

# Universidade da Beira Interior

## Departamento de Gestão e Economia



**Dissertação de Mestrado em Gestão**

*As Universidades como “Viveiros” de Recursos Humanos  
para a Actividade Profissional e Empresarial:  
Perspectiva a partir do Capital Humano e do  
Empreendedorismo*

**Sofia Maria Alves Faustino**

**Covilhã, 2009**

# Universidade da Beira Interior

## Departamento de Gestão e Economia

### *As Universidades como “Viveiros” de Recursos Humanos para a Actividade Profissional e Empresarial: Perspectiva a partir do Capital Humano e do Empreendedorismo*

**Sofia Maria Alves Faustino**

*Dissertação de Mestrado em Gestão realizada sob  
orientação do Professor Doutor **Mário José Batista  
Franco**, Professor Auxiliar no Departamento de  
Gestão e Economia da Universidade da Beira  
Interior.*

**Covilhã, 2009**

## *Agradecimentos*

A realização deste estudo só foi possível porque em todos os momentos pude contar com o apoio, a colaboração, a solidariedade, o encorajamento, enfim, o estímulo e o contributo de familiares, pessoas amigas e próximas. Por isso, expresso a todas elas o meu mais sentido e reconhecido agradecimento.

Presto especial agradecimento e louvor ao orientador científico da investigação, o Professor Doutor Mário Franco que com a sua experiência, empenho, compreensão e uso de sabedoria, pacientemente, me orientou na investigação, desde a fase preliminar do projecto até ao ponto final desta dissertação, também pelo seu incentivo e inúmeras contribuições para a realização da mesma, pelo estímulo das minhas próprias descobertas, bem como pelo seu dinamismo académico, pessoal e pela sua confiança e amizade.

Agradeço também a todos os familiares mais próximos pelo apoio e pela compreensão nos piores momentos e pelo tempo e presença de que se viram privados. À minha mãe pela força e amor transmitido nos piores momentos, à minha irmã pela ajuda e apoio ao longo da elaboração da dissertação e ao meu namorado, por acreditar em mim, me apoiar, ajudar e compreender a cada momento.

O meu profundo e sentido agradecimento a todas as pessoas que contribuíram de algum modo para a concretização desta dissertação, estimulando-me intelectual e emocionalmente.

## RESUMO

### **As Universidades como “Viveiros” de Recursos Humanos para a Actividade Profissional e Empresarial: Perspectiva a partir do Capital Humano e do Empreendedorismo**

As Universidades têm sido vistas como “viveiros” de conhecimento e de recursos humanos quer para empresas estabelecidas quer na criação de novas empresas. Existem estudos que mostram uma percentagem de empresas criadas por alunos universitários contribuindo, deste modo, para a criação de postos de trabalho, fomento da inovação, crescimento económico e consequentemente, para o desenvolvimento dos países e regiões. Deste modo, o presente estudo tem como objectivo identificar e compreender as intenções profissionais e o potencial empresarial dos estudantes universitários da Universidade da Beira Interior (UBI). Ainda ligado a este objectivo uma das contribuições deste estudo é apresentar mecanismos e formas de inserção dentro das universidades e, em particular, na Universidade da Beira Interior, para estimular os alunos a ter um espírito e uma iniciativa empreendedora.

Partindo do enquadramento teórico e dos modelos de intenção empresarial expostos, foi elaborado um modelo conceptual de análise que sustentou este estudo. Em termos metodológicos recorreu-se a uma abordagem de investigação quantitativa que se limitou a uma amostra de 346 alunos da UBI. Esta amostra foi escolhida aleatoriamente e o questionário aplicado (“student survey”) foi distribuído por alunos de vários cursos do 1º e 2º Ciclos.

De acordo com os resultados obtidos, verificou-se que as características sócio-demográficas: idade e formação, apresentaram alguma relação com as intenções profissionais e empresariais dos alunos, logo após o término da sua formação académica. Todavia, o mesmo não aconteceu com a variável género/sexo, pois constatou-se que o sexo dos estudantes universitários da UBI não está relacionado com as intenções profissionais e empresariais dos mesmos.

Relativamente às motivações dos estudantes, concluiu-se que as escolhas ocupacionais influenciam parcialmente as suas intenções profissionais, isto é, os estudantes seguem duas grandes motivações depois de terminarem a licenciatura. Por um lado, eles lutam por uma posição garantida e, por outro lado, tentam melhorar as suas experiências. Este último aspecto

pode ser resultado de uma formação universitária que, geralmente, se concentra mais na teoria do que na prática.

Também a influência de familiares e amigos na intenção dos alunos se converterem em empreendedores não se confirmou, pois a maioria dos alunos indicou não querer dar continuidade à tradição familiar. Por último, as actividades e métodos ligados ao empreendedorismo e as actividades abordadas durante a graduação e pós-graduação dos estudantes universitários e a fixação dos estudantes universitários no concelho e na região onde realizaram a sua formação académica também não se confirmam, contrariamente ao que se esperava.

Como consequência, os decisores, políticos e universitários são desafiados a oferecer programas e iniciativas adequadas para promover o empreendedorismo entre os estudantes universitários. Curiosamente, na UBI, os estudantes de Gestão, Economia e Marketing são aqueles com maior propensão de auto-emprego, muito mais do que os alunos da área de engenharia. Neste contexto, uma das principais implicações deste estudo foi mostrar a importância do espírito empresarial que não deve ser sobrevalorizado quando as universidades pretendem cumprir a sua missão de fomentar o espírito empresarial.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Atitude Empreendedora, Intenções Profissionais, Universidade, Capital Humano.

## ABSTRACT

### **Universities as “Hotbeds” of Human Resources for Professional and Business Activity: Human Capital and Entrepreneurship Perspective**

Universities have been seen as “hotbeds” of knowledge and human resources both for established firms and for the creation of new ones. Studies show a percentage of firms created by university students, contributing in this way to job creation, stimulating innovation and economic growth and consequently to the development of countries and regions. Therefore, this study aims to understand the professional intentions and business potential of students at the University of Beira Interior (UBI). Also connected to this objective is the presentation of mechanisms and forms of insertion in universities, and in the University of Beira Interior in particular, to encourage entrepreneurial spirit and initiative in students.

Setting out from the theoretical framework and models of business intention presented, a conceptual model of analysis was constructed to support this study. Concerning methodology, a quantitative investigation approach was adopted, limited to 346 students at UBI. This sample was randomly chosen and the student survey was distributed among students of various courses in the 1st and 2nd cycles.

According to the results obtained, we found that socio-demographic characteristics of age and educational area presented some relationship with students’ professional and business intentions on completion of their academic education. However, the same does not happen with the gender variable, since the sex of UBI students is not related to their professional and business intentions.

Regarding students’ motivations, we conclude that occupational choice partially influences their professional intentions, i.e. students follow two major motivations on completing their degree. On one hand, they strive for a secure position, and on the other they try to improve their experience. The latter aspect may be the result of a university education which generally concentrates on theory than on practice.

Also, the influence of family and friends on students’ intentions to become entrepreneurs was not confirmed, since the majority of students indicated they did not want to continue the family tradition. Finally, a relationship between activities and methods connected to entrepreneurship and activities undertaken during students’ under-graduate or post-graduate

courses and students remaining in the locality or region where they followed their academic education was also not confirmed, contrary to what was expected.

Consequently, political and university decision-makers are challenged to offer appropriate programmes and initiatives to promote entrepreneurship among university students. Surprisingly, at UBI, students of Management, Economics and Marketing are the ones with more leanings towards self-employment, much more than Engineering students. In this context, and as one of the main implications of this study, the importance of the business spirit must not be overvalued when universities aim to carry out their mission of stimulating business spirit.

**Keywords:** Entrepreneurship, Entrepreneurial Attitude, Professional Intentions, University, Human Capital.

## ÍNDICE GERAL

<i>Agradecimento</i> .....	<i>i</i>
<i>Resumo</i> .....	<i>ii</i>
<i>Abstract</i> .....	<i>iv</i>
<i>Índice Geral</i> .....	<i>vi</i>
<i>Índice de Figuras</i> .....	<i>viii</i>
<i>Índice de Quadro</i> .....	<i>viii</i>
<b>1 – INTRODUÇÃO E PROPÓSITO DO ESTUDO</b> .....	<b>1</b>
1.1.– Formulação do Problema .....	1
1.2.– Objectivos do Estudo .....	4
1.3 – Organização da Dissertação .....	5
<b>2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
2.1 – Abordagens Teóricas Associadas ao Empreendedorismo .....	6
2.1.1 - Teoria Sócio-cultural .....	6
2.1.2 – Teoria Psicológica e dos Traços .....	9
2.1.3 – Teoria do Capital Humano .....	13
2.1.4 - Síntese sobre as Principais Teorias .....	15
2.2 - Empreendedorismo: Conceito, Caracterização e Contribuições .....	16
<b>3 – MODELOS DE INTENÇÃO EMPRESARIAL</b> .....	<b>23</b>
3.1 – Abordagem sobre Intenções Empresariais .....	23
3.2 - Modelo Proposto e Hipóteses de Investigação .....	28
3.2.1 Modelo Proposto .....	28
3.2.2 - Hipóteses de Investigação .....	29
<b>4 – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO</b> .....	<b>37</b>
4.1 – Desenho e Tipo de Investigação .....	37
4.2 – Métodos Adoptados .....	38
4.2.1 – População e Amostra .....	38
4.2.2 – Instrumento de Recolha de Dados .....	40
4.2.3 – Tratamento de Dados .....	41
4.2.4 - Síntese sobre os Aspectos Metodológicos .....	42
<b>5 – RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>43</b>
5.1 - Caracterização da Amostra .....	43



5.2. Factores que Influenciam a Intenção Profissional e Empresarial: Validação das Hipóteses.....	57
<b>6 – CONCLUSÕES E LINHAS DE INVESTIGAÇÕES FUTURAS.....</b>	<b>71</b>
<b>7 – BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo.....</b>	<b>85</b>

## *Índice de Figuras*

Figura 2.1– Perspectivas Teóricas,Variáveis sobre o Estudo do Empreendedorismo e Teoria do Capital Humano.....	16
Figura 2.2 – Características Principais de um Empreendedor.....	19
Figura 2.3 - Actividades Necessárias ao Desenvolvimento do Empreendedor.....	20
Figura 2.4 - A Influência do Ambiente no Processo Empreendedor de Bygrave.....	22
Figura 3.1 - Determinantes na Decisão Empresarial.....	27
Figura 3.2 – Modelo Conceptual de Análise.....	29
Figura 4.1 – Aspectos Metodológicos da Investigação.....	42

## *Índice de Quadros*

Quadro 4.1 – Alunos por Área Pedagógica na UBI.....	39
Quadro 5.1- Género dos Alunos.....	44
Quadro 5.2 - Idade dos Alunos.....	44
Quadro 5.3 - Nacionalidade dos Alunos.....	45
Quadro 5.4 - Naturalidade dos Alunos por Região.....	46
Quadro 5.5 - Curso a que Pertencem os Alunos.....	47
Quadro 5.6 - Alunos por Área Pedagógica.....	47
Quadro 5.7 - Actividades Realizadas Antes da Licenciatura.....	48
Quadro 5.8 - Percepção Profissional dos Alunos.....	49
Quadro 5.9 - Intenções Profissionais dos Alunos Após a sua Formação Universitária.....	50
Quadro 5.10 - Intenções Profissionais dos Alunos Após a Licenciatura e Depois de 5 anos de Actividade Profissional.....	51
Quadro 5.11 - Motivações para a Escolha Profissional dos Alunos.....	53
Quadro 5.12 - Actividades Profissionais dos Pais dos Alunos.....	54
Quadro 5.13 - Familiares, Amigos ou Conhecidos Ligados a Actividades Empresariais.....	55
Quadro 5.14 - Grau de Escolaridade dos Pais.....	56
Quadro 5.15 - Actividades/Conteúdos Ligados ao Ensino do Empreendedorismo.....	57

Quadro 5.16 – Motivações para a Escolha Profissional.....	59
Quadro 5.17 - Factores que Influenciam a Escolha Ocupacional/Profissional.....	62
Quadro 5.18 - Tipo de Actividade Realizada Antes do Curso.....	64
Quadro 5.19 – Familiares e Amigos Proprietários de uma Empresa.....	65
Quadro 5.20 - Actividades/Conteúdos Ligados ao Ensino do Empreendedorismo.....	67
Quadro 5.21 - Tendências Migratórias.....	68
Quadro 5.22 – Tendências Migratórias e as Intenções Profissionais dos Estudantes.....	69

## 1 – INTRODUÇÃO E PROPÓSITO DO ESTUDO

### 1.1 – Formulação do Problema

As Universidades têm sido vistas como “viveiros” de conhecimento e de recursos humanos quer para empresas estabelecidas quer na criação de novas empresas. Aliás, existem estudos (Fueglistaller *et al.*, 2006; Greene e Saridakis, 2008) que mostram uma percentagem de empresas criadas por alunos universitários contribuindo, deste modo, para a criação de postos de trabalho, fomento da inovação, crescimento económico e, consequentemente, para o desenvolvimento dos países e regiões. Este aspecto mostra, assim, o relevante papel que o ensino e formação superior/universitário e a produção de investigação podem representar para a vitalidade da economia (Lautenschlager e Haase, 2008). No entanto, um estudo recente revela que o empreendedorismo levado a cabo em Portugal se caracteriza, na sua maioria, por um empreendedorismo de subsistência (necessidade), mas constatando-se que neste território o empreendedorismo tem fomentado a criação de emprego (Baptista e Thurik, 2007).

Reveste-se, assim, importante estimular as atitudes e intenções profissionais e empreendedoras dos estudantes universitários ao longo do ensino de graduação e pós-graduação. De acordo com Veciana (1988), nas sociedades do conhecimento, as fontes mais promissoras de empresários são os estudantes universitários, deste modo, há que promover o espírito empreendedor neste tipo de público-alvo.

Porém, os benefícios da educação para o empreendedorismo não se limitam à criação de mais *start-ups*, ao lançamento de projectos inovadores e à criação de novos empregos. O empreendedorismo é uma competência essencial para todos, uma vez que ajuda os jovens a serem mais criativos e auto-confiantes em qualquer actividade que realizam e a agirem de forma socialmente responsável.

Como afirma Serrano (2006: 1), “(...) num mundo crescentemente competitivo e com uma economia globalizada, importa que a comunidade académica e científica ajude a trilhar os novos caminhos da inovação e a incentivar e dinamizar novas capacidades empreendedoras.”

Reynolds *et al.* (2000) consideram que a educação e formação são variáveis que influenciam directamente a actividade empreendedora de um país. Um estudo já realizado por Cooper e Cascon (1992) salienta que existe um efeito positivo entre o nível de formação académico e a criação de novas empresas.

Embora estudos recentes apontem o factor genético como possível influenciador da tendência empreendedora (Nicolaou e Shane, 2008), muitos investigadores concordam que o ensino do empreendedorismo tem impacto directo na actividade empreendedora, ou seja, o efeito mais importante sobre a propensão para criar uma empresa pode ser o ensino/educação (Bhandari, 2006; Hmieleski e Corbett, 2006; Florin *et al.*, 2007).

Torna-se assim importante, criar um ambiente empreendedor, que passa pela inserção dentro das universidades de formas de estimular os alunos a terem um espírito e iniciativa empreendedora. Parte-se do pressuposto de que o ambiente em que o indivíduo está inserido, seja no âmbito da cultura de uma sociedade, ou no âmbito familiar (Matthewes e Moser, 1995), também pode induzir a um comportamento empreendedor.

Segundo Siqueira, citado por Almeida (2001: 283), *"cabe à universidade levar adiante o projecto de humanização à sociedade, pois dela surgirão profissionais que construirão o futuro"*. Muitos autores estão actualmente a estudar a nova dinâmica do papel da universidade num contexto de mudanças. De facto, o interesse pelo tema do empreendedorismo nas instituições de ensino justifica-se pela necessidade de proporcionar aos estudantes novas formas de inserção na sociedade altamente competitiva.

Para Etzkowitz (2001), a universidade do futuro deverá adoptar uma cultura empreendedora. Segundo este autor, o conhecimento e a tecnologia unem-se para gerar empreendimentos. O modelo das incubadoras de empresas ligadas a estas instituições facilita o desempenho do modelo da universidade responsável, aquela que cumpre o seu papel no desenvolvimento económico na região onde se localiza.

As empresas procuram pessoas que criam e inovam de modo a contribuírem para a sua competitividade, face ao mercado global, que, pela sua natureza, obriga a que essa

competitividade seja pensada e realizada numa dimensão muito maior. Como tal, os indivíduos são constantemente desafiados a serem inovadores e criativos, de modo a reduzirem custos e a aumentar a qualidade e produtividade dos produtos, processos e serviços, nomeadamente aqueles que derivam da alta tecnologia e de *start-ups* (David *et al.*, 2001; Ulinj *et al.*, 2003).

Do exposto, depreende-se que não só o empresário deve ser empreendedor, como também todos os indivíduos envolvidos numa organização (empreendedores internos), pelo que compete às escolas a preparação desta mesma sociedade empreendedora. O ensino do empreendedorismo tem-se revelado, por isso, um importante contributo para as organizações (Robinson e Haynes, 1991; Rasheed, 2000; Lundström e Stevenson, 2001).

A experiência profissional é também vista como um indicador fundamental de capital humano (Castanias e Helfat, 2001), pois facilita a adaptação a situações novas e promove o aumento da produtividade (Parker, 2006). Ao longo dos anos, diversos investigadores procuraram indicadores mais abrangentes para identificar estes níveis de experiência. Nos estudos de Bates (1990) e Gimeno *et al.* (1997) foi identificada uma relação positiva entre a experiência mínima de trabalho de cinco anos e a criação de novas empresas, pois a educação dos empreendedores e a experiência de trabalho durante cinco anos interferem com os níveis de identificação, perseguição/procura e exploração de oportunidades de negócio. Por sua vez, Westhead *et al.* (2005), no seu estudo, argumentaram que trabalhadores com vários anos de experiência (entre 4 a 5 anos) podem ter mais habilidade para identificar mais oportunidades de negócio e para alcançar os recursos exigidos para procurar essas oportunidades.

Neste contexto, torna-se importante analisar se o ensino nas universidades fomenta e estimula os estudantes a criar o seu próprio emprego, após o término da sua formação académica, se preferem trabalhar por conta de outrem numa empresa, ou ainda se desejam primeiro adquirir alguma experiência, ou até complementarem a sua formação.

## 1.2 – Objectivos do Estudo

Face à problemática anteriormente apresentada, esta investigação tem como objectivo **geral**:

- Identificar e compreender as intenções profissionais e o potencial empresarial dos estudantes universitários da Universidade da Beira Interior (UBI).

Ainda ligado a este objectivo uma das contribuições deste estudo é apresentar mecanismos e formas de inserção dentro das universidades e, em particular, na Universidade da Beira Interior, para estimular os alunos a ter um espírito e uma iniciativa empreendedora.

Como objectivos **específicos**:

1. Saber as aspirações profissionais e empresariais dos estudantes universitários logo após a sua formação e depois de cinco anos de terem terminado o(s) curso(s) na UBI;
2. Identificar as motivações para a escolha profissional e empresarial dos estudantes universitários;
3. Verificar se existe uma relação entre algumas variáveis sócio-demográficas (sexo, idade, formação, experiência e antecedentes familiares) e as intenções profissionais e o potencial empresarial dos estudantes da UBI;
4. Avaliar o grau de importância das matérias/actividades ligadas ao empreendedorismo que os estudantes já tiveram oportunidade de abordar;
5. Explorar a relação entre as tendências migratórias dos estudantes universitários e as suas intenções empresariais e profissionais.

Neste estudo, a **unidade de análise** será os estudantes e o **contexto geográfico** será a Universidade da Beira Interior.

### **1.3 – Organização da Dissertação**

Esta dissertação está dividida em seis pontos. Após este primeiro ponto de introdução, justificação do tema e objectivos do estudo, será realizada uma revisão bibliográfica sobre aspectos relacionados com o tema do presente estudo no ponto dois. Entre os assuntos de interesse destacam-se: (1) as abordagens teóricas associadas ao empreendedorismo, tal como a teoria sócio-cultural, onde são destacadas a teoria do papel e a teoria das redes, a teoria psicológica e dos traços, e (2) a teoria do capital humano. Neste segundo ponto são ainda definidos alguns conceitos de empreendedorismo através de várias contribuições de diversos autores, sendo também importante, analisar o perfil dos empreendedores.

Em seguida, no ponto três apresentam-se alguns modelos de intenções empresariais, onde se poderá verificar as determinantes da decisão empresarial. Tendo por base estes modelos e determinantes, foi elaborado e proposto o modelo conceptual de análise, bem como as hipóteses de investigação formuladas a partir do mesmo.

No ponto quatro, apresenta-se a metodologia, onde se define o desenho e tipo de investigação. Neste ponto são também indicados os métodos adoptados para a recolha dos dados, que são a base para a determinação das intenções profissionais e empresariais dos estudantes da Universidade da Beira Interior, a amostra e as técnicas de análise de dados adoptadas.

No ponto cinco apresenta-se o estudo empírico, onde é caracterizada a amostra. Posteriormente, apresentam-se os resultados e faz-se a sua discussão à luz dos desenvolvimentos teóricos expostos na primeira parte deste trabalho.

Finalmente, no ponto seis, são apresentadas as conclusões e far-se-á uma avaliação dos resultados alcançados em função dos objectivos, assim como, apresentar recomendações, limitações e sugestões para o desenvolvimento de futuras investigações.



## **2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

O empreendedorismo e a figura do empreendedor têm reconhecimento recente no cenário económico nacional como agente transformador e gerador de riquezas para a economia moderna. Surgido no século XII, passou a receber atenção e interesse crescente apenas nas últimas décadas, sendo que, o termo empreendedorismo, apesar de não ser novo, tem recebido maior atenção e tem vindo a ganhar espaço no decorrer dos últimos anos. Neste ponto começa-se por fazer uma descrição das principais abordagens teóricas relacionadas com o empreendedorismo e, posteriormente, apresentam-se alguns conceitos e contribuições para o estudo deste fenómeno empresarial.

