



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

**O ensino do empreendedorismo, as características
empreendedoras e a intenção empreendedora:
Uma análise do *Entrepreneurship Education Project*
Portugal.**

Julia Marina Discacciati Campos

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Empreendedorismo e Criação de Empresas
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof. Doutora Maria José Madeira

Covilhã, Junho de 2013

Dedicatória

Aos meus Pais, pilares da minha vida!

Agradecimentos

Ao concluir mais uma etapa da minha vida, só tenho a agradecer... Assim como todos os dias, agradeço a Deus, refúgio dos meus pensamentos, detentor da minha Fé e meu Protetor, por estar sempre presente em minha vida, me abençoando e fornecendo-me paz. Agradeço à minha mãe, Maria Helena, pela paciência e dedicação, pelo esforço por ela realizado para que eu concretize sempre todos os meus sonhos, e por sonhar junto comigo, não me deixando desistir nos primeiros obstáculos, (não me deixando voltar para casa!), torcendo pelo meu sucesso e acreditando que sou capaz. Ao meu pai, Vicente, por ter sempre palavras de amor, carinho e incentivo, por se orgulhar a cada conquista minha e por não me deixar esquecer que a Fé em Deus nos fortalece e nos tranquiliza. À minha irmã Be, por viver esse sonho comigo (mesmo que só por 2 meses), e, mesmo tão distante, conseguindo me irritar, me fazendo lembrar de como é bom ter uma irmã mais nova, (e quanto sinto a falta dela) e por me encher de orgulho a cada conquista, me fazendo ser uma “irmã coruja”. Não posso deixar de agradecer aos meus amigos do Brasil, que mesmo estando longe, estão sempre presentes em minha vida, me incentivando (e me pedindo para voltar), e em especial ao Lucas Dinoéh, que foi o responsável pela minha mudança para a Covilhã, e por tornar meus dias nessa pequena cidade muito mais divertidos. A amizade de vocês me dá força para enfrentar cada obstáculo! Agradeço também aos amigos da Covilhã, que aos poucos se tornaram a minha família, e mesmo indo e vindo, a amizade continuará e nos encontraremos em várias partes desse mundo! Faço um agradecimento especial ao Guto, por estar comigo desde o início do Mestrado, por ser tão bom amigo (irmão) e uma ótima dupla de trabalho! E a Carol Loss, por ter me acolhido e “adotado”, tornando-se uma pessoa indispensável em minha vida, atuando como mãe, quando eu estava triste, como amiga, quando eu precisava desabafar, e como irmã, quando eu precisava somente de companhia para ver tv. Aos amigos do Algarve, que me acolheram assim que cheguei em Portugal, me fazendo sentir-me em casa, e me incentivaram a mudar para o “pé da Serra da Estrela”, quando falei que gostaria de estudar. Para finalizar, agradeço à querida Professora Maria José, por acreditar em meu potencial desde o início do Mestrado, por me apoiar na elaboração desse trabalho, por se preocupar comigo como uma mãe, e por ser o exemplo de pessoa e Professora que eu quero seguir, e por me fazer perceber que a relação aluno - professor vai além da simples troca de conhecimento dentro da sala de aula.

A todos vocês, muito obrigada! A amizade e o amor de vocês é o que me faz viver!

“Fundamental é mesmo o amor. É impossível ser feliz sozinho” (Tom Jobim)

Resumo

Na época de globalização e de forte competição em que se vive, e face a atual crise económica e social surge cada vez mais a necessidade de fazer algo que promova o empreendedorismo e o surgimento de novos empreendedores e empresários. É reconhecido que o empreendedorismo se trata de uma temática bastante importante, no que toca à criação de novos empregos, de novas empresas e à geração de riqueza, seja de uma região, ou mesmo, de um país.

A presente investigação visa identificar e avaliar a relação existente entre os fatores comportamentais dos estudantes de ensino superior português e a intenção empreendedora dos mesmos. Procura-se ainda identificar e avaliar a relação existente entre o ensino do empreendedorismo e a intenção empreendedora desses estudantes.

A presente investigação procura através da revisão de literatura, fazer uma explanação sobre os temas empreendedorismo, intenção empreendedora, ensino do empreendedorismo e fatores comportamentais dos empreendedores. Com base nesta fundamentação teórica, formula-se as hipóteses a serem testadas.

Na análise dos resultados finais destaca-se que as variáveis “necessidade de realização” e “ensino do empreendedorismo” não exercem influência sobre a variável dependente “intenção empreendedora”. Perante os resultados obtidos constata-se que a variável “desejo de independência” afeta negativamente a “intenção empreendedora”, ao passo que a variável “auto-eficácia” influencia positivamente a “intenção empreendedora”. Os resultados finais observados divergem do esperado através da revisão de literatura, proporcionando uma visão diferente do padrão observado em outros estudos, contribuindo para o entendimento da relação entre as características empreendedoras, o ensino do empreendedorismo e a intenção empreendedora.

Palavras-chave

Empreendedorismo, ensino do empreendedorismo, fatores comportamentais, intenção empreendedora, EEP.

Abstract

In the era of globalization and severe competition in which we live, and face the current economic and social crisis is increasingly a need to do something to promote entrepreneurship and the emergence of new entrepreneurs and businessmen. It is recognized that entrepreneurship it is a very important issue, with regard to creation of new jobs, new businesses and the creation of wealth, is of a region or even a country.

This research aims to identify and assess the relationship between behavioral factors of Portuguese higher education students and entrepreneurial intention thereof. It seeks to further identify and evaluate the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention of these students.

This research seeks through the literature review, make an explanation of the themes entrepreneurship, entrepreneurial intention, entrepreneurship education and behavioral factors of entrepreneurs. Based on this theoretical foundation, formulates the hypotheses to be tested.

In order to test the hypotheses are used secondary data EEP (Entrepreneurship Education Project) in Portugal. This questionnaire has been implemented in several countries in Europe and the world. The method used in the test is the factor analysis and multiple linear regression model.

In the analysis of the final results is emphasized that the variables "need for achievement" and "entrepreneurship education" have no influence on the dependent variable "entrepreneurial intention". Given the results we see that the variable "desire for independence" negatively affects "entrepreneurial intention", while the variable "self-efficacy" positively influences the "entrepreneurial intention". The final results differ from the expected observed through the literature review, providing a different view of the pattern observed in other studies, contributing to the understanding of the relationship between entrepreneurial characteristics, entrepreneurship education and entrepreneurial intention.

Keywords

Entrepreneurship, entrepreneurship education, behavioral factors, entrepreneurial intention, EEP.

Índice

1. Introdução	1
1.1 Enquadramento do problema	1
1.2 Importância/Justificação do tema	3
1.3 Objetivo e questões da investigação.....	4
1.4 Estrutura da dissertação.....	5
2. Revisão da literatura.....	7
2.1 O empreendedorismo	7
2.2 Intenção empreendedora.....	9
2.3 O ensino do empreendedorismo	10
2.4 Fatores comportamentais do empreendedor	13
3. Metodologia de investigação.....	15
3.1 População, amostra e unidade de análise.....	15
3.2 Questionário	16
3.3 Variáveis	17
3.3.1 Variável dependente	17
3.3.2 Variáveis independentes.....	18
3.4 Método de recolha e análise de dados.....	20
4. Análise e discussão dos resultados.....	23
4.1 Caracterização da amostra	23
4.2 Análises Fatoriais	24
4.3 Regressão linear múltipla.....	29
4.4 Teste das hipóteses	30
5. Considerações finais, limitações e sugestões para futuras investigações ...	33
Referências	37
Anexos.....	42

Lista de Figuras

Figura 1: Influência das variáveis independentes na variável dependente	17
-------------------------------------------------------------------------------	----

Lista de Quadros

Quadro 1: O desenvolvimento do conceito do empreendedorismo	8
Quadro 2: Hipóteses e variáveis.....	20

Lista de Tabelas

Tabela 1: Percentagem do Gênero	23
Tabela 2: Percentagem de cursos que frequentam	23
Tabela 3: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Desejo de independência”	24
Tabela 4: Análise fatorial para a variável “Desejo de independência”	25
Tabela 5: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Necessidade de Realização”	26
Tabela 6: Análise fatorial para a variável “Necessidade de realização”	27
Tabela 7: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Auto-eficácia”	27
Tabela 8: Análise fatorial para a variável “Auto-eficácia”	28
Tabela 9: Regressão linear múltipla	29

Lista de Acrónimos

EEP - ENTREPRENEURSHIP EDUCATION PROJECT

EUA - ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

GEM - GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INE - INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA

KMO - KAISER-MEYER-OLKIN

UBI - UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

UNIPA - UNIVERSIDADE DEGLI STUDI DI PALERMO

Capítulo 1

1. Introdução

1.1 Enquadramento do problema

Face à atual crise económica e social, os políticos e os estudiosos procuram novas respostas para solucionar os problemas que vêm atormentando Portugal, os países da Europa e os Estados Unidos. Muitas vezes o empreendedorismo e os empreendedores são apontados pelos meios da comunicação social como sendo a melhor solução para esta crise. A partir da importância dada ao empreendedorismo e aos empreendedores, destaca-se neste trabalho o estudo do ensino do empreendedorismo e dos fatores comportamentais dos estudantes do Ensino Superior Português, mostrando-nos como esses dois tópicos influenciam a intenção empreendedora desses estudantes. Esse trabalho pretende ampliar um pouco mais o conhecimento sobre a relação do ensino do empreendedorismo e dos fatores comportamentais dos estudantes do ensino superior português e a intenção empreendedora desses mesmos estudantes.

Estudar o empreendedorismo é sempre uma oportunidade de aprender sobre um tema tão falado atualmente e tão discutido devido às características peculiares presentes nos empreendedores, como a propensão para enfrentar o risco, a capacidade de detetar uma oportunidade, a autonomia, pró-atividade, entre outros. Além de ser uma oportunidade, estudar o empreendedorismo é também um desafio, pois existem vários autores que estudam esse fenómeno, formando assim várias teorias e conceitos diferentes, tornando a pesquisa sobre o tema uma enorme fonte de informações.

O termo empreendedorismo teve a sua proveniência no verbo francês *entreprendre*, o qual significa “empreender”. No século XVIII, mais precisamente em 1755, com a obra de Richard Cantillon intitulada “*Essai sur la Nature du Commerce en General*” desenvolve-se um dos primeiros trabalhos a respeito do empreendedor (*entrepreneur*). Nesta obra Cantillon considera o empreendedor como o indivíduo que assume riscos, sendo o responsável pela circulação de bens e pelo equilíbrio entre a oferta e a procura, desempenhando a função de regulador do mercado.

O ensino do empreendedorismo é um tema que vem ganhando espaço entre os estudiosos, principalmente em países como a Inglaterra e os Estados Unidos. Em Portugal constata-se que existem alguns estudos sobre o ensino do empreendedorismo (Redford, 2006; Teixeira e Davey, 2008; Franco, Haase, e Lautenschläger, 2010; Rodrigues, Raposo, Ferreira e Paço, 2010; Paço, Ferreira, Raposo, Rodrigues e Dinis, 2011) porém existe interesse no estudo da

evolução desta temática e concretamente na análise da relação existente entre os fatores comportamentais dos estudantes do ensino superior português e a intenção empreendedora dos mesmos.

A intenção empreendedora é um assunto muito importante para o empreendedorismo, pois a partir dela se poderá prever se um indivíduo criará ou não um negócio. Qualquer comportamento requer um certo planeamento, o ato de criação de um novo negócio pode ser assim previsto de acordo com a intenção adotada por um determinado indivíduo (Ajzen & Fishbein, 1980; Ajzen, 1987; Ajzen, 1991). Liñán, Rodríguez e Guzmán (2004) definem intenção como os esforços de uma pessoa para realizar o comportamento empreendedor.

Neste trabalho utilizam-se dados secundários resultantes do questionário (EEP - *Entrepreneurship Education Project*) que é aplicado em mais de 70 países com o objetivo de analisar o ensino do empreendedorismo em cada país. Este questionário foi aplicado aos estudantes do Ensino Superior Português, oferecendo assim uma vasta base de dados para futuros estudos.

Devido à oportunidade de acesso aos dados fornecidos por este questionário, será feito nesse trabalho um estudo desses dados secundários com o objetivo de identificar e avaliar a relação existente entre os fatores comportamentais dos estudantes do ensino superior português e a intenção empreendedora desses estudantes, e ainda identificar e avaliar a relação existente entre o ensino do empreendedorismo e a intenção empreendedora desses mesmos estudantes. Com a finalidade de atingir estes objetivos, realiza-se uma revisão de literatura acerca dos assuntos: empreendedorismo, ensino do empreendedorismo, intenção empreendedora, fatores comportamentais que influenciam a intenção empreendedora, dentre outros temas que consequentemente surgirão durante a elaboração do trabalho, realizando-se ainda a análise empírica dos dados supracitados.

