



Fatores que influenciam a intenção empreendedora dos alunos universitários angolanos

Versão Final após Defesa

Roberto Gonçalves Galopa de Almeida

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Empreendedorismo e Criação de Empresas

(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof^a. Doutora Maria José Aguilar Madeira

Novembro de 2025

Declaração de Integridade

Eu, Roberto Gonçalves Galopa de Almeida, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M13227 do Mestrado em Empreendedorismo e Criação de Empresas da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referência de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã __06__ / __11__ / __2025__

Dedicatória

Dedico este trabalho à minha família, pelo amor, paciência e apoio incondicional, que sempre foram a minha maior fonte de motivação.

Agradecimentos

A realização desta dissertação de mestrado representa o culminar de um percurso académico e pessoal que não teria sido possível sem o contributo de várias pessoas e instituições, às quais expresso a minha sincera gratidão.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, pela vida, pela saúde e pela força que me sustentaram ao longo desta caminhada.

Manifesto um agradecimento muito especial a minha orientadora, a professora doutora, Maria José Aguilar Madeira, pela total disponibilidade, pelo acompanhamento rigoroso, pelas orientações científicas e pelo incentivo constante, que muito contribuíram para o enriquecimento deste trabalho.

Agradeço também aos meus professores da Universidade da Beira Interior, pelo conhecimento transmitido, pela dedicação ao ensino e pela inspiração para prosseguir o caminho académico com determinação.

Aos meus colegas e amigos, deixo um profundo reconhecimento pela partilha de experiências, pelas palavras de encorajamento e pelo apoio mútuo, que tornaram esta jornada mais leve e significativa.

À minha família, expresso a mais sentida gratidão, pelo apoio, pela paciência nos momentos de maior exigência e pela confiança depositada em mim, que foram fundamentais para a concretização deste objetivo.

Por fim, agradeço a todos os estudantes que participaram no questionário desta investigação, disponibilizando o seu tempo e as suas opiniões, sem os quais este estudo não teria sido possível.

Resumo

O empreendedorismo tem sido reconhecido como um motor fundamental para o crescimento económico, a inovação e a geração de emprego, assumindo particular relevância em países em desenvolvimento como Angola. No contexto das instituições de ensino superior, compreender os fatores que moldam a intenção empreendedora dos estudantes torna-se essencial para a formulação de políticas educativas e estratégias de apoio ao desenvolvimento de competências empreendedoras. Este estudo tem como propósito analisar os fatores que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes universitários em Angola, com foco nas instituições de ensino superior angolanas, localizadas na Província de Benguela. O objetivo central foi analisar o impacto da educação empreendedora, da autoeficácia empreendedora e dos antecedentes familiares empreendedores na formação da intenção de empreender. A investigação adotou uma abordagem quantitativa, com recurso a dados primários, recolhidos por questionário online aplicado através do *Google Forms*, tendo obtido 216 respostas válidas. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, correlação de Pearson e regressão linear múltipla, utilizando o software *IBM SPSS Statistics (versão 30 para Windows)*, garantindo reprodutibilidade e transparência científica. Os resultados revelaram que a autoeficácia empreendedora constitui o fator mais determinante da intenção empreendedora dos estudantes, confirmando que níveis mais elevados de confiança pessoal se associam a uma maior predisposição para empreender. Em contrapartida, nem a educação empreendedora e nem os antecedentes familiares empreendedores apresentaram efeitos estatisticamente significativos. Entre as variáveis sociodemográficas de controlo, apenas o género feminino se destacou, evidenciando uma maior intenção empreendedora em comparação com os estudantes do sexo masculino. O modelo global mostrou um ajustamento robusto. Este estudo contribui para a compreensão do fenómeno do empreendedorismo no contexto angolano, ao mostrar a importância da autoeficácia como fator-chave na decisão de empreender, bem como ao sugerir que a educação empreendedora carece de maior aplicabilidade prática para gerar impacto efetivo. As implicações práticas apontam para a necessidade de reforçar a componente experiencial da educação empreendedora, fomentar programas de mentoria e contacto com empreendedores reais, e adotar políticas públicas que valorizem o papel da mulher e promovam o empreendedorismo juvenil. Do ponto de vista académico, a investigação acrescenta evidência empírica a um campo ainda pouco explorado em Angola.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Intenção Empreendedora; Educação Empreendedora; Autoeficácia; Angola

