mulheres enfrentam no empreendedorismo, pode passar pela formação em contexto de ensino superior [23, 24], uma vez que estas instituições têm uma função relevante nas mudanças culturais das próximas gerações, nomeadamente em relação aos estereótipos profissionais para homens e mulheres [23, 25].

Face ao exposto, o objetivo do presente estudo é o de procura responder a uma questão de investigação central:

Q1: De que forma o empreendedorismo feminino, no contexto das organizações desportivas, tem sido investigado pela comunidade científica?

De modo a sistematizar a compreensão sobre o objetivo central, este estudo procurará ainda dar resposta às seguintes questões:

Q2: Quais são os *clusters* temáticos desenvolvidos pela comunidade científica em torno do empreendedorismo feminino?

Q3: Quais as tendências de investigação sugeridas pela comunidade científica, para cada um dos *clusters* temáticos identificados?

2. Metodologia

O presente estudo foi estruturado tendo por base uma revisão sistemática e seguindo o protocolo designado por *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-analyses* - PRISMA [26]. Através da Figura 1 é possível observar o diagrama PRISMA, que evidencia o processo de seleção da amostra.

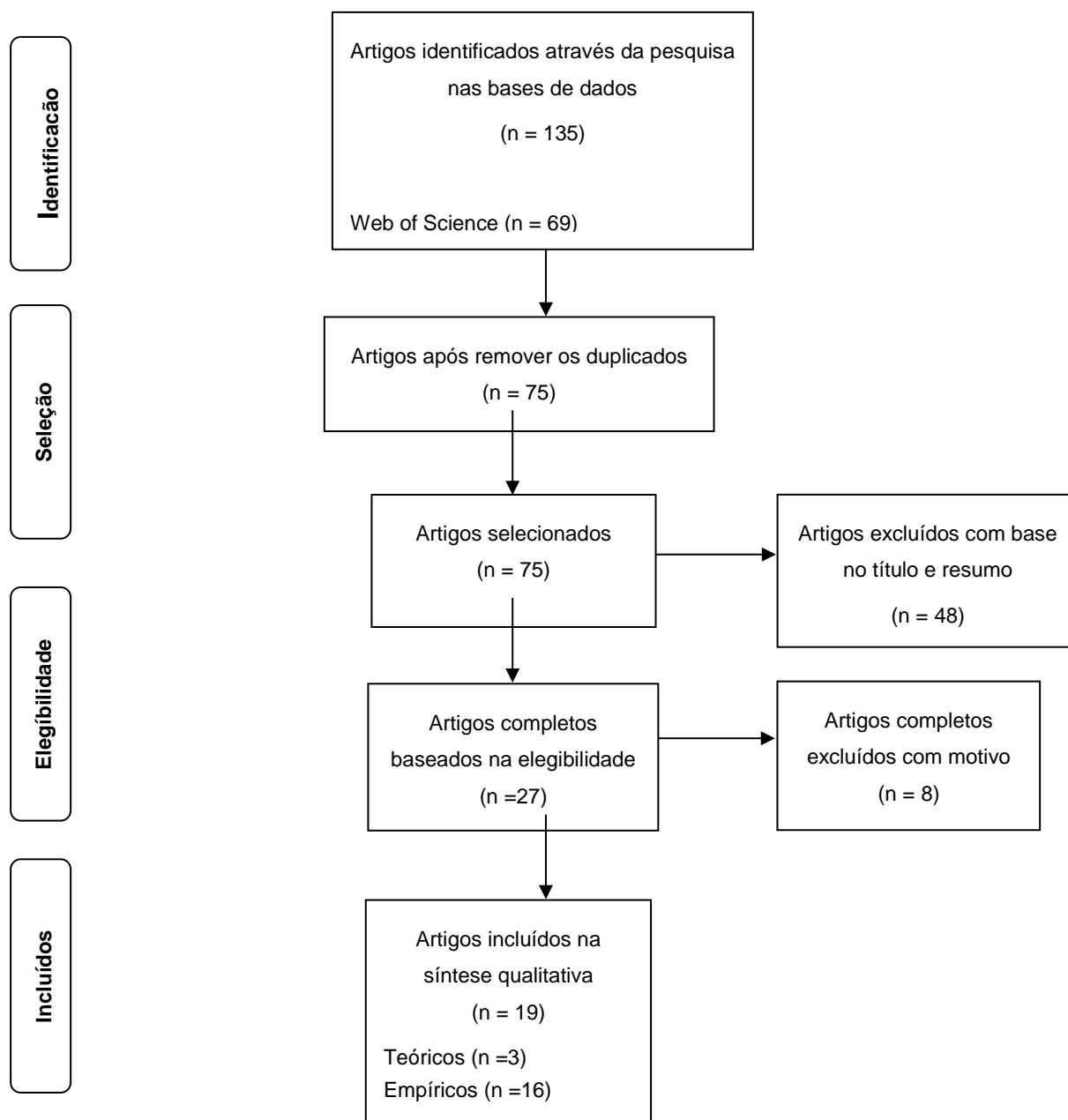


Figura 1. Modelo PRISMA - Fluxograma do processo de seleção da amostra.

2.1. Recolha de Dados

Numa primeira fase, foram feitas pesquisas nas bases de dados *Web of Science* e *Scopus*. O processo foi iniciado nos dias 18 e 19 de março de 2021.

Foram vários os critérios de seleção utilizados, nomeadamente a equação da pesquisa formada pela combinação das seguintes palavras-chave: i) “entrepreneur* AND woman AND sport*”; ii) “entrepreneur* AND gender AND sport*”; iii) “entrepreneur* AND female AND sport*”. Para além disso foram ainda considerados os seguintes requisitos: estudos publicados apenas em idioma inglês e classificados como artigo ou revisão. Para identificar as citações de cada artigo, foi feita a pesquisa no Google Académico (5 de abril de 2021).

2.2. Identificação de *Clusters* e Análise de Dados

Com vista a selecionar os estudos, fez-se uma análise de modo a manter apenas aqueles que se referissem a questões de empreendedorismo feminino no contexto do desporto. No sentido de identificar quais os *clusters* temáticos desenvolvidos em torno do tema central, cada investigador fez a leitura independente de cada um dos estudos. Deste modo, foi feita a leitura integral dos artigos e debatidos os resultados até se chegar a um consenso sobre os critérios para determinar a alocação de cada artigo a um determinado *cluster*. Com base nessas diretrizes, quatro *clusters* temáticos foram identificados (Tabela 1), aos quais foi atribuída a seguinte designação: i) Formação & Empreendedorismo; ii) Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras; iii) Barreiras ao Empreendedorismo; e ainda iv) Empreendedorismo Social.