### **2.1 – Abordagens Teóricas Associadas ao Empreendedorismo**

O enquadramento teórico para este estudo é sustentado em diferentes enfoques, nomeadamente, teorias ligadas ao empreendedorismo (teoria sócio-cultural e teoria psicológica) (Veciana, 1999; Audretsch, 2006, Li, 2006, entre outros) e a teoria do capital humano (Becker, 1964; Davidsson e Honig, 2003).

#### **2.1.1 - Teoria Sócio-cultural**

A decisão de um indivíduo se tornar trabalhador por conta de outrem e a decisão em criar a sua própria empresa está condicionada por factores externos, ou seja, factores sócio-culturais. Estes factores podem determinar o espírito empresarial e a criação de empresas num determinado contexto geográfico.

São muitas as teorias dentro da abordagem sócio-cultural que pretendem explicar este fenómeno, mas as que mais se aplicam a este estudo são: a teoria do papel e a teoria das redes.

**i) Teoria do papel** – Esta teoria, também designada por teoria dos modelos (Veciana, 1999; Dinis, 2004), explica porque é que em certas zonas geográficas se criam mais empresas que

noutras. Nas zonas ou regiões onde existe um tecido empresarial importante abundam estes exemplos. Também se tem comprovado que ambientes familiares em que há ou já houve empresários (Cooper, 1986; Matthews e Moser, 1995), e que portanto, existem “papéis de empresário” existem mais probabilidades para o surgimento de novas empresas. Segundo Dinis (2004), é a existência de “modelos” que explica que em meios familiares onde há ou houve empresários seja mais provável que surjam empresários.

Esta teoria explica porque é que nas regiões industriais onde existe uma cultura empresarial se criam mais novas empresas e porque é tão difícil a criação de novas empresas noutras regiões.

Por outro lado, segundo Krueger (1993), as intenções empresariais são fortes e a decisão final em criar um negócio acontecem quando estes “papéis” afectam as atitudes dos indivíduos.

Esta teoria está estreitamente ligada à teoria de redes.

**ii) Teoria das redes** – Esta teoria parte da ideia que o empreendedorismo é incerto e se desenrola numa rede de relações pessoais, sociais e institucionais. A criação de uma nova empresa necessita e é favorecida através das relações entre o empresário, os recursos e as oportunidades. As relações numa rede podem referir-se a: (1) intercâmbio de informações entre várias pessoas; (2) intercâmbio de bens e serviços; e (3) intercâmbio de conteúdos normativos ou de expectativas que as pessoas na rede podem ter de outras devido a certas características ou atributos. Assim, distingue-se laços fortes, nível de dependência e a frequência ou reciprocidade das relações (Ussman *et al.*, 2002).

As relações entre o empresário, clientes, bancos, organismos públicos ou privados e familiares e amigos são os actores que constituem a base de uma rede empresarial. Sem dúvida, que a criação de uma empresa significa criar uma rede de relações com clientes, bancos, e outros actores. Portanto, o início e a continuação dessa rede de relações são algo inerente ao empreendedorismo. Contudo, a nível teórico tem-se explicado o fenómeno da criação de empresas baseado nas redes, onde se afirma que “a chave para o êxito empresarial está na habilidade em desenrolar e manter uma rede pessoal” (Johannisson, 1988), mas nunca esquecendo que a decisão de escolher o produto ou serviço, a estratégia, o sector industrial, entre outras características e atitudes do empresário, são factores de êxito determinantes de uma nova empresa.

Todavia, a investigação de Birley (1985) não confirmou a importância das redes na criação e êxito de uma empresa, salientando que os novos empresários utilizam mais as relações informais (familiares e amigos) do que as redes formais. Esta investigadora conclui ainda que “a informação sobre o papel das redes nas relações com novas empresas é escassa e anedótica”.

A formação e o desenvolvimento de redes pessoais e sociais reflectem um conjunto complexo de comportamentos humanos e este tipo de relacionamentos dependem fortemente do contexto particular nos quais eles estão envolvidos. Para Brown e Pattinson (1995), os comportamentos humanos dos membros de uma rede de negócios são os principais influenciadores no desenvolvimento e continuidade dos mesmos.

Apesar da dificuldade em analisar variáveis de contexto social dentro de uma perspectiva de redes, tem havido um elevado esforço em incorporar este tipo de elementos na área empresarial. Por exemplo, a teoria mais representativa de rede social deve-se a Johannisson (1990) cuja unidade de análise é o relacionamento entre duas pessoas. Num estudo desenvolvido por Shane et al., (1991), relativamente à questão da importância da criação de negócios, um empresário testemunhou: *“o melhor para mim foi ter sido ouvido e ter encontrado outras pessoas e descobrir que elas têm também os mesmos problemas que nós temos”*. Esta citação representou, segundo estes investigadores, o que Johannisson designa por dimensão social numa rede empresarial. Neste tipo de situação, referem-se os motivos para o desenvolvimento de uma relação com outras organizações, que são diferentes dos interesses provenientes do negócio propriamente dito. Johannisson (1986) vê, desta forma, uma rede pessoal como um dos recursos mais importantes para os empresários.

A agregação de redes pessoais em redes mais extensas pode ser analisada dentro das empresas (relações intra-empresas) ou entre empresas (relações inter-empresas). Estes laços inter-relacionados entre os actores formam uma rede social e estas relações sociais entre as empresas são resultantes dos relacionamentos entre os indivíduos envolvidos.

Num estudo desenvolvido por Labianca et al. (1998) adoptou-se a perspectiva de rede social e concluiu-se que os relacionamentos inter-pessoais não ocorrem isoladamente. Estes relacionamentos estão envolvidos dentro de uma rede e a sua interacção pode afectar as

percepções dos outros. O estabelecimento de relacionamentos inter-pessoais formam e alteram a estrutura social global de uma organização e este tipo de estrutura social é influenciada pelos relacionamentos formados entre os indivíduos.

De acordo com Clarke e Hallsworth (1994), as redes empresariais são constituídas por relações sociais entre os membros individuais e estes relacionamentos são importantes, porque podem influenciar as suas atitudes e os seus padrões de comportamento. Para estes investigadores, os aspectos chave dos relacionamentos numa rede são a forma do próprio relacionamento e o conteúdo pelo qual são personificados: as redes podem envolver relações de transacção; a comunicação de mensagens; expressões de sentimento em relação aos outros; relações de amizade e/ou parentesco ou relações descendentes. Neste sentido, as redes pessoais e sociais são importantes no processo empresarial, já que a informação necessária para materializar negócios é transferida para o empresário, muitas vezes, através da existência destas redes sociais e pessoais.

Todos estes tipos de relacionamentos podem assumir diversas formas e podem ser importantes fontes de informação quer ao nível tecnológico, quer ao nível social relativamente às actividades organizacionais. Para Hansen (1995), os relacionamentos entre os empresários e os seus membros dentro da rede e entre os membros da rede com os empresários podem ser descritos como estruturas sociais e as interacções podem ser definidas como processos sociais. Assim, com base em perspectivas sócio-psicológicas, o processo empresarial pode ser o resultado de amizades ou de interacções sociais entre as pessoas, quer ao nível estratégico, quer ao nível operacional das organizações e as mudanças no processo são resultantes do grau de mudanças destas interacções sociais.

### **2.1.2 – Teoria Psicológica e dos Traços**

O empreendedorismo é visto como um fenómeno multidimensional, que incorpora elementos individuais, organizacionais e ambientais (Veciana, 1999; Davidson e Wiklund, 2001). A literatura sobre o tema mostra que os economistas estão preocupados principalmente com os efeitos do empreendedorismo e os psicólogos estão mais interessados nas origens desse mesmo

empreendedorismo. O perfil do empreendedor é por isso alvo de diversas abordagens, pois é considerado como um dos determinantes do empreendedorismo.

Um grande número de estudos empíricos, identificam certas características individuais que podem influenciar na decisão de um indivíduo se tornar empreendedor (Davidsson e Honig, 2003; Douglas e Shepherd, 2002; Parker, 2004, Shepherd e DeTienne, 2005; Kolvereid e Isaksen, 2007). No entanto, ainda se desconhece se determinadas características, tais como, traços de personalidade, o capital humano e a experiência prévia influenciam de facto um indivíduo a iniciar ou gerir uma empresa/organização.

Neste contexto, dentro do empreendedorismo, a teoria psicológica dominou o campo da investigação empírica nos anos setenta e oitenta. Esta abordagem não pretende saber quem é e como se define um empresário, mas sim, investigar um empresário “como pessoa de carne e osso que cria uma empresa”, e depois decidir se as investigações se baseiam no que se tem denominado por um “conceito empírico de empresário” (Veciana, 1980).

Na terminologia de Lakatos, citado por Veciana (1980), um empresário é a pessoa que (1) decide criar uma nova empresa e tem um perfil psicológico distinto do resto da população; e (2) têm um perfil psicológico distinto dos empresários com menos êxito.

A partir destas suposições, as investigações empíricas (e.g., Gorman, 1997) pretendem determinar quais são os traços psicológicos ou atributos, que diferenciam um empresário de um não empresário, e os empresários de sucesso dos empresários com menos êxito. Numerosos estudos têm sido dedicados a identificar os traços de personalidade comuns e partilhados pelos indivíduos que se tornam empreendedores, e também a diferenciá-los de outros tipos de indivíduos (Brockhaus 1982; Begley, 1995; Stewart *et al.*, 1998). O objectivo destes trabalhos é identificar os indivíduos com perfil de empresário, ou empresário de êxito, para assim se poderem estabelecer políticas de fomento à criação de empresas e emprego, como por exemplo, no meio educacional.

De assinalar, no entanto, que os resultados das numerosas investigações empíricas nem sempre são coincidentes sobre os traços psicológicos de um empresário. Por este motivo, ainda hoje se

questiona qual a metodologia e instrumentos utilizados nas investigações. Assim, alguns autores (por exemplo, Gartner, 1988) propõem abandonar a procura de traços e atributos que diferenciam os empreendedores dos que não são empreendedores, para explicar o sucesso das novas empresas. Muitas tentativas foram feitas, especialmente para atribuir traços de personalidade comuns aos empreendedores, a fim de chegar a um perfil psicológico distinto.

De facto, um empreendedor não é, de forma alguma, “emulável”, pelo menos não, num caso extremo, de forma massificada. No entanto, para que as características de um empreendedor possam ser desenvolvidas, afiadas, ou "implantadas" até um certo ponto em pessoas que já tenham alguma predisposição para tal, torna-se uma tarefa mais facilitada.

As numerosas investigações têm indicado que os principais traços psicológicos e motivações para se tornar empresário são os seguintes: (1) necessidade de independência; (2) realização pessoal, energia e desenvolvimento da iniciativa pessoal; (3) controlo interno; (4) propensão para assumir riscos; (5) pessoa insatisfeita ou marginalizada; (6) intuição e visão do futuro; e (7) tolerância à ambiguidade (Veciana, 1999; Davidsson e Wiklund, 1999; Vecchio, 2003).

Vários estudos referentes aos traços de personalidade verificaram que a necessidade de realização e independência são características comuns dos empreendedores (Begly, 1987; Shaver, 1991; Davidsson e Wiklund, 1999). Os indivíduos com elevada necessidade de realização terão mais tendência a criar o seu próprio emprego e estes preferem assumir todas as responsabilidades e resolver todos os problemas sozinhos, para depois poderem imediatamente “colher os frutos” de todo o seu esforço. Alguns estudos realizados (Begly, 1987; Miner, 1997) têm confirmado esta teoria, existindo assim uma frequente ligação com o crescimento do empreendedorismo. Outros estudos chegaram a conclusões contraditórias, no entanto, descobriram, por exemplo, que os traços de personalidade são compartilhados por outros grupos de indivíduos, tais como gerentes e gestores (Brockhaus e Horwitz 1986).

A capacidade de assumir riscos também foi uma variável analisada em vários estudos (Brockhaus, 1982; Masters, 1988). Os resultados foram variados e contraditórios, mas permitem alguma viabilidade. A aversão ao risco ou a alta propensão para assumir riscos são factores que influenciam um indivíduo a iniciar ou não um negócio. Esta última característica é necessária

para a autonomia, que é frequentemente vista como estando relacionada com a motivação empresarial, como um desejo de independência e auto-determinação. Nestes estudos verificou-se também que a capacidade para assumir riscos pessoais e empresariais é bastante reprimida em grandes empresas.

No entanto, Shaver e Scott (1991) consideram a necessidade de realização a única variável que influencia o início de um novo empreendimento. Begley e Boyd (1987) confirmam que os empreendedores são mais propensos a assumir riscos que os gestores. No entanto, o estudo de Masters e Meier (1988) contraria esta convicção generalizada de que os empreendedores são mais propensos ao risco do que os gestores. Estes investigadores consideram como empreendedor apenas aquele que possui e gere um negócio. Deste modo, talvez o resultado surpreendente que obtêm resulte de excluírem este da análise do empreendedorismo.

De facto, o empreendedor é considerado como tendo um grau de aversão ao risco baixo. As organizações com espírito empreendedor são simultaneamente inovadoras e financeiramente adversas ao risco, procurando através da diversificação e da promoção de vários projectos diferentes, a minimização do risco (Stevenson e Gumpert, citados em Veciana, 1997: 15).

Todas as tentativas de associar estes factores com os empresários, apresentam vários resultados. A falta de resultados consistentes pode ser devida às diferentes metodologias conceptuais e teóricas que caracterizam o estudo (Delmar, 2000; Shane *et al.*, 2003). Além disso, não existe uma causalidade evidente entre características e espírito empresarial, ou seja, não está claro se tais características são a causa ou o efeito da actividade empresarial.

Assim, supõe-se que todas as características, atitudes e opiniões do empresário não são influenciadas por qualquer experiência que tenha tido com o início de uma empresa. Este pressuposto, não é similar de indivíduo para indivíduo, porque estes raramente exibem o mesmo comportamento ao longo do tempo e em diferentes situações (Gartner, 1989). Ignora-se também os conhecimentos da ciência comportamental, como a personalidade, o perfil e os atributos, que representam variáveis estáticas. Assim, não é possível criar um perfil empresarial, pois não se pode ter somente em consideração os traços de personalidade de cada indivíduo (Davidsson, 1995).

A maior parte da actividade empresarial ocorre num contexto situacional, em reacção aos sinais ou estímulos das actividades empresariais, mas determinados indivíduos respondem mais fortemente que outros (Shane e Venkataraman 2001). Para obter um perfil mais exacto do empreendedor, é necessário ter em conta as circunstâncias individuais. A abordagem psicológica tem sido criticada porque não tem focalizado os traços gerais de personalidade e preocupa-se mais com a abordagem cognitiva (Davidsson, 1995). Por outro lado, os traços de personalidade representam recursos pessoais que podem ser deliberadamente utilizados como qualificações e podem ser incorporados em processos de negócio.

### **2.1.3 – Teoria do Capital Humano**

O carácter situacional das decisões de arranque está a ser cada vez mais realçado na teoria do capital humano, que inicialmente foi concebida como uma sub-disciplina da economia neoclássica. Nesta perspectiva, a capacidade de um indivíduo iniciar uma actividade não é determinante, mas sim o potencial comercial do indivíduo no que diz respeito às diferentes alternativas de carreira. Embora esta teoria esteja essencialmente preocupada com os empregados não independentes, vários estudos têm revelado a sua transferência e aplicabilidade no domínio da investigação empresarial. Adoptando esta abordagem no que diz respeito aos empreendedores e à decisão de iniciar uma empresa, o capital humano assume um papel central.

Preisendörfer e Voss (1990) distinguem duas formas de capital humano relevantes para o empreendedor: experiência relevante da indústria e experiência empresarial. As indústrias específicas de capital humano são necessárias devido à importância crítica de produtos, serviços e conhecimentos relevantes de mercado e uma capacidade para avaliar o potencial de mercado para a criação de uma empresa e os seus produtos comerciais. Além disso, os empresários com experiência no mesmo ramo/sector que a sua actual empresa terão uma rede de contactos mais forte. A experiência empresarial prévia, é um dos factores de melhor desempenho empresarial (Singer, 1995). Os empreendedores experientes têm mais probabilidades de evitar erros do que empreendedores sem essa experiência empresarial.



A teoria do capital humano argumenta que o conhecimento aumenta as capacidades cognitivas dos indivíduos e aumenta e torna mais eficiente a produção (Davidsson e Honig, 2003; Leitão e Franco, 2009). No processo empresarial, as pessoas devem também ter capacidade para explorar novas oportunidades. Colombo e Grilli (2005) salientam que os indivíduos com maior capital humano são susceptíveis de ter mais capacidade empresarial.

Por outro lado, várias pesquisas referentes à teoria do capital humano, mostram que existem várias perspectivas, mas nenhuma delas está completamente correcta. Por exemplo, Davidsson e Honig (2003) sugerem que o capital humano pode ser influenciado por vários factores, tais como a persistência e a educação.

Gimeno *et al.* (1997) mostraram que a relação entre a persistência e a educação não é linear, porque se existir um aumento no desempenho do capital humano a persistência não aumenta. Como foi assinalado por Bosma *et al.* (2004), os resultados obtidos pelas empresas não são apenas determinados pelos empresários, mas também pelas circunstâncias, pela “sorte” e pelo seu capital individual.

De acordo com Bartlett e Ghoshal (2002), um dos principais objectivos da partilha do conhecimento, é o desenvolvimento do capital humano. Hsu (2007) concluiu que, quanto mais formação um indivíduo tiver, melhor é o seu desempenho na actividade profissional.

Davidsson e Honig (2003) defendem também a teoria do capital humano, porque esta pode determinar a entrada para o empreendedorismo e eles encontraram evidências que esta entrada origine uma situação bem sucedida. Variáveis como, a educação, a experiência prévia e os antecedentes familiares, influenciam o arranque de actividades empreendedoras ao longo do tempo.

De acordo com a teoria do capital humano, os indivíduos investem em si mesmos, a fim de aumentar os seus rendimentos. Investir no capital humano significa também que oportunidades empresariais lucrativas podem ser alcançadas. No entanto, os resultados empíricos dos estudos sobre o efeito positivo do capital humano sobre o espírito empresarial são pouco homogéneos (Gimeno *et al.*, 1997).

Tal como referido anteriormente, o papel da teoria do capital humano a nível individual e empresarial tem sido um enfoque teórico bastante referenciado na literatura nesta área de investigação. Visto que as abordagens baseadas em traços de personalidade são incapazes de explicar adequadamente as razões subjacentes à actividade empresarial, a teoria do capital humano pode fornecer substancialmente mais conhecimentos. Isto porque o ensino superior, a experiência empresarial e o conhecimento da indústria/sector não são somente os factores que influenciam a iniciativa empresarial. Pelo contrário, com base nesta perspectiva, o indivíduo conscientemente avalia o seu capital de recursos humanos quanto ao seu potencial para um impacto positivo. A decisão de se tornar empreendedor é, assim, o resultado de uma decisão consciente, tendo em conta o seu capital humano e experiência, em vez de certos traços de carácter fixo.

#### **2.1.4 - Síntese sobre as Principais Teorias**

O quadro teórico a adoptar neste estudo enquadra-se numa abordagem do capital humano, em aproximação com o empreendedorismo. De facto, o capital humano engloba um conjunto de habilidades e conhecimentos com diferentes graus de transferibilidade (Castanias e Helfat, 1992). Os investigadores têm explorado a relação dos “inputs” do capital humano acumulados por empresários em relação aos “outputs” como seja a decisão de ser trabalhador independente. Por sua vez, Davidsson e Honig, (2003) têm feito uma abordagem no sentido de concluir se empresários com mais (ou qualidade mais alta) de “inputs” de capital humano contribuem para “outputs” superiores.

A figura seguinte mostra as perspectivas teóricas sobre o estudo do empreendedorismo e as principais variáveis que podem estar ligadas à teoria do capital humano, adoptados para a presente investigação.

**Figura 2.1– Perspectivas Teóricas, Variáveis sobre o Estudo do Empreendedorismo e Teoria do Capital Humano**

<b>T. Redes</b>	<b>T. Psicológica e dos Traços</b>	<b>T. Sócio-cultural</b>	<b>T. Capital Humano</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investimentos</li> <li>- Recursos</li> <li>- Laços entre empresas</li> <li>- Incerteza</li> <li>- Poder e controlo</li> <li>- Dependência</li> <li>- Confiança</li> <li>- Compromisso</li> <li>- Reputação</li> </ul>	<p>Traços de personalidade;</p> <p>Psicodinâmica da personalidade do empresário;</p> <p>Adaptabilidade;</p>	<p>Papéis e modelos;</p> <p>Redes pessoais, sociais e institucionais;</p> <p>Família e amigos;</p>	<p>Educação;</p> <p>Intuição do empresário;</p> <p>Actividades inovadoras;</p> <p>Resolução de problemas;</p> <p>Descoberta de novas soluções;</p> <p>Soluções criativas;</p> <p>Experiência;</p>

**Fonte:** Adaptado de Veciana (1999: 16) e Leitão e Franco (2009)

## **2.2 - Empreendedorismo: Conceito, Caracterização e Contribuições**

Ao estudar um dos pontos principais do presente trabalho, as intenções empreendedoras dos estudantes, é necessário clarificar alguns conceitos e termos, com vista a uma melhor compreensão deste fenómeno. Assim, torna-se pertinente analisar primeiramente o conceito de empreendedorismo, bem como a figura do empreendedor.

Numa reflexão mais profunda sobre os termos, facilmente se constata que não existe uma definição universal e consensual de empreendedorismo e de empreendedor. Pelo contrário, verifica-se a existência de um grande número de investigadores com visões próprias dos conceitos, em muito derivadas da área de investigação e das escolas de origem de cada um (David *et al.*, 2001).

Uma das definições mais aceite hoje em dia é dada pelo estudioso de empreendedorismo, Robert Hisrich que, em 1990, definiu o empreendedorismo como “o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e

sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas de satisfação económica e pessoal” (Barreto, 1998). A satisfação económica é o resultado de um objectivo alcançado (um novo produto ou empresa, por exemplo) e não um fim em si mesma.