Abstract

Entrepreneurship has been recognized as a key driver of economic growth, innovation, and job creation, assuming relevance in developing countries such as Angola. In the context of higher education institutions, understanding the factors that shape students' entrepreneurial intention is essential for designing educational policies and strategies to foster entrepreneurial skills. This study aims to analyze the factors influencing the entrepreneurial intention of university students in Angola, focusing on higher education institutions located in the Province of Benguela. The main objective was to examine the impact of entrepreneurial education, entrepreneurial self-efficacy, and family entrepreneurial background on the formation of entrepreneurial intention. The research adopted a quantitative approach, using primary data collected through an online questionnaire administered through *Google Forms*, obtaining 216 valid responses. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple linear regression, with the support of IBM SPSS Statistics (version 30 for Windows), ensuring reproducibility and scientific transparency. The results revealed that entrepreneurial self-efficacy is the most decisive factor for students' entrepreneurial intention, confirming that higher levels of personal confidence are associated with a stronger predisposition to undertake entrepreneurial activities. In contrast, neither entrepreneurial education nor family entrepreneurial background showed statistically significant effects. Among the sociodemographic control variables, only gender proved significant, with female students showing higher entrepreneurial intention compared to male students. The overall model presented a robust fit, explaining 53.6% of the variance in entrepreneurial intention ($R^2 = 0.536$; $p < 0.001$). This study contributes to the understanding of entrepreneurship in the Angolan context by showing the importance of self-efficacy as a key determinant in the decision to undertake, while also suggesting that entrepreneurial education requires greater practical applicability to generate effective impact. Practical implications point to the need to strengthen the experiential component of entrepreneurial education, promote mentoring programs and contact with real entrepreneurs, and adopt public policies that value women's role and foster youth entrepreneurship. From an academic perspective, this research adds empirical evidence to a field still little explored in Angola.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial Intention; Entrepreneurial Education; Self-efficacy; Angola

Índice

Resumo	v
Abstract	vi
Lista de Figuras	viii
Lista de Tabelas	viii
Lista de Acrónimos	ix
Capítulo 1 – Introdução	1
1.1. Enquadramento do Problema e Justificação do Tema.....	1
1.2. Objetivo e Questões da Investigação	4
1.3. Estrutura da Dissertação	4
Capítulo 2 – Enquadramento Teórico	6
2.1. Empreendedorismo: Conceito e Evolução	6
2.2. Importância do empreendedorismo	8
2.3. Intenções empreendedoras	10
2.4. Fatores Que Influenciam a Intenção Empreendedora.....	12
2.4.1 Educação para o empreendedorismo	12
2.4.2. Autoeficácia empreendedora.....	15
2.4.3. Antecedentes Familiares Empreendedores.....	18
2.5. Modelo Conceptual	21
Capítulo 3 – Metodologias de investigação	22
3.1. Desenho da Investigação	22
3.2. Recolha de Dados e Amostra	22
3.3. Variáveis Consideradas	23
3.3.1 Variável Dependente.....	23
3.3.2 Variáveis Independentes	24
3.4. Método Utilizado.....	26
3.5. Síntese dos Aspetos Metodológicos.....	27
Capítulo 4 – Análise de Dados e Discussão de Resultados	28
4.1. Caraterização da amostra	28
4.2. Análise dos dados.....	29
4.3. Análise e Discussão dos Resultados.....	36
4.4. Quadro Resumo das Hipóteses Testadas.....	37
Capítulo 5. Conclusões, Limitações e Futuras Investigações	38
Referências	40
Anexos	49

Lista de Figuras

Figura 1 – Modelo Concetual da Investigação.....	21
--	----

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Síntese das hipóteses e variáveis.....	25
Tabela 2 – Aspectos metodológicos da investigação	27
Tabela 3 – Caracterização sociodemográfica.....	29
Tabela 4 – Experiência na criação de negócios.....	30
Tabela 5 – Antecedentes familiares.....	30
Tabela 6 – Experiência pessoal em novos projetos	31
Tabela 7 – Estatísticas descritivas da escala da autoeficácia.....	32
Tabela 8 – Estatísticas descritivas da escala da intenção empreendedora	32
Tabela 9 – Correlação entre as variáveis (VIF na diagonal)	34
Tabela 10 – Regressão Linear. Variável dependente: Intenção Empreendedora.....	35
Tabela 11 – Síntese dos resultados das hipóteses.....	37