Após selecionados os artigos, foi elaborada uma base de dados com os artigos selecionados. A partir dessa base de dados foram produzidos diversos outputs em forma de tabelas e figuras de modo a permitir analisar de forma mais objetiva a quantidade de publicações ao longo dos anos, os jornais que mais publicaram sobre o tema, o número de citações de cada artigo, os autores que mais publicaram, a percentagem de artigos teóricos e empíricos, as metodologias de investigação utilizadas, bem como a distribuição dos artigos por cada *cluster* temático. No que se refere aos *clusters* identificados, através de uma análise de conteúdo, foram ainda

evidenciados os resultados de cada um dos respetivos estudos, bem como as pistas para futuros trabalhos de investigação sugeridas em cada um deles.

Tabela 1. Designação e conteúdo de cada *cluster*.

Designação do <i>cluster</i>	Conteúdo
Formação & Empreendedorismo	Aborda questões relacionadas com as intenções e expectativas dos estudantes de ensino superior da área de desporto, de se tornarem empreendedores. Inclui também estudos sobre a educação para o empreendedorismo e sobre a influência das Instituições de Ensino Superior no aumento do empreendedorismo feminino.
Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras	Fala sobre o facto de as mulheres usarem a sua experiência enquanto atletas para desenvolverem a sua paixão empreendedora.
Barreiras ao Empreendedorismo	Aponta algumas das barreiras que as mulheres enfrentam para conseguirem empreender, nomeadamente, questões de natureza cultural e dificuldades em obter apoios financeiros.
Empreendedorismo Social	Trata de organizações, que se envolveram na resolução de problema sociais, como por exemplo, a desigualdade de género. Este tipo de iniciativas permite que essas organizações criem valor social. Trata-se de uma abordagem de empreendedorismo considerado como um caminho viável a seguir na economia competitiva que se vive nos dias de hoje.

3. Resultados e Discussão

Após a análise de todos os dados, a amostra final resultou num total de 19 artigos, sendo que 16 deles são de natureza empírica, e 3 estudos seguiram uma abordagem teórica. Apesar da amostra não ser muito vasta, os resultados mostraram que a publicação de artigos científicos sobre esta temática foi aumentando progressivamente ao longo dos anos. Como pode ser visto através da Tabela 2, enquanto que, entre 2000-2005 apenas foi publicado um artigo, já entre os anos 2016-2020 é possível verificar o registo de treze artigos. No que se diz respeito aos jornais que publicaram estudos sobre esta temática, destacam-se o *International Entrepreneurship and Management Journal* e o *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*.

Tabela 2. Evolução dos artigos publicados por ano e por jornal.

Journal	2000-2005	2006-2010	2011-2015	2016-2020	Total
International Entrepreneurship and Management Journal			1	1	2
Journal of Entrepreneurship and Public Policy				2	2
Advances in Environmental Biology			1		1
Anthropologist			1		1
Entrepreneurship Theory and Practice				1	1
European Sport Management Quarterly				1	1
Gender in Management				1	1
Gender, Place and Culture			1		1
International Journal of Advanced Science and Technology				1	1
International Journal of the History of Sport				1	1
International Review for the Sociology of Sport				1	1
International Review on Public and Nonprofit Marketing				1	1
Journal of Physical Education and Sport				1	1
Journal of Small Business and Entrepreneurship				1	1
Journal of Sport Management	1				1
Social Behavior and Personality				1	1
Sport Management Review			1		1
Total	1	0	5	13	19

No que se refere aos autores que mais publicaram sobre esta matéria, de um total de 55 autores que estudaram este tema, apenas três deles têm duas publicações, sendo que esses três autores participaram nessas mesmas duas publicações [27, 28], e os restantes 52 autores apenas têm uma publicação.

Na Tabela 3 pode observar-se o resultado dos artigos mais citados, dando a indicação dos estudos que evidenciaram um maior impacto na comunidade científica.

Destaca-se o artigo intitulado por “*Entrepreneurial intentions: is education enough?*” [29] com 145 citações. Também o artigo designado por “*The 'Girl Effect' and martial arts: social entrepreneurship and sport, gender and development in Uganda*” [30], se distingue pelo número elevado de citações (N = 117). É interessante salientar que dois dos quatro estudos mais citados [29, 31], dois deles abordam questões de Formação, o que significa que, a comunidade científica tem demonstrado interesse nesta temática, no sentido de incentivar o espírito empreendedor através da Formação, nomeadamente por via das Instituições de Ensino Superior. Através da análise de conteúdo dos estudos foi possível identificar quatro *clusters* temáticos (Figura 2).

Face ao exposto, é possível verificar que de um total de 19 artigos, o *cluster* “Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras” foi o *cluster* mais investigado (36.84%), significando que os investigadores têm estudado cada vez mais de que forma o desporto poderá contribuir para o desenvolvimento de competências empreendedoras. Por sua vez, a “Formação & Empreendedorismo” foi o segundo *cluster* mais estudado (31.58%), notando-se um aumento de artigos publicados ao longo do período em análise. Estes dados apontam para o fato de a comunidade científica se ter interessado mais por esta área, evidenciando que os investigadores têm procurado encontrar ferramentas para melhorar o empreendedorismo feminino através da formação, utilizando as Instituições de Ensino Superior como meios catalisadores dessa mudança. De seguida verifica-se que o *cluster* “Barreiras ao Empreendedorismo” (21.05%), e por fim, o *cluster* “Empreendedorismo Social” que apresenta uma percentagem de 10.53%.

Formação & Empreendedorismo (31.58%)

Acet et al. (2014)
do Paco et al. (2015)
Gonzalez-Serrano et al. (2018)
Hu e Ye (2017)
Grimaldi-Puyana et al. (2019)
Sánchez-Oliver et al. (2019)

Barreiras ao empreendedorismo (21.05%)

Megheirkouni et al. (2020)
Micelotta et al. (2018)
Parris et al. (2014)
Turkmen (2015)

Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras (36.84%)

Gakhar e Bhawna (2020)
Kauppinen e Escamilla-Fajardo, (2020)
Munkwitz (2018)
Ratten e Miragaia (2020)
Rehman e Frisby (2000)
Rodrigues et al. (2019)
Steinbrink et al. (2020)

Empreendedorismo Social (10.53%)

Hayhurst (2014)
McSweeney (2020)

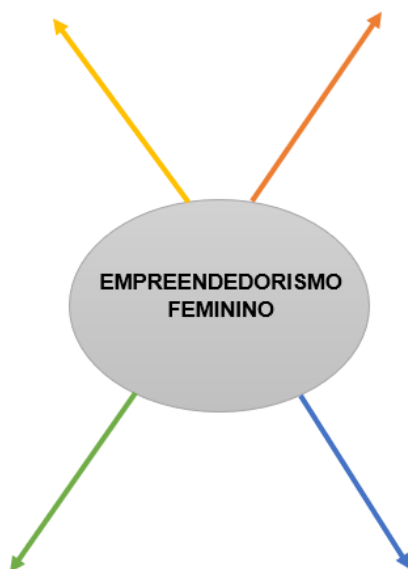


Figura 2: Número de artigos publicados por clusters.