Ainda de acordo com Barreto (1998), pode definir-se empreendedorismo enquanto habilidade de criar e construir algo a partir do pouco. Neste sentido, empreender relaciona-se, por um lado, com a criatividade e, por outro, com a detenção e aplicação de competências de forma produtiva. O empreendedorismo representa, actualmente, uma forma importante de inserção do indivíduo no ambiente sócio-económico.

Já o termo empreendedor (*entrepreneur*) surgiu na França, por volta dos séculos XVII e XVIII, com o objectivo de designar aquelas pessoas ousadas que estimulavam o progresso económico, mediante novas e melhores formas de agir.

A primeira definição de empreendedor surgiu por volta de 1730 a partir das ideias de Cantillon, que via o empreendedor como aquele que comprava matéria-prima por um preço certo para revendê-la por um preço indefinido, obtendo lucro (Veciana, 1989).

Um século mais tarde, Jean-Baptiste Say cunhou o termo “*entrepreneur*”, conferindo-lhe o papel de transferir recursos económicos de um sector de produtividade mais elevado e de maior rendimento, ou seja, aquele “*indivíduo que, na sua busca pelo êxito perturba e desorganiza o status quo do sistema económico*” (Pereira, 1995: 12). Segundo Silva (1996), Say pode ser considerado o pai do que hoje se chama de empreendedorismo/empreendedor.

A palavra empreendedor foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter, em 1950, como sendo uma pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Mais tarde, em 1967 com Kenneth E. Knight e, em 1970, com Peter Drucker foi introduzido o conceito de risco; uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio. E, em 1985, com Gifford Pinchot foi introduzido o conceito de intra-empreendedor, uma pessoa empreendedora mas dentro de uma organização (Pereira, 1995)

.

Posteriormente, Drucker (1970), considerado “o pai da administração moderna”, é quem amplia a definição proposta por Jean-Baptiste Say, descrevendo os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar as mudanças. Os empreendedores não se devem limitar aos seus próprios talentos pessoais e intelectuais para levar a cabo o acto de empreender, mas mobilizar recursos externos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar os seus objectivos.

Actualmente, uma das definições mais abrangente encontrada na literatura é de Fillion (1999), ao referir que o empreendedor *“é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”*. Este autor salienta também, que os empreendedores são pessoas que aproveitam as oportunidades com a perspectiva de obter lucros, assumindo os riscos inerentes (...) associa-se empreendedores à inovação e vêem-se como agentes da mudança. Apesar do aumento de investigações sobre o tema, Fillion (1999) conclui que ainda não se estabeleceu um perfil aplicável à área de negócios que pudesse identificar os empreendedores em potencial. Porém, este autor identificou na literatura quatro características comuns que os fazem ser bem sucedidos ou se destacarem. Uma das grandes diferenças entre o empreendedor e as outras pessoas que trabalham em organizações é que o empreendedor define o objecto que vai determinar o seu próprio futuro . O empreendedor é, com frequência, considerado uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócios, os nichos de mercado e que sabe organizar-se para progredir. Ele salienta também que o empreendedorismo pode ser ensinado, sob condições diferentes daquelas propostas pelo ensino tradicional, cujo enfoque é a formação de gerentes/gestores. Para Fillion (2000), o verdadeiro ambiente do aluno empreendedor é o próprio mercado.

Um dos principais estudiosos sobre a identificação das características empreendedoras foi McClelland (2002), que após muitos anos de estudo criou um modelo com 55 questões para verificar quais as características que se destacam mais num empreendedor. Este investigador chegou à classificação de dez características principais (Figura 2.2).

**Figura 2.2 – Características Principais de um Empreendedor**

<b>Características</b>	<b>Descrição</b>
<i>1) Procura de oportunidades e iniciativa</i>	O indivíduo faz as coisas antes de ter sido solicitado ou antes de ser forçado pelas circunstâncias; expande os negócios para novas áreas de actuação; aproveita realmente as oportunidades que surgem.
<i>2) Persistência</i>	Enfrenta os desafios das mais variadas formas e quantas vezes forem necessárias para superar os obstáculos.
<i>3) Comprometimento</i>	Sacrifica-se e faz qualquer esforço para completar uma tarefa; colabora sempre com os empregados para que o trabalho seja terminado; faz qualquer coisa para manter o seu cliente.
<i>4) Exigência de qualidade e eficiência</i>	Procura novas formas de fazer melhor, de fazer mais rápido ou mais barato; faz as coisas de forma que supere os padrões de excelência; assegura que o seu trabalho será feito no tempo e com a qualidade exigida.
<i>5) Correr riscos calculados</i>	Avalia e discute as alternativas; procura manter sempre o controlo da situação para reduzir os riscos; envolve-se em situações de riscos moderados.
<i>6) Estabelecimento de metas</i>	Os objectivos e metas têm um significado pessoal; as metas são claras, objectivas e definidas a longo prazo; as metas estabelecidas a curto prazo são mensuráveis.
<i>7) Procura de informações</i>	Procura pessoalmente todas as informações possíveis sobre o ambiente em que está inserido; busca auxílio de especialistas para obtenção de assessoria técnica ou comercial.
<i>8) Planeamento sistemático</i>	Divide as tarefas de grande porte em sub tarefas com prazos definidos; revê frequentemente os seus planos, observando as diversas variáveis que possam influenciar; faz uso de registos financeiros para a tomada de decisões.
<i>9) Persuasão e rede de contactos</i>	Discute estratégias antecipadamente para influenciar e persuadir os outros; utiliza-se de pessoas-chave para atingir os próprios objectivos; está sempre desenvolvendo e mantendo relações comerciais.
<i>10) Independência e auto confiança</i>	Procura autonomia sobre normas e controles de outros; mesmo diante de resultados adversos mantém sempre o seu ponto de vista; demonstra confiança da sua própria capacidade.

**Fonte:** Adaptado de McClelland (2002)

Segundo Dolabela (1999), as características empreendedoras podem variar do tipo de negócio, ou até mesmo do momento em que as empresas se encontrem. Assim, o autor sugere que se

identifique no potencial empreendedor a existência ou não das características necessárias para um negócio futuro, pois no caso de existir, devem-se desenvolver para que a pessoa tenha melhores condições de obter sucesso, e no caso da inexistência destas características, deve-se aplicar uma metodologia adequada para que a pessoa tenha condições de adquiri-las e desenvolvê-las.

Neste sentido, como possível solução para esta questão, Dolabela (1999: 72-73) apresenta um modelo criado por Fillion, onde nos mostra um conjunto de actividades que o empreendedor necessita desenvolver para atingir os seus objectivos, vinculando-as às características das pessoas, e principalmente, à aprendizagem envolvida, conforme figura abaixo:

**Figura 2.3 - Actividades Necessárias ao Desenvolvimento do Empreendedor**

<b>Actividades</b>	<b>Características</b>	<b>Aprendizagem</b>
<b>Descoberta de oportunidades</b>	Faro, intuição	Análise sectorial. Conhecer as características do sector, os clientes e os concorrentes
<b>Concepção de visões</b>	Imaginação, independência, paixão	Avaliação de todos os recursos necessários e dos respectivos custos
<b>Tomada de decisões</b>	Julgamento, prudência	Obter informações, saber minimizar o risco
<b>Realização de Visões</b>	Diligência (“saber-se virar”), tenacidade	Saber obter informações para realizar ajustes contínuos
<b>Utilização de equipamentos</b>	Destreza	Técnica
<b>Compras</b>	Acuidade	Diagnóstico do sector, compras
<b>Projecto e colocação do produto/serviço no mercado</b>	Diferenciação, originalidade	Marketing, gestão
<b>Vendas</b>	Flexibilidade para se ajustar aos clientes e circunstâncias, procurar feedback	Conhecimento do cliente
<b>Formação da equipa e conselheiros</b>	Ser previdente, projecção a longo prazo	Gestão de recursos humanos, saber partilhar
<b>Delegação de tarefas</b>	Comunicação, capacidade de aprender	Gestão de operações

**Fonte:** Criado por Fillion (1999), adaptado a partir de Dolabela (1999).

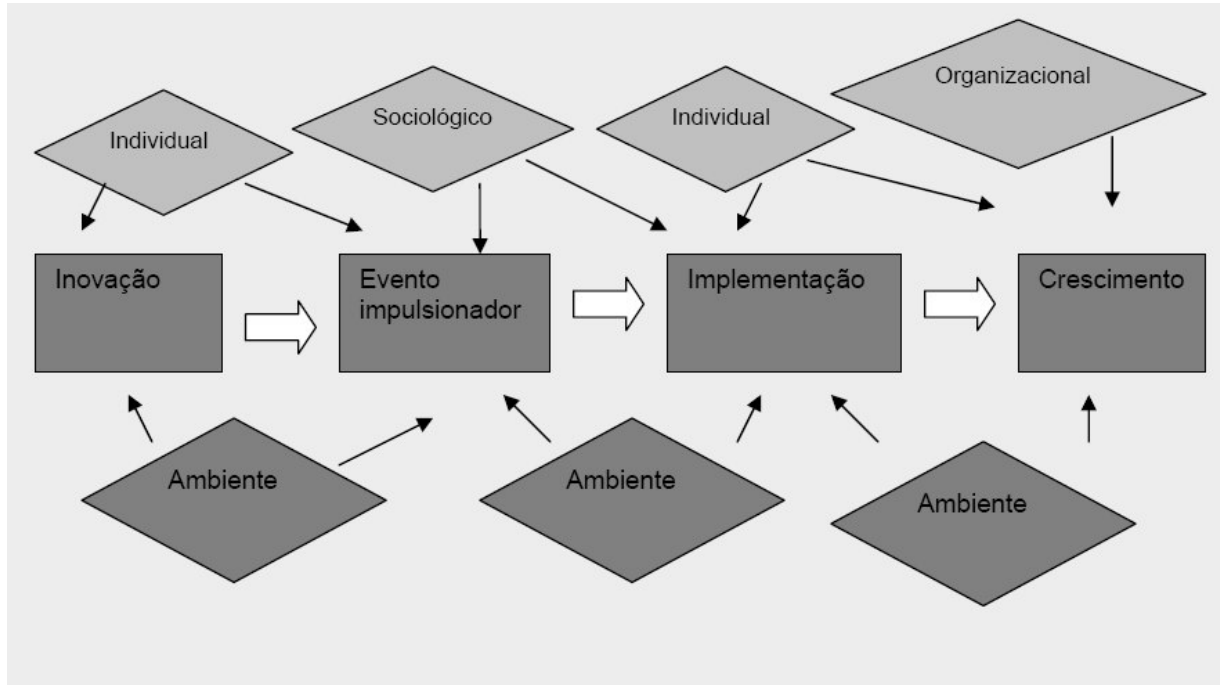
Neste sentido, partindo destas concepções pode-se também definir o empreendedor como sendo um ser criativo, capaz de transformar os sonhos em realidade, fazendo uso, para tal, de um conjunto de habilidades e competências próprias que, de acordo com David *et al.* (2001), quando não são detidas pelo indivíduo podem ser apreendidas e desenvolvidas de um modo consistente.

O empreendedorismo é pois um fenómeno multidimensional que abrange diversas áreas. Assim, Venkataraman (2004) refere que implica conhecer quais as características do meio envolvente que influenciam a decisão de empreender, as características das oportunidades empreendedoras (Christensen, 1997), e também o papel da motivação humana no empreendedorismo (Carroll e Mosakowski, 1987). Por outro lado, Locke (2000) refere que a acção humana é resultado de factores motivacionais e cognitivos incluindo o talento, a inteligência e as capacidades. Complementando, Shane *et al.* (2003) referem que o empreendedorismo não depende apenas de factores humanos, assumindo-se que os factores externos também desempenham o seu papel. Segundo David *et al.* (2001), há que desenvolver programas de ensino e de aprendizagem que contemplem o desenvolvimento interpessoal e intra pessoal, em paralelo com a geração de ideias, negociação, desenvolvimento estratégico, desenvolvimento de produtos, tomada de decisões e resolução de problemas. Estes últimos aspectos serão também considerados objecto de estudo neste trabalho.

Bygrave (2003) refere ainda que os factores críticos para a criação de empresas são três: o individual, o sociológico e o ambiental. Na figura 2.4 estes factores são esquematizados para um entendimento do que o autor chama de processo empreendedor. O autor reforça que a descoberta de novas oportunidades só é possível em ambientes no qual a actividade empreendedora é estimulada.



**Figura 2.4 - A Influência do Ambiente no Processo Empreendedor de Bygrave**



**Fonte :** Adaptado de Bygrave (2003: 3)

### 3 – MODELOS DE INTENÇÃO EMPRESARIAL

#### 3.1 – Abordagem sobre Intenções Empresariais

Os modelos da intenção empresarial foram delineados por Ajzen (1991) e por Shapero (1984) e estes modelos são de particular interesse para identificar novos empreendimentos/negócios. Estes modelos tentam explicar ao indivíduo se é ou não vantajoso apostar num projecto empresarial, analisando os vários factores que influenciam a criação de novos empreendimentos. Está comprovado que, se um indivíduo possui elevada capacidade de planeamento e se essa capacidade for rara (difícil de observar e imprevisível) este indivíduo pode tornar-se num excelente empreendedor. A intencionalidade é típica de novas empresas, embora o *timing* de lançamento de uma nova empresa não seja planeado, ou seja, pode surgir uma oportunidade repentina (Krueger *et al.*, 2000). Como já referido neste trabalho, o comportamento empresarial é frequentemente e fracamente afectado por factores exógenos situacionais ou individuais (características ou traços demográficos da personalidade).

Assume-se que muito do comportamento empresarial é planeado, pois um indivíduo não se torna empreendedor apenas como resposta a um estímulo situacional. Em particular, as decisões de um indivíduo (observadas também na teoria do capital humano) são planeadas e não surgem de modo a dar resposta aos seus estímulos. Elas reflectem um processo no qual crenças, intenções e atitudes evoluem, enquanto processamos cognitivamente opiniões com o conhecimento e experiências adquiridas (Davidsson, 1995).

Ajzen (1991) refere que a teoria do comportamento planeado pode explicar o comportamento empresarial, atribuindo importância à forma pela qual as intenções surgem. A teoria da acção racional, por outro lado, postula dois principais elementos envolvidos na formação de intenções. Neste sentido, Ajzen (1991) discute que a teoria do comportamento planeado tem três antecedentes cruciais para explicar as intenções empresariais. Dois deles reflectem a percepção do desejo de realizar o comportamento: atitude em relação aos comportamentos e normas sociais percebidas. O terceiro elemento prende-se com a percepção de controlo do comportamento, isto

é, reflecte a percepção e a viabilidade de realizar o comportamento e está relacionada com a percepção de auto-eficácia.

A atitude em relação ao comportamento é baseado numa previsão das acções futuras e as acções previstas e percebidas nessa previsão são consideradas favoráveis. Contudo, uma vasta gama de traços de personalidade e capacidades influenciam fortemente esta previsão.

Ainda, para Ajzen (1991), o segundo elemento percebido pelas normas sociais prende-se com as atitudes e os comportamentos que os indivíduos pensam realizar, tendo em conta a pressão social, pois estes tentam abster-se a atitudes penalizadas pela sociedade. As normas sociais que decorrem das atitudes dos indivíduos com influência sobre uma pessoa em questão podem ser vantajosas para apoiar activamente uma empresa empreendedora. Embora vários estudos tenham demonstrado que os modelos empresariais têm apenas uma pequena influência directa sobre a actividade empresarial (Scott e Twomey, 1988), a influência subjectiva indirecta de modelos sobre atitudes e opiniões não deve ser subestimada (Krueger, 1993).

O terceiro elemento, o controlo comportamental, representa o controlo percebido sobre as acções a realizar. Aqui o foco é sobre expectativas ou avaliações subjectivas quanto ao potencial de sucesso, que cumpram os requisitos numa determinada acção, não esquecendo que a experiência, as características, os recursos e o capital humano podem influenciar positiva ou negativamente o controlo comportamental (Krueger, 1993).

O modelo atrás referenciado (Ajzen, 1991) mostra que os dois componentes, comportamento e atitude em relação às normas subjectivas apenas influencia as intenções, enquanto que o controlo comportamental tem um impacto directo sobre a acção. Os estudos empíricos efectuados têm demonstrado que uma acção só é efectuada quando um indivíduo tem controlo e consciência de que consegue realizá-la em relação à viabilidade de iniciar um novo empreendimento/negócio. Trata-se de uma questão de percepção de oportunidades e da disponibilidade de recursos (Autio *et al.*, 2001).

Em contraste com o trabalho de Ajzen (1991), o modelo empresarial de Shapero (1984) foca directamente a actividade empresarial. Neste modelo, as intenções e atitudes também

desempenham um papel fundamental na decisão de criar um negócio empresarial. O modelo pressupõe que a inércia guia o comportamento humano e a inércia pode ser interrompida por uma alteração. Esta alteração é frequentemente negativa (por exemplo, perda do emprego ou insatisfação no trabalho), mas pode também ser positiva (por exemplo, ganhar a lotaria, receber uma herança) e tanto uma como a outra provocam mudanças no comportamento (Katz, 1992). A decisão para um novo negócio depende também da relação de credibilidade e dos comportamentos que permitam agir, tendo estes que ser desejáveis e praticáveis (Krueger et al., 2000). Assim, as intenções para iniciar um negócio derivam de percepções e de uma propensão para agir de acordo com as oportunidades, sendo a percepção a capacidade para atrair uma empresa para determinado local. Ambos os aspectos dependem, em grande medida, da experiência prévia e da formação do indivíduo no que diz respeito à actividade empresarial. Esta informação é normalmente recolhida em estudos empíricos, onde se questiona se pais ou amigos estiveram ou estão envolvidos em negócios empresariais, bem como atitudes em relação ao empreendedorismo. Uma das críticas destes modelos é que só consideram apenas o tempo até à intenção de se tornar um empresário emergente, mas o indivíduo pode ter um grande potencial para a actividade empresarial sem as correspondentes ligações. Neste sentido, Shapero (1984), tendo em conta este fenómeno defende que o indivíduo age conforme a sua vontade própria.

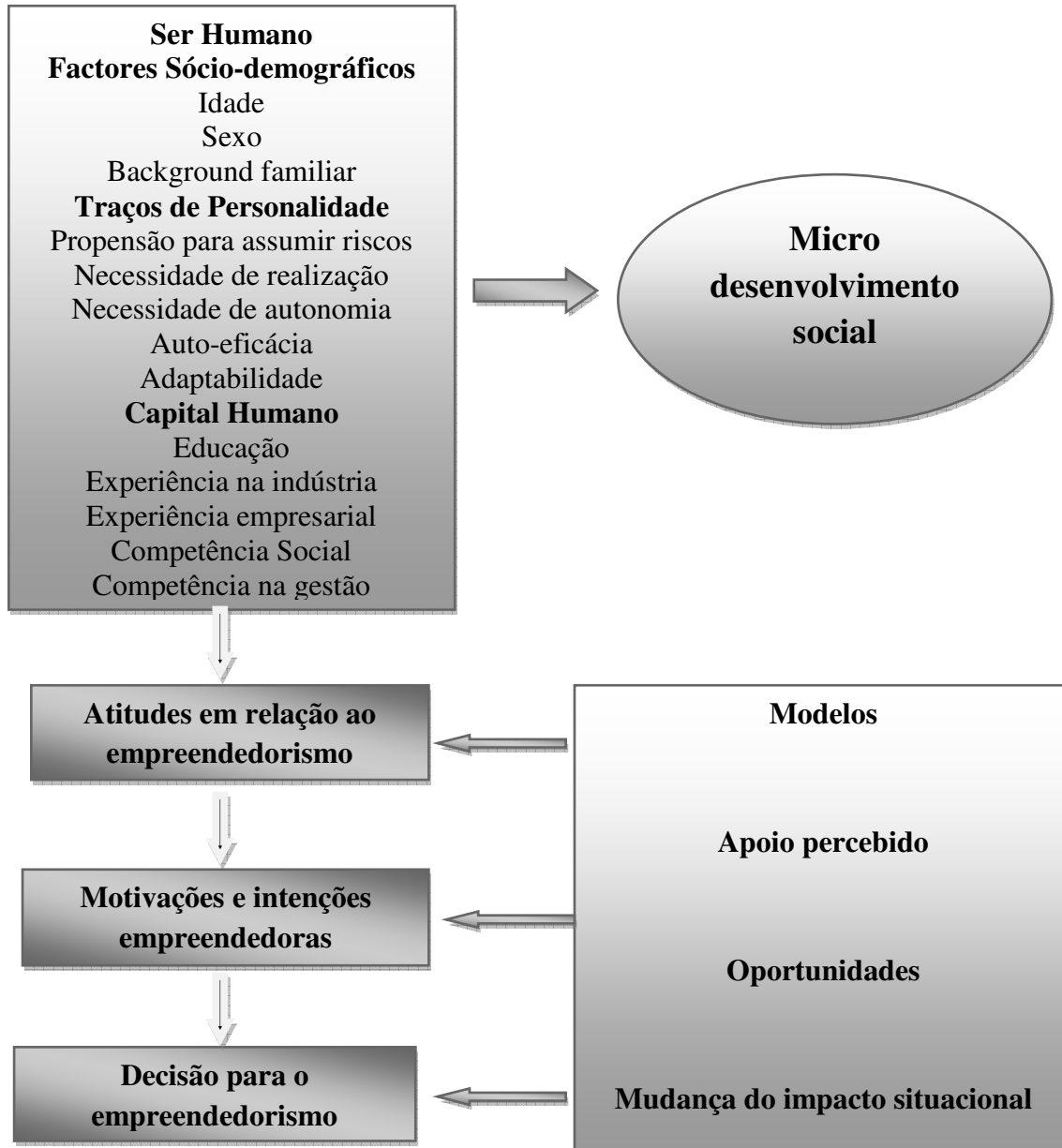
Embora nenhuma destas abordagens proporcione uma explicação completa, quando aplicadas simultaneamente, elas prestam um melhor entendimento do comportamento e intenção profissional e empresarial. Os modelos das intenções empresariais e profissionais têm sido modificados e testados por vários pesquisadores desde a década de 1990 (Davidsson, 1995; Kolvereid, 1996; Autio *et al.*, 2001; Krueger *et al.*, 2000; Peterman, 2003), onde identificaram uma intenção explícita significativa em iniciar um negócio, os indivíduos com experiência prévia e com determinados factores sócio-demográficos.