Lista de Acrónimos

AE	Autoeficácia empreendedora
AFE	Antecedentes Familiares Empreendedores
EE	Educação Empreendedora
DP	Desvio Padrão
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GRP	Gabinete de Relações Públicas
IBM	International Business Machines CorporatioN
IE	Intenção Empreendedora
INE	Instituto Nacional de Estatística
MAX	Valor Máximo
MIN	Valor Mínimo
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Economico
TRA	Teoria de Ação Racionada
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TPB	Teoria do Comportamento Planeado
UBI	Universidade da Beira Interior
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.
VIF	Variance Inflation Factor

Capítulo 1 – Introdução

1.1. Enquadramento do Problema e Justificação do Tema

O empreendedorismo tornou-se um motor de crescimento económico (Kuratko, 2005; O'Connor, 2013) através da criação de novos empreendimentos e do empreendedorismo dentro das empresas já existentes (Rasmussen e SørReim, 2006). Devido ao impacto do empreendedorismo na sociedade, os governos e as instituições de ensino superior têm promovido ativamente a capacidade empreendedora e o desenvolvimento de competências empreendedoras entre os estudantes (Sharma et al. 2024).

As Instituições de Ensino Superior (IES) que oferecem educação empreendedora desempenham um papel fundamental no desenvolvimento de um ecossistema empreendedor sustentável (Isenberg, 2011; Lopes *et al.*, 2022). Dado que a educação empreendedora contribui para incutir competências empreendedoras nos estudantes (Magnus, 2024) levando ao desenvolvimento da intenção de empreender uma atividade (Daniel, 2016), os investigadores defendem que a educação empreendedora aprimora o conhecimento empreendedor dos alunos e reforça a sua confiança na capacidade de empreender (Ubierna *et al.*, 2014; Lopes *et al.*, 2023).

Devido à crescente importância do empreendedorismo, as universidades têm vindo a intensificar os seus esforços para criar e desenvolver programas educativos que promovam competências empreendedoras e aumentem as oportunidades dos estudantes através do empreendedorismo (Jardim *et al.*, 2021). O empreendedorismo tem atraído atenção considerável de investigadores de empreendedorismo em todo o planeta (Zhang *et al.* 2014).

A educação para o empreendedorismo é “o processo de fornecer aos indivíduos as capacidades (de gestão e de empreendedorismo) que podem influenciar a intenção empreendedora” (Ismail e Sawang, 2020, pág. 3). No contexto de ensino superior, as universidades são responsáveis por fomentar o desenvolvimento de competências de gestão e empreendedoras, bem como de estimular a intenção empreendedora entre os estudantes (Kakouris, 2015).

Este trabalho é justificado sobretudo pelo facto de a República de Angola apresentar níveis de desemprego extremamente elevados, sendo o empreendedorismo encarado como uma fonte significativa de geração de emprego. De acordo com os dados do

Inquérito ao Emprego em Angola (IEA) do IIIº Trimestre de 2024, a população desempregada com 15 ou mais anos, foi estimada em 5 482 128 pessoas, sendo 2 604 736 homens e 2 877 391 mulheres. A taxa de desemprego na população com 15 ou mais anos foi estimada em 30,8%, sendo mais elevada para as mulheres 31,4% comparando com os homens 30,2% (INE, 2024).

De acordo com o relatório GEM Angola 2022 - 2023, em Angola a TEA (taxa de atividade empreendedora) de indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e os 64 é de 53,4%. A “atividade empreendedora *early-stage*” continua a apresentar a tendência de crescimento observada nos últimos anos. A taxa de atividade empreendedora em Angola passou de 49,6% em 2020 para 53,4% em 2022, o que se traduz num crescimento de 8%. A faixa etária com maior percentagem de população adulta angolana que se considera empreendedor “*early-stage*” é a que compreende idades entre os 25 e 34 anos, com 58,6%, seguido da faixa com idades compreendidas entre os 18 e 24 anos, com 56,4%. “Conforme tem sido observado nos últimos anos, Angola ocupa o primeiro lugar no ranking deste indicador. O país possui a maior percentagem entre as 50 economias analisadas, apresentando um valor bastante superior ao segundo colocado no ranking, a Guatemala (29,4%)” (Relatório GEM Angola, 2022/2023, pág. 17)