Tabela 3. Artigos mais citados.

Article Title	Author(s) (Year)	Citations
▪ Entrepreneurial intentions: is education enough?	do Paco, Ferreira [29]	145
▪ The 'Girl Effect' and martial arts: social entrepreneurship and sport, gender and development in Uganda	Hayhurst [30]	117
▪ Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention?	Hu and Ye [31]	24
▪ Industry Gender Imprinting and New Venture Creation: The Liabilities of Women's Leagues in the Sports Industry	Micelotta, Washington [21]	21
▪ Is self-employment liberating or marginalizing? The case of women consultants in the fitness and sport industry	Rehman and Frisby [32]	18
▪ Action sports athletes as entrepreneurs: Female professional wakeboarders, sponsorship, and branding	Parris, Troilo, Bouchet, and Peachey [33]	14
▪ Returning the 'social' to social entrepreneurship: Future possibilities of critically exploring sport for development and peace and social entrepreneurship	McSweeney [34]	13
▪ Entrepreneurial passion amongst female athletes	Ratten and Miragaia [19]	12
▪ Top athletes' psychological characteristics and their potential for entrepreneurship	Steinbrink, Berger, and Kuckertz [35]	7
▪ Designing Diana: Female Sports Entrepreneurs and Equestrian Innovation	Munkwitz [36]	3
▪ Entrepreneurial and intrapreneurial intentions of sports science students: What are their determinant variables?	Gonzalez-Serrano, González-García, and Pérez-Campos [37]	2
▪ Sport entrepreneurs' performance in business	Kauppinen and Escamilla-Fajardo [38]	2

▪ A field study aiming to determine entrepreneurial profiles of university students (Examples of Dumlupinar University - İnönü University)	Acet, Serdar Yücel, Kalkavan, and Yilmaz [39]	2
▪ Physical activity level as a booster of entrepreneurial intention: a social innovation approach	Rodrigues, Marques [40]	2
▪ Intentions of entrepreneurship in sports science higher education: gender the moderator effect	Grimaldi-Puyana, Gálvez-Ruiz [28]	1
▪ Entrepreneurial leadership in Middle East sport businesses The impact of gender differences in cultural values	Megheirkouni, Thirlwall, and Mejheirkouni [41]	1
▪ New ways of sports entrepreneurship in the university	Sánchez-Oliver, Gálvez-Ruiz [27]	1
▪ The effect of women entrepreneur problems on self-entrepreneurship characteristics	Turkmen [22]	0
▪ Risk attitude and financial awareness of inter-collegiate athletes	Gakhar and Bhawna [42]	0

Tabela 4. Análise do tipo e abordagem de investigação utilizada.

Clusters	Tipo de Investigação	Abordagem de Investigação	Tipo de Amostra	Nº de Amostra	Autores
Formação & Empreendedorismo	Qualitativo	Análise descritiva	Estudantes de Desporto e Empreendedorismo	769 M* e 239 F*	Sánchez-Oliver, Gálvez-Ruiz [27]
			Estudantes de Desporto de diversas Faculdades	247 M e 232 F	Acet, Serdar Yücel [39]
	Quantitativo	Questionário	Estudantes homens de uma Escola de Desporto	286 M e 729 F	do Paco, Ferreira [29]
			Estudantes mulheres de uma Escola de Negócios		
			Estudantes Universitários de Desporto	257 M e 107 F	Hu e Ye [31]
			Estudantes Universitários de Desporto	182 M e 96 F	Grimaldi-Puyana, Gálvez-Ruiz [28]
Estudantes Universitários de Desporto	140 M e 43 F	Gonzalez-Serrano, González-García [37]			
Desporto & Desenvolvimento de Competências Empreendedoras	Qualitativo	Grupos Focais	Consultoras de fitness	13 F	Rehman e Frisby [32]
		Entrevistas			
		Observação			
		Entrevistas			
	Etnografia	Atletas de hipismo	**	Munkwitz [36]	
	Quantitativo	Questionário	População em geral	707 M e 603 F	Rodrigues, Marques [40]
			Empreendedores no setor do desporto	53 M , 53 F	Kauppinen & Escamilla-Fajardo [38]
			Atletas e não atletas	53 M , 57 F	Steinbrink, Berger [35]
Atletas universitários			59 M , 25 F	Gakhar & Bhawna [42]	

Barreiras ao Empreendedorismo	Qualitativo	Análise de dados secundários	Páginas web, artigos online, artigos de jornais de agências locais e nacionais, artigos de revistas desportivas, artigos académicos, dissertações, programas de rádio e livros.	1057	Micelotta, Washington [21]
		Entrevistas	Empreendedores das ligas femininas	6 M	Micelotta, Washington [21]
	Atletas profissionais de wakeboarders		12 F	Parris, Troilo [33]	
	Quantitativo	Questionário	Empreendedoras no setor do desporto	279 F	Turkmen [22]
Empreendedores no setor do desporto			145 M , 96 F	Megheirkouni, Thirlwall [41]	
Empreendedorismo Social	Qualitativo	Etnografia	Tese de doutoramento	1	Hayhurst [30]
		Revisão de literatura	Artigos científicos	**	McSweeney [34]

*M = Male; F = Female

** Sem informação

Tabela 5. Evidencias de cada Clusters

Clusters

Análise das Evidências

Barreiras ao Empreendedorismo

São inúmeras as barreiras que as mulheres enfrentam quando pretendem empreender. De acordo com Turkmen [22], existem vários obstáculos que podem afetar o auto-empresendedorismo feminino no setor desportivo, destacando-se o ambiente social, económico, financeiro, organizacional, ambiental, educacional e inclusivamente microambiental.

Tal como foi identificado em estudos desenvolvidos em outros setores de atividade [7], na indústria do desporto, culturalmente, continua a associar-se o empreendedorismo ao género masculino [22, 41]. Deste modo, os problemas a nível do ambiente social resultam do facto de as mulheres empresárias viverem numa sociedade patriarcal. Atualmente, em muitos países, a mulher ainda tem como função, cumprir os seus deveres domésticos, sendo muito complicado para elas participar em atividades de empreendedorismo sem a permissão do homem da casa [22, 41]. Os mesmos resultados são apresentados em estudos de outros setores de atividade, afirmando que é muito importante que as mulheres tenham as mesmas oportunidades que os homens no que diz respeito ao empreendedorismo, uma vez que, estas também poderão contribuir para o desenvolvimento e crescimento económico nacional e para a prosperidade dos países [43-45].