Além da importância do empreendedorismo e do estudo e ensino desse tema, ressalta-se também a importância dos fatores comportamentais do empreendedor. Segundo Ajzen (1991) conceitos referentes às disposições comportamentais, tais como atitude social e traço de personalidade, desempenharam um papel importante nas tentativas de prever e explicar o comportamento humano (Ajzen, 1988; Campbell, 1963; Sherman e Fazio, 1983).

No século XX os fatores comportamentais dos empreendedores já eram estudados, e é possível perceber que esses mesmos fatores continuam a ser estudados atualmente. De acordo com Sexton e Bowman (1985), os empreendedores possuem como características: tolerância a situações de risco; preferência à autonomia (e independência); resistência à conformidade; gosto para assumir riscos; fácil adaptação a mudanças; baixa necessidade de suporte. Essas mesmas características podem ser vistas em estudos de, por exemplo, Lumpkin e Dess (1996), Leite (2000) Rodrigues (2008) e Burns (2011).

O comportamento do ser humano é movido por intenções e, segundo Ajzen (1991), existe um conjunto de variáveis como atitude pessoal em relação ao comportamento, normas sociais percebidas e controle comportamental percebido que exercem influência sobre essa intenção.

1.2 Importância/Justificação do tema

Empreendedorismo é um tema que está sendo muito discutido atualmente, e devido a sua importância, são realizadas pesquisas que medem a intensidade com que o empreendedorismo vem ocorrendo em vários países como se constata no *Global Entrepreneurship Monitor - GEM*¹, que verificou que no ano 2012, 7,7% da população portuguesa entre 18 e 64 anos são empreendedores crescentes ou proprietários/gerentes de um novo negócio.

De acordo com Bakotic e Kruzic (2010), o espírito empresarial é cada vez mais reconhecido como um importante gerador de crescimento, inovação e criação de emprego. Como resultado disso, há um interesse progressivamente acadêmico, político e empresarial em melhorar e estudar o empreendedorismo. Segundo Matlay (2008), durante as últimas duas décadas, o ensino do empreendedorismo tem-se expandido significativamente nos países mais industrializados.

Os jovens são vistos como uma esperança para o futuro, e ao juntá-los ao empreendedorismo temos em mãos um trunfo para ser usado contra o desemprego, dificuldades econômicas, falta de ideias, enfim, contra as dificuldades que o mundo está vivendo atualmente. Segundo Bakotic e Kruzic (2010), muitas pesquisas mostram que o ensino do empreendedorismo tem um efeito significativo sobre o sucesso empresarial e, também, ilustram a relação positiva entre ensino do empreendedorismo e o desenvolvimento econômico, uma vez que os estudantes de hoje são geradores de desenvolvimento futuro, suas percepções e atitudes sobre empreendedorismo poderiam determinar consideravelmente as atividades de negócios futuros. Segundo Veciana e Urbano (2003), assim, o conhecimento das percepções de conveniência e viabilidade dos estudantes do Ensino Superior é o primeiro passo para agir no sentido de despertar e estimular o interesse dos alunos para uma carreira como empresário independente.

A importância do empreendedorismo pode ser ressaltada também por medidas governamentais. Segundo o Diário da República, a Assembleia da República de Portugal, em sua resolução nº 58/2012 recomenda ao Governo a promoção de incentivos ao empreendedorismo jovem. Dentro desta, é citada a necessidade de criar “incentivos ao

¹ Segundo o GEM <http://www.gemconsortium.org/> acessado em 15/02/2012 e 17/06/2013.

empreendedorismo jovem, incluídos numa estratégia nacional de incentivo ao empreendedorismo e inovação”. Além disso, destaca-se a necessidade de promover “uma maior sensibilização para o empreendedorismo em contexto escolar, desde o ensino básico e secundário até às instituições de ensino superior, de modo a criar, desde cedo oportunidades na escola para que os jovens se sintam empreendedores e motivados para o empreendedorismo (...)”. Mais recentemente criam-se medidas que visam o estímulo do empreendedorismo jovem, como o Passaporte para o Empreendedorismo², entre outros sistemas de incentivos.

Perante a atual conjuntura económica em que se encontra Portugal e face às recentes taxas de desemprego³, o Governo e as Administrações Públicas, tanto europeias como nacionais, têm de estipulado medidas e programas de apoio para a criação de novas empresas e para a promoção do espírito empresarial e do espírito empreendedor. Com o fomento do empreendedorismo capaz de levar à criação de empresas, a geração de novos negócios e projetos dentro de empresas existentes, parecem ser medidas que pode dar o seu contributo para a minimização dos problemas económicos e sociais que têm assolado o país nos últimos anos.

Assim, no contexto português revela-se fundamental analisar os fatores que podem contribuir para a promoção da criação de empresas e para a dinamização de iniciativas e projetos empreendedores. Deste modo, tornam-se necessárias mais investigações que estudem os fatores comportamentais do empreendedor. Dentro destes fatores, a presente investigação irá analisar a relação existente entre os fatores comportamentais do empreendedor e a intenção empreendedora.

1.3 Objetivo e questões da investigação

Segundo Varblane e Mets (2010), durante a última década, mudanças graves ocorreram no sistema europeu de ensino superior, levando a uma maior atenção ao ensino do empreendedorismo em diferentes níveis.

Matlay e Carey (2007) sugerem que é necessária mais e melhor investigação de qualidade, em todos os aspetos pertinentes do ensino do empreendedorismo.

De um modo geral, o objetivo desta investigação consiste em identificar e avaliar a relação existente entre os fatores comportamentais dos estudantes do ensino superior português e a intenção empreendedora desses estudantes e, ainda, identificar e avaliar a relação existente entre o ensino do empreendedorismo e a intenção empreendedora desses mesmos estudantes.

² De acordo com site <http://www.passaporteempreendedorismo.pt/index/> acedido em 16/06/2013

³ Segundo dados do INE, no 1º trimestre de 2013 situava-se nos 17,7% (<http://www.ine.pt> acedido em 16/06/2013)

Em um âmbito mais específico, destaca-se como propósitos dessa investigação:

- Identificar quais as características empreendedoras dos estudantes do ensino superior português e relacioná-las à intenção empreendedora dos mesmos.
- Analisar quais os fatores motivacionais identificados nos estudantes do ensino superior português que influenciam de maneira positiva a intenção empreendedora desses estudantes.
- Analisar a influência do ensino do empreendedorismo na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

Com a finalidade de atingir esses objetivos, realiza-se uma revisão de literatura e uma análise de questionários já aplicados a estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses (dados secundários) a fim de estudar os fatores comportamentais (nomeadamente características empreendedoras e motivações empreendedoras) presentes nos estudantes do Ensino Superior e sua relação com a intenção empreendedora desses estudantes.

No final da investigação, após a revisão de literatura, e o estudo empírico, procura-se ter respondido as seguintes questões:

- As características empreendedoras dos estudantes do ensino superior português estão relacionadas à intenção empreendedora dos mesmos?
- Os fatores motivacionais dos estudantes do ensino superior português estão relacionados à intenção empreendedora dos mesmos?
- O ensino do empreendedorismo influencia a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português?

1.4 Estrutura da dissertação

Após o Capítulo 1, com a apresentação do enquadramento do problema, juntamente com a justificação da importância do tema, descrição dos objetivos do trabalho e questões de investigação, esse trabalho será dividido da seguinte forma:

No Capítulo 2, serão apresentados os principais conceitos e definições importantes para o entendimento do trabalho, juntamente com a revisão de literatura de cada conceito que interliga o trabalho. O trabalho é interligado por 4 conceitos base: (1) empreendedorismo; (2) ensino do empreendedorismo; (3) Intenção empreendedora; (4) Fatores comportamentais que influenciam a intenção empreendedora;

Durante a revisão de literatura do conceito “empreendedorismo”, serão descritos os conceitos associados ao mesmo, a sua importância para a economia e as dificuldades

enfrentadas pelos empreendedores. A revisão de literatura do conceito “ensino do empreendedorismo” é baseada na importância de ensinar o empreendedorismo e nas dificuldades que envolvem esta questão. Será formulada, dentro da revisão de literatura do “ensino do empreendedorismo”, a primeira hipótese dessa investigação. A descrição da “intenção empreendedora” é baseada nos fatores/elementos que constituem as variáveis da mesma. Por fim, para finalizar a parte teórica desse trabalho, é feita uma revisão de literatura sobre os “fatores comportamentais que influenciam a intenção empreendedora”, a qual é fundamentada pelas principais características e motivações presentes nos empreendedores. É nessa parte que são formuladas as outras hipóteses dessa investigação.

Com o Capítulo 3, inicia-se a segunda parte do trabalho com a elaboração da parte empírica. Esse capítulo é denominado Metodologia de investigação, e está dividido em 4 partes: (3.1) População, amostra e unidade de análise; (3.2) Questionário; (3.3) Variáveis e (3.4) Método de recolha e análise de dados.

O Capítulo 4 é composto pela Análise e discussão dos resultados, e está dividido em 4 partes: (4.1) Caracterização da amostra, no qual se utiliza dados obtidos através do questionário para caracterizar a amostra utilizada no trabalho; (4.2) Análises Fatoriais, no qual se analisa as variáveis independentes; (4.3) Regressão linear múltipla, onde se relaciona os fatores obtidos através da análise fatorial com a variável dependente (intenção empreendedora) do trabalho; e por fim (4.4) Teste das hipóteses, onde será feito o teste das hipóteses a partir dos resultados obtidos no tópico anterior (regressão linear múltipla).

Finaliza-se o trabalho com o Capítulo 5, Conclusões finais, limitações e sugestões para futuras investigações, onde se apresentam as principais conclusões, cita-se as limitações encontradas neste trabalho e sugere-se futuras linhas de investigação a partir do que foi alcançado neste trabalho.

Neste trabalho apresentam-se às Referências, contendo todos os autores utilizados e citados neste trabalho, seguido dos Anexos, contendo parte do questionário utilizado, nomeadamente as perguntas que foram utilizadas para essa investigação, assim como os artigos que foram gerados a partir e durante a realização desse trabalho e que foram aceites para apresentação e publicação em congressos e conferências.

Capítulo 2

2. Revisão da literatura

2.1 O empreendedorismo

Segundo Berglund e Johansson (2007), parece haver um desejo de trazer a comunidade de investigação em conjunto por uma definição clara do empreendedorismo. A heterogeneidade do conceito de empreendedorismo é interessante na medida em que transforma a nossa atenção para coisas diferentes.

Pode-se dizer que o empreendedorismo é um comportamento, uma atitude e não uma profissão. A ele estão ligadas palavras como pró-atividade, risco calculado, inovação, dentre outras. De acordo com Berglund e Johansson (2007), as definições de empreendedorismo tendem a causar uma certa confusão, mas também podem levar a muita discussão a respeito de como o fenômeno deve ser considerado e, conseqüentemente, concebido.

Segundo Hisrich (2007) o empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos contábeis, psíquicos e sociais, e receber as recompensas resultantes da satisfação monetária e pessoal de independência.

O empreendedorismo, assim como o empreendedor são importantes para a economia dos países. Cuervo, Ribeiro e Roig (2007) afirmam que o empreendedorismo é um elemento essencial para o progresso econômico e manifesta a sua importância fundamental de diferentes maneiras: a) através da identificação, avaliação e exploração de oportunidades de negócios; b) através da criação de novas empresas e / ou renovar as já existentes, tornando-as mais dinâmicas, e c) por dirigir a economia para frente - através da inovação, competência, criação de emprego e pela melhoria geral do bem-estar da sociedade.