Angola também se destaca por apresentar “a maior percentagem de cessação de negócios (30%) entre os países africanos, mas igualmente a maior taxa de atividade empreendedora *early-stage* (53%), o que significa que por cada cinco novos negócios que surgem em Angola, num período de 12 meses, três encerram” (Relatório GEM Angola, 2022/2023, pág. 24). A elevada taxa de mortalidade das empresas a nascença em Angola, foi também um dos motivos que esteve na base da escolha do tema deste trabalho ligado ao impacto da educação do empreendedorismo, da autoeficácia empreendedora e dos antecedentes familiares empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior de Angola.

A literatura existente sobre o impacto da educação empreendedora na intenção empreendedora encontra-se desproporcionalmente focada em economias desenvolvidas (Easley *et al.*, 2016; Hsu *et al.*, 2007; Oosterbeek *et al.*, 2010; Rothaermel *et al.*, 2007; Von Graevenitz *et al.*, 2010; Lopes, Suchek e Gomes, 2023). Os poucos estudos realizados em África são, na sua maioria, de natureza descritiva e fornecem evidências limitadas quanto ao impacto da educação empreendedora universitária, salvo raras exceções (Olofinyehun *et al.*, 2018). Angola, que apesar de ser um dos países de África com maior taxa de intenção empreendedora e criação de novas empresas, parece ter sido esquecido

em termos científicos (Lopes et al., 2023). Além disso, segundo os mesmos autores, existem poucos estudos sobre empreendedorismo sustentável em África, especialmente em Angola, considerando a atual Agenda 2030 que precisa de ser cumprida. Em Angola, a investigação sobre educação empreendedora e a sua relação com a intenção empreendedora dos estudantes universitários é praticamente inexistente, revelando assim uma lacuna clara que o presente trabalho pretende colmatar.

Para além da educação empreendedora, a literatura internacional tem identificado uma diversidade de fatores que influenciam a intenção empreendedora, incluindo características individuais, fatores psicológicos, aspetos socioculturais, contextuais e institucionais (Liñán e Fayolle, 2015; Newman *et al.*, 2019). Entre estes, destacam-se a autoeficácia empreendedora e os antecedentes familiares empreendedores, variáveis que têm recebido crescente atenção na investigação por se revelarem determinantes consistentes da predisposição para empreender, segundo os mesmos autores. No entanto, também nestas duas dimensões verifica-se uma escassez significativa de estudos no contexto africano e, em particular, em Angola.

A autoeficácia empreendedora, entendida como a perceção do indivíduo acerca da sua capacidade para desempenhar com sucesso tarefas ligadas ao processo empreendedor (Chen *et al.*, 1998; Zhao et al., 2005), tem sido identificada como um dos preditores mais robustos da intenção empreendedora. Contudo, a investigação empírica que explore este fenómeno no contexto angolano é praticamente inexistente, o que representa uma lacuna importante, já que fatores culturais, sociais e económicos podem influenciar de forma distinta os níveis de autoeficácia dos estudantes.

De igual modo, os antecedentes familiares empreendedores constituem um fator social relevante, uma vez que a exposição a familiares empresários proporciona modelos de referência e experiências práticas que influenciam de forma significativa as atitudes e intenções empreendedoras (Carr e Sequeira, 2007; Chlosta *et al.*, 2012). Porém, em Angola, a literatura sobre a influência da experiência familiar na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior é praticamente inexistente, apesar da reconhecida centralidade da família na sociedade angolana e do seu potencial impacto no estímulo ou inibição de trajetórias empreendedoras.

O presente estudo pretende responder a esta lacuna, analisando de forma integrada estas três dimensões e contribuindo para a compreensão dos fatores que influenciam a intenção empreendedora no contexto específico do ensino superior angolano.

1.2. Objetivo e Questões da Investigação

Este estudo tem como propósito analisar os fatores que influenciam a intenção empreendedora com foco aos estudantes das instituições de ensino superior angolanas, localizadas na Província de Benguela, a fim de responder as seguintes **questões de investigação**:

- A educação para o empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos universitários de Angola?
- A autoeficácia empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos universitário de Angola?
- Os antecedentes familiares empreendedores influenciam positivamente a intenção empreendedora dos alunos universitários de Angola?