Deste modo, a persistência de valores culturais, crenças, normas e orientações associadas à masculinidade na indústria do desporto continuam a influenciar negativamente o empreendedorismo feminino [21, 41]. Desta forma, Zahra et al. [46], apresentam no seu estudo recursos e restrições para quem procura tomar uma iniciativa empreendedora, onde o seu género não corresponda ao género dominante desse mesmo setor.

Micelotta et al. [21], concluíram que quando na indústria do desporto existe masculinidade hegemônica, é muito difícil as mulheres serem bem-sucedidas, seja no papel de atletas ou de empreendedoras. Deste modo, as indústrias com uma forte masculinidade hegemônica exigem abordagens cuidadosas, sendo indispensável ter em consideração tempo e recursos que serão necessários para as mulheres lutarem pelos seus empreendimentos e enfrentarem as mudanças culturais existentes. Tal como se verifica no estudo de Schell e Rodriguez [47]. Uma vez que o desporto é muitas vezes associado a atributos e valores relacionados com o género masculino (e.g. excitação, competição e aspereza), também no contexto dos negócios, as mulheres empreendedoras são desvalorizadas. Enquanto que em alguns casos o género é visto como uma distinção positiva, pelo contrário, para os empreendimentos femininos, torna-se altamente prejudicial [21].

De acordo com Turkmen [22], ao nível do microambiente, o maior problema identificado, resulta da ausência de outras empresárias que possam liderar e/ou ser um modelo para as mulheres que pretendem empreender, bem como a falta de apoio da família, principalmente do marido. Outros estudos semelhantes descobriram que a superação desses problemas permitirá que as mulheres empreendedoras ganhem autoconfiança, e com o apoio da família terão muito mais motivação [48-50].

Quanto aos problemas enfrentados pelas mulheres empreendedoras a nível económico, sabe-se que estas enfrentam vários tipos de barreiras, sendo que uma delas passa pela credibilidade que os próprios fornecedores lhes dão quando estas compram produtos para as suas empresas [22]. Este problema de discriminação de género foi igualmente identificado no estudo de Singh [51]. O mesmo acontece ao nível dos patrocinadores, uma vez que na indústria desportiva a maior parte dos patrocinadores são do género masculino, existindo a ideia de que são eles que estabelecem as regras. Deste modo, se as mulheres não conseguirem patrocínios torna-se mais difícil obter vantagem diferencial e também pagar todas as despesas inerentes às suas atividades empresariais [33]. Posto isto, também a falta de financiamentos continua a ser uma batalha difícil de vencer. As mulheres têm mais dificuldade em conseguir capital para os seus negócios. Atualmente, projetos da União Europeia (EU), créditos bancários e políticas governamentais apoiam as mulheres empreendedoras na obtenção de capital [22]. Contudo, a este respeito, alguns estudos verificaram a existência de discriminação quando se trata de dar créditos bancários a mulheres empresárias, tendo sido necessário recorrer a processos judiciais para resolver este tipo de problema [22, 52]. Também no estudo de Micelotta et al. [21], se verificaram problemas financeiros, neste caso, estes podem ser resultado de má administração e armadilhas estratégicas, levando ao fracasso do empreendedorismo feminino.

De acordo com Turkmen [22], também no ambiente organizacional, no setor do desporto, as mulheres enfrentam muitas barreiras. Quando se vive numa sociedade patriarcal e se tem uma mulher como gerente ou chefe, os problemas surgem. Os trabalhadores do género masculino têm dificuldade em reconhecer e aceitar a coordenação e comunicação colocada pelas mulheres. Outros estudos, na área do desporto, também chegaram às mesmas conclusões [53-55].

Adicionalmente, a educação e os currículos pouco enriquecedores das mulheres empreendedoras também são apontados como sendo um fator prejudicial, quando comparadas com os homens empreendedores. Para além disso, as próprias organizações desportivas também não facilitam a vida às mulheres empreendedoras, uma vez que, não dão a ajuda e apoio necessário, nem as informam sobre as inovações que ocorrem no setor. Seria também importante que as mulheres, se ajudassem umas às outras, e comunicassem conhecimento e experiências sobre empresas inovadoras, contudo, devido à concorrência, nem sempre o fazem [22].

São vários os autores que afirmam que existe uma relação entre a prática da atividade física e o desenvolvimento de níveis da intenção empreendedora. Deste modo, tem sido apontado que cada vez mais as mulheres aproveitam a sua experiência enquanto praticantes de algum tipo de desporto, para se tornarem empreendedoras, tornando-se assim agentes de mudança significativas [19, 32, 36, 40, 56, 57]. Tal é sugerido, uma vez que através da prática desportiva é possível desenvolver algumas competências psicológicas e cognitivas pessoais, essenciais para a atividade empreendedora, como por exemplo a autonomia, bom desempenho, tolerância ao risco, liderança e gestão do stress [35, 42]. Também Marques et al. [58], num estudo desenvolvido com estudantes universitários, concluíram que a prática de ioga permite treinar um conjunto de atributos psicológicos e cognitivos essenciais para um perfil empreendedor.

Assim sendo, é essencial desenvolver e impulsionar a atividade física na sociedade e nas organizações, não só para melhorar a saúde e bem-estar das pessoas em geral, mas também por ser benéfico para o desenvolvimento do empreendedorismo e inovação social [38, 40, 59, 60]. Deste modo, são inúmeros os benefícios associados à prática de atividade física para a pessoa em si, pelo contributo positivo que pode dar ao nível da saúde, do stress, da ansiedade e do bem-estar [61, 62]. Mas também a nível organizacional uma vez que vários estudos têm apontado para a sua contribuição na melhoria das relações de trabalho em equipa, da confiança, e ainda das habilidades de comunicação [61-63].

De acordo com Rehman e Frisby [32], muitas mulheres que desempenhavam funções de *personal trainers*, conseguiram tornar-se empreendedoras e criar o seu negócio como consultoras de fitness. De acordo com os autores, o feedback dessas mulheres foi positivo, pois conseguiram uma maior compensação financeira e inclusivamente mais tempo para a família, considerando-se assim mais felizes. Tal como afirmam Moore e Buttner [64], dizendo que a autorrealização e a contribuição social são os principais fatores que motivam as mulheres a tornarem-se empreendedoras.

Também Munkwitz [36], verificou que durante o início do século XIX, a participação das mulheres na modalidade de hipismo aumentou drasticamente à medida que estas iam obtendo aprovação social. Desse grupo de atletas, algumas delas, pela paixão que tinham pelo desporto, tornaram-se empreendedoras nesse mesmo setor. Umhas fizeram-no para benefício pessoal através da criação do seu próprio negócio, outras apenas para melhorar este desporto e incentivar outras mulheres para a participação nesta modalidade. De acordo com o autor, apesar da concorrência, a paixão pelo desporto, a inspiração de criar algo inovador e melhorar o desporto para todas as mulheres, foram motivações comuns a todas as empreendedoras envolvidas no estudo.