Alguns aspectos do empreendedorismo (tais como o risco, dedicação e força de vontade) são muito citados por autores na hora de defini-lo. Apresenta-se no quadro seguinte a evolução dos conceitos de empreendedor e de empreendedorismo, através dos principais estudiosos da área:

Quadro 1: O desenvolvimento do conceito de empreendedor e de empreendedorismo

Cantillon - 1755	O conceito de empreendedor (<i>entrepreneur</i>) está associado ao indivíduo que compra, transforma e vende matéria-prima, identificando uma oportunidade de negócio e assumindo os riscos que ele envolve.
Say - 1803	O empreendedor administra o trabalho de produção, é o centro de muitas conexões; gera lucro base naquilo que os outros sabem e não sabem, e todas as vantagens acidentais da produção.
Knight - 1921	O empreendedor é portador de risco e incerteza, e é capaz de lidar com essas dificuldades. Além disso, é capaz de prever necessidades futuras.
Schumpeter - 1937	O que define o empreendedor é a capacidade de fazer novas coisas, ou fazer coisas que já tinham sido feitas de uma maneira nova (inovação).
McClelland - 1961	Dez características empreendedoras: busca de oportunidades; persistência; comprometimento; valorizar a qualidade; assumir riscos; definir objetivos; busca de informações; planejamento e monitoramento sistemáticos; persuasão e rede de contatos; independência e autoconfiança.
Kirzner - 1979	O empreendedor é um decisor cujo principal papel consiste em estar alerta para oportunidades que até então não tinham sido percebidas.
Drucker - 1986	Os empreendedores criam algo novo, diferente, alteram ou transformam valores.
Shane e Venkataraman - 2000	O empreendedorismo é o processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades; e um conjunto de indivíduos que as descobre, avalia e explora.

Fonte: Adaptado de Trigo (2003).

Alguns autores abordam algumas dificuldades enfrentadas pelos empreendedores ao tentarem colocar suas ideias em prática. De acordo com Fritsch, Rusakova e Wyrwich (2010), a função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, mais geralmente, uma possibilidade inexperiente tecnológica para a produção de uma nova mercadoria ou produzir um novo caminho. Essa dificuldade enfrentada pelos empreendedores não é uma situação nova, os empreendedores vem enfrentando dificuldades ao longo do desenvolvimento do empreendedorismo. Pode-se perceber essa situação através de Schumpeter (1942), que no século XX afirmou que realizar coisas novas é difícil e constitui uma função econômica distinta, primeiro porque eles estão fora das tarefas de rotina que todo mundo entende, e em segundo lugar, porque o ambiente resiste em muitos aspectos.

De acordo com Cuervo, Ribeiro e Roig (2007), o empreendedorismo afeta todas as organizações, independentemente do tamanho ou idade, se eles são considerados um organismo privado ou público, e independentemente dos seus objetivos. Sua importância para a economia se reflete em seu crescimento visível como um assunto de interesse para a imprensa econômica e na literatura acadêmica. Por esta razão, é uma questão de interesse de acadêmicos, empresários e governos de todo o mundo.

Entre os conceitos de empreendedorismo citados acima, o que mais se enquadra no propósito desse trabalho é o conceito de Shane e Venkataraman (2000): “o empreendedorismo é o processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades; e um conjunto de indivíduos que as descobre, avalia e explora”. Destaca-se também o conceito de empreendedor criado por McClelland, que analisa as competências do empreendedor, afirmando que “empreendedores são pessoas que fazem as coisas da melhor maneira e tomam decisões em momentos de incerteza. São ainda pessoas com alta necessidade de realização, isto é, possuem uma tendência a estabelecer metas desafiadoras para alcançar estes objetivos de forma independente” (McClelland 1961).

2.2 Intenção empreendedora

A intenção de possuir determinado comportamento pode ser afetada por vários fatores, tais como necessidades, valores, desejos, hábitos e crenças (Bird, 1988).

Fini, Grimaldi, Marzocchi, e Sobrero (2009) definem intenção empreendedora como sendo uma representação cognitiva das ações a serem implementadas pelos indivíduos, quer para estabelecer novos empreendimentos independentes ou para criar novo valor dentro das empresas existentes.

Bird (1988) define intenção empreendedora como um estado de espírito, direcionando a atenção de uma pessoa (e, portanto, experiência e ação) em direção a um objeto específico (objetivo), ou um caminho, a fim de conseguir algo (meio). Este conceito é o que melhor se adequa a essa investigação, sendo portanto o conceito que será adotado para tal.

De acordo com Liñán (2005), uma estreita relação existiria entre a intenção de ser um empresário, e seu desempenho efetivo. O mesmo autor afirma que a intenção se torna o elemento fundamental para explicar o comportamento, ela indica o esforço que a pessoa vai fazer para realizar esse comportamento empreendedor (Liñán, 2004). Ajzen (1991) captura os três fatores motivacionais que influenciam o comportamento:

- Controle comportamental percebido: pode ser definido como a percepção da facilidade ou dificuldade na realização do comportamento de interesse (se tornar um empreendedor).

- Atitude em relação ao comportamento: refere-se ao grau em que o indivíduo tem uma avaliação positiva ou negativa pessoal sobre ser um empreendedor.
- Percepção de normas sociais: medem a pressão social percebida para realizar ou não realizar, o comportamento empreendedor.

Segundo Liñán (2005), esses três elementos constituem as variáveis explicativas da intenção empreendedora.

2.3 O ensino do empreendedorismo

O ensino do empreendedorismo é um tema de grande interesse entre os estudiosos da área. Segundo Cheung (2008), na década de 1980, a maioria dos governos da Comunidade Europeia apoiou programas de empreendedorismo para os jovens. Hoje, o ensino do empreendedorismo está bem enraizado em grande parte da Europa. Atualmente, de acordo com Shane (2004) há um consenso que o empreendedorismo no ensino superior é visto como um dos motores de grande importância para o crescimento econômico e geração de riqueza.

Segundo Varblane e Mets (2010), o ensino do empreendedorismo começou a ser um importante tema de pesquisa relativamente recentemente, e as primeiras análises sérias foram publicados no início de 1990. As principais ênfases dessas obras foram sobre o sistema educacional dos EUA, e uma das conclusões foi que apenas um terço das instituições americanas de ensino superior possui um ou mais cursos de empreendedorismo. O ensino do empreendedorismo europeu tornou-se um objeto de pesquisa desde a década de 1990 (Twaalfhoven et al, 2000, 2001, Wilson e Twaalfhoven, 2005).

De acordo com Pinho e Gaspar (2012 p. 2) “a própria Comissão Europeia (2006) dedica particular atenção ao empreendedorismo no ensino superior referindo que as universidades e os institutos politécnicos devem incorporar o empreendedorismo como elemento importante dos currículos, repartido por várias disciplinas, e exigir ou encorajar a participação em cursos de empreendedorismo.”

Segundo Kirby (2003), muitas vezes os programas de ensino do empreendedorismo buscam igualar o empreendedorismo com a criação de nova empresa e / ou gestão de pequenos negócios e educar "sobre" o espírito empresarial e a empresa ao invés de educar "para" o empreendedorismo. Apenas raramente, ao que parece, tem existido um foco no desenvolvimento de seus alunos, as suas habilidades, atributos e comportamentos para ser um empreendedor de sucesso.

Heinonen (2006) afirma que não há mais qualquer dúvida de que o empreendedorismo pode ser ensinado a nível universitário: é sim uma questão de desenvolver e promover as suas facetas alcançáveis, ou seja, os elementos que são ensináveis (Henry et al, 2005;

Kuratko,2005). Eles envolvem as “artes” (pensamento criativo e inovador) e “ciências” (negócios e gestão de competências funcionais) (Jack e Anderson, 1999; Rae, 2004). Alguns autores sugerem que durante o ensino do empreendedorismo, o ensino das “artes” é um desafio, em contrapartida, o ensino da “ciência” acaba por ser mais fácil de trabalhar. Heinonen (2006) afirma que parece que as universidades têm conseguido relativamente bem ensinar a “ciência” do empreendedorismo, fornecendo uma base conceitual e estimulando os necessários processos de pensamento analítico.

Segundo Kirby (2003), um empreendedor de sucesso possui um conjunto de habilidades pessoais, atributos e comportamentos que vão além do puramente comercial, e são esses atributos, essa maneira de pensar e esse comportamento que precisam ser desenvolvidos nos estudantes para que eles possam enfrentar os desafios do clima empresarial do século XXI.

Para Varblane e Mets (2010), o ensino do empreendedorismo depende muito da aceitação do espírito empreendedor de uma universidade e da criação de um ambiente empreendedor em torno da universidade. O conceito de universidade empreendedora tem levado vários teóricos a discutir o conteúdo e significado do termo “universidade empreendedora” e suas relações com a “tripla hélice” da universidade-indústria-governo (Martin e Etzkowitz, 2000).

O ensino do empreendedorismo não é um aspeto fácil de gerir, existem divergências sobre o que deve ser ensinado, para que lado deve ser levado o ensino. Cheung (2008) afirma que há um debate na literatura sobre se o ensino do empreendedorismo deve se preocupar mais com a criação de risco e gestão de negócios ou com o desenvolvimento de um conjunto de atributos pessoais e habilidades.

Segundo Matlay e Carey (2007), apesar do crescimento generalizado na oferta e procura relacionada ao empreendedorismo, ainda existe uma grande disparidade na qualidade de oferta dos programas do ensino do empreendedorismo, incluindo a conceção de currículos, métodos de ensino e formas de avaliação.

A maneira como o empreendedorismo é ensinado nas escolas, institutos politécnicos e universidades pode variar, o importante é que esse ensino seja concretizado. Segundo Cheung (2008), pesquisas revelaram que as escolas tendem a adotar uma abordagem global no fornecimento do ensino do empreendedorismo, o que significa que em vez de utilizar apenas uma abordagem, eles adotam uma variedade de estratégias de ensino para atingir alvos diferentes.

Outros aspetos também devem ser levados em conta quando se fala a respeito do ensino do empreendedorismo. O empreendedorismo é um fenómeno que ocorre mundialmente, portanto é necessária uma comunicação entre os empreendedores, as empresas e as escolas, para que troquem informações e agreguem valor ao seu trabalho. Segundo Cheung (2008), *networking* é fundamental para o ensino do empreendedorismo em todo o mundo. Ele acelera

o desenvolvimento do ensino do empreendedorismo, dando uma fonte valiosa de oradores convidados, mentores ou juizes para o negócio de plano de competições (Saboe et al., 2002,).

De acordo com Pinho e Gaspar (2012 p. 3), “o ensino do empreendedorismo concentra-se sobretudo nos estudantes que seguem cursos de economia e gestão, sendo limitada a oferta de aprendizagem neste domínio para os outros estudantes. O empreendedorismo continua a ser essencialmente uma matéria facultativa e é geralmente proposto como disciplina autónoma.”

Ensinar empreendedorismo não é uma tarefa fácil, mas na hora de aprender, os alunos não precisam ter uma formação específica para isso, ou seja, pode-se dizer que o empreendedorismo é ensinado de maneira interdisciplinar, de modo que pessoas formadas em qualquer área podem se disponibilizar a aprendê-lo. Cheung (2008), afirma que os programas de empreendedorismo existentes são em grande parte de formação interdisciplinar. Eles são interdisciplinares não apenas no sentido de que envolve a transmissão de conhecimento do assunto diferente, mas também na medida em que envolvem os alunos no desenvolvimento de vários atributos pessoais. A partir dessa interdisciplinaridade, podemos afirmar que, segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 3), “torna-se cada vez mais saliente o papel das universidades na promoção do espírito empreendedor, seja através do corpo docente e investigadores, seja através dos estudantes.”

Segundo Cheung (2008), o ensino do empreendedorismo é importante em muitos aspetos. Ele pode fornecer aos alunos uma compreensão do negócio - seus propósitos, sua estrutura, sua inter-relação com outros segmentos da economia e da sociedade. Muitos estudos têm observado que um curso de empreendedorismo tem um impacto positivo na visão dos alunos de empreendedorismo. Mohan-Neill (2001) sugeriu que os estudantes expostos ao ensino do empreendedorismo têm opiniões mais favoráveis sobre pequenas empresas. Um estudo conduzido por Waldmann (1997) indicou que o ensino do empreendedorismo no secundário terá um grande impacto sobre o número de alunos que consideraria seriamente começar um negócio em algum momento após a graduação. Kolvereid e Moen (1997) argumentaram que os graduados em empreendedorismo têm mais fortes intenções empreendedoras do que graduados em outras áreas.

A necessidade e os benefícios que são trazidos com o ensino do empreendedorismo muitas vezes levam a opiniões diferentes dos autores que estudam o assunto. Uns defendem a necessidade do ensino enquanto outros não o acham assim tão importante. Kuratko (2003), em seus estudos, afirma que o empreendedorismo, ou pelo menos alguns aspetos pertinentes do mesmo, pode ser ensinado por professores de gestão e / ou profissionais treinados antes, durante e após o início das atividades empresariais. Enquanto Johannison (1991), por exemplo, argumenta que para ensinar os indivíduos a se tornarem não só mais

empreendedores, mas também um empresário é um compromisso que, em tempo e alcance está além das capacidades de uma escola de negócios acadêmica.