Com base nas teorias já delineadas e nestes modelos, pode afirmar-se que determinados factores sócio-demográficos, os traços de personalidade, o capital humano, e as disposições têm um impacto positivo sobre as atitudes em relação ao empreendedorismo. De acordo com algumas características e atitudes, é indicado que vários indivíduos possuem características diferentes e, assim, seguem diferentes motivações empresariais e profissionais. Como consequência, existem

sempre diferenças de empreendedor para empreendedor, pois cada indivíduo apresenta características e atitudes, que um outro empreendedor poderá não possuir (Gartner, 1988).

O diagrama abaixo fornece uma visão geral das atitudes em relação ao empreendedorismo, que pode ter impacto sobre a motivação de um indivíduo se tornar, ou não, um empresário (Figura 3.1).

**Figura 3.1 - Determinantes na Decisão Empresarial**



**Fonte:** Adoptado de Wagner (2006)

Em suma, embora nenhuma determinante apresentada neste diagrama possa ter em conta todos os aspectos da decisão empresarial e as motivações por detrás dela, esta abordagem tem em conta várias dimensões, oferecendo assim um quadro teórico útil para a identificação de vários

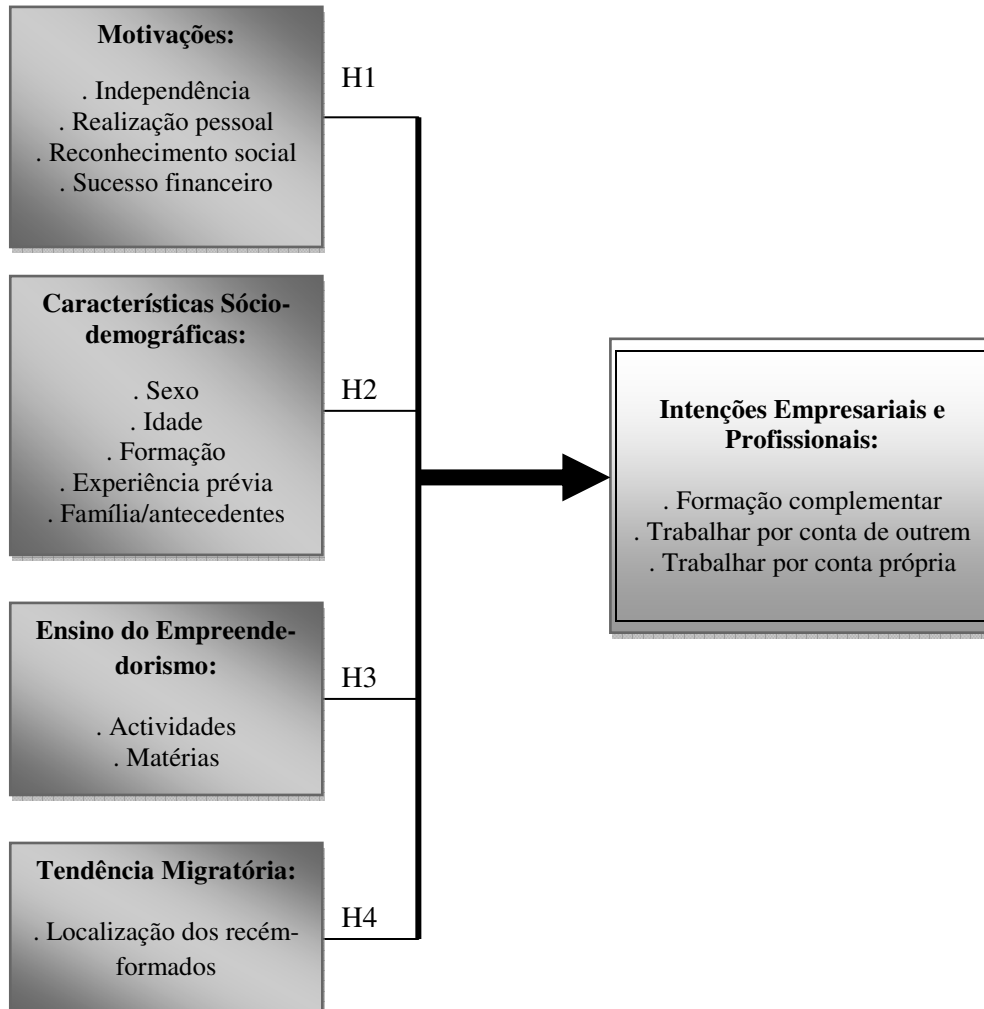
factores determinantes na intenção e decisão empresarial. Este enfoque teórico servirá também de base para a proposta do modelo a aplicar na presente investigação

## **3.2 - Modelo Proposto e Hipóteses de Investigação**

### **3.2.1 Modelo Proposto**

Partindo do enquadramento teórico sustentado em diferentes linhas de pensamento e com distintos enfoques, nomeadamente: teoria do capital humano e teorias ligados ao empreendedorismo (enfoques psicológico e dos traços de personalidade, sócio-cultural, ... ), bem como a descrição dos modelos de intenção empresarial, já referenciado, será proposto um modelo conceptual (Figura 3.2) que descreve os componentes que permitem sintetizar o estudo das atitudes e intenções profissionais e empresariais dos estudantes universitários. De facto, tendo em conta os objectivos explicitados, bem como a revisão da já literatura apresentada, concebeu-se um modelo, cujo foco central reside em várias dimensões e variáveis, como se verifica a seguir.

**Figura 3.2 – Modelo Conceptual de Análise**



### 3.2.2 - Hipóteses de Investigação

Para além dos próprios traços de personalidade de cada indivíduo, diversos investigadores indicam que existem outros factores e antecedentes que podem influenciar o comportamento empreendedor dos estudantes universitários. Especificamente neste subponto, é importante analisar a atitude empreendedora dos estudantes universitários, sendo essa análise baseada em variáveis relevantes, tais como:



## **i) Motivações**

*Motivações para a actividade profissional e empresarial.* Devido aos baixos salários, instabilidade no mercado de trabalho e oportunidades de formação que têm vindo a ser oferecidas, bem como outras contribuições de âmbito social, a probabilidade dos estudantes universitários irem trabalhar numa pequena empresa, não é tão elevada como aparentemente parece ser numa grande empresa. Por conseguinte, as vantagens em começar uma actividade profissional numa pequena e média empresa (PME), onde existe um elevado grau de satisfação e um nível elevado de integração em processos de gestão, muitas vezes, não são suficientemente mencionados na literatura. Aliás, os estudos de Bannock e Daly (1994) mostram que a preferência dos licenciados na sua actividade profissional está mais direccionada para grandes empresas ou em empresas já estabelecidas. Por exemplo, na Alemanha, cuja procura de mão-de-obra qualificada é elevada em novas empresas inovadoras, o desejo de ser trabalhador neste tipo de empresas tem sido escasso.

Existe muita investigação, em diferentes contextos e países, sobre as razões de criar um negócio. Todavia, dentro dos estudos efectuados, as razões mais vezes apontadas para comparar entre trabalhar por conta de outrem ou por conta própria são: a realização pessoal (Gatewood et al., 1995; Carter et al., 2003), o reconhecimento social (Birley e Westhead, 1994; Carter et al., 2003), o sucesso financeiro e elevado salário (Shane et al., 1991; Carter et al., 2003), a aprendizagem, ganhar experiência e a necessidade de desenvolvimento pessoal (Birley e Westhead, 1994; Gatewood et al., 1995). Assim, a primeira hipótese será a seguinte:

***Hipótese 1:*** *As motivações dos estudantes universitários influenciam positivamente as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

## **ii) Características Sócio-demográficas**

*Sexo.* A investigação científica tem também mencionado os atributos sócio-demográficos como aspectos importantes para a escolha da actividade profissional e empresarial. Relativamente à diferença de género, múltiplos estudos indicam que existem diferenças nos traços de

personalidade entre os sexos, o que pode influenciar a intenção profissional. Por exemplo, diversas investigações indicam que os homens são mais dominantes e que estão mais orientados para o empreendedorismo que as mulheres (Davidsson, 1995; Matthews, 1995, Reynolds et al., 2004). Vários estudos têm também revelado que os homens mostram uma maior preferência para o emprego por conta-própria do que a mulher (Grilo e Irigoyen, 2006). Por exemplo, na Alemanha, Caliendo *et al.* (2008) concluíram que mais de dois terços dos homens empresários são mais activos na actividade empresarial do que as mulheres, contudo, podem haver características similares entre homens e mulheres empreendedores. Por outro lado, existem investigações que concluem que existem diferenças baseadas no sexo/género entre empreendedores. Deste modo,

***Hipótese 2.1:*** *O sexo dos estudantes universitários está relacionado positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

*Idade.* Um outro factor referido na literatura diz respeito à relação entre a idade e o emprego por conta-própria. Todavia, na investigação de Evans e Leighton (1989) não foi encontrado uma relação estatisticamente significativa entre estes dois aspectos. Reynolds (1997) descobriu ainda que existe uma correlação negativa entre a idade e a taxa de criação de empresas. Todavia, conclui-se que os estudantes mais velhos, ao terem já desenvolvido algumas actividades profissionais, manifestam um maior desejo em vir a ser empresários ou mesmo trabalhar em novas empresas comparativamente aos mais novos. Neste contexto, uma outra sub-hipótese admite que:

***Hipótese 2.2:*** *A idade dos estudantes universitários está relacionada negativamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

*Formação.* Para ingressar no mercado de trabalho, a falta de experiência e prática dos estudantes são factores que pesam no momento de enfrentar a realidade profissional. Também o cenário turbulento e competitivo que caracteriza o mercado elegeu o talento das pessoas como o grande factor crítico de sucesso de uma organização. É unânime entre as empresas a importância de ter

talentos nos seus quadros profissionais. Talento significa capacidade inata ou adquirida de alguém que é habilidoso e perito na sua arte ou ciência. Para isso, os indivíduos procuram a formação académica, pois esta promove o amadurecimento e a formação integral, fornece-lhes conceitos teóricos e históricos, técnicas, e práticas vivenciadas e orientadas (Reynolds, 1997).

Segundo Mayo, citado por Franco (2007: 1311), “a aprendizagem é um processo pelo qual se integram conhecimentos, habilidades e atitudes para conseguir mudanças ou melhorias de conduta”. Franco (2007: 1314) corrobora esta perspectiva ao referir que a “aprendizagem individual se gera quando os indivíduos desenvolvem uma nova mentalidade, mudam a sua forma de entender as coisas e encaram as dificuldades de forma distinta”. A aposta na aprendizagem individual do empreendedorismo, com inteligência e criatividade, é uma parte fundamental da construção da competitividade – ao nível quer nacional, quer regional/local – que, através do conhecimento, originará riqueza. Assim,

***Hipótese 2.3:*** *O tipo de formação dos estudantes universitários está relacionado positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

*Experiência prévia.* A experiência prévia é vista como um indicador fundamental de capital humano (Castanias e Helfat, 2001), facilitando a adaptação a situações novas (Davidsson e Honig, 2003) e promovendo o aumento da produtividade (Parker, 2006). No estudo de Gimeno *et al.* (1997) é identificada uma relação positiva entre a experiência de trabalho e a criação de novas empresas.

A criação de uma empresa pode ser consequência do reconhecimento de uma oportunidade (Venkataraman, 2004; Shane e Venkataraman, 2000), onde são necessários recursos humanos, financeiros e capital social. Após o término da sua formação, os estudantes habitualmente não têm experiência profissional e não fazem parte de redes (*networks*) ligadas à actividade empresarial. Como concluíram Sternberg *et al.* (2007), existe uma correlação positiva entre o “know-how” profissional e a probabilidade de criar uma empresa. Wagner (2004) mostrou também empiricamente a importância da experiência profissional como um factor impulsionador

para a criação de um negócio. Neste sentido, Sorensen e Audia (2000) referem que, através de um contacto próximo entre um fundador da empresa, os trabalhadores têm a possibilidade de entrar na função empresarial. Por outro lado, a actividade profissional numa nova empresa pode, por conseguinte, ser interpretada como uma preparação para dar início à criação de um negócio alguns anos mais tarde. Deste modo, a seguinte sub-hipótese admite que:

***Hipótese 2.4:*** *A experiência prévia dos estudantes universitários está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

*Antecedentes familiares.* Um dos mais populares factores para a decisão de um indivíduo se tornar empreendedor é os antecedentes familiares (Delmar, 2000). A investigação sobre o contexto familiar dos empresários sugere uma relação com o surgimento de empreendedores. A evidência empírica para a ligação entre os antecedentes familiares e a intenção em se tornar empreendedor tem sido relatada em alguns estudos (Parker, 2004).

De facto, entre os múltiplos factores assinalados pela literatura para medir o comportamento empreendedor, os antecedentes familiares ocupam um lugar importante. Analisando esta variável, verifica-se que é provável que alunos com familiares envolvidos em actividades empresariais tenham maior probabilidade de vir a tornar-se empreendedores, comparativamente com aqueles cujos familiares não têm qualquer ligação à actividade empresarial (Crant, 1996). Assim,

***Hipótese 2.5:*** *A existência de empresários na família dos estudantes universitários está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

### **iii) Ensino do Empreendedorismo**

*Actividades e métodos de ensino ligados ao empreendedorismo.* A educação é um dos componentes frequentemente examinados do capital humano. Os investigadores Hatch e Dyer (2004) consideraram que a educação formal providencia habilidades cognitivas para a adaptação a mudanças ambientais, enquanto Cooper *et al.* (1994) identifica a educação como uma fonte de conhecimento, capacidades em lidar com problemas complexos, disciplina, motivação e autoconfiança. Por seu lado, os investigadores Arenius e DeClercq (2005) referem, nos seus estudos, que o conhecimento e os contactos sociais gerados pelo sistema de ensino podem ser aproveitados para adquirir recursos, para identificar e explorar oportunidades empresariais.

As escolas/universidades têm um papel fundamental na preparação das pessoas para a sua inserção na sociedade, por si, cada vez mais global. Por isso, também o professor precisa reconfigurar-se, tornando-se mais incentivador e condutor de actividades, do que somente, alguém que dita procedimentos padrões. É necessário que também o professor seja empreendedor (David *et al.*, 2001).

Filion (1991) tem dedicado grande parte do seu trabalho para a educação empreendedora (ensino do empreendedorismo), e afirma que o empreendedor possui um processo de aprendizagem próprio e utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição como elementos fundamentais para chegar à “visão do negócio”. Dessa forma, o professor precisa rever os seus métodos de ensino e aprendizagem e a própria maneira de ensinar que propicie ao aluno condições de questionar, reflectir e relativizar ao invés de fornecer respostas prontas. Aprender não é a recepção passiva das informações que são transmitidas, mas sim um processo activo onde o aluno investiga, reflecte, incorpora e muda a sua visão do mundo à medida que aprende.

A base da aprendizagem para ser um empreendedor é o estudo dos comportamentos e atitudes que conduzem à inovação, à capacidade de transformação do mundo, à geração de riquezas, e em qualquer campo, seja na investigação, no ensino, no emprego e na empresa. O instrumental necessário ao empreendedor de sucesso é visto como uma consequência do processo natural da sua capacidade de “aprender a aprender”, isto é, aprender o que for necessário para a criação, desenvolvimento e realização da sua visão. No ensino do empreendedorismo o ser é mais

importante do que o saber. É consensual a importância atribuída ao papel que os empreendedores representam para a construção do futuro de um país, como o agente de desenvolvimento, que gera ideias, provoca mudanças, mobiliza recursos, motiva as pessoas e cria riquezas para si e para os seus parceiros (Vesper, 1990).

De facto, nos últimos anos têm surgido estudos que mostram como o ensino do empreendedorismo pode influenciar a actividade profissional e empresarial dos estudantes. Uma condição fundamental para testar empiricamente é precisamente averiguar a oferta de matérias e métodos ligados ao empreendedorismo nas universidades. Assim, uma outra hipótese adianta que:

***Hipótese 3:*** *As actividades e métodos ligados ao empreendedorismo e as actividades abordadas durante a graduação e pós-graduação dos estudantes universitários estão relacionados positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

#### **iv) Tendência Migratória**

*Localização dos estudantes após a sua formação.* Na abordagem da teoria do capital humano, a migração é uma escolha racional tomada a partir da comparação entre o fluxo de benefícios esperados e os custos financeiros e/ou psicológicos associados à mobilidade, ou seja, o indivíduo será mais propenso a migrar, se espera um retorno positivo. Chiswick (1999) ainda enfatiza que os estudantes migrantes possuem atributos diferenciados, como maior habilidade, predisposição, entusiasmo etc., que os distinguem dos estudantes que não migram.

Vesper (1990), por outro lado, avalia a importância do ambiente social na formação do empreendedor. Variáveis como: expectativas, consequências da migração, posição em relação à inovação e à riqueza, a cultura do trabalho duro em oposição às regalias do serviço público, etc.. Os grupos excluídos, por exemplo, aqueles que saem da sua região para construir as suas vidas em regiões mais desenvolvidas, tem maiores probabilidades de empreenderem. Para o autor, o

conhecimento do ambiente social é um caminho importante para o entendimento do fenómeno empreendedor.

Kodrzycki (2001) afirma que existe pouca evidência sistemática sobre os factores que influenciam a localização das decisões dos recém-formados. O estudo realizado por este investigador mostra que as pessoas do passado histórico da migração são muito importantes e além disso, verificou que a maioria das pessoas que migravam era para as regiões com economias mais fortes ou possuíam características mais atraentes, visto que nestas regiões existia maior taxa de emprego, maior remuneração, custos mais baixos em habitações, etc. Descobriu-se que os estudantes estrangeiros, a partir de alguns grupos imigrantes, migram para locais onde esses grupos estão concentrados.

Um estudo de caso, liderado pela Universidade de Edimburgo, analisou a migração entre os licenciados da Escócia em diversas instituições de ensino superior a fim de melhorar a compreensão do porquê de alguns licenciados passarem a viver e trabalhar no local onde estudaram após completar os estudos, apesar de não serem dessa localidade ou país. Este estudo indicou que cinco anos após a licenciatura a maioria (70%) dos licenciados que eram da Escócia viviam ali, em comparação com apenas 21% daqueles que não eram da Escócia. No que diz respeito às motivações que estão subjacentes à migração, três grupos de factores foram importantes: as oportunidades que existem em vários lugares geográficos, as percepções que as pessoas têm desses lugares, e as expectativas que têm para as suas vidas futuras.

Deste modo, a última hipótese admite que:

***Hipótese 4:*** *A fixação dos estudantes universitários na região onde realizaram a sua formação está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

## 4 – METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

### 4.1 – Desenho e Tipo de Investigação

Após a pesquisa bibliográfica que deu origem à base teórica e que sustentou o modelo conceptual já proposto, tem lugar a parte empírica do estudo que foi orientada de acordo com os objectivos gerais e específicos definidos à priori no subponto 1.2, bem como as hipóteses anteriormente formuladas.

O estudo empírico iniciou-se com o desenho de investigação, isto é, com a decisão relativamente à natureza da abordagem de estudo a adoptar. Ora, de acordo com Malhotra (2006) pode-se optar por um estudo de carácter:

- 1- **Exploratório** – quando o problema a investigar ainda é mal compreendido;
- 2- **Descritivo** – quando o problema já está bem estruturado e bem entendido;
- 3- **Causal** – quando o problema está bem estruturado e existem soluções de causa-efeito.

Neste seguimento, aquando da revisão da literatura, na qual se focaram os principais pontos a desenvolver e com base na elaboração do modelo teórico proposto, que serve de base ao estudo das intenções profissionais e empresariais dos estudantes universitários, constatou-se que o presente fenómeno se encontra pouco estudado e compreendido, sobretudo no âmbito nacional e regional, razão pela qual se conclui que a investigação é de natureza “exploratória” e descritiva.

Por sua vez, no que diz respeito ao tipo de investigação, considerou-se que, face à natureza do problema, se devia optar pela abordagem de investigação quantitativa. Segundo Oliveira (2001), a investigação quantitativa tem por finalidade delinear ou analisar fenómenos, avaliar programas ou isolar variáveis-chave. Descrevem-se as situações utilizando critérios quantitativos que estabelecem proporções e correlações entre as variáveis observadas, procurando elementos que permitam a comprovação das hipóteses. Os métodos quantitativos investigam uma maior



variedade de sujeitos e determinam a confiabilidade das medidas adoptadas, o que possibilita a generalização dos resultados. Por outro lado, os métodos quantitativos permitem a aquisição de uma quantidade substancial de informação em tempo limitado (são abrangentes, horizontais). Deste modo, esta investigação baseia-se na utilização de instrumentos de recolha de dados quantitativos a partir de um questionário (“student survey”) de resposta fechada e os resultados finais são apresentados num relatório do tipo estatístico.

A confiabilidade de um método pode ainda ser medida a partir da consistência com que a aplicação repetitiva do método, em situações análogas, produz resultados similares. Isto é, a confiabilidade de um método é maior quando, depois de repetidos usos, menor é a variação dos resultados que possa ser atribuída ao método utilizado.

Esta investigação assenta numa base prospectiva, ou seja, são questionados os alunos antes de terem tomado as suas decisões. Este trabalho é limitado apenas a alunos da Universidade da Beira Interior, uma vez que a investigadora foi estudante nesta instituição e porque considera que esta instituição é um centro de educação em várias áreas de engenharia, ciências sociais e humanas e outras e, deste modo, já possui alguma experiência na motivação e qualificação dos estudantes para o mercado de trabalho e para potenciais criadores de novas empresas.

## **4.2 – Métodos Adoptados**

### **4.2.1 – População e Amostra**

A investigação quantitativa mostra-se geralmente apropriada quando existe a possibilidade de recolha de medidas quantificáveis de variáveis e inferências a partir de amostras de uma população. Para Hair *et al.* (2005), “a população/universo é o conjunto formado por todos os elementos que possam oferecer dados pertinentes num assunto”. Neste estudo, a população são todos os estudantes da Universidade da Beira Interior a frequentar cursos de graduação (1º ciclo) e pós-graduação (2º ciclo). O quadro 4.1 mostra a distribuição dos estudantes da Universidade da Beira Interior, por área pedagógica, sendo o universo igual a 6.020 alunos no ano lectivo 2008/09.