Deste modo, uma vez que a prática de atividade física pode influenciar a intenção empreendedora, Rodrigues et al. [40] sugerem algumas medidas que podem ser tomadas para melhorar o empreendedorismo feminino. Referem que as organizações sejam elas públicas ou privadas podem promover programas de atividade física, uma vez que estas poderão ser uma mais valia para ajudar no desenvolvimento de habilidades empreendedoras como a liderança, autonomia, autoestima, resiliência e habilidades sociais. Além disso, também as Instituições de Ensino Superior poderão desempenhar um papel muito importante na promoção do empreendedorismo e intenção empreendedora, uma vez que também estas podem promover o incentivo à prática de atividade física, de modo a auxiliar no desenvolvimento das competências acima mencionadas.

O desporto pode ajudar no desenvolvimento de competências associadas ao empreendedorismo social, de modo a responder a questões sociais que estão por resolver [30, 65-67]. O empreendedorismo social é visto como uma estratégia viável para a sobrevivência humana, principalmente numa economia que se apresenta como sendo cada vez mais competitiva e instável. Contudo, é fundamental perceber de que maneira as empresas sociais empregam estratégias inovadoras, garantindo soluções sustentáveis para questões sociais, onde se inclui a problemática da equidade de género [30, 34].

Segundo McSweeney [34], o empreendedorismo social tem despertado cada vez mais o interesse da comunidade científica, principalmente na área do desporto. Tal como se verifica em outros estudos, esta abordagem tem sido vista como uma forma de mudança, em direção a novas formas organizacionais. Além disso, as organizações desportivas direcionadas para intervenções de empreendedorismo social têm tido um efeito muito positivo na comunidade [65, 68].

Deste modo, segundo Hayhurst [30], os programas de desporto podem ajudar as mulheres a desenvolver um conjunto de capacidades, de modo a melhorar a sua confiança, tornando-as assim mais diligentes na criação de oportunidades de emprego através do empreendedorismo social. Desta forma, as mulheres através do desporto poderão tornar-se empreendedoras e ajudar a resolver problemas sociais, como a violência doméstica e outros perigos de abuso. Aliás, em muitos países, as mulheres nem têm hipótese de decidir aspetos relacionados com o seu bem-estar, têm um baixo nível de escolaridade, poucas habilidades e, portanto, poucos conhecimentos para melhorar as suas vidas [69].

Para além dos benefícios já mencionados anteriormente, o envolvimento das mulheres em programas de empreendedorismo social, permitem a concretização de outros objetivos, nomeadamente a possibilidade de poderem vir a ser contratadas como treinadoras, terem o apoio de patrocinadores, ou até mesmo conseguirem desenvolver o seu próprio empreendimento [30]. Este tipo de oportunidades representa para muitas mulheres a possibilidade de aumentarem o seu poder sobre decisões económicas que afetam as suas vidas e dos seus familiares, nomeadamente pela possibilidade de passarem a ser autónomas financeiramente de modo a poderem comprar bens necessários para a sua sobrevivência. Deste modo, a participação das mulheres em programas desportivos poderia contribuir para que elas ficassem mais fortes fisicamente e mentalmente, podendo ainda incrementar a sua reputação perante a comunidade [30].

Com o passar dos anos, o mercado de trabalho tem-se tornado cada vez mais competitivo, sendo que a comunidade científica tem entendido as Instituições de Ensino Superior como fundamentais no processo de estímulo à atitude empreendedora [27, 28, 31, 37].

Gonzalez-Serrano et al. [37], distinguem dois tipos de comportamento empreendedor e afirmam que ambos devem ser promovidos em contexto de ensino superior. Consideram assim ser fundamental conhecer as motivações que levam os estudantes universitários de desporto a ter intenções intraempreendedoras e empreendedoras, de modo a prepará-los da melhor forma para o mercado de trabalho que está em constante mudança. Consideram intenções intraempreendedoras, como sendo habilidades relacionadas com a criatividade, resolução de problemas e descoberta de oportunidades, defendendo a abordagem de que planos estratégicos são uma boa ferramenta para desenvolver essas mesmas competências. Já no caso das intenções empreendedoras, devem ser realizadas atividades que promovam a atitude em relação ao empreendedorismo e ao controlo do comportamento. As estratégias apontadas para esse objetivo passam pelo conhecimento de experiências empreendedoras do setor desportivo.

Do mesmo modo, outros estudos desenvolvidos fora do contexto desportivo também afirmam que é essencial desenvolver habilidades empresariais desde cedo, principalmente no género feminino, propondo que esta aprendizagem seja desenvolvida desde o ensino básico [11-15].

Atualmente, as instituições de ensino superior assumem uma posição estratégica na sociedade, uma vez que são vistas como condutores da mudança. Estas instituições podem desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento da cultura empreendedora [28]. O que faz com que elas se destaquem por essas razões é o fato de realizarem ações que promovem o empreendedorismo de modo a incentivar e desenvolver habilidades empreendedoras em estudantes e professores, tentando assim criar um ambiente cheio de cultura empresarial [27].

Na literatura é possível identificar várias destas iniciativas. Sánchez-Oliver et al. [27], sintetizam a experiência de um projeto designado por “EmprendeSport”, aplicado a estudantes de desporto e empreendedorismo. O objetivo passou por ajudar a elaborar políticas que estimulem a atividade comercial das Universidades que procuram promover o espírito empreendedor dentro de um contexto de ensino superior. Verificou-se que a realização deste programa resultou em um incentivo para os estudantes desenvolverem novas ideias e inovarem nas suas vidas diárias. Também num estudo desenvolvido por do Paco, Ferreira [29], em que compararam as intenções empreendedoras entre alunas de uma escola de negócios e alunos de uma escola de desporto, aconteceu o inesperado. Em vez de as intenções empreendedoras serem maiores na escola de negócios onde a educação para o empreendedorismo é mais aprofundada, verificou-se que os alunos da escola de desporto tinham maior tendência para iniciar um negócio. Deste modo, o mesmo acontece em outras indústrias onde alguns estudos têm indicado que os estudantes do género masculino têm uma maior intenção empreendedora e parecem ser mais confiantes do que as mulheres [12, 14, 16, 17]. Contudo, para além de as alunas do género feminino continuarem a apresentar uma intenção empreendedora mais baixa, o mesmo acontece aos alunos de ambos os géneros que não tenham experiência empresarial anterior [31].

Posto isto, a formação parece não ser suficiente para influenciar as intenções empreendedoras. Os aspetos genéticos, económicos, socioculturais, psicológicos, género, entre outros, podem influenciar a intenção e a decisão de uma pessoa se tornar ou não empreendedora [29].