O ensino do empreendedorismo, como foi explicitado acima, é um fator importante no desenvolvimento de empreendedores. Porém, somente o ensino do empreendedorismo não é suficiente para se medir o empreendedorismo, ou a atividade empreendedora, ou até mesmo a propensão para empreender de um local, é necessário estudar os fatores comportamentais do empreendedor. Segundo Zhao e Seibert (2006) os indivíduos com certos traços de personalidade podem encontrar atividades empresariais mais satisfatórias e gratificantes do que outros sem essas características, e, portanto, estes indivíduos podem persistir por tempo o bastante para estabelecer o novo empreendimento e se tornar um empreendedor.

A partir dessa revisão de literatura a respeito do ensino do empreendedorismo, é formulada a primeira hipótese desse trabalho:

H1: o ensino do empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

2.4 Fatores comportamentais do empreendedor

Segundo Shane, Locke e Collins (2003), o processo empreendedor ocorre porque os indivíduos agem para procurar oportunidades. Os indivíduos são diferentes nos seus desejos e capacidades para agir sobre essas oportunidades uma vez que eles não são iguais uns aos outros.

De acordo com Fischer, Nodari e Feger (2008, p.39) “a discussão em torno do empreendedorismo é ampla, contando atualmente com estudos e publicações que apontam como atitudes empreendedoras, aquelas desenvolvidas por pessoas que se destacam, principalmente, por sua iniciativa, persistência e otimismo, ou seja, variáveis comportamentais de indivíduos empreendedores.”

De acordo com Dalmoro (2008, p.61), “pode-se afirmar que há um perfil comportamental típico dos empreendedores, que facilita a obtenção de sucesso quando há iniciativa para começar um empreendimento”. Com o objetivo de facilitar a compreensão do que é ser empreendedor, destaca-se nesse trabalho algumas características que alguns autores consideram como sendo próprias de empreendedores. Segundo Burns (2011), as principais características que se destacam nos empreendedores são: necessidade de ser independente; necessidade de realização; locus de controlo interno; capacidade para enfrentar o risco e a incerteza; capacidade para inovar; autoconfiança; pró-atividade; visionário; entre outras.

Afirmando as conclusões de Burns, e acrescentando algumas características empreendedoras, recorre-se a Lumpkin e Dess (1996), que afirmam que algumas dimensões da orientação empreendedora são: autonomia, inovação, assumir riscos, pró-atividade e agressividade competitiva.

Pode-se observar que são muitas as características empreendedoras, porém esse trabalho contemplará apenas três dessas características, nomeadamente necessidade de realização, desejo de independência e auto-eficácia.

De acordo com Pritchard e Ashwood (2008), a motivação é um processo no qual aloca-se a energia com o objetivo de maximizar a satisfação das necessidades. Segundo McClelland (1961) e Burns (2011), como já foi citado anteriormente, os indivíduos empreendedores possuem uma necessidade de realização, e autores como Collins, Hanges e Locke (2004) sugerem que essa necessidade de realização está diretamente ligada ao desenvolvimento do empreendedorismo e de atitudes empreendedoras, sendo vista como uma motivação empreendedora de grande importância. A partir dessa importância, é formulada a segunda hipótese:

H2: A necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora estudantes do ensino superior português.

Existem ainda outras motivações que impulsionam as atividades e intenções empreendedoras. Essas motivações podem ser retiradas das características empreendedoras citadas por McClelland (1961). Entre elas se destaca o desejo de independência, que segundo Hisrich (1985) é uma das principais motivações que levam uma pessoa a querer ser empreendedora. A partir do que foi supracitado, é formulada a terceira hipótese desse trabalho:

H3: O desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

Ainda a respeito das motivações empreendedoras, refere-se também à auto-eficácia, que é definida por Bandura (1977) como a crença nas próprias capacidades para organizar e executar tarefas necessárias para controlar ações com potencial futuro. Segundo Baum e Locke (2004), a auto-eficácia é determinante para o empreendedor porque este deve estar confiante na sua capacidade para desempenhar com sucesso diversas ações e antecipar estratégias em situações de incerteza. Portanto, a partir dessas definições, formula-se a quarta hipótese de investigação:

H4: A auto-eficácia influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

Capítulo 3

3. Metodologia de investigação

A parte empírica desse estudo será baseada na análise de dados secundários, mais precisamente, como já foi citado anteriormente, de questionários aplicados a estudantes portugueses de ensino superior para medir aspetos ligados ao empreendedorismo. Portanto, será feito um estudo quantitativo de modo que após a recolha dos dados necessários se finalize com uma análise estatística que proporcionará os resultados para a análise final. A escolha por dados secundários foi feita porque esses dados são de fácil acesso, leva-se menos tempo e são menos dispendiosos.

Segundo Malhotra (2006), um estudo pode ser determinado por 3 diferentes tipos: (1) exploratório - quando o problema que está sendo investigado ainda é mal compreendido; (2) descritivo - quando o problema está bem estruturado e é bem entendido; e (3) causal - quando o problema está bem estruturado e ainda existem soluções de causa e/ou efeito.

De acordo com a descrição anterior, podemos afirmar que essa investigação é exploratória, visto que o problema que está sendo investigado (ensino do empreendedorismo e fatores comportamentais dos estudantes), não foi muito estudado no âmbito em que se está a fazer neste momento, mais claramente, em Portugal e através de um questionário padronizado que estuda o empreendedorismo em vários outros países.

3.1 População, amostra e unidade de análise

No presente trabalho, utiliza-se como base de dados o Questionário EEP que foi aplicado a estudantes do Ensino Superior portugueses, compreendendo estudantes das universidades e dos institutos politécnicos.

Os dados utilizados nesse trabalho foram recolhidos através da plataforma *SurveyMonkey*. A recolha dos dados foi realizada entre 30/09/2010 e 01/02/2011, através de inquérito por questionário com o nome EEP, utilizando-se uma plataforma *online*. Esse questionário foi aplicado em diversas Universidades e Institutos Politécnicos portugueses⁴, nomeadamente: ISCAP - Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto; Instituto Politécnico de Santarém; Universidade Lusíada de Lisboa; Instituto Politécnico de Setúbal; Instituto Politécnico do Porto; ISCTE Business School; ISEG - Universidade Técnica de Lisboa; Instituto Politécnico de Leiria; Universidade de Aveiro; Universidade da Beira Interior.

⁴ Informações sobre o projeto: <http://www.entrepeduc.org> – Acesso efetuado em 10/12/2012

Foram recolhidas ao todo 2054 respostas, das quais todas serão avaliadas nesse trabalho.

3.2 Questionário

Segundo o *site* do próprio projeto⁵, o EEP é um projeto de investigação científica internacional, coordenado pelas Universidades de Illinois State (EUA) e Wisconsin (EUA). Este projeto aplica questionários para medir o empreendedorismo em Universidades de sessenta países, com o objetivo principal de melhorar o ensino do empreendedorismo.

O projeto é realizado através de uma investigação em colaboração, iniciada pelo corpo docente das Universidades coordenadoras e conta com a participação de vários outros investigadores académicos como parceiros completos (cerca de 100 instituições participaram em 2010). O projeto estuda o impacto da educação empreendedora (e educação empresarial em geral) em alunos de graduação, medindo a auto-eficácia e identidade (entre outras coisas) e, finalmente, sobre o seu desempenho no mundo real (ou como empresários ou em qualquer papel que escolhem para prosseguir). Este projeto fornece informações valiosas longitudinais orientadas a dados para os alunos, professores, administradores, investidores, entre outros. Essas ideias podem ajudar os educadores e administradores a entender quais recursos educacionais e estratégias são mais eficazes para o desenvolvimento e sustentação empresarial na auto-eficácia dos estudantes (informações obtidas no site da *Makerere University Business School*).

Segundo o *site* do projeto, para lançar com sucesso um novo empreendimento e vê-lo crescer, um empreendedor deve, entre outras coisas, estar confiante em suas capacidades e, também, identificar-se com a sua empresa e conhecer qual o seu papel como empresário. Poucos trabalhos até à data têm investigado longitudinalmente como o ensino do empreendedorismo influencia o desenvolvimento e a sustentabilidade dessa confiança ou identificação. Com este objetivo em mente, o projeto EEP vai oferecer uma série de dados sobre a relação entre as forças empresariais e de ensino fundamental subjacente, e a transformação de estudantes bem-sucedidos em um empreendedor.

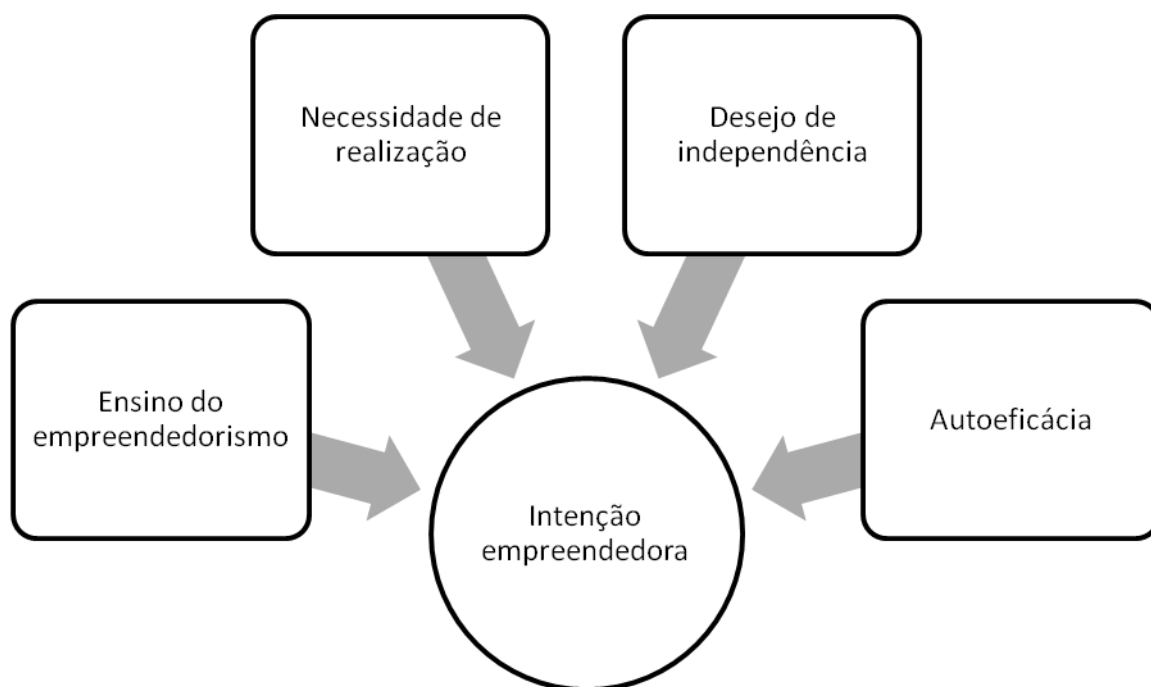
Tendo em conta essas avaliações do campo, segundo o *site* do EEP, os estudiosos de empreendedorismo devem privilegiar determinados tipos de investigação para avançar a credibilidade do empreendedorismo como um domínio de investigação. Analisar, em especial, vários conjuntos de dados de origem provenientes de vários países com modelos mais sofisticados validando e fiabilizando as construções utilizadas. É em resposta a estas recomendações que o projeto EEP foi desenvolvido, para compreender a relação entre empreendedorismo em sala de aula e empreendedorismo no mundo real.

⁵ Site do Entrepreneurship Education Project: <http://entrepreduc.org> acessado em 10/02/2012

3.3 Variáveis

No esquema abaixo são apresentadas as variáveis independentes estudadas nesse trabalho, sendo demonstrada através de setas sua influência na variável dependente:

Figura 1: Influência das variáveis independentes na variável dependente



Fonte: Elaboração própria

3.3.1 Variável dependente

Segundo Reis, (2010 p. 72), “variável dependente é aquela que o investigador está interessado em compreender, explicar ou rever; é a causa presumida de um fenómeno”. A variável dependente utilizada nesse trabalho é a “intenção empreendedora” dos estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses. Portanto pretende-se analisar a dependência dessa variável com relação a algumas características empreendedoras encontradas nos estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses.