Dentro dos conceitos estatísticos, a população pode ser definida como o conjunto de todas as repetições possíveis de um fenómeno aleatório (Landin, 1997). Segundo este autor, deve-se destacar ainda, que esse conjunto de medidas é referente a uma propriedade específica de um grupo de indivíduos ou objectos e não propriamente a um conjunto de objectos. Por outro lado, a amostra é o subconjunto que pode ser recolhido no decorrer de uma pesquisa, ou que se tem disponível, para representar o comportamento da população total de interesse (Johnson e Tsui, 1998).

#### Quadro 4.1 – Alunos por Área Pedagógica na UBI

Área Pedagógica	Licenciatura (1º ciclo)	Mestrado (2º ciclo)
Área de Ciências	346	93
Área de Engenharia	1326	330
Área de Ciências Sociais e Humanas	1314	409
Área de Artes e Letras	839	252
Área de Ciências da Saúde	1060	51
<b>Total</b>	<b>4885</b>	<b>1135</b>

**Fonte:** Serviços Académicos da UBI (2009)

A utilização da amostra justifica-se devido à dificuldade, ou em alguns casos, a impossibilidade em se obter informações da população total em estudo. Devido a essa dificuldade, aceita-se que se uma amostra é representativa, pode-se obter importantes resultados e precisos da população total (Johnson e Tsui, 1998).

Todavia, a obtenção de informações adequadas da população de interesse a partir de dados amostrais depende de alguns critérios básicos. Entre estes critérios tem-se a definição clara da população de interesse e a aleatoriedade da amostra (Landim, 1997). A importância do segundo

critério deve-se ao facto de que a imparcialidade garante a obtenção de uma amostra não tendenciosa. Johnson e Tsui (1998) lembram ainda que a qualidade da amostra depende da obtenção de uma quantidade de dados suficiente sobre informações referentes à população total. Tendo em conta estes critérios e tendo-se eliminado a área de ciências da saúde (por tratar-se de uma área muito específica), chegou-se a uma amostra final de 346 estudantes.

#### **4.2.2 – Instrumento de Recolha de Dados**

A recolha de dados é um processo organizado de procura de informações, em fontes adequadas e válidas, que tem como objectivo a compreensão de uma dada situação. Esta pode ser feita utilizando vários métodos, com destaque para os seguintes: análise de documentos; inquérito por questionário; observação e entrevista (Veiga, 1996). O processo da recolha de dados é condicionado por um filtro epistemológico: não há investigação isenta de um referencial pessoal, mais ou menos explícito e frequentemente ligado ao poder alcançado por quem recolhe a informação, ou por quem a utiliza (Ketele e Roegiers, 1991).

Neste estudo, dado que é de natureza quantitativa, recorreu-se a um questionário (“student survey”) (ver anexo). Este instrumento foi administrado junto dos alunos da Universidade da Beira Interior de modo a dar resposta aos objectivos do estudo. Como já referido, o principal objectivo do estudo quantitativo é a quantificação dos dados obtidos nos questionários administrados, que serão objecto de tratamento informático e consequente análise estatística (Malhotra, 2006).

O questionário foi aplicado a uma amostra significativa de alunos de vários cursos de Licenciatura (1º ciclo) e Mestrado (2º ciclo) oferecidos pela Universidade da Beira Interior e foram distribuídos aleatoriamente por várias salas de aula na 1ª quinzena de Janeiro de 2009. Os questionários foram administrados essencialmente, a estudantes de vários anos de licenciatura, mas essencialmente nos primeiros e últimos anos.

O questionário tem objectivos diversos respeitantes quer à propensão dos estudantes para o empreendedorismo, quer à intenção dos estudantes iniciarem a própria actividade profissional por conta de outrem e, ainda, a intenção de fazer uma formação complementar.

#### **4.2.3 – Tratamento de Dados**

A primeira atitude a tomar face a um conjunto de dados obtidos com a aplicação de um questionário passa pela criação de um ficheiro de dados estatísticos, devendo-se em seguida proceder à análise exploratória dos dados, aplicando técnicas de estatística descritiva. Por sua vez, a análise dos resultados obtidos com a estatística descritiva pode fazer sugerir ao investigador a utilização de algumas técnicas de estatística inferencial, com vista á exploração de possíveis hipóteses de relações entre as respostas, mesmo que essas relações não tenham sido consideradas à priori como hipóteses de investigação, como é o caso de investigações exploratórias. Assim, neste estudo, primeiro fez-se uma análise descritiva sobre as várias questões com vista a caracterizar a amostra.

Em segundo, procedeu-se à análise estatística inferencial, mais precisamente, para testar a primeira hipótese formulada, as motivações empresariais e profissionais foram submetidas a uma análise da variância *one-way* ANOVA. Utilizou-se este teste para comparar as médias de cada uma das variáveis nos diversos grupos definidos. Segundo Bryman e Cramer (1993), este tipo de análise consiste basicamente num teste F em que uma estimativa da variância entre grupos é comparada com uma estimativa da variância dentro dos grupos, dividindo o primeiro pelo segundo. As restantes hipóteses foram validadas recorrendo a cruzamentos entre variáveis. Para testar a independência entre estas variáveis utilizou-se o teste Qui-quadrado de Pearson. Também junto destes quadros, e para que a leitura resultasse mais fácil e clara, indicou-se o nível de significância. Note-se que este elemento só foi indicado quando a associação era estatisticamente significativa.

#### 4.2.4 – Síntese sobre os Aspectos Metodológicos

A figura 4.1 apresenta uma síntese dos aspectos metodológicos descritos anteriormente e outros aspectos que foram adoptados para validar as intenções empresariais e profissionais dos estudantes universitários.

**Figura 4.1 – Aspectos Metodológicos da Investigação**

<i>Base Temporal</i>	<i>Cross-section/Transversal</i>
<i>Área Geográfica</i>	Região da Beira Interior/UBI
<i>Sector</i>	Educacional
<i>Unidade de Análise</i>	Estudante universitário
<i>População</i>	6.020 alunos
<i>Método de Amostragem</i>	Aleatório
<i>Tamanho da amostra final</i>	346 alunos
<i>Recolha de dados</i>	Questionário (“student survey”)
<i>Data de Realização do Trabalho de Campo</i>	1ª Quinzena de Janeiro de 2009
<i>Análise dos Dados</i>	Estatística univariada, bivariada e multivariada

## **5 – RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O propósito desta primeira abordagem de investigação é obter um conhecimento mais amplo dos alunos da Universidade da Beira Interior. Assim, ao longo deste sub-ponto apresentar-se-ão os principais resultados obtidos com a aplicação do questionário (dados primários) junto dos alunos inquiridos.

### **5.1 - Caracterização da Amostra**

Neste sub-ponto apresentam-se as características gerais da amostra de estudantes (n=346) relativamente às variáveis sócio-demográficas (género, idade, nacionalidade, área de residência, formação, experiência prévia, entre outras) e ainda alguns aspectos relacionados com a sua intenção profissional e empresarial, quer após o término da sua formação universitária (graduação e pós-graduação) quer após cinco anos de actividades profissionais.

#### **i) Caracterização Sócio-Demográfica dos Estudantes**

*Género/sexo.* A partir dos resultados obtidos com os questionários aplicados aos estudantes da Universidade da Beira Interior, conclui-se que os estudantes do género feminino são em número mais elevado (186 alunos) que os do género masculino (156). A análise do Quadro 5.1 confirma essa tendência/resultado, pois como se pode observar, a maioria dos estudantes inquiridos (53,8%) são mulheres, correspondendo ao sexo masculino um valor percentual de 45,1%.

### Quadro 5.1- Género dos Alunos

Género:	N	%
Feminino	186	53,8
Masculino	156	45,1
Não respondeu	4	1,1
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

*Idade.* Da leitura dos dados estatísticos da amostra conclui-se que as idades mais representativas são os alunos com menos de 25 anos (85,5%), em seguida os alunos com idades compreendidas entre os 26 anos e os 35 anos (11,6%), tal como se pode verificar no quadro seguinte (Quadro 5.2).

### Quadro 5.2 - Idade dos Alunos

Idade:	N	%
Menos de 25 anos	296	85,5
26 a 35 anos	40	11,6
Mais de 36 anos	8	2,3
Não respondeu	2	0,6
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

*Nacionalidade e naturalidade.* Dos resultados apresentados no quadro 5.3 verifica-se que, a esmagadora maioria dos estudantes são de nacionalidade portuguesa (93%).

### Quadro 5.3 - Nacionalidade dos Alunos

Nacionalidade:	N	%
Angolana	4	1,2
Brasileira	2	0,6
Cabo-verdiana	3	0,9
Canadiana	1	0,3
Espanhola	3	0,9
Francesa	1	0,3
Guineense	3	0,9
Portuguesa	322	93,0
Republica Dominicana	1	0,3
Não respondeu	6	1,6
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

De realçar ainda que relativamente aos 346 questionários preenchidos, os alunos nasceram em várias regiões (Quadro 5.4) de Portugal e estrangeiro. Apesar de 59,2% dos alunos serem da região Centro, região onde está localizada a UBI, existe uma certa dispersão na distribuição destes alunos por outras regiões não só de Portugal, como também do estrangeiro.



**Quadro 5.4 - Naturalidade dos Alunos por Região**

Região	N	%
Norte	76	22,0
Sul	2	0,6
Centro	205	59,2
Lisboa	2	0,6
Alentejo	6	1,7
Algarve	7	2,0
Litoral	10	2,9
Bissau	2	0,6
Extremadura	1	0,3
Florida	1	0,3
León	1	0,3
Madeira	3	0,9
Minas Gerais	2	0,6
Não respondeu	26	7,5
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

*Formação académica.* Os resultados relativos ao nível de formação dos participantes no estudo mostram que a maioria dos estudantes inquiridos frequentam, actualmente, uma licenciatura – 1º ciclo (69,5%) e 28,5% frequentam o curso de mestrado (2º ciclo).

No quadro 5.5 verifica-se que 41,3% dos inquiridos frequentam o curso de Gestão, Economia e Marketing, sendo em seguida os cursos de engenharia que apresentam maior percentagem (21,7%).

**Quadro 5.5 - Curso a que Pertencem os Alunos**

Curso	N	%
Gestão, Economia e Marketing	143	41,3
Sociologia	32	9,2
Psicologia	28	8,1
Estudos Portugueses	3	0,9
Design Moda, Industrial e Multimédia	51	14,7
Engenharias	75	21,7
Matemática Informática e Química Industrial	11	3,2
Não respondeu	3	0,9
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

Quando se agrega os cursos por área pedagógica, verifica-se que é a área de ciências sociais e humanas a mais representativa, ou seja, 203 dos casos (Quadro 5.6), seguindo-se a Engenharia e as Artes e Letras, com 75 e 54 dos casos, respectivamente.

**Quadro 5.6 - Alunos por Área Pedagógica**

Área Pedagógica:	N	%
Ciências	11	3,2
Engenharia	75	21,7
C. Sociais e Humanas	203	58,7
Artes e Letras	54	15,6
Não respondeu	3	0,9
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100</b>

Dos resultados obtidos constata-se ainda que 29,2% dos alunos frequentam, actualmente, o primeiro ano da licenciatura, 22,5% frequentam o segundo ano e 43,9% frequentam o terceiro e último ano deste primeiro ciclo de estudos. Verifica-se assim, que a maior percentagem de alunos que responderam ao questionário frequentam, actualmente, o terceiro ano da sua licenciatura.

*Experiência prévia.* Com os dados estatísticos apresentados no quadro 5.7, constata-se que 80,1% dos estudantes inquiridos iniciaram a sua licenciatura, após terem concluído o ensino secundário, logo não possuem qualquer experiência profissional. Pode também verificar-se que 11,8% já trabalharam por conta de outrem, ou seja, já possuem alguma experiência profissional, apesar de ser uma percentagem reduzida. É também importante referir que 2,6% dos estudantes já fizeram um estágio e que 2,3% já trabalharam por conta própria.

**Quadro 5.7 - Actividades Realizadas Antes da Licenciatura**

Actividades	N	%
Eu comecei directamente a minha licenciatura depois de ter concluído o secundário	277	80,1
Eu completei uma formação vocacional	4	1,2
Eu trabalhei por conta de outrem	41	11,8
Eu fiz um estágio	9	2,6
Eu fiz o meu serviço militar	2	0,6
Eu trabalhei por conta própria	8	2,3
Não respondeu	5	1,4
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

**ii) Percepção Profissional**

Os resultados obtidos no quadro 5.8, indicam que os alunos inquiridos não excluem a possibilidade de vir a ser trabalhadores por conta própria – empresários (69,9%) e, por sua vez, 19,2% (66 alunos) indicam, actualmente, que têm intenção de vir a ser trabalhadores por conta própria. Pode então concluir-se que grande percentagem dos alunos inquiridos pretende criar o seu próprio emprego, criando um novo negócio ou seguindo um negócio já existente.

**Quadro 5.8 - Percepção Profissional dos Alunos**

Percepção	N	%
Eu não pretendo ser um trabalhador por conta própria	24	6,9
Eu não excluo a possibilidade de vir a ser um trabalhador por conta própria	242	69,9
Eu tenho intenção de ser trabalhador por conta própria	66	19,2
Eu já iniciei as primeiras actividades para vir a ser um trabalhador por conta própria	5	1,4
Eu já sou um trabalhador por conta própria	8	2,3
Não respondeu	1	0,3
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

**iii) Intenções Profissionais**

Em relação à variável “intenções profissionais dos estudantes da Universidade da Beira Interior depois da formação universitária” verificaram-se quatro opções possíveis: (1) ainda não sei; (2) fazer uma formação complementar (mestrado, doutoramento, etc...), (3) trabalhar por conta de outrem e (4) trabalhar por conta própria (Quadro 5.9).

**Quadro 5.9 - Intenções Profissionais dos Alunos Após a sua Formação Universitária**

Intenção profissional	N	%
Ainda não sei/Indecisos	35	10,1
Formação complementar	136	39,3
Trabalhador por conta de outrem	129	37,3
Trabalhador por conta própria	46	13,3
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

Lendo os resultados de uma forma mais pormenorizada, das respostas obtidas (Quadro 5.10), pode afirmar-se que os alunos, logo após terem terminado a sua formação académica, pretendem realizar ainda uma formação complementar (39,3%), tal como um estágio, mestrado ou doutoramento e têm também como intenção trabalhar inicialmente numa pequena empresa (50 a 249 empregados) - 15,3%. É também relevante a percentagem de alunos que pretende iniciar a sua carreira profissional numa pequena empresa (11 a 49 empregados) - 12,7% - e alunos que pretendem trabalhar na função pública (12,7%).

Após cinco anos de actividades profissionais (c.f., Quadro 5.10), os estudantes pretendem criar a sua própria empresa (35,8%), pois já adquiriram experiência profissional e já se sentem preparados para arriscar num negócio próprio. É também relevante o número de alunos que, após esses cinco anos, pretendem trabalhar numa grande empresa (29,8%). Constata-se ainda que 15% dos alunos pretende, após cinco anos de ter terminado a licenciatura e/ou mestrado obter uma formação complementar, isto é, voltar à universidade ou a outra instituição para aumentar a sua formação (mestrado, doutoramento, etc.).

**Quadro 5.10 - Intenções Profissionais dos Alunos Após a Licenciatura e Depois de 5 anos de Actividade Profissional**

Intenção Profissional	Logo após o termino da formação académica		Após 5 anos de actividades profissionais	
	N	%	N	%
Eu ainda não sei	35	10,1	41	11,8
Uma formação complementar no futuro (estágio, mestrado ou doutoramento)	<b>136</b>	<b>39,3</b>	52	15,0
<i>Trabalhar por conta de outrem:</i> Numa micro empresa (com 10 empregados no máximo)	22	6,4	13	3,8
Numa pequena empresa ( com 11 a 49 empregados)	44	12,7	15	4,3
Numa media empresa (50 a 249 empregados)	<b>53</b>	<b>15,3</b>	63	18,2
Numa grande empresa (com mais de 249 empregados)	31	9,0	<b>103</b>	<b>29,8</b>
Numa universidade ou instituição de investigação	32	9,2	39	11,3
Num serviço público/ função pública	44	12,7	45	13,0
Noutro tipo de serviço que não por conta própria	10	2,9	11	3,2
<i>Trabalhar por conta própria:</i> Como um “freelancer” (profissão liberal)	20	5,8	19	5,5
Na empresa da minha família	14	4,0	13	3,8
Comprando uma empresa/ um negócio	3	0,9	18	5,2
Criando a própria empresa	21	6,1	<b>124</b>	<b>35,8</b>

**Nota:** Admite resposta múltipla

Neste sentido, a percentagem de empreendedorismo latente detectado neste estudo corresponde, em grande medida, a outros estudos realizados. Num estudo realizado a estudantes alemães identificou-se uma quota que varia entre 4 e 9% e verificou-se que existem cerca de 11% dos empresários latentes, nas universidades. Resumindo, só um pequeno número de alunos, parece ter interesse em trabalhar como empregado numa empresa em fase de arranque, ou seja, a

maioria dos estudantes preferem trabalhar em empresas estabelecidas há já algum tempo. No entanto, muitos alunos da UBI apontam indecisão sobre o que desejam fazer futuramente.

#### **iv) Motivações para a Escolha Profissional**

Saber quais os motivos na escolha profissional dos alunos inquiridos foi um dos principais aspectos considerados no presente estudo. Assim, confrontados com a classificação por grau de importância das razões que estimulam a intenção profissional e empresarial, os alunos responderam de acordo com os resultados do Quadro 5.11.

O quadro de frequências para cada um dos motivos que pode estimular a escolha profissional dos alunos, mostra que, para 53,8% destes estudantes coloca, “as actividades onde podem colocar as suas capacidades em prática” como motivo “mais importante” ou “importante” (34,1%). Este motivo, conjuntamente com “a possibilidade de trabalharem sob iniciativa própria (39,3%)” e a “possibilidade de ter um ordenado mais elevado” são, aliás, aqueles motivos cuja média das respostas se situa abaixo de 2.

“Poderem realizar as suas ideias sobre o negócio/produto” (46,0%), “a situação do mercado de trabalho” (37,6%) e a “diversão ao enfrentarem oportunidades e riscos” (36,7%), são consideradas, pelos alunos da Universidade da Beira Interior, motivações “importantes” para a sua escolha profissional/ocupacional. Com grau de importância “indiferente” mencionaram o poder de decisão do local e horário de trabalho (37,0%), apesar de 31,5% considerarem “importante” possuir essa decisão. Por outro lado, 39,3% dos estudantes consideram também “indiferente” ser o próprio chefe e o prestígio e status social. Sem qualquer grau de importância para os alunos como motivação na escolha profissional é a continuidade da tradição familiar (37,0%), ou seja, por existir um negócio de família, os alunos não se sentem influenciados na sua escolha profissional.

Contrariamente ao esperado, mais de metade (46,0%) dos alunos que estão em graduação ou pós-graduação, atribuíram ao motivo: poder realizar as suas ideias sobre o negócio, algum grau de importância na escolha profissional. Esta situação reflecte-se no valor da média desta variável

que se situa nos 2,05. Repare-se que só 4,4% dos estudantes é que responderam que este tipo de motivo é “pouco ou muito pouco importante” para a selecção do estatuto em termos profissionais.

#### Quadro 5.11 - Motivações para a Escolha Profissional dos Alunos

Motivos	Média	D.P.	1	2	3	4	5	Total
			%	%	%	%	%	N
Trabalhar sob a minha própria iniciativa	1,99	0,980	<b>39,3</b>	30,1	23,3	5,5	1,2	335
Poder decidir sobre o meu horário e local de trabalho	2,47	0,978	18,2	31,5	<b>37,0</b>	10,1	2,6	335
Colocar em prática as minhas próprias capacidades	1,62	0,795	<b>53,8</b>	34,1	9,5	1,4	0,9	335
Ser eu o próprio chefe	2,76	1,032	12,4	26,3	<b>39,3</b>	16,2	5,2	335
Poder realizar as minhas ideias sobre o negócio/produto	2,05	0,832	26,5	<b>46,0</b>	22,5	3,8	0,6	335
Possibilidade de ter um ordenado mais elevado	1,76	0,747	38,7	<b>47,6</b>	11,6	0,6	0,9	335
Devido à situação do mercado de trabalho	2,21	0,900	23,2	<b>37,6</b>	32,9	3,2	1,7	335
Diversão ao se enfrentar com oportunidades e riscos	2,57	0,991	12,7	<b>36,7</b>	34,4	11,8	3,8	335
Prestígio e status Social	2,47	1,055	19,4	31,5	<b>32,1</b>	11,6	4,0	335
Dar continuidade à tradição familiar	3,74	1,226	6,1	10,4	22,8	23,1	<b>37,0</b>	335

**Legenda:** 1 - Muito Importante; 2 – Importante; 3 – Indiferente; 4 – Pouco Importante; 5 – Nada Importante

As evidências empíricas indicam que, normalmente, os empreendedores consideram a motivação económica menos importante do que perseguir objectivos (Baumol,1983). No entanto, nas primeiras fases do desenvolvimento de um negócio, o desejo de obter lucro pode conduzir a comportamentos completamente inadequados, enquanto outros objectivos podem ser sacrificados (Davidsson, 1989). A autonomia é outra característica apontada como relevante para a criação de empresas. As razões que levam à necessidade de autonomia podem ser, a importância atribuída à



independência, a frustração resultante de experiências anteriores e o desejo de fazer um trabalho gratificante.

#### v) *Background Familiar*

Na sociedade, o indivíduo é influenciado, por vezes, inconscientemente a agir de determinada forma devido a diversos factores, tais como os familiares e amigos. As tradições familiares, ou até mesmo a continuidade de um negócio familiar pode influenciar um indivíduo na sua escolha profissional, devido a isso vai ser objecto de análise o tipo de actividades profissionais dos pais dos alunos inquiridos, o seu grau de formação e também a existência de pessoas dentro da família, amigos ou conhecidos que são proprietários ou co-fundadores de uma empresa .