No entanto, o desporto parece trazer alguns benefícios para a capacidade de empreender. Acet et. al [39], desenvolveram um estudo com o objetivo de determinar perfis de empreendedorismo de estudantes universitários que receberam educação para o empreendedorismo em diferentes faculdades e departamentos. Deste estudo, conclui-se que o nível de intenção empreendedora não diferiu de acordo com as variáveis género e idade. Contudo os alunos que praticavam atividade física e tinham uma estrutura psicológica de maior relacionamento social, mais extrovertidos e ativos, demonstraram ter um nível de intenção empreendedora mais alto. Além disso, verificou-se que a intenção empreendedora dos alunos da Escola de Educação Física e Desporto, depende do corpo docente e o departamento. Assim sendo, pode concluir-se que a educação para o empreendedorismo e a promoção da atividade física deve fazer parte do sistema educacional das universidades, tendo em conta que aumenta a probabilidade de os estudantes se tornarem empreendedores [39, 40].

Também Grimaldi-Puyana et al. [28], reforçam a ideia de que as Intuições de ensino Superior podem ser agentes de mudança cultural e uma boa estratégia no que diz respeito ao incentivo ao empreendedorismo, principalmente no setor desportivo. Verificaram ainda que apesar de existir uma maior relação entre desejo e intenção empreendedora nos homens, quando observada a relação entre viabilidade e a intenção empreendedora, nesse caso, o relacionamento é maior nas mulheres. Posto isto, neste estudo em particular, o género não foi considerado um fator moderador da intenção empreendedora, apresentando resultados semelhantes para os dois grupos.

Deste modo, vários autores sugerem iniciativas que devem ser desenvolvidas pelas Instituições do Ensino Superior [28, 39], e que passam pela realização cursos e palestras onde os palestrantes sejam mulheres líderes de empresas, para assim aumentar a relação entre desejo e intenção empreendedora das mulheres. Por outro lado, sugerem também que sejam criados cursos e seminários para incentivar políticas destinadas a promover a relação entre viabilidade e intenção empreendedora nos estudantes. De um modo geral, a comunidade científica refere que o sistema educacional deverá ser configurado nesta direção com o objetivo de que os estudantes universitários tenham um bom potencial empreendedor, sendo assim, uma mais-valia para o país e a sociedade [28, 39].

Outro elemento importante de analisar e que permite auxiliar futuras investigações sobre esta temática, passa pelo levantamento do tipo de metodologias e abordagens utilizadas pelos investigadores até ao momento. Deste modo, na Tabela 4, é possível observar quais as metodologias que têm vindo a ser mais utilizadas pelos investigadores em cada um dos *clusters* analisados, verificando-se que a análise quantitativa é a opção predominante, sendo a utilização do questionário o instrumento mais frequente.

Seguidamente serão analisados os quatro *clusters* temáticos identificados, no que se refere aos resultados a que chegaram, bem como a indicação de futuras linhas de investigação apontadas pelos respetivos autores (Tabela 5). Este tipo de análise permitirá fazer um retrato sobre os GAPs da literatura, permitindo assim que a comunidade científica possa prosseguir com a análise deste importante fenómeno social e económico.

4. Conclusão e Recomendações

O presente estudo procurou fazer o levantamento do estado da arte sobre a forma como o empreendedorismo feminino no contexto das organizações desportivas tem sido investigado pela comunidade científica. Apesar de não ter sido identificado um número de estudos muito expressivo sobre esta temática (N=19) durante o período entre 2000-2020, ainda assim é notório que o interesse da comunidade científica tem aumentando progressivamente. Foi possível identificar que este tópico está agrupado em quatro clusters temáticos: Formação & Empreendedorismo, Desporto e Desenvolvimento de Competências empreendedoras; Barreiras ao Empreendedorismo e Empreendedorismo social.

Conclui-se que apesar de todos os esforços que têm vindo a ser feitos, as mulheres continuam a enfrentar imensas barreiras quando pretendem empreender, sendo que o alcance da equidade de género está muito aquém do que é desejável. Este estudo pode ter implicações práticas para a sociedade, as organizações e o mercado em geral, na medida em que reforça a necessidade de se desmistificarem os estereótipos existentes de que as mulheres não são capazes de empreender.

Também as mulheres, devem entender que existem muitas barreiras no momento de empreender, contudo, é importante não desistir de as quebrar. A própria sociedade é muitas vezes um entrave, uma vez que atribui aos homens per si, melhores capacidades e habilidades para empreender. Deste modo, também ao nível político, os governos têm uma função fundamental neste trabalho de equilíbrio na equidade de género. Face ao exposto, o governo deve continuar a definir medidas estratégicas para o estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo feminino, nomeadamente por via de incentivos financeiros, apoio logístico, legislação reguladora, de modo a incrementar a motivação das mulheres para empreender.

Para além disso, foi possível verificar que o empreendedorismo social pode ser utilizado como uma forma de resolver algumas questões de equidade de género. Deste modo, através de iniciativas de empreendedorismo social no âmbito do contexto desportivo, as mulheres poderão conseguir desenvolver capacidades e habilidades que, mais tarde as podem vir a ajudar em iniciativas próprias e de utilidade social. O envolvimento de mulheres em iniciativas de empreendedorismo social pode tornar-se em iniciativas de empreendedorismo feminino, nomeadamente no desenvolvimento de intervenções que permitam a resolução de várias problemáticas, como as questões de violência doméstica e outros tipos de abuso. Posto isto, este estudo permite às organizações, ao governo e às mulheres perceberem que através do empreendedorismo feminino e do desporto poderão resolver muitos problemas sociais, principalmente em países pouco desenvolvidos, onde às mulheres é atribuído unicamente o trabalho doméstico e às quais não é dada a possibilidade de emancipação.

Conclui-se ainda que a educação para o empreendedorismo pode fazer a diferença no desenvolvimento da intenção empreendedora. Deste modo, as próprias Instituições do Ensino Superior podem ser vistas como condutores de mudança, na medida em que por via dos seus planos de formação podem desenvolver competências que permitam estimular a intenção empreendedora das suas estudantes. Por outro lado, também estas Instituições têm a função de auxiliar na mudança das correntes de pensamento, mostrando assim às novas gerações a necessidade de se mudar a abordagem sobre as questões do género, no âmbito da sociedade em geral e no contexto empresarial em particular. Posto isto, este estudo

pode ser bastante útil para as Instituições de Ensino Superior, uma vez que salienta a importância de se refletir sobre os currículos e práticas pedagógicas, no sentido de desenvolver um conjunto de competências que permitam estimular as iniciativas empreendedoras das mulheres estudantes.

Face ao exposto, globalmente, este estudo permite auxiliar no desenvolvimento de políticas que permitam auxiliar na problemática da equidade de género e incentivar mulheres para iniciativas de empreendedorismo desportivo. Deste modo, a comunidade científica deve continuar a estudar esta temática de modo a resolver este problema social, uma vez que, as mulheres também podem acrescentar valor para a economia e prosperidade dos países por via das suas iniciativas empreendedoras.