Segundo Davidsson (1995) a análise da intenção empreendedora pode servir para prever, embora de uma maneira imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação à vontade de fundar a sua própria empresa. Segundo Bird (1988) a intenção pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta. Portanto, de acordo com Carvalho e González (2006 p. 57) “podemos então considerar que a concretização da ideia de criar uma nova empresa é precedida pela intenção, a qual por sua vez pode ser planeada durante algum

tempo, porém, em alguns casos a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia, e noutros casos, a intenção nunca coincide com a realização do comportamento.”

Segundo Pinho e Gaspar (2012 p. 3), “a decisão de se tornar empreendedor tem sido analisada, ao longo dos anos, usando métodos muito diferentes. Os autores começaram por olhar para a existência de certos traços de personalidade que podiam estar associados à atividade empresarial (McClelland, 1961).” Para testar essa variável, será utilizada a pergunta número 4 do questionário (ANEXO 1).

3.3.2 Variáveis independentes

Segundo Reis, (2010), variável independente é aquela que o investigador utiliza em um estudo experimental para medir o seu efeito na variável dependente. Neste estudo existem 4 variáveis independentes que serão testadas: “ensino do empreendedorismo”, “necessidade de realização”, “desejo de independência”, e “auto-eficácia”.

Primeiramente apresenta-se a variável “ensino do empreendedorismo”, que permitirá analisar se os estudantes do ensino superior portugueses frequentaram aulas ligadas ao empreendedorismo, sendo (1) para frequentam e (0) para não frequentam, e ainda relacionar o ensino do empreendedorismo com a intenção empreendedora dos alunos. Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 3) “a literatura tem evidenciado que a inclusão do estudo do empreendedorismo nos cursos académicos contribui para aumentar a intenção por parte dos alunos de criarem novos negócios (Shinnar, Pruett e Toney, 2009).” Esta variável será construída a partir da pergunta 15 do questionário (ANEXO 2).

Em seguida apresenta-se a variável “necessidade de realização”, que irá permitir analisar se os estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses que têm necessidade de realização possuem uma maior intenção empreendedora, quando comparados àqueles que não possuem necessidade de realização. Segundo Carvalho e González (2006 p. 54) “a necessidade de desenvolvimento pessoal é um fator motivacional que foi investigado inicialmente por McClelland (1961) e que aparece também referido posteriormente noutros trabalhos de investigação sobre empresários (Dubini, 1988; Alänge e Scheinberg, 1988; Jesuíno, Reis e Cruz, 1988; Carvalho, 1997).” Os mesmos autores afirmam ainda que o “fator necessidade de desenvolvimento pessoal pode ser entendido como a necessidade que um indivíduo tem de realizar bem as suas tarefas, alcançando para o efeito certos níveis de excelência; não com o objectivo de obter um reconhecimento ou prestígio social, mas sim para alcançar um sentimento de realização pessoal (McClelland, 1961; McClelland & Winter, 1969).” A variável “necessidade de realização” poderá ser construída a partir da pergunta 11 do questionário (ANEXO 3).

Apresenta-se agora a variável “desejo de independência”, que irá permitir analisar se os estudantes do ensino superior que possuem desejo de serem independentes possuem também uma maior intenção empreendedora, relativamente a aqueles que não possuem desejo de independência. Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 6), “no âmbito das motivações empreendedoras surgem como principais características diferenciadoras do potencial empreendedor o desejo de independência (i.e., a intenção de autonomia no processo de tomada de decisão estratégica), e a motivação económica (i.e., desejo de realização e de ganhos económicos). Estudos prévios evidenciaram, por exemplo, que o forte desejo de independência pessoal influencia o desenvolvimento de negócios familiares e que os empreendedores apresentam uma preferência por tarefas independentes (Alstete, 2008).” Essa variável poderá ser construída a partir da pergunta 9 do questionário (ANEXO 4).

Em seguida apresenta-se a última variável a ser estudada, “auto-eficácia”, que irá permitir analisar se os estudantes do ensino superior português que possuem características de auto-eficácia possuem também um maior desejo de criar algo novo, ou iniciar um negócio, ou seja, maior intenção empreendedora. De acordo com Carvalho e González (2006 p.56), “a auto-eficácia explica o grau em que uma pessoa acredita nas suas próprias capacidades para desempenhar uma determinada tarefa.” Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 6) “a auto-eficácia empreendedora é definida como a crença individual na capacidade própria para alcançar com sucesso um objetivo.”

Carvalho e González (2006 p.56), afirmam ainda que “na avaliação da auto-eficácia os investigadores questionam os indivíduos sobre se conseguem realizar com um determinado nível uma tarefa específica (as respostas são do tipo sim ou não) ou então questionam-nos, utilizando para o efeito uma escala de avaliação que pode variar entre a total certeza até à total incerteza, acerca do seu grau de confiança no desempenho de uma determinada tarefa (Lee & Bobko, 1994).”

Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 6) “a auto-eficácia nos empreendedores é fundamental, uma vez que estes devem ter confiança nas suas capacidades para desempenhar diferentes tarefas e antecipar situações. Estudos empíricos evidenciaram que a auto-eficácia empreendedora está relacionada com a intenção de formar o seu próprio negócio, sendo uma característica distintiva do empreendedor (Bandura, 1982, 1997; McGee, Peterson, Mueller e Sequeira, 2009; Chen, Greene e Crick, 1998).”

Portanto, de acordo com Carvalho e González (2006 p.56), “podemos então supor que quanto mais (menos) elevado for a auto-eficácia empreendedora, maior(menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.” Essa variável poderá ser construída a partir da pergunta 12 do questionário (ANEXO 5).

No quadro a seguir apresenta-se um esquema explicativo ligando as hipóteses a serem testadas nesse trabalho e as variáveis que serão utilizadas para testar cada uma das hipóteses:

Quadro 2: Hipóteses e variáveis

Hipóteses	Variáveis explicativas	Variável resposta
H1: o ensino do empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos universitários portugueses.	Ensino do empreendedorismo	Intenção empreendedora
H2: A necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários portugueses.	Necessidade de realização	
H3: O desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários portugueses.	Desejo de independência	
H4: A autoeficácia influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários portugueses.	Autoeficácia	

Fonte: Elaboração própria

3.4 Método de recolha e análise de dados

De acordo com o que foi citado anteriormente, os dados utilizados nesse trabalho são dados secundários obtidos através do questionário EEP, que permitem analisar algumas características presentes nos estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses.

Esses dados secundários foram recolhidos através de inquérito por questionário designado por EEP. Esse questionário foi aplicado em Portugal, para estudantes do ensino superior português, através da plataforma *SurveyMonkey*, uma plataforma online que permite criar um questionário e depois utilizar o *link* desse mesmo questionário para solicitar às pessoas que o respondam. A divulgação do questionário, para a recolha de respostas foi feita através da divulgação do *link* do questionário (da plataforma *SurveyMonkey*) pelos meios de comunicação das universidades e dos institutos politécnicos, principalmente através do *mailing list* e da

divulgação direta feita pelos docentes das mesmas. Os dados utilizados nesse trabalho foram obtidos entre os dias 30/09/2010 e 01/02/2011.

A análise de dados desse trabalho foi feita através da utilização do *software* estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Essa análise foi realizada em duas partes: primeiro foi realizada uma análise fatorial, que de acordo com Maroco (2007 p.361), “é uma técnica de análise exploratória de dados que tem por objetivo descobrir e analisar a estrutura de um conjunto de variáveis interrelacionadas de modo a construir uma escala de medida para fatores que de alguma forma controlam as variáveis originais.”

A partir da análise fatorial, obteve-se os seguintes fatores:

DIF4 => desejo de independência; NRF => Necessidade de Realização; AEF1 => Auto-eficácia - espírito empreendedor; AEF2 => Auto-eficácia - competências.

Após a realização da Análise Fatorial e da extração dos *scores*, realizou-se a segunda parte da análise de dados: os fatores serão analisados separadamente através do modelo de regressão linear múltipla, com o objetivo de modelar a relação entre estas variáveis e predizer o seu efeito sobre a Intenção Empreendedora.

Capítulo 4

4. Análise e discussão dos resultados

Nesse capítulo apresenta-se o estudo das variáveis (independentes) que influenciam a intenção empreendedora (variável dependente) dos estudantes do ensino superior português, de acordo com o que foi explicitado na tabela 2. Como já foi mencionado, essas variáveis foram obtidas através do questionário EEP. Será realizado o teste das hipóteses propostas nesse trabalho, para que estas sejam avaliadas.

4.1 Caracterização da amostra

Para caracterizar a amostra desse trabalho, utilizou-se as variáveis género, idade e tipo de curso frequentado pelos alunos (inquiridos). Como resultado da caracterização da amostra, revela-se que quanto à idade, todos os inquiridos possuem idade igual ou superior a 18 anos. Além disso, a maioria dos respondentes é do sexo feminino, como pode ser observado na tabela 1, e o tipo de curso que mais alunos frequentam é licenciatura, seguida do mestrado, de acordo com a tabela 2.

Tabela 1: Percentagem do Género

Género	%
Feminino	56
Masculino	44

Fonte: Elaboração própria

Tabela 2: Percentagem de cursos que frequentam

Tipo de curso que frequentam	%
Licenciatura	69,7
Especialização	0,1
Pós-Graduação	3,9
Mestrado	21,6
Mestrado Integrado	3,1
Doutoramento	1,6

Fonte: Elaboração própria

4.2 Análises Fatoriais

Para analisar as variáveis independentes que fazem parte desse trabalho, recorre-se à análise fatorial.

Desejo de Independência

A variável “desejo de independência” foi medida através da pergunta número 9 do questionário (ANEXO 4). Dentro da questão número 9, existem 16 sub perguntas e utilizou-se a análise fatorial com o objetivo de agrupar essas perguntas em fatores latentes, para depois compará-los à variável dependente.

Para testar se seria adequado a aplicação da análise fatorial a este conjunto de 16 itens e analisar se estas variáveis se encontram significativamente correlacionadas utilizaram-se o teste de adequação de medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e o teste de Esfericidade de Bartlett, respetivamente (Tabela 3).

Tabela 3: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Desejo de independência”

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,734
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	3962,089
Sphericity	df	105
	Sig.	,000

Fonte: Elaboração própria

Portanto, de acordo com a tabela acima, pode-se concluir que a aplicação da análise fatorial é adequada, pois o valor de KMO é relativamente elevado (0,793), e de acordo com Maroco (2007), esse valor indica uma adequação muito boa da análise fatorial. O teste de Esfericidade de Bartlett indica também que as variáveis encontram-se significativamente correlacionadas ($\chi^2 = 3962; p = 0.000$).

Para decidir quantos fatores a extrair, utilizou-se como indicador o número de valores próprios superiores à unidade. Deste modo, optou-se pela extração de 4 fatores. Esses quatro fatores explicam 55,95% de variância total. A tabela a seguir (tabela 4) apresenta os agrupamentos das 15⁶ variáveis em 4 fatores, que foram utilizadas para medir o “Desejo de independência” dos estudantes, apresentando-se também o total de variância explicado por cada fator e a consistência interna de cada um deles:

⁶ A pergunta DI_P foi retirada da análise pois se encontrava presente em dois fatores, com uma diferença não significativa.

Tabela 4: Análise fatorial para a variável “Desejo de independência”

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
DI_A_Prefiro depender de mim do que dos outros.				,689
DI_B_Conto comigo próprio a maior parte das vezes; raramente conto com os outros.				,735
DI_C_Faço frequentemente “aquilo que me apetece”.				,594
DI_D_A minha identidade pessoal é muito importante para mim independentemente dos outros.				,660
DI_E_É importante que eu faça o meu trabalho melhor do que os outros.			,612	,373
DI_F_Ganhar é tudo.			,793	
DI_G_A competição é a lei da natureza.			,778	
DI_H_Quando alguém faz melhor do que eu, fico tenso e sinto-me provocado.			,677	
DI_I_Se um colega de trabalho ganha um prémio, sentir-me-ia orgulhoso.	,701			
DI_J_O bem-estar dos meus colegas de trabalho é importante para mim.	,798			
DI_K_Para mim, prazer é passar tempo com os outros.	,635			
DI_L_Sinto-me bem quando colaboro com os outros.	,717			
DI_M_Pais e filhos devem manter-se juntos tanto quanto possível.		,783		
DI_N_É meu dever tomar conta da minha família mesmo quando tenho de sacrificar o que quero.		,840		
DI_O_A família deve manter-se junta, independentemente dos sacrifícios necessários.		,857		
Variância Explicada	14,430%	14,360%	14,123%	13,034%
Consistência Interna	0,686	0,790	0,710	0,613

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a tabela anterior, pode-se perceber que as perguntas foram agrupadas da seguinte forma:

- DI_I; DI_J; DI_K; DI_L => Fator 1: esse fator será denominado “Relação com os outros”, explica 14,4% da variabilidade total do modelo e apresenta uma consistência interna razoável (0.686);
- DI_M; DI_N; DI_O => Fator 2: esse fator será denominado “Família”.
- DI_E; DI_F; DI_G; DI_H => Fator 3: esse fator será denominado como “Competição”.
- DI_A; DI_B; DI_C; DI_D => Fator 4: esse fator será denominado como “Desejo de independência”.