O quadro seguinte mostra os resultados alcançados em relação às actividades profissionais dos pais dos alunos.

**Quadro 5.12 - Actividades Profissionais dos Pais dos Alunos**

Actividade:	Pai		Mãe	
	N	%	N	%
Trabalhador(a) por conta própria	120	34,7	49	14,1
Trabalhador(a) por conta de outrem	119	34,4	89	26,0
Empregado(a)/ administrativo(a)	22	6,4	19	5,5
Operário(a)	18	5,2	25	7,1
Funcionário(a) público(a)	34	9,7	50	14,4
Doméstico(a)	2	0,6	50	14,4
Reformado(a)	31	9,0	64	18,5

**Nota:** Admite resposta múltipla

Como se pode verificar no quadro acima, 34,7% e 14,1% (pai e mãe, respectivamente) trabalham por conta própria e 119 pais e 89 mães trabalham por conta de outrem, mas comparando com o quadro 5.11, pode afirmar-se que os alunos não são influenciados a dar continuidade às empresas familiares, pois só 6,1% dos inquiridos diz ser uma razão “muito importante”.

No que diz respeito à existência de familiares, amigos ou conhecidos ligados a actividades empresariais, as evidências empíricas (Quadro 5.13) mostram que os pais (24,3%), os amigos (25,7%) e conhecidos (28,6%) dos alunos inquiridos são proprietários de uma empresa. Em relação a co-fundadores de uma empresa, os alunos indicam que 28,9% são seus conhecidos e 17,6% possuem outras relações de parentesco, portanto, através destes dados, não é possível afirmar que os alunos seriam influenciados directamente a dar continuidade ao negócio, pois as relações de parentesco não são muito próximas.

**Quadro 5.13 - Familiares, Amigos ou Conhecidos Ligados a Actividades Empresariais**

Grau de parentesco	Proprietário de uma empresa		(Co)Fundador de uma empresa	
	N	%	N	%
Avós	16	4,6	17	4,9
Pais	84	24,3	38	11,0
Irmãos e irmãs	10	2,9	10	2,9
Esposo(a) ou companheiro(a)	4	1,2	4	1,2
Outras relações de parentesco	83	24,0	61	17,6
Amigos	89	25,7	59	17,1
Conhecidos	99	28,6	100	28,9

**Nota:** Admite resposta múltipla

No que se refere ao grau de escolaridade dos pais, o quadro 5.14, mostra que o grau académico mais representativo em ambos os sexos é o ensino primário (43,4% e 41,3% do pai e mãe, respectivamente), sendo em seguida o ensino secundário o que apresenta maior percentagem (33,8% e 34,4%). Devido a isto, pode concluir-se que os pais dos alunos possuem baixa formação académica, pois só 8,4% e 12,7% são licenciados.

**Quadro 5.14 - Grau de Escolaridade dos Pais**

Grau académico	Pai		Mãe	
	N	%	N	%
Universitário	29	8,4	44	12,7
Politécnico	11	3,2	8	2,3
Secundário	117	33,8	119	34,4
Primário	150	43,4	143	41,3
Formação profissional	26	7,5	28	8,1
Sem resposta	13	3,7	4	1,2
<b>Total</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>	<b>346</b>	<b>100,0</b>

**vi) Ensino do empreendedorismo: Actividades/conteúdos abordados ao longo da formação**

Em geral, os resultados de pesquisas anteriores indicam que a frequência/participação em determinados tipos de ensino, como por exemplo, na área do espírito empresarial, contribuem para a intenção de iniciar um negócio. Em particular, frequentar formações práticas que proporcionam uma experiência real parece ser particularmente útil para aumentar o desejo de pôr em prática a criação de um negócio (Honig, 2004). Neste sentido, o nível de ensino e a experimentação activa contribuem para infundir nos alunos uma maior propensão para a iniciativa empresarial. Verifica-se assim, que o empreendedorismo pode incluir simulações e estudos comportamentais em áreas como a negociação, liderança, pensamento criativo, a inovação tecnológica e desenvolvimento de novos produtos, a detecção e exploração de novas oportunidades de negócio a longo prazo, planeamento empresarial, entre outros (Stumpf *et al.* 1991).

Algumas investigações têm ainda vindo a apoiar a ideia de que os atributos psicológicos, relacionados ao empreendedorismo podem ser adquiridos culturalmente (Vesper, 1990). Nesta medida, torna-se pertinente realizar uma análise sobre a contribuição da educação para fomentar o espírito empreendedor. A educação baseada numa teoria de aprendizagem sólida pode

contribuir para aumentar a gestão do conhecimento e promover atributos psicológicos associados a empresários.

Face a isto, no presente estudo, os alunos da amostra referem como práticas mais importantes ligadas à sua formação académica “as matérias sobre empreendedorismo” (47,1%), “estudos de caso sobre empresas já estabelecidas” (40,8%) e a “formação sobre técnicas de apresentação, comunicação,...” (33,8%) (Quadro 5.15).

**Quadro 5.15 - Actividades/Conteúdos Ligados ao Ensino do Empreendedorismo**

Actividades/Conteúdos	N	%
Experiências/histórias contadas por empresários	105	30,3
Estudos de caso sobre empresas já estabelecidas	141	40,8
Formação sobre criatividade e habilidade de resolução de Problemas	89	25,7
Desenvolvimento de um plano de negócios	92	26,6
Formação sobre técnicas de apresentação, comunicação,...	117	33,8
Jogos de simulação sobre o processo de criação de uma empresa	68	19,7
Matérias sobre empreendedorismo	163	47,1

**Nota:** Admite resposta múltipla

## **5.2. Factores que Influenciam a Intenção Profissional e Empresarial: Validação das Hipóteses**

**Hipótese 1:** *As motivações dos estudantes universitários influenciam positivamente a suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

Para testar a primeira hipótese, e de acordo com os procedimentos já descritos na metodologia, e ainda, depois de efectuar os testes de comprovação dos pressupostos da normalidade da

distribuição dos resíduos e a homogeneidade da sua variância, aplicou-se a análise da variância *one-way ANOVA*<sup>1</sup>. O quadro 5.16 mostra as médias e o desvio padrão dos motivos considerados para a escolha profissional, bem como o teste estatístico apropriado para comparar as diferenças nas médias entre os quatro grupos de intenção profissional e empresariais tidos em consideração neste estudo.

Com base nos resultados obtidos, verifica-se que existem diferenças significativas na média de três motivos apresentados nos grupos de intenção profissional e empresarial: “trabalhar sob a minha própria iniciativa”, “ser eu o próprio chefe” e “poder realizar as minhas ideias sobre o negócio/produto”. Estes motivos apresentam diferenças ao nível de significância de 5 e 10%, ou seja, estas motivações parecem ter maior importância quando a intenção dos alunos em termos profissionais é efectuar uma formação complementar, após a finalização da sua licenciatura (1º ciclo) ou mestrado (2º ciclo).

Deste modo, os resultados deste estudo mostram que, em termos gerais, os estudantes seguem duas grandes motivações depois de terminarem a formação académica. Por um lado, eles lutam por uma posição garantida e, por outro lado, tentam melhorar as suas experiências. Este último pode ser resultado de uma formação universitária que, geralmente, se concentra mais na teoria e menos na prática.

Os resultados também mostram diferenças motivacionais na escolha de uma profissão, logo após terminarem a formação, pois há alunos que preferem criar o próprio negócio e há outros que pretendem tornar-se empregados. Como é suposto, os indivíduos que se tornam empresários esforçam-se muito mais para conseguirem elevados rendimentos e aumentarem a sua auto-realização, pois os que se tornam empregados possuem uma posição garantida por determinado tempo.

---

<sup>1</sup> Note-se que para todas as variáveis em estudo se verificou a aceitabilidade desta análise e também o recurso ao teste não paramétrico de Kuskall-Wallis, que contrariamente à análise de variância pressupõe o erro distribuído normalmente e a igualdade da variância, confirmaram estes mesmos resultados.

**Quadro 5.16 – Motivações para a Escolha Profissional**

Motivos	Grupos	N	Média	Desvio padrão	F
Trabalhar sob a minha própria iniciativa	Ainda não sei	35	1,94	0,938	2,214*
	Formação complementar	135	2,10	0,976	
	Trabalhador por conta de outrem	129	1,99	0,956	
	Trabalhador por conta própria	45	1,67	1,044	
Poder decidir sobre o meu horário e local de trabalho	Ainda não sei	35	2,54	0,950	1,689
	Formação complementar	135	2,57	0,966	
	Trabalhador por conta de outrem	129	2,44	1,022	
	Trabalhador por conta própria	45	2,20	0,968	
Colocar em prática as minhas próprias capacidades	Ainda não sei	35	1,69	0,796	0,961
	Formação complementar	136	1,57	0,727	
	Trabalhador por conta de outrem	129	1,68	0,820	
	Trabalhador por conta própria	45	1,49	0,869	
Ser eu o próprio chefe	Ainda não sei	35	2,71	0,926	2,128**
	Formação complementar	135	2,83	1,026	
	Trabalhador por conta de outrem	129	2,81	1,001	
	Trabalhador por conta própria	45	2,40	1,214	
Poder realizar as minhas ideias sobre o negócio/ produto	Ainda não sei	35	2,09	0,887	3,347**
	Formação complementar	135	2,11	0,807	
	Trabalhador por conta de outrem	129	2,11	0,868	
	Trabalhador por conta própria	45	1,69	0,701	
Possibilidade de ter um ordenado mais elevado	Ainda não sei	35	2,05	0,759	0,133
	Formação complementar	136	1,79	0,764	
	Trabalhador por conta de outrem	129	1,74	0,713	
	Trabalhador por conta própria	44	1,75	0,781	
Devido à situação do mercado de trabalho	Ainda não sei	35	2,23	0,843	0,258
	Formação complementar	134	2,26	0,973	
	Trabalhador por conta de outrem	127	2,20	0,864	
	Trabalhador por conta própria	45	2,13	0,842	
Diversão ao se enfrentar com oportunidades e riscos	Ainda não sei	35	2,60	1,035	1,361
	Formação complementar	135	2,69	1,018	
	Trabalhador por conta de outrem	129	2,50	0,920	
	Trabalhador por conta própria	45	2,40	1,009	
Prestígio e status social	Ainda não sei	34	2,76	1,156	1,041
	Formação complementar	135	2,41	1,025	
	Trabalhador por conta de outrem	128	2,47	1,003	
	Trabalhador por conta própria	44	2,55	1,247	
Dar continuidade à Tradição familiar	Ainda não sei	35	3,69	1,207	0,968
	Formação complementar	135	3,87	1,118	
	Trabalhador por conta de outrem	129	3,62	1,239	
	Trabalhador por conta própria	45	3,82	1,512	

**Legenda:** \*p<0,10; \*\*p<0,05; \*\*\*p<0,01

Quais seriam as motivações e influências a que estamos submetidos ao efectuar uma escolha profissional? Algumas advêm do meio externo, outras são mobilizadas por processos psíquicos internos. Ambas são inerentes ao processo de escolha e podem ou não configurar fontes de conflito. Devem, portanto, ser levadas em consideração, já que podem acarretar dificuldades e até mesmo impasses na realização de uma escolha autêntica, de uma escolha que seja fruto do seu próprio desejo (Kowarski, 2005).

Note-se que os estudos de Bannock e Daly (1994) mostram que a preferência dos licenciados na sua actividade profissional está mais direccionada para grandes empresas ou em empresas já estabelecidas. Todavia, dentro dos estudos realizados, as razões mais apontadas para comparar trabalhar por conta própria ou por conta de outrem são: a realização pessoal (Gatewood et al., 1995), o reconhecimento social (Shane et al., 1991), o sucesso financeiro e elevado salário (Carter et al., 2003), entre outros.

Com base nos resultados obtidos, verifica-se que, em geral, o grau de importância atribuído aos motivos que estimularam a escolha profissional e ocupacional dos alunos difere pouco com as alternativas consideradas em termos de intenção profissional dos alunos universitários. As evidências empíricas deste estudo indicam, por conseguinte, que os motivos subjacentes à escolha profissional dos alunos e a importância relativa dos motivos considerados não estão associadas estatisticamente com aspectos económico-financeiros. Por conseguinte, a *hipótese H1* confirma-se parcialmente.

***Hipótese 2.1:*** *O sexo dos estudantes universitários está relacionado positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

***Hipótese 2.2:*** *A idade dos estudantes universitários está relacionada negativamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

***Hipótese 2.3:*** *O tipo de formação dos estudantes universitários está relacionado positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

Os testes sobre a influência do sexo, da idade, e ainda a área de formação dos alunos sobre as quatro alternativas de intenção profissional consideradas, foram estatisticamente significativos só para a variável idade e formação.

Reynolds et al. (2004), na sua investigação, indicaram que os homens são mais dominantes e que estão mais orientados para o empreendedorismo. Grilo e Irigoyen (2006) indicam também que o sexo masculino mostra uma maior preferência para o emprego por conta própria, mas o mesmo não se conclui com este estudo, pois os dados não indicam que os homens têm maior capacidade empreendedora, logo a H.2.1 não se confirma.

Na investigação feita por Evans e Leighton (1989) não foi encontrada uma relação estatisticamente significativa relativamente à idade. Reynolds (1997) descobriu ainda que existe uma correlação negativa entre a idade e a taxa de criação de empresas, mas concluiu-se em estudos anteriores que estudantes mais velhos manifestam maior desejo de se tornarem empresários. Contudo, com este estudo verifica-se que são os estudantes mais novos os que apresentam um espírito empreendedor maior, logo os estudos realizados anteriormente não vão de encontro aos dados apresentados neste estudo, mas a hipótese H.2.2 confirma-se.

Em relação à formação, constata-se que são os cursos de Gestão, Economia e Marketing que apresentam mais alunos na amostra e que 39,3% dos alunos, pretende complementar a sua formação (estágio, mestrado ou doutoramento) e trabalhar numa média empresa (50 a 249 empregados) para adquirir experiência profissional, logo pode concluir-se que a formação está relacionada com as intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica, pois passado cinco anos as intenções variam.

Reynolds (1997) refere que os estudantes procuram a formação académica, pois esta promove o amadurecimento e a formação integral, fornece-lhes conceitos teóricos e históricos, técnicas e práticas vivenciadas e orientadas. Franco (2007: 1314) salienta que a aposta na aprendizagem individual do empreendedorismo, com inteligência e criatividade, é uma parte fundamental da construção da competitividade.



De acordo com estes estudos e através dos dados recolhidos, verifica-se que a formação académica é importante para o empreendedorismo, pois incentiva os estudantes a criarem a sua própria empresa/negócio, logo a hipótese H.2.3 confirma-se.

**Quadro 5.17 - Factores que Influenciam a Escolha Ocupacional/Profissional**

N (%)	Ainda não sei (n=35)	Formação complementar (n=136)	Trabalhador por conta de outrém (n=129)	Trabalhador por conta própria (n=46)
<b>Sexo</b>				
Feminino	16 (4,7%)	83 (24,3%)	63 (18,4%)	24 (7,0%)
Masculino	18 (5,3%)	52 (15,2%)	65 (19,0%)	21 (6,1%)
Total	34(100%)	135(100%)	128(100%)	45(100%)
<b>Idade**</b>				
Menos de 25 anos	28(8,1%)	121(35,2%)	110 (32,0%)	37 (10,8%)
26 a 35 anos	6 (1,7%)	12 (3,5%)	17 (4,9%)	5 (1,5%)
Mais de 36 anos	-	2 (0,6%)	2 (0,6%)	4 (1,2%)
Total	34(100%)	135(100%)	129(100%)	46(100%)
<b>Formação/Área pedagógica*</b>				
Ciências	-	3 (0,9%)	6 (1,7%)	2 (0,6%)
Engenharia	7 (2,0%)	22 (6,4%)	41 (12,0%)	5 (1,5%)
C. Sociais e Humanas	22 (6,4%)	91 (26,5%)	66 (19,2%)	24 (7,0%)
Artes e Letras	6 (1,7%)	19 (5,5%)	15 (4,4%)	14 (4,1%)
Total	35(100%)	135(100%)	128(100%)	45(100%)

**Legenda:**

\* A relação entre os subgrupos é estatisticamente significativa ao nível de 1%.

\*\* A relação entre os subgrupos é estatisticamente significativa ao nível de 5%.

Neste sentido, as características pessoais, mais especificamente, as características demográficas, não parecem ter influência para a predisposição para o empreendedorismo (Robinson et al. 1991) contrariamente aos atributos psicológicos. Por outro lado, ao analisar os indicadores do empreendedorismo, Davidsson (1989) encontrou uma relação positiva entre os factores, formação educacional e experiência anterior, embora tenha também encontrado empresários com baixo nível de formação, o que se verifica neste estudo.

***Hipótese 2.4:*** *A experiência prévia dos estudantes universitários está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

No estudo de Gimeno *et al.* (1997) é identificada uma relação positiva entre a experiência de trabalho e a criação de novas empresas e a criação de uma nova empresa pode ser consequência do reconhecimento de uma oportunidade (Venkataraman, 2004 e Shane e Venkataraman, 2000). No quadro seguinte pode verificar-se que a maior parte dos alunos inquiridos (32,6%) começaram directamente a licenciatura depois de terem concluído o secundário e, após terminarem o 1º ciclo (3 anos), pretendem ainda uma formação complementar. É também importante referir que 4,1% dos alunos já possuíam experiência quando ingressaram na universidade, pois já tinham trabalhado por conta de outrem. Wagner (2004) mostrou também empiricamente a importância da experiência profissional como factor impulsionador para a criação de um negócio. Contudo, neste estudo, constata-se que a maioria dos estudantes da universidade da Beira Interior iniciaram os seus estudos sem experiência profissional, logo a hipótese H.2.4 não se confirma.

**Quadro 5.18 - Tipo de Actividade Realizada Antes do Curso**

N (%)	Ainda não sei (n=35)	Formação complementar (n=133)	Trabalhador por conta de outrem (n=128)	Trabalhador por conta própria (n=45)
Eu comecei directamente a minha licenciatura depois de ter concluído o secundário	29 (8,5%)	111 (32,6%)	106 (31,1%)	31 (9,1%)
Eu completei uma formação Vocacional	-	-	3 (0,9%)	1 (0,3%)
Eu trabalhei por conta de outrem	4 (1,2%)	14 (4,1%)	14(4,1%)	9 (2,6%)
Eu fiz um estágio	-	4 (1,2%)	3 (0,9%)	2 (0,6%)
Eu fiz o meu serviço militar	1 (0,3%)	1 (0,3%)	-	-
Eu trabalhei por conta própria	1 (0,3%)	3 (0,9%)	2 (0,6%)	2 (0,6%)

**Hipótese 2.5:** *A existência de empresários na família dos estudantes universitários está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

Relativamente ao número de familiares envolvidos em actividades empresariais foi possível relacioná-los segundo a intenção profissional dos alunos. Assim, com base no quadro seguinte, verifica-se que, 179 alunos não têm familiares empresários, mas 167 dizem ter na família empresários.

Comparando estes dados com estudos anteriores, pode concluir-se que os estudantes da Universidade da Beira Interior não se sentem influenciados por familiares para se tornarem empreendedores, pois indicam “muito pouco importante” dar continuidade à tradição familiar, apesar de muitos dos alunos terem pais com empresas próprias. Por outro lado não se verificou existir significância estatística, logo este estudo contrapõe os estudos de Delmar (2000) e Cooper (1986). Estes trabalhos indicam que um dos mais populares factores para a decisão de um indivíduo se tornar empreendedor são os antecedentes familiares. Hisrich (1990) e Crant, (1996) salientam também que existe maior probabilidade de vir a tornar-se empreendedor o aluno que tem familiares ligados a actividades empresariais.

### Quadro 5.19 – Familiares e Amigos Proprietários de uma Empresa

N (%)	Ainda não sei (n=35)	Formação complementar (n=136)	Trabalhador por conta de outrem (n=129)	Trabalhador por conta própria (n=46)
Não tem familiares empresários	18 (5,2)	58 (16,8)	79 (22,8)	24 (6,9)
Tem familiares empresários	17 (4,9)	78 (22,5)	50 (14,5)	22 (6,4)

Todavia, a literatura existente sobre a família afirma também, que não existe uma relação positiva entre estes dois modelos familiares e o surgimento de empreendedores (Matthews e Moser 1995; Scherer *et al.* 1989). Contudo, neste estudo também não se encontra uma relação estatisticamente positiva entre o background familiar e as intenções profissionais, logo a hipótese H.2.5, não se confirma.

**Hipótese 3:** *As actividades e métodos ligados ao empreendedorismo e as actividades abordadas durante a graduação e pós-graduação dos estudantes universitários estão positivamente relacionadas com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

O papel da educação e da formação em empreendedorismo, na identificação de um potencial empreendedor está a tornar-se evidente para os estudantes, políticos e educadores (Rasheed, 2000). Os estudos são desenvolvidos demonstrando que a educação pode contribuir para a preparação do incremento do número de empresários, através do desenvolvimento de uma percepção positiva relativamente à necessidade e da viabilidade do empreendedorismo, bem como o desenvolvimento de competências que facilitem o processo empresarial.

Os seminários e conferências sobre empreendedorismo são relevantes nas universidades, além disso, existem iniciativas e actividades indicadas para estudantes dispostos a iniciar o seu próprio negócio e aqueles que desejam ser empregados.

A educação com vista à aquisição de um verdadeiro espírito empreendedor deve assentar no desenvolvimento de determinadas qualidades pessoais indispensáveis, como por exemplo, o espírito de iniciativa, a autoconfiança, uma atitude pró-activa e a acção individual e, especificamente, na formação orientada para a cultura psicológica do indivíduo (Rodrigues et al., 2007: 26).

Os investigadores Hatch e Dyer (2004) consideraram que a educação formal providencia habilidades cognitivas para a adaptação a mudanças ambientais, enquanto Cooper et al. (1994) identificam a educação como uma fonte de conhecimento, capacidade em lidar com problemas complexos, disciplina, motivação e autoconfiança.