Do ponto de vista das limitações do estudo é importante mencionar que a própria natureza deste tipo de estudo acaba naturalmente por influenciar os resultados obtidos. Deste modo, os critérios de inclusão definidos no processo de seleção dos estudos (e.g. bases de dados, equação de pesquisa, língua, escolha de tipo de fontes) tem implicações diretas no número de amostra obtido. Desta forma, sugere-se que sejam desenvolvidos mais estudos sobre esta temática, utilizando outras bases de dados, outros idiomas e a consulta de outras fontes como, livros e capítulos de livros, dado que a investigação sobre este fenómeno ainda é muito restrita.

5. Referências

1. Bosma, N. and D. Kelley, *Global Entrepreneurship Monitor - GEM*. 2019. p. 150.
2. Agarwal, S. and V. Agrawal, *Motivational and success factors: through the lens of women entrepreneurship*. International Journal of Management and Enterprise Development, 2018. **17**(4): p. 307-328.
3. Shastri, S., *Motivations and challenges of women entrepreneurs*. International Journal of Sociology and Social Policy, 2019. **39**(5/6): p. 338-355.
4. Wu, J., Y. Li, and D. Zhang, *Identifying women's entrepreneurial barriers and empowering female entrepreneurship worldwide: a fuzzy-set QCA approach*. International Entrepreneurship and Management Journal, 2019. **15**(3): p. 905-928.

5. Chatterjee, N., *A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success*. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 2019. **11**(1): p. 122-151.
6. Agarwal, S., *Why research is needed in women entrepreneurship in India: a viewpoint*. International Journal of Social Economics, 2018. **45**(7): p. 1042-1057.
7. Tripathi, K.A., *Analysis of barriers to women entrepreneurship through ISM and MICMAC*. Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 2018. **12**(3): p. 346-373.
8. Rugina, S., *Female entrepreneurship in the Baltics: formal and informal context*. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2019. **11**(1): p. 58-74.
9. Moreira, J., et al., *A systematic review of women's entrepreneurship and internationalization literature*. Thunderbird International Business Review, 2019. **61**(4): p. 635-648.
10. Yadav, V. and J. Unni, *Women entrepreneurship: research review and future directions*. Journal of Global Entrepreneurship Research, 2016. **6**(1): p. 12.
11. Santos, G., C.S. Marques, and J.J.M. Ferreira, *What are the antecedents of women's entrepreneurial orientation?* International Entrepreneurship and Management Journal, 2018. **14**(4): p. 807-821.
12. Zarate-Hoyos, G.A. and F. Larios-Meono, *The role of universities and other institutions in successful entrepreneurship: Some insights from a literature review*. Propositos Y Representaciones, 2015. **3**(2): p. 289-317.
13. Behroozi, M., *Survey on university role in preparation graduated students in to entrepreneurs universities towards a conceptual framework: Iran's Perspective*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 2012. **46**: p. 2414-2418.
14. Bretones, F.D. and M. Radrikan, *Attitudes to entrepreneurship: The case of Chilean and Spanish university students*. Ciriéc-Espana Revista De Economia Publica Social Y Cooperativa, 2018. **94**: p. 11-30.
15. Torres, A.I.Z. and A.M.V. Garcia. *Employment of Young University Students through Entrepreneurship*. in *Proceedings of the 13th European Conference on Management, Leadership and Governance*. 2017. London, United Kingdom

16. Ndofirepi, T.M., D.Y. Dzansi, and P. Rambe, *An Exploratory Study on the Gender-Based Differences in Entrepreneurial Intention and Its Antecedents amongst Students of a South African University of Technology*. Southern African Business Review, 2018. **22**(1).
17. Gavurova, B., et al., *Management of education concepts in the field of entrepreneurship of university students in the Czech Republic*. Polish Journal of Management Studies, 2018. **17**(2): p. 52-62.
18. Canizares, S.M.S. and F.J.F. Garcia, *Women and Entrepreneurship: An Analysis in the Spanish University Context*. Revista De Ciencias Sociales, 2013. **19**(1): p. 140-153.
19. Ratten, V. and D. Miragaia, *Entrepreneurial passion amongst female athletes*. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 2020. **32**(1): p. 59-77.
20. Gonzalez-Serrano, M.H., R.J. González-García, and F.C. Moreno, *Analysis of the effects of entrepreneurship in sport management. Is gender a conditioning factor?* Materiales Para La Historia Del Deporte, 2019(18): p. 147-159.
21. Micelotta, E., M. Washington, and I. Docekalova, *Industry Gender Imprinting and New Venture Creation: The Liabilities of Women's Leagues in the Sports Industry*. Entrepreneurship Theory and Practice, 2018. **42**(1): p. 94-128.
22. Turkmen, M., *The effect of women entrepreneur problems on self-entrepreneurship characteristics*. Anthropologist, 2015. **20**(3): p. 643-650.
23. Miragaia, D.A.M. and J.A.P. Soares, *Higher education in sport management: A systematic review of research topics and trends*. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 2017. **21**: p. 101-116.
24. Ullah, H. and C. Skelton, *Social reproduction of gender hierarchies in sports through schooling in Khyber Pakhtunkhwa*. Asia Pacific Journal of Education, 2016. **36**(1): p. 131-144.
25. Sauder, M.H., M. Mudrick, and J.R. DeLuca, *Perceived barriers and sources of support for undergraduate female students' persistence in the sport management major*. Sport Management Education Journal, 2018. **12**(2): p. 69-79.
26. Moher, D., et al., *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement*. PLOS Medicine, 2009. **6**(7): p. e1000097.

27. Sánchez-Oliver, A.J., et al., *New ways of sports entrepreneurship in the university*. Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 2019. **8**(1): p. 5-21.
28. Grimaldi-Puyana, M., et al., *Intentions of entrepreneurship in sports science higher education: gender the moderator effect*. Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 2019. **8**(1): p. 147-162.
29. do Paco, A., et al., *Entrepreneurial intentions: is education enough?* International Entrepreneurship and Management Journal, 2015. **11**(1): p. 57-75.
30. Hayhurst, L.M.C., *The 'Girl Effect' and martial arts: social entrepreneurship and sport, gender and development in Uganda*. Gender, Place and Culture, 2014. **21**(3): p. 297-315.
31. Hu, R. and Y. Ye, *Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention?* Social Behavior and Personality, 2017. **45**(7): p. 1187-1196.
32. Rehman, L. and W. Frisby, *Is self-employment liberating or marginalizing? The case of women consultants in the fitness and sport industry*. Journal of Sport Management, 2000. **14**(1): p. 41-62.
33. Parris, D.L., et al., *Action sports athletes as entrepreneurs: Female professional wakeboarders, sponsorship, and branding*. Sport Management Review, 2014. **17**(4): p. 530-545.
34. McSweeney, M.J., *Returning the 'social' to social entrepreneurship: Future possibilities of critically exploring sport for development and peace and social entrepreneurship*. International Review for the Sociology of Sport, 2020. **55**(1): p. 3-21.
35. Steinbrink, K.M., E.S.C. Berger, and A. Kuckertz, *Top athletes' psychological characteristics and their potential for entrepreneurship*. International Entrepreneurship and Management Journal, 2020. **16**(3): p. 859-878.
36. Munkwitz, E., *Designing Diana: Female Sports Entrepreneurs and Equestrian Innovation*. International Journal of the History of Sport, 2018. **35**(7-8): p. 745-766.
37. Gonzalez-Serrano, M.H., R.J. González-García, and C. Pérez-Campos, *Entrepreneurial and intrapreneurial intentions of sports science students: What*