O fator de interesse para essa análise é o Fator 4, pois esse está ligado ao desejo de independência (uma das variáveis independentes desse estudo). Os restantes fatores não serão utilizados no modelo de regressão a estimar.

Necessidade de Realização

Essa variável foi medida através da pergunta número 11 do questionário (ANEXO 3). Dentro da questão número 11, existem 4 sub perguntas e utilizou-se a análise fatorial com o objetivo de agrupar essas perguntas em fatores latentes, para depois compará-los à variável dependente.

Para testar se seria adequado a aplicação da análise fatorial a este conjunto de 4 itens e analisar se estas variáveis se encontram significativamente correlacionadas utilizaram-se o teste de adequação de medida de KMO e o teste de Esfericidade de Bartlett, respectivamente (Tabela 5).

Tabela 5: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Necessidade de Realização”

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,759
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	1184,773
Sphericity	df	6
	Sig.	,000

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a tabela acima conclui-se que a aplicação da análise fatorial é adequada pois o valor de KMO é relativamente elevado (0,759). O teste de Esfericidade de Bartlett indica também que as variáveis encontram-se significativamente correlacionadas ($\chi^2 = 1184; p = 0.000$).

Para decidir quantos fatores a extrair, utilizou-se como indicador o número de valores próprios superiores à unidade. Deste modo, optou-se pela extração de 1 fator. Esse fator explica 58,91% de variância total. A tabela a seguir (Tabela 6) apresenta os agrupamentos das 4 variáveis em 1 fator, que foi utilizado para medir a “Necessidade de Realização” dos estudantes, apresentando-se também o total de variância explicada pelo fator e a sua consistência interna:

Tabela 6: Análise fatorial para a variável “Necessidade de realização”

Component Matrix ^a	
	Component
	1
NR_A_Ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal, etc.)	,808
NR_B_Independência/Autonomia (liberdade pessoal, ser o seu próprio patrão, etc.)	,820
NR_C_Ganhos pessoais (reconhecimento público, desenvolvimento pessoal, provar que sou capaz de fazer coisas, etc.)	,735
NR_D_Segurança familiar (assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio que possa passar para a geração seguinte, etc.)	,700
Variância Explicada	58,91%
Consistência Interna	0,754

Fonte: Elaboração própria

Auto-eficácia

A variável “auto-eficácia” foi medida através da pergunta número 12 do questionário (ANEXO 5). Dentro dessa pergunta existem 16 sub perguntas, e utilizou-se a análise fatorial com o objetivo de agrupa-las em fatores latentes. Para testar se seria adequado a aplicação da análise fatorial a este conjunto de 16 itens e analisar se estas variáveis se encontram significativamente correlacionadas utilizaram-se o teste de adequação de medida de KMO e o teste de Esfericidade de Bartlett, respetivamente (Tabela 7).

Tabela 7: Teste KMO e de Bartlett para a variável “Auto-eficácia”

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,891
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	8600,599
Sphericity	df	105
	Sig.	,000

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a tabela acima conclui-se que a aplicação da análise fatorial é adequada pois o valor de KMO é elevado (0,891). O teste de Esfericidade de Bartlett indica também que as variáveis encontram-se significativamente correlacionadas ($\chi^2 = 8600; p = 0.000$). Para decidir quantos fatores a extrair, utilizou-se como indicador o número de valores próprios superiores à unidade. Deste modo, optou-se pela extração de 2 fatores. Esses fatores explicam 55,5% de variância total. A tabela a seguir (Tabela 8) apresenta os agrupamentos das 15⁷ variáveis em 2

⁷ Decidiu-se por retirar a variável AE_B, pois esta tinha peso em dois fatores e a diferença era menor que 0,1

fatores, que foram utilizados para medir a “Auto-eficácia” dos estudantes, apresentando-se também o total de variância explicada por cada fator e a sua consistência interna:

Tabela 8: Análise fatorial para a variável “Auto-eficácia”

Rotated Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
AE_A_Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.		,566
AE_C_É fácil manter-se fiel aos seus objectivos e atingi-los.		,455
AE_D_É confiante de que consegue lidar de forma eficiente com os eventos inesperados.		,750
AE_E_Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas.		,769
AE_F_Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.		,582
AE_G_Quando confrontado com situações difíceis, consegue permanecer calmo(a) porque pode confiar na sua capacidade em estar à altura da situação.		,646
AE_H_Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.		,687
AE_I_Se está com dificuldades, consegue, normalmente, pensar numa solução.		,698
AE_J_Normalmente, consegue lidar com qualquer coisa que se depre no seu caminho.		,660
AE_K_Pensa frequentemente em tornar-se um empreendedor.	,855	
AE_L_Gostava de se ver como empreendedor	,810	
AE_M_Tornar-se empreendedor é uma parte importante de quem é	,903	
AE_N_Quando pensa nisso, o termo empreendedor ajustar-se-lhe-ia bastante bem.	,862	
AE_O_Está sempre a pensar em tornar-se um empreendedor.	,823	
AE_P_É importante para si expressar as suas aspirações empreendedoras.	,814	
Variância Explicada:	29,22%	26,28%
Consistência Interna	0,891	0,925

Fonte: Elaboração própria

O fator 1 é composto pelas variáveis: AE_K; AE_L; AE_M; AE_N; AE_O; AE_P. Esse fator é denominado “Auto-eficácia - espírito empreendedor”, explica 29,2% da variabilidade total do modelo e apresenta uma consistência interna razoável (0,891).

O fator 2 é composto pelas variáveis: AE_A; AE_C; AE_D; AE_E; AE_F; AE_G; AE_H; AE_I; AE_J. Esse fator é denominado “Auto-eficácia - competências”, explica 26,2% da variabilidade total do modelo e apresenta uma consistência interna razoável (0,925).

Depois de realizada a análise fatorial, e extraídos os scores os fatores serão introduzidos separadamente no modelo de regressão linear múltipla a estimar.

4.3 Regressão linear múltipla

Tabela 9: Regressão linear múltipla

Variável independente	Modelo 1					Modelo final ajustado				
	B	EP	B'	t	Sig.	B	EP	B'	t	Sig.
DIF4_ Desejo Independência	-0,061	0,031	-0,049	-1,997	0,046	-0,070	0,030	-0,056	- 2,350	0,019
NRF_ Necessidade Realização	-0,010	0,031	-0,008	-0,324	,0746	-	-	-	-	-
AEF1_ Espirito Empreendedor	0,790	0,031	0,630	25,824	0,000	0,783	0,029	0,626	27,150	0,000
AEF2_ Competências	0,268	0,030	0,216	8,820	0,000	0,271	0,030	0,217	9,029	0,000
EE_ Estudo Empreendedorismo	-0,038	0,059	-0,015	-0,652	0,515	-	-	-	-	-
R ²	0,431					0,431				
Teste F-Snedecor	$F_{gl=5} = 158,960; p = 0,000$					$F_{gl=3} = 270,164; p = 0,000$				

B - coeficientes de regressão; B' - coeficientes de regressão stantardizados; t - teste t-student; EP - erro padrão

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os dados do Modelo 1, pode-se dizer que:

Com base no coeficiente de determinação R² verifica-se que o ajuste do modelo 1 aos dados é aceitável, ou seja, as variáveis incluídas no modelo 1 explicam 43,1% da variabilidade total que é explicada pela regressão.

Ao realizar-se o teste da ANOVA, obteve-se um valor de F = 158,960 com 5 graus de liberdade. Essa estatística de teste tem associada um p-valor = 0,000, ou seja, conclui-se que o modelo 1 é significativo ao rejeitar-se a hipótese nula (H₀).

O modelo escrito para essa análise é portanto:

$$\gamma = 4,335 - 0,061DIF4 - 0,010NRF + 0,790AEF1 + 0,268AEF2 - 0,038EE$$

A partir dos dados dos p-valores, que podem ser observados na tabela 9, percebe-se que somente as variáveis DIF4, AEF1 e AEF2 são significativas, portanto o modelo 1 foi reajustado

incluindo apenas as variáveis independentes (supracitadas) estatisticamente significativas ($p < 0,05$).

De acordo com o modelo final ajustado verifica-se que as variáveis independentes explicam 43,1% da variabilidade total da variável dependente. Ao realizar-se o teste da Anova, obteve-se um valor de $F = 270,164$ com 3 graus de liberdade. Essa estatística de teste tem associada um p -valor = 0,000, ou seja, conclui-se que o modelo é significativo ao rejeitar-se a hipótese nula (H_0).

A regressão linear múltipla permitiu identificar as variáveis DIF4 ($B = -0,070$; $t = -2,350$; $p = 0,019$), AEF1 ($B = 0,783$; $t = 27,150$; $p = 0,000$) e AEF2 ($B = 0,271$; $t = 9,029$; $p = 0,000$) como significativas da Intenção Empreendedora.

O modelo final ajustado é portanto:

$$\gamma = 4,438 - 0,070DIF4 + 0,783AEF1 + 0,271AEF2$$

Ao analisar o modelo exposto acima, pode-se dizer que mantendo as restantes variáveis constantes:

- Por cada unidade adicional de DIF4 (Desejo de Independência), a intenção empreendedora diminui em 0,070.
- Por cada unidade adicional de AEF1 (Espírito Empreendedor), a intenção empreendedora aumenta em 0,783.
- Por cada unidade adicional de AEF2 (Competências), a intenção empreendedora aumenta em 0,271.

4.4 Teste das hipóteses

A partir da análise do modelo final ajustado, procede-se ao teste das hipóteses propostas nesse trabalho.

H1: o ensino do empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

Ao realizar a regressão linear múltipla, pode-se constatar que o ensino do empreendedorismo não exerce influência (positiva ou negativa) na intenção empreendedora dos estudantes de universidades e institutos politécnicos portugueses. Essa informação pode ser comprovada a partir da Tabela 9, no modelo 1, verificando o p -valor relativo ao ensino do

empreendedorismo (0,515), que para uma significância de 5%, aceita-se a hipótese nula, ou seja, não é significativa, rejeitando-se a hipótese 1.

A rejeição dessa hipótese vai contra o que era esperado comprovar nesse trabalho, visto que a revisão de literatura feita sobre o tema do ensino do empreendedorismo nos leva a acreditar que essa hipótese seria aceita. De acordo com Kolvereid e Moen (1997), os graduados em empreendedorismo têm mais fortes intenções empreendedoras do que graduados em outras áreas. Porém nesse trabalho pode-se perceber que o ensino do empreendedorismo para estudantes do ensino superior português não influenciou em sua intenção empreendedora.

H2: A necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora estudantes do ensino superior português,

Realizou-se a análise da variável NR1, podendo-se perceber, através da Tabela 9, que essa variável não influencia (positiva ou negativamente) a intenção empreendedora, pois ao constatar-se o p-valor relativo à variável NR1 (0,076), para uma significância de 5%, aceita-se a hipótese nula, ou seja, não é significativa, rejeitando-se a hipótese 2. Mais uma vez, a rejeição dessa hipótese é contradita pela revisão de literatura realizada nesse trabalho, uma vez que autores como Collins, Hanges e Locke (2004) sugerem que a necessidade de realização está diretamente ligada ao desenvolvimento do empreendedorismo e de atitudes empreendedoras, sendo vista como uma motivação empreendedora de grande importância.

H3: O desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português

Essa hipótese será observada através da variável DIF4, podendo-se concluir, através do valor de B (-0,070) do modelo final ajustado, presente na Tabela 9, que o desejo de independência dos estudantes inquiridos afeta negativamente (valor negativo) a intenção empreendedora desses estudantes. Sendo assim, rejeita-se a hipótese 3, o que leva mais uma vez a contradizer a revisão de literatura desse trabalho, visto que Hisrich (1985) afirma que o desejo de independência é uma das principais motivações que levam uma pessoa a querer ser empreendedora.

H4: A auto-eficácia influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português.