Partindo das questões de investigação, define-se o seguinte **objetivo geral**: analisar a influência da educação empreendedora, da autoeficácia empreendedora e dos antecedentes familiares empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior em Angola, especificamente nas instituições de ensino superior localizadas na Província de Benguela.

1.3. Estrutura da Dissertação

A presente dissertação está estruturada da seguinte forma:

O Capítulo 1 – Introdução, apresenta o enquadramento geral do tema, a relevância do estudo, os objetivos de investigação, as questões de pesquisa, bem como a justificativa do estudo. Este capítulo finaliza com a descrição da estrutura da dissertação.

O Capítulo 2 – Revisão da Literatura contempla a discussão teórica dos principais conceitos relacionados ao tema, nomeadamente: (1) Empreendedorismo, (2) Importância do empreendedorismo, (3) Intenção Empreendedora, (4) Educação Empreendedora, (5) Autoeficácia Empreendedora, e (6) Antecedentes Familiares Empreendedores. Conclui-se com a apresentação do modelo conceptual adotado para a investigação.

O Capítulo 3 – Metodologia, descreve o tipo de investigação, a abordagem metodológica, os procedimentos de recolha e análise de dados, finalizando com apresentação de uma síntese dos aspetos metodológicos do presente estudo.

O Capítulo 4 – Apresentação e Análise dos Resultados, procede a caracterização da amostra, apresenta os resultados obtidos a partir da aplicação dos instrumentos de pesquisa, bem como a sua análise e interpretação com base nos objetivos e questões de investigação.

No Capítulo 5 – Conclusões, Limitações e Sugestões para futuras investigações, são discutidas as conclusões do estudo, respondidas as questões de investigação, e apresentadas sugestões para futuras linhas de investigação e implicações práticas para a educação do empreendedorismo.

Capítulo 2 – Enquadramento Teórico

2.1. Empreendedorismo: Conceito e Evolução

O termo *empreendedorismo*, embora seja reconhecido e utilizado há séculos, apenas nas últimas décadas ganhou destaque significativo no campo académico e científico. No entanto, foi sobretudo a partir da abertura económica da década de 1990 que adquiriu uma maior relevância (Pelagio *et al.*, 2013).

Knight (1921) descreve o empreendedor como alguém que toma decisões importantes num contexto onde não há certezas, ou seja, num ambiente de incerteza. Para Knight (1921) o empreendedor não é apenas um gestor comum, é alguém que assume riscos reais, aqueles que não se podem calcular com base em probabilidades exatas. Além de aceitar esse risco, o empreendedor tem uma capacidade especial: consegue antecipar necessidades futuras do mercado.

O empreendedorismo foi associado a inovação, sendo o economista Joseph Schumpeter um dos primeiros investigadores a fazê-lo. Para Schumpeter (1934), considerado um dos pioneiros na teoria do empreendedorismo, o empreendedor é o indivíduo que inova e que tem a capacidade de fazer novas coisas, ou fazer coisas que já tinham sido feitas de uma maneira nova (inovação). O empreendedor, enquanto agente inovador, é visto como o principal dinamizador da atividade económica, precisamente pela sua capacidade de impulsionar mudanças nos mercados (Schumpeter, 1941).

Drucker (1969) um dos grandes investigadores na área de gestão, considerou o empreendedor como sendo alguém que procura maximizar as oportunidades. Para o mesmo autor, a questão essencial não está em simplesmente executar tarefas, mas em identificar o que deve ser feito e direcionar os recursos e esforços para essas prioridades.

Kirzner (1979) descreve o empreendedor como alguém que toma decisões importantes num contexto onde não há certezas — ou seja, num ambiente de incerteza. Este empreendedor não é apenas um gestor comum; é alguém que assume riscos reais, aqueles que não se podem calcular com base em probabilidades exatas. No fundo, para Kirzner, o empreendedor é aquele que se destaca pela sua coragem e visão em tempos incertos, tornando-se essencial para o progresso económico.