- are their determinant variables?* Journal of Physical Education and Sport, 2018. **18**: p. 1363-1372.
38. Kauppinen, A. and P. Escamilla-Fajardo, *Sport entrepreneurs' performance in business*. European Sport Management Quarterly, 2020: p. 24.
39. Acet, M., et al., *A field study aiming to determine entrepreneurial profiles of university students (Examples of Dumlupinar University - İnönü University)*. Advances in Environmental Biology, 2014. **8**(12): p. 178-188.
40. Rodrigues, R., et al., *Physical activity level as a booster of entrepreneurial intention: a social innovation approach*. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 2019. **17**: p. 121 - 133.
41. Megheirkouni, M., A. Thirlwall, and A. Mejhirkouni, *Entrepreneurial leadership in Middle East sport businesses The impact of gender differences in cultural values*. Gender in Management, 2020. **35**(2): p. 167-188.
42. Gakhar, D.V. and D. Bhawna, *Risk attitude and financial awareness of inter-collegiate athletes*. International Journal of Advanced Science and Technology, 2020. **29**(4 Special Issue): p. 1098-1106.
43. Yaghoubi, N.M. and F. Ahmadi, *Factors affecting the women entrepreneurship in industrial section*. European Journal of Social Sciences, 2010. **17**(1): p. 88-95.
44. Lashgarara, F., N. Roshani, and M. Omid, *Influencing factors on entrepreneurial skills of rural women in Ilam City, Iran*. African journal of business management, 2011. **5**(14): p. 5536-5540.
45. Minniti, M. and P. Arenius, *Women in Entrepreneurship: The Entrepreneurial Advantage of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium : United Nations Headquarters, April 29, 2003*. 2003: Verlag nicht ermittelbar.
46. Zahra, S.A., M. Wright, and S.G. Abdelgawad, *Contextualization and the advancement of entrepreneurship research*. International Small Business Journal, 2014. **32**(5): p. 479-500.
47. Schell, L.A.B. and S. Rodriguez, *Our Sporting Sisters: How Male Hegemony Stratifies Women in Sport*. 2000. **9**(1): p. 15.
48. Barbieri, P., *Social Capital and Self-Employment*. International Sociology, 2003. **18**(4): p. 681-701.

49. Greve, A. and J.W. Salaff, *Social Networks and Entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 2003. **28**(1): p. 1-22.
50. Alam, S., et al., *An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia*. International Journal of Economics and Finance, 2011. **3**(2).
51. Singh, R., *Women entrepreneurship issues, challenges and empowerment through self help groups: An overview of himachalparadesh*. International Journal of Democratic and Development Studies., 2012. **1**(1): p. 45-58.
52. Blanchard, L., B. Zhao, and J. Yinger, *Do lenders discriminate against minority and woman entrepreneurs?* Journal of Urban Economics, 2008. **63**(2): p. 467-497.
53. Pape, M., *Gender Segregation and Trajectories of Organizational Change: The Underrepresentation of Women in Sports Leadership*. Gender & Society, 2019. **34**(1).
54. Koca, C. and P. Öztürk, *Gendered perceptions about female managers in Turkish sport organizations*. European Sport Management Quarterly, 2015. **15**(3).
55. Burton, L.J., *Underrepresentation of women in sport leadership: A review of research*. Sport Management Review, 2015. **18**(2): p. 155-165.
56. Jones, P. and A. Jones, *Attitudes of Sports Development and Sports Management undergraduate students towards entrepreneurship: A university perspective towards best practice*. Education and Training, 2014. **56**: p. 716-732.
57. Liu, J., A. Srivastava, and H. Seng Woo, *Transference of skills between sports and business*. Journal of European Industrial Training, 1998. **22**(3): p. 93-112.
58. Marques, C., et al., *The contribution of yoga to the entrepreneurial potential of university students: A SEM approach*. International Entrepreneurship and Management Journal, 2011. **7**: p. 255-278.
59. Artamonov, D.V., et al., *Benefits of kyokushinkai karate for business school students*. Teoriya i Praktika Fizicheskoy Kultury, 2019. **2019**(11): p. 37-39.

60. Lau, H.H., et al., *Impact of participation in extra-curricular activities during college on graduate employability: an empirical study of graduates of Taiwanese business schools*. Educational Studies, 2014. **40**(1): p. 26-47.
61. Brinkley, A., H. McDermott, and F. Munir, *What benefits does team sport hold for the workplace? A systematic review*. Journal of Sports Sciences, 2017. **35**(2): p. 136-148.
62. Egawa, J., et al., *The effects of university students' physical activity experience on communication skills and anxiety*, in *AHFE International Conference on Social and Occupational Ergonomics, 2019*, R.H.M. Goossens and A. Murata, Editors. 2020, Springer Verlag. p. 358-366.
63. Holt, N.L., et al., *Benefits and challenges associated with sport participation by children and parents from low-income families*. Psychology of Sport and Exercise, 2011. **12**(5): p. 490-499.
64. Moore, D.P. and E.H. Buttner, *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*. 1997: SAGE Publications.
65. Pellegrini, M.M., et al., *Sport entrepreneurship: A synthesis of existing literature and future perspectives*. International Entrepreneurship and Management Journal, 2020. **16**: p. 795 - 826
66. Peterson, T. and K. Schenker, *Social entrepreneurship in a sport policy context*. Sport in Society, 2018. **21**(3): p. 452-467.
67. Constantin, P.N., R. Stanescu, and M. Stanescu, *Social entrepreneurship and sport in Romania: How can former athletes contribute to sustainable social change?* Sustainability (Switzerland), 2020. **12**(11).
68. Bjarsholm, D., *Sport and Social Entrepreneurship: A Review of a Concept in Progress*. Journal of Sport Management, 2017. **31**(2): p. 191-206.
69. Jones, S., *Girls' secondary education in Uganda: assessing policy within the women's empowerment framework*. Gender and Education, 2011. **23**(4): p. 385-413.