Para testá-la utilizou-se as variáveis AEF1 e AEF2, constatando-se, ao avaliar o valor de B (0,783 e 0,271) de ambas as variáveis respectivamente, que ambas influenciam positivamente a variável dependente, comprovando que a auto-eficácia dos estudantes inquiridos influencia positivamente a intenção empreendedora dos mesmos, aceitando-se assim a hipótese 4 desse trabalho. A aceitação dessa hipótese condiz com o que afirmam autores como Carvalho e

González (2006), que dizem que quanto maior a auto-eficácia do indivíduo, maior a possibilidade de ele ter intenção empreendedora.

Capítulo 5

5. Considerações finais, limitações e sugestões para futuras investigações

Iniciou-se esse trabalho com o objetivo de identificar e analisar os fatores comportamentais dos estudantes de algumas universidades e institutos politécnicos portugueses e a relação destes com a intenção empreendedora desses mesmos estudantes. Paralelamente analisou-se se o ensino do empreendedorismo realizado pelas universidades e institutos politécnicos portugueses influencia a intenção empreendedora desses mesmos estudantes. A partir dos objetivos, foi realizado o desenvolvimento do trabalho, e escolhidas as variáveis utilizadas. Através da revisão da literatura pode-se constatar que as variáveis independentes (ensino do empreendedorismo, desejo de independência, necessidade de realização e auto-eficácia) poderiam se relacionar com a variável dependente (intenção empreendedora), levando à formulação das hipóteses a serem testadas.

A escolha do tema desse trabalho deve-se à importância que vem sendo dada tanto ao empreendedorismo, quanto aos jovens, juntando assim a esses dois pilares da vida moderna um assunto muito importante, o ensino. Como já foi dito, na introdução deste trabalho, estudar o empreendedorismo é um desafio, mas pode-se dizer que, após a conclusão desse trabalho, é também gratificante.

A utilização dos dados secundários apresenta uma vantagem dada a possibilidade de estudar os fatores comportamentais dos estudantes do Ensino Superior Português e comparar os resultados com a revisão de literatura realizada. Além disso, não foram realizados muitos estudos a partir desses dados. Apesar de neste trabalho não serem feitas comparações com resultados relativos a outros países, ressalta-se a importância da contribuição dos resultados obtidos nesse trabalho para futuras comparações com outros países.

Após a revisão da literatura formularam-se hipóteses a testar empiricamente. Portanto, ao testar as hipóteses observou-se que apenas uma delas pode ser comprovada (a auto-eficácia influencia positivamente a intenção empreendedora), rejeitando-se três das hipóteses propostas nesse trabalho (o ensino do empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora; a necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora; e o desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora).

Para analisar as relações entre o ensino do empreendedorismo e intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português, foi desenvolvido o modelo estatístico de regressão linear múltipla, através do qual foi possível identificar que o ensino do empreendedorismo no ensino superior português não exerce influência na intenção empreendedora dos estudantes, divergendo do que a revisão de literatura existente. Apesar desta constatação, a partir da revisão da literatura, pode-se concluir que o ensino do empreendedorismo é muito importante e deve ser trabalhado e adotado pelas instituições de ensino superior, pois existem características empreendedoras que devem ser estimuladas e desenvolvidas, para que os estudantes consigam sair da universidade mais confiantes e prontos para enfrentar o mercado de trabalho.

Na análise das relações entre a necessidade de realização e a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português constatou-se que a necessidade de realização dos estudantes do ensino superior português não é um fator que exerce influência na intenção empreendedora dos estudantes, discordando-se mais uma vez da revisão de literatura efetuada neste trabalho, na qual se sugere que a necessidade de realização é vista como uma motivação empreendedora de grande importância.

Na análise das relações entre o desejo de independência e a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português, constatou-se que o desejo de independência dos estudantes do ensino superior português exerce influência sobre a intenção empreendedora dos estudantes, porém não da maneira esperada baseada na revisão de literatura. O teste de hipóteses comprovou que a influência exercida pelo desejo de independência sobre a intenção empreendedora dos estudantes é efetuada de maneira negativa, ou seja quanto menos desejo de independência, maior a intenção empreendedora. Esse resultado está em desacordo com o que foi explicitado na revisão de literatura, na qual se destaca que no âmbito das motivações empreendedoras o desejo de independência surge como principal característica diferenciadora do potencial empreendedor.

A rejeição das hipóteses que consideram a relação entre a intenção empreendedora e (i) o ensino do empreendedorismo (ii) necessidade de realização (iii) desejo de independência, vão contra ao esperado de acordo com a revisão de literatura. Com isso se permite perceber que os estudantes do ensino superior português possuem um comportamento diferente àquele esperado e estudado por diversos autores, fornecendo-se assim uma possibilidade de investigação futura, relacionada à comparação dos resultados obtidos em Portugal com resultados obtidos em outros países, visto que o questionário utilizado nesse trabalho foi também aplicado em diversos outros países. Esses resultados fornecem também a possibilidade de estudar futuramente os motivos que levaram esses estudantes se comportarem de uma maneira não esperada.

A análise das relações entre a *auto-eficácia* e a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior português pode-se constatar que os estudantes do ensino superior português demonstram possuir um comportamento similar àquele descrito por outros estudos, pois a partir da revisão de literatura, comprova-se que a auto-eficácia realmente influencia e intenção empreendedora. Assim quanto mais (menos) elevada for a auto-eficácia empreendedora, maior(menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

A revisão da literatura permite também concluir que as características empreendedoras são importantes incentivadoras das intenções empreendedoras, ao contrário do que foi comprovado pelo estudo, porém essas características devem ser trabalhadas e estimuladas, para que se tenha um melhor aproveitamento das mesmas e para que se tenha uma maior intenção empreendedora.

Pode-se concluir também que a utilização de um estudo empírico para comprovar hipóteses baseadas em teorias é muito importante, pois com esse trabalho pode-se ver a diferença entre a teoria e o que realmente foi encontrado no estudo com os estudantes.

Estando este trabalho no fim, convém ressaltar as suas limitações, salientando que não existem trabalhos perfeitos ou completos, mas sim em progresso. Pode-se citar como limitações desse trabalho o limitado número de respostas obtidas e analisadas, dado que a amostra poderia ter sido mais abrangente e contemplar mais instituições de ensino superior e fornecendo assim dados mais realistas.

As sugestões propostas para futuras investigações visam o desenvolvimento de trabalhos futuros complementares. Por um lado e visando a continuação do estudo do modelo proposto, poderão ser incorporadas outras variáveis, não consideradas nesta investigação, de forma a alargar o horizonte de análise. Por exemplo, incluir questões relacionadas com a expectativa de resultados, a diferenciação por tipo de ocupação profissional, entre outras, que podem ser tomadas em conta como influenciadoras das intenções empreendedoras. Por outro lado, propõem-se a comparação dos resultados obtidos em Portugal com outros países onde se realiza o estudo. Seria também recomendável, proceder a uma comparação entre os vários países europeus que responderam ao EEP.

Referências

- Alstete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15(3), pp. 584-594.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in experimental Social Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, I., (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational behavior and human decision processes*. Vol. 50, pp. 179-211.
- Ajzen, I. e Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Alänge, S., e Scheinberg, S. (1988). Swedish entrepreneurship in a cross-cultural perspective. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Pp. 1-15.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, Vol. 2, N. 84, pp. 191-213.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *The American Psychologist*. Vol. 37, pp. 122-147.
- Bakotic, D. e Kruzic, D., (2010). Students' Perceptions and Intentions Towards Entrepreneurship: The Empirical Findings From Croatia. *The Business Review*, Cambridge, Vol. 14, N. 2, pp. 209-215.
- Baum, R. e Locke, E. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skills and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*. Vol. 4, N. 89, pp. 587-598.
- Berglund, K., e Johansson, A. W., (2007). Constructions of entrepreneurship: a discourse analysis of academic publications. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 1, N. 1, pp.77 - 102
- Bird, B., (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*. Vol. 13, N. 3. pp. 442-453.
- Burns, P., (2011). *Entrepreneurship and small business: start-up, growth and maturity*. Vol. 3, Hampshire, Palgrave Macmillan.
- Campbell, D. T., (1963). Social attitudes and other acquired behavioral dispositions. *Psychology: A study of a science*. Vol. 6, pp. 94-172.
- Cantillon, R., (1755): *An essay on economic theory*, traduzido por C. Saucier, 2010, Ludwig von Mises Institute, Alabama.
- Carvalho, P. M. R., (1997). Características e motivações dos empresários: O caso dos fundadores de pequenos negócios na cidade da Guarda. *Anais Universitários, Série de Ciências Sociais e Humanas*. Vol.8, pp. 107-136.
- Carvalho, P.M.R. e González, L., (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. *Comportamento Organizacional e Gestão*. Vol. 12, N. 1, pp. 43-65.
- Chen, C. C.; Greene, P. G. e Crick, A., (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*. Vol. 13, pp. 295-316.

- Cheung, C., (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum - Possibilities and limitations. *Education and Training*. Vol. 50, N. 6, pp. 500-515.
- Collins, C., Hanges, P. e Locke, E., (2004). The relationship of need for achievement to entrepreneurship: a meta-analysis. *Human Performance*. Vol. 17, pp. 95-117.
- Cuervo, A., Ribeiro, D., Roig, S., (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. New York: Springer. pp.1-22
- Dalmero, M., (2008). Empreendedorismo internacional: convergência entre o processo de internacionalização da empresa e a atividade empreendedora. Programa de Pós-Graduação, em Administração, Universidade Federal de Santa Maria.
- Davidsson, P., (1995). Determinants of entrepreneurial intention. RENT IX Workshop. Piacenza, Italy.
- Diário da Republica. 1ª série. N. 86. Pp. 2352. 3 de maio de 2012
- Drucker, P., (1986 [1985]). *Inovação e gestão: uma nova concepção de estratégia da empresa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Dubini, P., (1988). Motivational and environmental influences on business start-ups: Some hints for public policies. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Pp. 31-45.
- Entrepreneurship Education Project: enhancing entrepreneurial self-efficacy and identity. Acedido em 10/02/2012. Disponível em: <http://entrepeduc.org/>
- Fini R., Grimaldi R., Marzocchi G.L., e Sobrero M., (2009) . The foundation of entrepreneurial intention, Academy of management Meeting.
- Fischer, A., Nodari, T.M.S., e Feger, J. E., (2008). Empreendedorismo: algumas reflexões quanto às características. *Race, Unoesc*. Vol. 7, N. 1, pp. 39-52.
- Franco, M., Haase, H., e Lautenschläger, A., (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education + Training*, 52(4), 260-275. doi:10.1108/00400911011050945
- Fritsch, M., Rusakova, A., Wyrwich, M., (2010). *Advanced Studies in Entrepreneurship*. Chair of Business Dynamics, Innovation, and Economic Change.
- Global entrepreneurship monitor. Acedido em 15/02/2012. Disponível em: <http://www.gemconsortium.org/>
- Heinonen, J., (2006). Action-based activities in teaching corporate entrepreneurship at university level. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*. Vol. 2, N. 2.
- Henry, C., Hill, F. e Leitch, C., (2005), Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? part I, *Education + Training*, Vol. 47. N. 2, pp. 98-111.
- Hisrich, R., (1985). The woman entrepreneur in the United States and Puerto Rico: a comparative study. *Leadership and organizational development journal*. Vol. 5, N. 5, pp. 3-8.
- Hisrich, R., (2007). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*. Vol.34. N.2.
- Instituto Nacional de Estatística: Acedido em 16/06/2013. Disponível em: <http://www.ine.pt>
- Jack, S. L., e Anderson, A. R., (1999), Entrepreneurship education within the enterprise culture. Producing reflective practitioners. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour & Research*. Vol. 5. N. 3, pp. 110-125.