David et al. (2001) afirmam que as escolas/universidades têm um papel fundamental na preparação das pessoas para a sua inserção na sociedade, por si, cada vez mais global e, por outro lado, Filion (1991) afirma que o empreendedor possui um processo de aprendizagem próprio e utiliza a imaginação, a criatividade e a intuição como elementos fundamentais para chegar á “visão de negócio”.

**Quadro 5.20 - Actividades/Conteúdos Ligados ao Ensino do Empreendedorismo**

(% do total) N=346	Ainda não sei	Formação complementar	Trabalhador por conta de outrém	Trabalhador por conta própria
Experiências/histórias contadas por empresários**				
Participou	15.2	34.1	21.4	32.7
Não participou	84.8	65.9	78.6	67.3
Estudos de caso sobre empresas já estabelecidas				
Participou	36.4	39.9	38.8	46.2
Não participou	63.6	60.1	61.2	53.8
Formação sobre criatividade e habilidade de resolução de problemas				
Participou	15.2	26.2	23.5	21.2
Não participou	84.8	73.8	76.5	78.8
Desenvolvimento de um plano de Negócios				
Participou	18.2	29.3	18.4	32.7
Não participou	81.8	70.7	81.6	67.3
Formação sobre técnicas de apresentação, comunicação,...				
Participou	30.3	32.3	34.7	34.6
Não participou	69.7	67.7	65.3	65.4
Jogos de simulação sobre o processo de criação de uma empresa				
Participou	15.2	22.6	14.3	19.2
Não participou	84.8	77.4	85.7	80.8
Matérias sobre empreendedorismo				
Participou	36.4	50.9	40.8	46.2
Não participou	63.6	49.1	59.2	53.8

\*\* Nível de significância de 5%

No entanto, embora haja uma tendência para dizer que os alunos que participam em actividades ligadas ao empreendedorismo sejam mais empreendedores, apenas o facto dos alunos da amostra terem tido contacto com experiências/histórias contadas por empresários (c.f. Quadro 5.20) foi estatisticamente significativo. Logo os resultados não confirmam a hipótese H.3.

**Hipótese 4:** *A fixação dos estudantes universitários no concelho e na região onde realizaram a sua formação académica está relacionada positivamente com as suas intenções profissionais e empresariais, logo após o término da sua formação académica.*

O objectivo da análise seguinte é verificar se os estudantes que estão dispostos a iniciar a sua formação profissional e empresarial, após o término da sua formação académica, voltam para a sua cidade/região natal ou se, pelo contrário, se fixam na região onde estudaram.

Chiswick (1999) indicou que os estudantes migrantes possuem atributos diferenciados, como maior habilidade, predisposição, entusiasmo, etc., que os distinguem dos estudantes que não migram.

Para identificar os factores que influenciam a migração, foram tomados cinco modos diferentes: (i) ficar no concelho da Covilhã (ii) deslocar-se no interior da região da Beira Interior (iii) migrar para fora da região da Beira Interior ou resto do país, (iv) fixar-se no estrangeiro e (v) ainda não sabe (Quadro 5.21).

**Quadro 5.21 - Tendências Migratórias**

	N	%
Ficar no concelho da Covilhã	36	10,4
Movimentar-se dentro da região da Beira Interior	22	6,4
Migrar para fora da região da Beira Interior	106	30,6
Fixar-se no estrangeiro	17	4,9
Ainda não sei	162	46,8
Total	343	100

Com base nos resultados obtidos relativamente às intenções para ficar ou para sair da região onde estudaram, os dados obtidos indicam que só cerca de 16,8% dos estudantes pretendem iniciar a sua actividade profissional na região onde estudaram (Beira Interior). De realçar a forte

percentagem daqueles que dizem não saber onde exercer a sua actividade profissional (46,8%) e o fraco espírito internacional, já que somente 17 estudantes referiram fixar-se no estrangeiro após o término da sua formação académica.

Estudos feitos por Kodrzycki (2001) indicam pouca evidência sistemática sobre os factores que influenciam a localização das decisões dos recém-licenciados, mas este autor descobriu que os estudantes estrangeiros, a partir de alguns grupos imigrantes, migram para locais onde esses grupos estão concentrados.

Assim, para validar esta última hipótese, ou seja, verificar se existe alguma relação entre as tendências migratórias e as intenções profissionais dos estudantes, logo após terem terminado a licenciatura e/ou mestrado, os resultados desta associação são apresentados no quadro seguinte.

#### **Quadro 5.22 – Tendências Migratórias e as Intenções Profissionais dos Estudantes**

N (%)	Ainda não sei (n=35)	Formação complementar (n=134)	Trabalhador por conta de outrém (n=129)	Trabalhador por conta própria (n=45)
Ficar no concelho da Covilhã	1 (0,3%)	18 (5,2%)	12 (3,5%)	5 (1,5%)
Movimentar-se dentro da região da Beira Interior	3 (0,9%)	7 (2,0%)	9 (2,6%)	3 (0,9%)
Migrar para fora da região da Beira Interior	8 (2,3%)	47 (13,7%)	37 (10,8%)	14 (4,1%)
Fixar-se no estrangeiro	1 (0,3%)	5 (1,5%)	10 (2,9%)	1 (0,3%)
Ainda não sei	22 (6,4%)	57 (16,6%)	61 (17,8%)	22 (6,4%)

Com o intuito de se compreender as tendências migratórias dos estudantes relativamente às suas intenções profissionais e empresarias, logo após terminarem os seus 1º e 2º ciclos, verificamos que os estudantes que querem ser empregados numa empresa não pretendem permanecer na região da Beira Interior, mas sim migrar para fora da região (resto do país ou estrangeiro), e os que desejam fazer uma formação complementar tencionam fixar-se na Beira Interior. Note-se



que nos estudos realizados por Bush (2007), verificou-se que dez anos após a licenciatura, um pouco mais de 70% dos licenciados continuam a viver na região onde completaram os seus estudos.

Face aos resultados obtidos, a hipótese H.4 não se confirma, pois não existe suporte estatístico para afirmar que existe uma relação entre a fixação dos estudantes universitários no concelho e na região onde realizaram a sua formação académica e as suas intenções profissionais e empresariais.

## **6 – CONCLUSÕES, SUGESTÕES E LINHAS DE INVESTIGAÇÕES FUTURAS**

O propósito da presente investigação foi mostrar como as universidades podem ser “viveiros” de recursos humanos para a actividade profissional e empresarial, bem como identificar se o ensino nestas instituições fomenta e estimula os estudantes a criar o seu próprio emprego, após o término da sua formação académica. Verificar se os estudantes preferem trabalhar por conta de outrem numa empresa, ou se desejam inicialmente adquirir alguma experiência, ou até complementarem a sua formação, foram também aspectos considerados. Neste sentido, foram definidos vários objectivos, tais como: (1) identificar as motivações para a escolha profissional e empresarial dos estudantes universitários; (2) verificar se existe uma relação entre algumas variáveis sócio-demográficas (sexo, idade, formação, experiência prévia e antecedentes familiares) e as intenções profissionais e o potencial empresarial dos estudantes da Universidade da Beira Interior (UBI); (3) avaliar o grau de importância das matérias/actividades ligadas ao empreendedorismo que os estudantes já tiveram oportunidade de abordar e (4) explorar a relação entre tendências migratórias dos estudantes universitários.

Com base na literatura existente, foram feitas várias abordagens a várias teorias associadas ao empreendedorismo e de acordo com esta literatura definiu-se e caracterizou-se o empreendedorismo e perfil do empreendedor. Partindo do enquadramento teórico e dos modelos de intenção empresarial expostos, foi elaborado um modelo conceptual de análise que sustentou este estudo empírico. Partindo deste modelo, foram definidas as hipóteses de investigação que foram analisadas e discutidas e comparadas com estudos anteriores. Em termos metodológicos recorreu-se a uma abordagem de investigação quantitativa que se limitou a uma amostra de 346 alunos da UBI. Esta amostra foi escolhida aleatoriamente e o questionário aplicado (“student survey”) foi distribuído por alunos de vários cursos do 1º e 2º ciclos.

De acordo com os resultados obtidos, verificou-se que as características sócio-demográficas: idade e formação apresentaram uma relação com as intenções profissionais e empresariais dos alunos, logo após o término da sua formação académica. Todavia, o mesmo não aconteceu com a variável género/sexo, pois constatou-se que o sexo dos estudantes universitários da UBI não está relacionado com as intenções profissionais e empresariais dos mesmos.

Relativamente às motivações dos estudantes, concluiu-se que as escolhas ocupacionais influenciam parcialmente as suas intenções profissionais, isto é, os estudantes seguem duas grandes motivações depois de terminarem a sua formação. Por um lado, eles lutam por uma posição garantida e, por outro lado, tentam melhorar as suas experiências. Este último aspecto pode ser resultado de uma formação universitária que, geralmente, se concentra mais na teoria do que na prática.

De realçar que a experiência prévia dos estudantes universitários não influencia a intenção profissional dos estudantes inquiridos, pois a maior parte destes estudantes iniciou a licenciatura logo após terminar o ensino secundário. Também a influência de familiares e amigos na intenção dos alunos se converterem em empreendedores não se confirmou, pois a maioria dos alunos indicou não querer dar continuidade à tradição familiar. Por último, as actividades e métodos ligados ao empreendedorismo e as actividades abordadas durante a graduação e pós-graduação dos estudantes universitários e a fixação dos estudantes universitários no concelho e na região onde realizaram a sua formação académica também não se confirmam, contrariamente ao que se esperava.

Em suma, à luz das conclusões, a questão central que se coloca é: Qual pode ser o papel das universidades na promoção do espírito empresarial? De acordo com a literatura e com os resultados apresentados, apenas uma pequena fracção dos estudantes inquiridos estão dispostos a iniciar a sua própria empresa. Pelo contrário, a grande maioria prefere uma maior qualificação (formação complementar) depois de terminar a licenciatura e uma parte considerável prefere empregar-se para adquirir experiência. Os resultados dão origem ao pressuposto de que o sistema de ensino superior pode ter alguma cumplicidade para o facto de que muitos alunos querem ser empregados após terminarem a sua formação académica.

A metodologia a ser utilizada no ensino do empreendedorismo deve favorecer a ampliação da percepção do aluno sobre si mesmo, para que ele reconheça a necessidade de desenvolvimento de competências empreendedoras e seja capaz de identificar estratégias para o seu desenvolvimento como empreendedor de sucesso, seja em organizações privadas, sociais ou no seu próprio negócio, pois o sucesso de uma empresa depende hoje directamente do comprometimento dos seus colaboradores, os quais devem ser essencialmente inovadores.

No entanto, esta investigação tem algumas limitações que oferecem possibilidades para futuras pesquisas.

Em primeiro lugar, as conclusões são verdadeiras para estudantes da Universidade da Beira Interior. Uma simples generalização não pode ser provável uma vez que determinadas características, como os aspectos culturais e de mentalidade, estrutura do sector educacional, nível de rendimentos, clima económico, entre outros, podem determinar a escolha profissional.

Por este motivo, sugere-se uma pesquisa mais aprofundada para detectar diferenças regionais/nacionais. Em segundo lugar, este estudo concentrou-se apenas no lado da oferta do mercado de trabalho, e não no lado da procura. Uma abordagem interessante seria a de questionar empreendedores de empresas recentes e explorar o tipo de recursos humanos (por exemplo, qualificação, experiência profissional, outras habilidades, etc) que procuram/necessitam.

Em terceiro lugar, seria interessante questionar os alunos sobre os seus desejos e intenções profissionais poucos anos antes das suas escolhas profissionais serem realizadas. No entanto, de acordo com suas intenções reais de carreira e as experiências subsequentes, a sua percepção pode alterar no futuro. Isto é especialmente verdade para as suas preferências cinco anos após a licenciatura. Seria também interessante, questionar daqui a alguns anos (5-10 anos) os mesmos alunos agora inquiridos, para analisar se as suas motivações e intenções profissionais tinham sofrido alterações.

De facto, um problema actual em Portugal, e na maior parte dos países, é a forma de fomentar a criação de novas empresas e tornar a carreira empresarial mais atraente para os jovens. O empreendedorismo surge como uma ferramenta-chave no uso das competências dos recursos humanos qualificados para a criação de novos negócios. Dada a influência que a formação académica tem na aquisição de competências, atitudes e aspirações dos indivíduos, as conclusões desta investigação mostram que é importante desenvolver programas educacionais na área do empreendedorismo, a fim de melhorar e intensificar o processo de desenvolvimento de potenciais empreendedores.

Como consequência, os decisores, políticos e universitários são desafiados a oferecer programas e iniciativas adequadas para promover o empreendedorismo entre os estudantes universitários.

Curiosamente, na UBI, os estudantes de Gestão, Economia e Marketing são aqueles com maior propensão de auto-emprego, muito mais do que os alunos de engenharia. Neste contexto, e sendo uma das principais implicações deste estudo, a importância do espírito empresarial, este não deve ser sobrevalorizado quando as universidades pretendem cumprir a sua missão de fomentar o espírito empresarial.

## 7 – BIBLIOGRAFIA

- Ajzen, I. (1991), “The Theory of Planned Behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179 – 211.
- Almeida, M. (2001), “*A universidade possível: experiências de gestão universitária*”. São Paulo, Cultura editores associados.
- Arenius, P. e DeClercq, D. (2005), “A Network-based Approach to Opportunity Identification”. *Small BusinessEconomics*, 24, 249–265.
- Audretsch, David B. (2006), “*Entrepreneurship, Innovation and Economic*”. Growth (Chaltham: Edward Elgar Publishing).
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G.C. e Hay, M. (2001), “Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and the USA”. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145 - 160.
- Bannock, J. e Daly, C. (1994), “*Small Business Statistics*”, London: Routledge”.
- Baptista, R. e Thurik, A. (2007), “The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier?”. *Technological Forecasting & Social Change*.
- Barreto, L.P. (1998), “*Educação para o empreendedorismo*”: Escola de Administração de Empreendedorismo da Universidade Católica de Salvador.
- Bartlett, C. e Ghoshal, S. (2002), “Building Competitive Advantage through People”, *Sloan Management Review*, 4(2), 34-41.
- Bates, T., (1990), “*Self-Employment Trends Among Mexican Americans*”.
- Baumol, W. J. (1983) – “Toward Operational Models of Entrepreneurship” in J. Ronen (ed.), *Entrepreneurship*, Lexington Books, D. C. Heath, 29-47.
- Becker, G. S. (1964), “*Human Capital*”. University of Chicago Press, Chicago.
- Begley, J. M. (1995), “Using founder status, age of firm, and company growth rate as the basis for distinguishing entrepreneurs from managers of smaller business”. *Journal of Business Venturing*, 10, 249 - 263.
- Begly, T., Boyd, D. (1987), “Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small business”. *Journal of Business Venturing*, 2,79 - 93.
- Bhandari, N. (2006), “Intention for Entrepreneurship among Students in India”, *The Journal of Entrepreneurship*, 15 (2), 1-11.

- Birley, S. (1985), “The Role of Networks in the Entrepreneurial Process”. *Journal of Business Venturing*, 1.
- Birley, S. e Westhead, P. (1994), “A taxonomy of business start-up reasons and their impact on firm growth and size”. *Journal of Business Venturing*, 9, 7–31.
- Bosma, N., Van Praag, M., Thurik, T. e Wit, G. (2004): “The Value of Human and Social Capital Investments for the Business Performance of Startups”. *Small Business Economics*, 23, 227-236.
- Brockhaus, R. H. Sr. (1982), “The psychology of the entrepreneur”. In, Kent, C. A. S., Donald, L., Vesper, K. H. (eds), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey. 39 - 71.
- Brockhaus, R. H. Sr. e Horwitz, P. S. (1986), “The psychology of an entrepreneur”. In, Sexton, D., Smilor, R. (Hrsg.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA. 25 - 49.
- Brown, L.R., Pattinson, H.M. (1995), "Information technology and telecommunications: impacts on strategic alliance formation and management". *Management Decision*, Vol. 33 No.4, 41-51.
- Bryman, A. e Cramer, D. (1993): "*Análise de Dados em Ciências Sociais*", Celta Editora, Oeiras.
- Busch, O. (2007), “When Have All the Graduates Gone? Internal Migration of Graduates in Germany 1984-2004”.
- Bygrave, William (2003), “The social dynamics of entrepreneurship”. *Revista Entrepreneurship theory and practice*, 2000.
- Caliendo, M., F, Fossen, M; Alexander S. e Kritikos (2008), “Risk attitudes of nascent entrepreneurs—new evidence from an experimentally validated survey”. *Small Business Economics* (forthcoming).
- Carroll, G. e Mosakowski, E. (1987), “The career dynamics of self-employment”. *Administrative Science Quarterly*, Vol., 32, 570-589.
- Carter, N. M., et al. (2003), “The career reasons of nascent entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing* 18, 13-39.
- Castanias, R. P. e Helfat, C.E. (1992), “Managerial and Windfall Rents in the Market for Corporate Control”.
- Castanias, R. P. e Helfat, C.E. (2001), “The Managerial Rents Model: Theory and Empirical Analysis”, *Journal of Management* 27, 661–678.

- Chiswick, B. (1999), "Are Immigrants Favorably Self-Selected?," *American Economic Review*, American Economic Association, Vol. 89(2), 181-185.
- Christensen, C., (1997): *“The innovator’s dilemma”*, Boston: Harvard Business School Press.
- Clarke, I. e Hallsworth, A. (1994), "Inter-organisational networks and location investment decisions: a Canadian example", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 22, No.6, 38-45.
- Colombo, M. e Grilli, L. (2005), “Founders’ Human Capital and the Growth of New Technology-based Firms: A Competence-based View”. *Research Policy*, 34, 795-816.
- Cooper , A.C. e Cascon, F.J. (1992), “Entrepreneurs, processes of founding, and new-firm performance”. In D.L. Sexton y J.D. Kasarda (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley.
- Cooper, A. C. (1986), “Entrepreneurship and high technology”. In D. Sexton, e R. Smilor (Eds.) *The art and science of entrepreneurship* Massachusset: Ballinger Pusblishing Company, pp. 153–180.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon e Woo, C.Y. (1994), “Initial Human and Financial Capital Predictors of New”.
- Crant, J. M. (1996), “The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial Intentions”. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- David, D., Roveda M., Redivo, R., Colossi, F. e Franzoni, A. (2001), “Aspectos Pedagógicos no Ensino do Empreendedorismo”. *III Encontro Nacional de Empreendedorismo*.
- Davidsson, P. (1989), “*Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*”. Stockholm School of Economics.
- Davidsson, P. (1995), “Determinants of Entrepreneurial Intentions”. Working Paper at Jonköping International Business School, 31. Jönköping.
- Davidsson, P. e Wiklund, J (1999), “A resource-based view on organic and acquired growth”. Paper presented at the Academy of Management Pre-conference, Chicago, August.
- Davidson, P. e Wiklund, J. (2001), “Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice an suggestions for future”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 25, N°4, 81-99.
- Davidsson, P. e Honig, B. (2003), “The role of Social and Human Capital among Nascent entrepreneurs”. *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331.



- Delmar, F. e Davidsson, P. (2000), “Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs”. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, 1-23.
- Dinis, A. (2004), “Empresarialidade em Meios Rurais e Periféricos – Um modelo multidimensional de análise”. Tese de Doutoramento em Gestão, UBI, Covilhã.
- Dolabela, F. (1999), “O ensino de empreendedorismo no Brasil: uma metodologia revolucionária”, IV Workshop de Capacitação e Acompanhamento do Génesis.
- Douglas, E.J., Shepherd, D.A. (2002), “Self-Employment as a Career Choice, Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 81-90.
- Drucker, P. (1970), "Entrepreneurship in Business Enterprise". *Journal of Business Policy*, Vol. 1.
- Etzkowitz, H. (2001), “*The Evolution of University-Industry Relations*”. Technology Access Report, Fev.
- Evans, D.S. e Leighton, L.S. (1989), “Some Empirical Aspects of Self-employment”. *American Economic Review*, 79, 519-535.
- Filion, L. (1991), “*Visions et relations, defs du succès de l’entrepreneur*”, Les Editions de L’Entrepreneur, Montréal, Canadá.
- Filion, L.J. (1999), “Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios”. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, Vol.39, N.4, 6-20.
- Filion, L.J. (2000), “O empreendedorismo como tema de estudos superiores: palestra proferida no seminário A Universidade formando empreendedores”. Disponível em:<<http://www.iel.org.br/programa/empreend/discurs4.html>>.
- Florin, J., Karri, R. E Rossiter, N. (2007), “Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education: an Attitudinal Approach”. *Journal of Management Education*, 31 (1), 17-42.
- Franco, M. J. (2007), “A confiança e o Poder em Relacionamentos Inter-Organizações: Duas Dimensões Chave para o seu Sucesso e Estabilidade”, in *XVII Jornadas Hispano-Lusas de Genti3n Científica*, 8-9 Fevereiro, Logroño, Espanha.
- Fueglistaller, U., Klandt, H. e Halter, F. (2006), “*International Survey on Collegiate Entrepreneurship 2006*”. University of St. Gallen and European Business School.
- Gartner, W.B. (1989), “Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27 - 38.