- Jesuino, J. C., Reis, E., e Cruz, E., (1988). Motivações empresariais em Portugal, uma perspectiva transcultural. *Revista de Gestão*. Vol. 2/3. Pp. 43-50.
- Johannison, B., (1991). University training for entrepreneurship: Swedish approaches. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 3. N. 1. pp. 67-82.
- Kirby, D. A., (2003). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge?. *Manual de Economia "Creación de empresas - Entrepreneurship"*. Vol. 33, pp. 359-376.
- Knight, F. H., (1921). *Risk, uncertainty and profit*. New York: Harper.
- Kolvereid, L., Moen, Ø., (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference?. *Journal of European Industrial Training*, Vol. 21, N. 4, pp.154 - 160.
- Kuratko, D., (2003). Entrepreneurship education: emerging trends and challenges for the 21st century. Coleman Foundation White Paper Series, Coleman Foundation, Chicago, IL.
- Kuratko, D., (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 29. N. 5, pp. 577-597.
- Lee, C., e Bobko, P., (1994). Self-efficacy beliefs: comparison of five measures. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 79, N. 3, pp. 364-369.
- Leite, E.F., (2000). *O fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas*. Ed. Bagaço. 503 páginas
- Liñán, F., (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa / Small Business*. Vol. 3, pp. 11-35.
- Liñán, F., (2005). Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). *IntEnt*, School of Management, University of Surrey.
- Liñán F., Rodríguez-Cohard J. C. e Guzmán J., (2008). Temporal stability of entrepreneurial intentions: A longitudinal study.
- Lumpkin G. T., Dess, G. G., (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*. Vol. 21, N. 1, pp. 135-172.
- Makerere University Business School. Acedido em 23/03/2012. Disponível em: http://www.mubs.ac.ug/index.php?option=com_content&view=article&id=1437&Itemid=755
- Malhotra, N., (2006), *Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada*, 4ª ed., Bookman, Porto Alegre.
- Maroco, J., (2007): *Análise Estatística Com Utilização do SPSS*, 3ª Edição, Edições Sílabo Lda., Lisboa.
- Martin, B. e Etzkowitz, H., (2000). The origin and evolution of the university species. *VEST*. Vol. 13. N. 3/4, pp. 9-34.
- Matlay, H., (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 15, N. 2, pp. 382-396.
- Matlay, H., e Carey, C., (2007). Entrepreneurship education in the UK: a longitudinal perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 14, N. 2, pp. 252-263.
- McClelland, D., (1961). *The achieving society*. Princeton. NJ: Van Nostrand.

- McClelland, D. C., e Winter, D. G., (1969). Motivating economic achievement.
- McGee, J. E.; Peterson, M.; Mueller, S. L. e Sequeira, J., (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 33. N. 4, pp. 965-988.
- Mohan-Neill, S., (2001). The perceived needs, benefits and potential target markets for entrepreneurial education. In R. Brockhaus, G. Hills, H. Klandt & H. Welsch (Eds.), *Entrepreneurship education: a global view*. pp.184-197.
- Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., e Dinis, A., (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20-38. doi:10.1007/s10843-010-0071-9
- Passaporte para o empreendedorismo: Acedido em 16/06/2013. Disponível em: <http://www.passaporteempreendedorismo.pt/index/>
- Pinho, L. F.; Gaspar, F. C. (2012). Intenção empreendedora dos estudantes no ensino superior politécnico em Portugal. *Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*, 22, Vila Real.
- Pritchard, R. e Ashwood, E. (2008). *Managing motivation: a manager's guide to diagnosing and improving motivation*. NY LEA/psychology press.
- Rae, D., (2004). Entrepreneurial learning: a narrative-based conceptual model. Institute for Small Business Affairs 27th National Conference.
- Redford, D., (2006). Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(1), 19-41.
- Reis, F. L., (2010) Como elaborar uma dissertação de mestrado segundo Bolonha.
- Rodrigues, S., (2008). Manual Técnico do Formando: “Empreendedorismo”. Ferramentas para o Empreendedor. EduWeb.
- Rodrigues, R. G., Raposo, M., Ferreira, J. M., e Paço, A. M. F., (2010). Entrepreneurship education and the propensity for business creation: testing a structural model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58-73.
- Saboe, L.R., Kantor, J. e Walsh, J., (2002). Cultivating entrepreneurship. *Educational Leadership*. Vol. 59. N. 7, pp. 80-2.
- Santos, S. C., Caetano, A., e Curral, L., (2010) Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: Como identificar o potencial empreendedor?. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Vol.9 N.4 Lisboa.
- Say, J. B. (1983). *Tratado de Economia Política*. São Paulo: Abril Cultural.
- Schumpeter, J. (1996 [1937]). “Prefácio à edição japonesa de *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*, tradução por I. Nakayama e S. Tobata, Toquio, Iwanami - Shoten”, in Joseph Schumpeter (1996 [1937]), *Ensaio: empresários, inovação, ciclos de negócio e evolução do capitalismo*. Oeiras: Celta Editores.
- Schumpeter, J., (1942). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York.
- Sexton, D. e Bowman, N., (1985). The entrepreneur: a capable executive and more. *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, pp. 129-140.
- Shane, S., (2004). *Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation*. Edward Elgar, Cheltenham.

- Shane, S., Locke, E. e Collins, C., (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*. Vol. 13, pp 257-279.
- Shane, S. e Venkataraman, S., (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, Vol. 25, pp. 217-226.
- Sherman, S. J., e Fazio, R. H., (1983). Parallels between attitudes and traits as predictors of behavior. *Journal of Personality*, Vol. 51, pp. 308.345.
- Shinnar, R.; Pruett, M. e Toney, B., (2009). Entrepreneurship education: attitudes across campus. *Journal of Education for Business*. Vol. 84(3), pp. 151-159.
- Teixeira, A. A. C., e Davey, T., (2008). Attitudes of higher education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case. *FEP Working Pappers*, 298, 1-49.
- Trigo, V., (2003). Entre o Estado e o mercado - Empreendedorismo e a condição do empresário na China. Editora Ad. Litteram.
- Twaalfhoven, B., Suen, W.W. e Prats, J., (2000), *Entrepreneurship Education and Its Funding: A Comparison between Europe and the United States*, European Foundation for Entrepreneurship Research, Brussels.
- Twaalfhoven, B., Suen, W.W. e Prats, J., (2001), *Developing Entrepreneurship Programmes in MBA Schools: A Contrast in Approaches. Survey of 7 Business Schools*, European Foundation for Entrepreneurship Research, Brussels.
- Varblane, U., e Mets, T., (2010). Entrepreneurship education in the higher education institutions (HEIs) of post-communist European countries. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. Vol. 4, N. 3, pp. 204-219.
- Veciana, J.M. e Urbano, D., (2003). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio comparativo entre Catalunya y Puerto Rico. In Roig, D. S., Ribeiro, V. R., Torcal, A., de la Torre, E. (Eds) ,*El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, (pp. 35-58). Universitat de València: Valencia.
- Waldmann, E., (1997). A preliminary investigation into entrepreneurial / small business attitudes among students in rural New South Wales: educational and employment implications. *Curriculum Perspectives*. Vol. 17, N. 3, pp 21-27.
- Wilson, K. e Twaalfhoven, B., (2005), Breeding more gazelles: the role of European universities, in Kyrö, P. and Carrier, C. (Eds), *The Dynamics of Learning Entrepreneurship in a Cross-cultural University Context*. pp. 310-21.
- Zhao, H., e Seibert, S. E., (2006) The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 91, N. 2, pp. 259 -27.

Anexos

ANEXO 1 - Pergunta utilizada para avaliar a intenção empreendedora.

4- Pensando em si próprio, até que ponto é verdade que:

Escala de resposta
1 = completamente falso.
2 = quase completamente falso.
3 = em certa medida é falso.
4 = nem falso, nem verdadeiro.
5 = em certa medida é verdadeiro.
6= quase completamente verdadeiro
7= completamente verdadeiro.

<i>Escala de resposta:</i>	1	2	3	4	5	6	7
a. Nunca procura oportunidades para criar um novo negócio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Está a poupar dinheiro para começar um novo projecto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Não lê livros sobre como implementar um novo projecto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Não tem planos para criar o seu próprio projecto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Dpende tempo a aprender sobre como criar um novo projecto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Não tem imaginação para novos produtos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Gostaria de gerir uma empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Gostaria de criar algo novo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Tem intenção de criar um novo projecto empresarial no futuro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Porquê? (Responda p.f. independentemente da sua resposta na alínea j.)							

ANEXO 2 - Pergunta utilizada para avaliar o ensino do empreendedorismo

15 - Indique, por favor, quais as unidades curriculares que já frequentou, ou frequenta presentemente, que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação (coluna 1) e se a sua escolha foi opcional ou não (coluna 3). Se frequenta neste ano lectivo alguma unidade curricular sobre estes temas, indique p.f. a quantas aulas já assistiu (coluna 2).

Designação das Unidades Curriculares	Nº de aulas frequentadas neste ano lectivo	Opcional? (Sim/Não)

ANEXO 3 - Pergunta utilizada para avaliar a necessidade de realização.

11- Até que ponto esperaria conseguir alcançar os seguintes resultados com a implementação de um novo projecto empresarial?

Escala de resposta
1= Nada.
2= Muito pouco.
3= Pouco.
4= Não sabe.
5= Moderadamente.
6= Bastante.
7= Muito.

<i>Escala de resposta:</i>	1	2	3	4	5	6	7
a. Ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Independência/Autonomia (liberdade pessoal, ser o seu próprio patrão, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Ganhos pessoais (reconhecimento público, desenvolvimento pessoal, provar que sou capaz de fazer coisas, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Segurança familiar (assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio que possa passar para a geração seguinte, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Ganhos de tempo (ficando, assim, mais disponível para fazer outras coisas.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. (explícite por favor)							

ANEXO 4 - Pergunta utilizada para avaliar o desejo de independência.

9- Indique, por favor, o seu nível de concordância em relação a cada uma das seguintes afirmações:

Escaia de resposta
1= discorda muito.
2= discorda.
3= nem discorda, nem concorda.
4= concorda.
5= concorda muito.

Escaia de resposta:	1	2	3	4	5
a. Prefiro depender de mim do que dos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Conto comigo próprio a maior parte das vezes; raramente conto com os outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Faço frequentemente "aquilo que me apetece".	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. A minha identidade pessoal é muito importante para mim independentemente dos outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. É importante que eu faça o meu trabalho melhor do que os outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Ganhar é tudo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. A competição é a lei da natureza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Quando alguém faz melhor do que eu, fico tenso e sinto-me provocado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Se um colega de trabalho ganha um prémio, sentir-me-ia orgulhoso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. O bem-estar dos meus colegas de trabalho é importante para mim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Para mim, prazer é passar tempo com os outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Sinto-me bem quando colaboro com os outros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Pais e filhos devem manter-se juntos tanto quanto possível.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. É meu dever tomar conta da minha família mesmo quando tenho de sacrificar o que quero.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. A família deve manter-se junta, independentemente dos sacrifícios necessários.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. Para mim é importante que eu respeite as decisões tomadas pelos grupos onde me insiro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO 5 - Pergunta utilizada para avaliar a auto-eficácia.

12- Indique, por favor, o seu nível de concordância em relação a cada uma das seguintes afirmações:

Escala de resposta
1= discorda muito.
2= discorda.
3= nem discorda, nem concorda.
4= concorda.
5= concorda muito.

<i>Escala de resposta:</i>	1	2	3	4	5
a. Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Se alguém se lhe opuser, consegue encontrar os meios e as formas necessárias para conseguir o que quer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. É fácil manter-se fiel aos seus objectivos e atingi-los.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. É confiante de que consegue lidar de forma eficiente com os eventos inesperados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Quando confrontado com situações difíceis, consegue permanecer calmo(a) porque pode confiar na sua capacidade em estar à altura da situação.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Se está com dificuldades, consegue, normalmente, pensar numa solução.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Normalmente, consegue lidar com qualquer coisa que se depre no seu caminho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Pensa frequentemente em tornar-se um empreendedor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Gostava de se ver como empreendedor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Tornar-se um empreendedor é uma parte importante de quem é.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Quando pensa nisso, o termo empreendedor ajustar-se-lhe-ia bastante bem.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Está sempre a pensar em tornar-se um empreendedor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. É importante para si expressar as suas aspirações empreendedoras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO 6 - Artigos escritos a partir e durante a dissertação e aceites conferências:

Já apresentados:

Discacciati, J. ; Rocha, A. C. ; Silva, M. J.. (2013), “Ensino do empreendedorismo e características empreendedoras: uma relação com a intenção empreendedora”. In: XXIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, 2013, Málaga, Espanha.

Discacciati, J.; Rocha, A. C. ; Silva, M. J.. (2013), “Entrepreneurship education and entrepreneurial characteristics: a relationship with entrepreneurial intention”. In INBAM - International Network of Business and Management Journals. Journal of Technology Transfer Lisboa, Portugal. ISBN: 978-84-695-7914-5

Futura apresentação:

Bivona, E.; Discacciati, J.. (2013), “Identifying potential differences between entrepreneurial intention of university students from those who are in an university incubator: an analysis of UNIPA”. In: Enterprise Education track of the Institute for Small Business and Entrepreneurship (ISBE). Cardiff, Inglaterra.