- Gartner, W.B. (1988), “Who Is as Entrepreneur?” “Is the Wrong Question”, *American Journal of Small Business*, Spring.
- Gatewood, E.J. et al. (1995), “A longitudinal study of cognitive factors influencing start-up behaviors and success at venture creation”. *Journal of Business Venturing* 10 (5), 371-391.
- Gimeno, J., Folta, T., Cooper, A. e Woo, C. (1997), “Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firm”. *Administrative Science*, 42, 750-783.
- Gorman, G. (1997), “Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review” *International Small Business Journal*, 15(3), 56–79.
- Greene, F.J. and Saridakis, G., (2000) "The Role of Higher Education Skills and Support in Graduate Self-Employment". *Studies in Higher Education*, 33(6), December 2008, 653-672.
- Grilo, I. e Irigoyen, J.M. (2006), “Entrepreneurship in the EU: To wish and not to be”. *Small Business Economics* 26, 305–318.
- Hair, J.R., Babin, B., Money, A.H. e Samouel, P. (2005), “Fundamentos e Métodos de Pesquisa em Administração”. Porto alegre: Bookman.
- Hansen, R. E. (1995), “Teacher socialization in technological education”. *Journal of Technology Education*, 6(2), 34-45.
- Hatch, Nile e Jeffrey H. Dyer, (2004). “Human Capital and Learning by Doing as a Source of Sustainable Competitive Advantage.” *Strategic Management Journal*. Vol. 25, 1155-1178.
- Hisrich, R.D. (1990), “Entrepreneurship/intrapreneurship”. *American Psychologist*.
- Hmieleski, K. e Corbett, C. (2006), “Proclivity for Improvisation as a Predictor of Entrepreneurial Intentions”. *Journal of Small Business Management*, 44 (1), 45-63.
- Honig, B. (2004), “Entrepreneurship education: toward a model of contingency-based business planning”. *Academy of Management Learning & Education*, v, 3, n. 3, 258-273.
- Hsu, D. (2007), “Experienced Entrepreneurial Founders, Organizational Capital, and Venture Capital Funding”. *Research Policy*, 36722-741.
- Johannisson, B. (1986), “Network Strategies: Management Technology for Entrepreneurship and Change”. *International Small Business Journal*, 5(I), 19-30.

- Johannisson, B. (1988), “Business Formation – A Network Approach”. *Scandinaen Journal Management*, Vol. 4, Nº 3/4.
- Johannisson, B. (1990), “Community Entrepreneurship – Cases and Conceptualization”, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 2, Nº 1, 71-88.
- Johnson, R. A. e Tsui, K. W. (1998), “*Statistical Reasoning and Methods*”. Jonh Wiley & Sons, Nova York, Estados Unidos da América.
- Katz, J. A. (1992), “A Psychosocial Cognitive Model of Employment Status Choice”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 29- 37.
- Ketele e Roegiers (1991), “*Methodologie de recueillement de information*”. Bruxelas:De Boeck.
- Kodrzycki, Yolanda., (2001) “Migration of Recent College Graduates: Evidence from the National Longitudinal Survey of Youth.” *The New England Economic Journal*.
- Kolvereid, L. (1996), “Prediction of Employment Status Choice Intentions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1). 47 -57.
- Kolvereid, L. e Isaksen, E. (2007), “New business start-up and subsequent entry into self-employment”. *Journal of Business Venturing*, 21, 866– 885.
- Kowarski, T. (2005), “*Influências no Processo de Escolha Profissional*”
- Krueger, N. (1993), “The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.
- Krueger, N., Reilly, M. D. e Carsrud, A. L. (2000), “Competing Models of Entrepreneurial Intentions”. *Journal of Business Venturing*, 15, 411 - 432.
- Labianca G, Brass D. J. e Gray B. (1998), “Social networks and perceptions of intergroup conflict the role of negative relationships and third parties”. *Academy of Management Journal* 41 (1), 55-67.
- Landim, P. M. (1997), “*Análise Estatística de Dados Geológicos*”. Ed. Unesp, São Paulo, Brasil.
- Lautenschlager, A. e Haase, H. (2008), “Universities: A Hotbed of Humanm Resorces for New Firms?.” Paper presented on *G-Forum 2008 – 12th Annual Interdisciplinary Entrepreneurship Conference*, 6-7 November 2008, Dortmund, Germany.
- Leitão, J. e Franco, M. (2009), “On the Evaluation of SME Performance from a Human and Organizational Capital Perspective”, *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* (forthcoming paper).
- Li, W. (2006), “Entrepreneurial intention among international students: testing a model of entrepreneurial intention”. USASBE Small Business Advancent National Center. Arkansas: University of Central Arkansas.

- Locke, E. (2000), *“The prime movers: traits of the great wealth creators”*. New York: AMACOM.
- Lundström, A. e Stevenson, L. (2001), *“Patterns and trends in entrepreneurship. SME policy and practice in ten economies”*. The Swedish Foundation for Small Business Research. Örebro: FSF.
- Malhotra, N. (2006), *“Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada”*. 4ª ed., Bookman, Porto Alegre.
- Masters, R. e Meier, R. (1988), “Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs.” *Journal of Small Business Management*, 26, 31 - 35.
- Matthews, Charles H. e S. Moser, (1995), “Family Background and Gender, Implications for Interest in Small Firm Ownership”. *Entrepreneurship and Regional Development* 7(3), 365–377.
- McClelland, D. C. (2002), “Need achievement and entrepreneurship”. A longitudinal study. In, *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389 - 392.
- Miner, J. B. (1997), “The expanded horizon for achieving entrepreneurial success”. *Organizational Dynamics*, 25. 54 – 67
- Nicolaou, N. e Shane, S. (2008), “Can genetic factors influence the likelihood of engaging in entrepreneurial activity?”. *Journal of Business Venturing*,.
- Oliveira, S.L. (2001), *“Tratado de Metodologia Científica”*. São Paulo Pioneira.
- Parker, S. C. (2004), *“The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship”*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Parker, S. C. (2006), “Entrepreneurship, Self-employment and the Labour Market” in M. Casson, et al. (eds.) *Oxford Handbook of Entrepreneurship*, Oxford: OUP, (forthcoming).
- Pereira, H. J. (1995), “Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor”. Brasília.
- Peterman, N. E., Kennedy, J. (2003), “Enterprise Education, Influencing Students Perceptions of Entrepreneurship”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129 – 144.
- Preisendörfer, P. e Voss, T. (1990), “Organizational Mortality of Small Firms, The Effects of Entrepreneur Age and Human Capital”. *Organization Studies*, 11, 107 - 129.
- Rasheed, H. S. (2000), *“Developing entrepreneurial potential in youth: the effects of entrepreneurial education and venture creation”*. University of South Florida.

- Reynolds, P. D. (1997), “Who Starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation”. *Small Business Economics* 9, 449-462.
- Reynolds, P.; Hay, M.; Bygrave, B.; Camp, M.; Autio, E. (2000), “Global Entrepreneurship Monitor 2000. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation”.
- Reynolds, Paul, D., Nancy M. Carter, William B. Gartner, Patricia e G. Greene, (2004), “The Prevalence of Nascent Entrepreneurs in the United States”. Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, *Small Business Economics* 23(4), 263–284.
- Robinson, P., Haynes, M. (1991), “Entrepreneurship education in American’s major universities.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15, Nº 3, 41-52.
- Rodrigues, R.; Raposo, M. & Ferreira, J. (2007), ”Propensão para a criação da Própria Empresa – Proposta e Teste de um Modelo Conceptual com Recurso a Equações Estruturais”, XVII *Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, 8-9 Fevereiro, Logroño, Espanha.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S. e Wiche, F. A. (1989), “Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13, 53 - 71.
- Schumpeter, J. (1950), “Capitalism , Socialism, and Democracy”. 3<sup>rd</sup> edition, Harper and Row, New York.
- Scott, M. und Twomey, D. (1988), “The long-term supply of entrepreneurs, Students career aspirations in relation to entrepreneurship”, *Journal of Small Business Management*, 26, 5 - 13.
- Serrano, A. (2006), “Inovação e Empreendedorismo no séc. XXI”, In XVI *Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*, 1-3 Fevereiro, Évora.
- Shane, S., L. e Kolvereid, P. (1991), “An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender”. *Journal of Business Venturing* 6, 431–446.
- Shane, S. e Venkataraman, S. (2000), “The promise of entrepreneurship as field of research”. *Academy of Management Review* 25, 217-226.
- Shane, S. e Venkataraman, S. (2001), “Entrepreneurship as a field of research, a response to Zahra , Dess, Singh, , Erikson.” *Academy of Management Review*, 26(1), 13 – 16.
- Shane, S., Locke, E. A. e Collins, C. J. (2003), “Entrepreneurial Motivation”. *Human Resource Management Review*. Vol. 13, 257–279.

- Shapero, A. (1984), “The Entrepreneurial Event. In, Kent, C. A. (Hrsg.)”. *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington, Toronto. 21 - 40.
- Shaver, K.G., Scott, L.R. (1991), “Person, Process, Choice, The Psychology of New Venture Creation.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15.
- Shepherd, Dean A. e Dawn R. DeTienne (2005), “Prior Knowledge, Potential Financial Reward, and Opportunity Identification”. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(1), 91–112.
- Silva, H. E. (1996), “Programa de empreendedorismo da UCB: bases conceituais e estratégia de Desenvolvimento”. *Estudos Empresariais*, Brasília, Vol.1, Nº.1, 7-15.
- Singer, B. (1995), “Contours of development”. *Journal of Business Venturing*, 10(4). 303-329.
- Sorensen, O. e Audia, P.G. (2000). “The Social Structure of Entrepreneurial Activity: Geographic Concentration of Footwear Production in the United States, 1940-1989,” *American Journal of Sociology* 106, 424-461.
- Sternberg, R., U. Brixand e Hundt, C. (2007), “Global Entrepreneurship Monitor: Länderbericht Deutschland 2006”. Hannover/Nürnberg.
- Stewart, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C. , Carland, J. W. (1998), “A proclivity for entrepreneurship, A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers”. *Journal of Business Venturing*, 14. Jg., S. 189 - 215.
- Stumpf, S. S.; Dunbar, R. L. (1991) – “Simulations in Entrepreneurship Education: Oxymoron or Untapped Opportunity”, *Frontiers in Entrepreneurship Research*, 681-694.
- Ulinj, J., Fayolle, A. e Groen, A. (2003), “European educational diversity in technology entrepreneurship: a dialogue about a culture or a knowledge management class?”. Working Paper 03.12, Department of Technology Management, Technische Universiteiten Eindhoven, Netherlands.
- Ussman, A., Franco, M. e Serrasqueiro, Z. (2002), “A Network Approach to Study Entrepreneurship: An Empirical Research Performed in Portuguese SMEs”, paper apresentado na *RENT XVI - Research in Entrepreneurship and Small Business*, Universidade Autónoma de Barcelona, 21-23 de Novembro de 2002, Espanha, Vol. 2, pp. 455-468.
- Vecchio, R. P. (2003), “Entrepreneurship and leadership, common trends and common threads”. *Human Resource Management Review*, 13, 303 - 327.
- Veciana J.M. (1980), “Un concepto empírico de empresário”, *Revista Económica de Banca Catalana*, Nº 50, (marzo).

- Veciana, J.M (1988), “Proceso y problemas de la Creación de una Empresa”. *Revista Económica de Cataluña*. Nº 8, Mayo-Agosto.
- Veciana, J. M. (1989), “Características del Empresario en España”. *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36.
- Veciana, J.M (1997), “Mitos y realidades de la creación de empresas”, Encuentros de Desarrollo Local y Empleo. Culleredo.
- Veciana, J.M. (1999), “Creación de Empresas como Programa de investigación científica”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, N 18, Nº 3.
- Veiga, F. H. (1996), “Recolha de dados: O Questionário”. Lisboa: Departamento de Educação da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa.
- Venkataraman, N. (2004), “Regional transformation through technological entrepreneurship”. *Journal of Business Venturing*, Vol. 19, 153-167.
- Venkataraman, S. (2004), “The distinctive domain of entrepreneurship research”. in: J. Katz and R. Brockhaus (Eds.). *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, Vol. 3, Greenwich, CT: JAI Press, 119-138.
- Vesper, K. H. (1990), “*New venture strategies*”. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Wagner, J. (2004), “Are Young and Small Firms Hothouses for Nascent Entrepreneurs?”. *Applied Economics Quarterly*, 50, 379-391.
- Westhead, P., Ucbasaran, D. e Wright, M. (2005), “Experience and Cognition: Do Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurs Differ?”. *International Small Business Journal* 23(1): 72-98.

# Anexo





## UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

### Estudo sobre as Intenções Profissionais e Empresariais dos Estudantes Universitários

Ao preencher o questionário tenha em conta que:

- a) A sua participação é voluntária e as suas respostas são anónimas e confidenciais; não há respostas certas ou erradas. Apenas se pretende conhecer a sua opinião.
- b) Os questionários destinam-se unicamente a produzir dados estatísticos e análise de informação com eles relacionados;
- c) Os dados recolhidos nunca serão tratados de forma individualizada;
- d) As informações fornecidas serão utilizadas exclusivamente para fins académicos;
- e) Deve responder, por favor, a todas as questões, pois tal é muito importante para a validade desta investigação.

Este questionário foi delineado e planeado com vista a ser administrado ao longo do tempo.

No caso de desejar colaborar outra vez neste estudo, por favor, indique no final deste questionário o seu **endereço de e-mail**.

Para facilitar a comparação com dados futuros, por favor, responda às três seguintes questões.

i) A primeira e última letra do seu primeiro nome (ex. <b>S</b> ofia Faustino = SA)	
ii) A primeira e última letra do nome da localidade de nascimento (ex. <b>P</b> orto = PO)	
iii) Os dígitos do dia de nascimento (ex. <b>20</b> Janeiro de 1981 = <b>20</b> )	

Estudo sobre as Intenções Profissionais e Empresariais dos Estudantes Universitários

## I. Informação sobre o período antes da licenciatura

### 1. Em que tipo de actividades esteve envolvido antes de ter iniciado a sua licenciatura/curso?

(não é permitido resposta múltipla)

- ☐ Eu comecei directamente a minha licenciatura depois de ter concluído o secundário.
- ☐ Eu completei uma formação vocacional.
- ☐ Eu trabalhei por conta de outrem.
- ☐ Eu fiz um estágio.
- ☐ Eu fiz o meu serviço militar.
- ☐ Eu trabalhei por conta própria.

### 2. Onde é que residia e se encontrava antes de ter iniciado os seus estudos universitários?

- 2.1 País: \_\_\_\_\_ 2.2 Região: \_\_\_\_\_ 2.3 Cidade/Vila: \_\_\_\_\_
- 2.4 Distância a partir da localização da presente universidade:  
☐ 0-10 km    ☐ 11-50 km    ☐ 51-100 km    ☐ 101-200 km    ☐ > 200 km

## II. Informação acerca das percepções profissionais

### 3. Por favor, indique qual das seguintes afirmações melhor se aplica à sua situação!

(não é permitido resposta múltipla)

- ☐ Eu não pretendo ser um trabalhador por conta própria.
- ☐ Eu não excluo a possibilidade de vir a ser um trabalhador por conta própria.
- ☐ Eu tenho a intenção de ser trabalhador por conta própria.
- ☐ Eu já iniciei as primeiras actividades para vir a ser um trabalhador por conta própria.
- ☐ Eu já sou um trabalhador por conta própria.

**4. Nas duas situações a seguir expostas, que tipo de ocupação gostaria de procurar e ter depois da licenciatura?**

Logo após o termino da minha licenciatura (**duas** respostas no máximo) e

Após **cinco** anos de actividades profissionais (**duas** respostas no máximo)

4.1a	<input type="checkbox"/>	4.1b	<input type="checkbox"/>	Eu ainda não sei
4.2a	<input type="checkbox"/>	4.2b	<input type="checkbox"/>	Uma formação complementar no futuro (estágio, mestrado, ou doutoramento, etc.)
<i>Trabalhador por conta de outrem</i>				
4.3a	<input type="checkbox"/>	4.3b	<input type="checkbox"/>	Numa micro empresa (com 10 empregados no máximo)
4.4a	<input type="checkbox"/>	4.4b	<input type="checkbox"/>	Numa pequena empresa (11 a 49 empregados)
4.5a	<input type="checkbox"/>	4.5b	<input type="checkbox"/>	Numa média empresa (50 a 249 empregados)
4.6a	<input type="checkbox"/>	4.6b	<input type="checkbox"/>	Numa grande empresa (com mais de 249 empregados)
4.7a	<input type="checkbox"/>	4.7b	<input type="checkbox"/>	Numa universidade ou instituição de investigação
4.8a	<input type="checkbox"/>	4.8b	<input type="checkbox"/>	Num serviço público/função pública
4.9a	<input type="checkbox"/>	4.9b	<input type="checkbox"/>	Noutro tipo de serviço que não por conta própria
<i>Trabalhador por conta própria</i>				
4.10a	<input type="checkbox"/>	4.10b	<input type="checkbox"/>	Como um “freelancer” (profissão liberal)
4.11a	<input type="checkbox"/>	4.11b	<input type="checkbox"/>	Na empresa da minha família

**5. Qual o grau de importância dos seguintes motivos na sua escolha profissional?**

		Muito importante				Nada importante
5.1	Trabalhar sob a minha própria iniciativa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2	Poder decidir sobre o meu horário e local de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3	Colocar em prática as minhas próprias capacidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	Ser eu o próprio chefe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.5	Poder realizar as minhas ideias sobre o negócio/produto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6	Possibilidade de ter um ordenado mais elevado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7	Devido à situação do mercado de trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.8	Diversão ao se enfrentar com oportunidades e riscos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.9	Prestígio e status social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.10	Dar continuidade à tradição familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. Onde pretende ficar depois de ter finalizado o seu curso/licenciatura?**

6.1 País: \_\_\_\_\_ 6.2 Região: \_\_\_\_\_ 6.3 Cidade/Vila: \_\_\_\_\_

6.4 Distância a partir da localização da presente universidade:  
☐ 0-10 km    ☐ 11-50 km    ☐ 51-100 km    ☐ 101-200 km    ☐ > 200 km

6.5 ☐ Ainda não sei



Estudo sobre as Intenções Profissionais e Empresariais dos Estudantes Universitários

**III. Informação acerca do “background” familiar (ocupação dos pais)**

**7. Existem pessoas dentro da sua família, entre amigos ou entre seus conhecidos que são proprietários ou co-fundadores de uma empresa?**

			Proprietário de uma empresa			(Co)Fundador de uma empresa
7.1a	<input type="checkbox"/>	7.1b	<input type="checkbox"/>		Avós	
7.2a	<input type="checkbox"/>	7.2b	<input type="checkbox"/>		Pais	
7.3a	<input type="checkbox"/>	7.3b	<input type="checkbox"/>		Irmãos e irmãs	
7.4a	<input type="checkbox"/>	7.4b	<input type="checkbox"/>		Esposo/Esposa ou companheiro(a)	
7.5a	<input type="checkbox"/>	7.5b	<input type="checkbox"/>		Outras relações de parentesco	
7.6a	<input type="checkbox"/>	7.6b	<input type="checkbox"/>		Amigos	
7.7a	<input type="checkbox"/>	7.7b	<input type="checkbox"/>		Conhecidos	

**8. Que tipo de actividades profissionais os seus pais praticaram ou praticam mais recentemente?**

			Pai		Mãe
8.1a	<input type="checkbox"/>	8.1b	<input type="checkbox"/>		Trabalhador(a) por conta própria
8.2a	<input type="checkbox"/>	8.2b	<input type="checkbox"/>		Trabalhador(a) por conta de outrem
8.3a	<input type="checkbox"/>	8.3b	<input type="checkbox"/>		Empregado(a)/administrativo(a)
8.4a	<input type="checkbox"/>	8.4b	<input type="checkbox"/>		Operário(a)
8.5a	<input type="checkbox"/>	8.5b	<input type="checkbox"/>		Funcionário(a) público(a)
8.6a	<input type="checkbox"/>	8.6b	<input type="checkbox"/>		Doméstico(a)
8.7a	<input type="checkbox"/>	8.7b	<input type="checkbox"/>		Reformado(a)

**Por favor, indique ainda se os seus pais são empregados na função pública ou o foram recentemente!**

8.7a	<input type="checkbox"/>	8.7b	<input type="checkbox"/>	Função pública
------	--------------------------	------	--------------------------	----------------

Estudo sobre as Intenções Profissionais e Empresariais dos Estudantes Universitários

**9. Qual o grau académico mais elevado que possuem os seus pais?**

	Pai		Mãe	
9.1a	<input type="checkbox"/>	9.1b	<input type="checkbox"/>	Universitário
9.2a	<input type="checkbox"/>	9.2b	<input type="checkbox"/>	Politécnico
9.3a	<input type="checkbox"/>	9.3b	<input type="checkbox"/>	Secundário
9.4a	<input type="checkbox"/>	9.4b	<input type="checkbox"/>	Primário
9.5a	<input type="checkbox"/>	9.5b	<input type="checkbox"/>	Formação profissional

**IV. Informação sobre o tipo de matérias cursadas ao longo da licenciatura**

**10. Quais dos tipos de conteúdos/actividades já teve oportunidade de abordar durante a sua licenciatura?**

- 10.1 ☐ Experiências/histórias contadas por empresários
- 10.2 ☐ Estudos de caso sobre empresas já estabelecidas
- 10.3 ☐ Formação sobre criatividade e habilidade de resolução de problemas
- 10.4 ☐ Desenvolvimento de um plano de negócios
- 10.5 ☐ Formação sobre competências de natureza social (técnicas de apresentação, comunicação, etc.)
- 10.6 ☐ Jogos de simulação sobre o processo de criação de um negócio/uma empresa
- 10.7 ☐ Matérias sobre empreendedorismo

**IV. Dados pessoais**

**11. Para finalizar, por favor, indique a seguinte informação:**

- 11.1 Género: ☐ Feminino ☐ Masculino
- 11.2 Ano de nascimento: \_\_\_\_\_
- 11.3 Nacionalidade: \_\_\_\_\_
- 11.4 Universidade: \_\_\_\_\_
- 11.5 Ano actual do curso: \_\_\_\_\_
- 11.6 Duração total da presente formação (em anos): \_\_\_\_\_
- 11.7 Qual vai ser o grau final: ☐ Licenciado ☐ Bacharelato ☐ Mestrado  
☐ Doutoramento ☐ Outro

Estudo sobre as Intenções Profissionais e Empresariais dos Estudantes Universitários

- 11.8 Curso a que pertence:
- ☐ Gestão, Economia e Marketing
  - ☐ Sociologia
  - ☐ Ciências sociais, educação e psicologia
  - ☐ Línguas ou Artes
  - ☐ Design (moda, industrial, multimédia)
  - ☐ Medicina
  - ☐ Engenharia
  - ☐ Matemática, Informática e Ciências naturais

**Por favor, indique o seu endereço e-mail no caso de pretender colaborar neste estudo no futuro:**

\_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_

**Muito obrigada pela colaboração neste estudo!**