O empreendedorismo deixou de ser visto na perspectiva de um evento isolado e passou a ser visto na perspectiva de um processo. Foi com base nessa premissa que Gartner (2001) referiu-se ao empreendedorismo como sendo um processo de criação de novas organizações e o empreendedor é o indivíduo capaz de identificar elementos necessários para essa criação.

A definição de empreendedorismo apresentada por Shane e Venkataraman (2000) destaca-se por ter sido uma das definições sobre essa temática que reuniu maior consenso, sendo considerada uma das mais completas e atuais (Cassis e Minoglou, 2005; Baron e Shane, 2007; Vaghely e Julien, 2010). Para Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo é definido como o estudo das fontes das oportunidades para criar algo novo (novos produtos ou serviços, novos mercados, novos processos de produção ou matérias-primas, novas formas de organizar as técnicas existentes) e o processo de descoberta, avaliação e exploração por parte dos indivíduos que as descobrem, avaliando e explorando essas coisas novas, usando diversos meios para se atingir um fim.

Segundo Hisrich e Peters (2002), o empreendedorismo pode ser entendido como um processo em que indivíduos ou grupos se dedicam à criação de algo novo e com valor, aplicando tempo e esforço, assumindo riscos de diferentes naturezas e, em contrapartida, beneficiando de recompensas que podem traduzir-se em ganhos financeiros, satisfação pessoal ou independência. Já Trigo (2003) define o empreendedorismo como um processo de criação de valor baseado na capacidade de reunir recursos de forma inovadora, explorando oportunidades específicas existentes no meio envolvente.

Contrariamente a vários investigadores que associaram o empreendedorismo a criação de uma nova empresa (Carton et al., 1998; Sarkar, 2010), a Comissão Europeia (2003) defendeu a ideia segundo a qual, um indivíduo pode ser empreendedor sem necessariamente criar uma nova empresa. A Comissão das Comunidades Europeias (2003) definiu o empreendedorismo como sendo uma atitude mental e comportamental para o processo de criação e desenvolvimento de atividades económicas combinando o risco e a criatividade e/ou inovação com uma gestão rigorosa, no âmbito de um organismo novo ou já existente.

Baron e Shane (2007) exaltam a definição de Shane e Venkataraman (2000) como o reconhecimento de uma oportunidade para criar algo novo – e referem que isso não precisa ser um novo produto ou serviço, pelo contrário, pode tratar-se do desenvolvimento de um novo mercado, do uso de uma nova matéria-prima ou da criação

de um novo meio de produção. Para os mesmos autores, o empreendedorismo é visto como uma atividade executada por indivíduos específicos, envolvendo ações-chaves (identificação de uma oportunidade potencialmente valiosa no sentido prático e que possa produzir lucros sustentáveis), e atividades ligadas à exploração e o desenvolvimento real de uma oportunidade.

A Global Entrepreneurship Monitor (GEM), organismo criado para avaliar e desenvolver o empreendedorismo a escala global, define o empreendedorismo como a forma de pensar e agir, focada nas oportunidades, com uma abordagem holística e equilibrada em termos de liderança, e com o objetivo de criar riqueza (GEM, 2012).

Noutro estudo, Baron e Shane (2014) consideraram o empreendedorismo como sendo um processo de criação de negócio ou iniciativa (incluindo autoemprego) bem como, a criação/expansão de uma empresa. Este processo pode ser desenvolvido por várias pessoas, de forma independente ou numa empresa já estabelecida. Também, Welter et al. (2017) referiram-se ao empreendedorismo como sendo uma tecnologia social disponível para criar organizações capazes de alcançar inúmeras metas. Para os mesmos autores, a investigação empresarial é uma janela e ferramenta para moldar a equidade social e económica.

O último Relatório Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023/2024 (2024) definiu o empreendedorismo como o ato de iniciar um novo negócio que pode apresentar novos produtos ou tecnologias aos consumidores ou para outros negócios com utilidade.

Apesar da diversidade de definições, a maioria dos autores converge na ideia de que o empreendedorismo envolve iniciativa, inovação e capacidade de transformar ideias em bens e serviços com valor económico e social. Tendo em conta o contexto da presente investigação, focada nos estudantes universitários angolanos e na análise dos fatores que influenciam a sua intenção empreendedora, neste estudo o empreendedorismo é entendido como o processo através do qual o indivíduo identifica oportunidades e mobiliza recursos, competências e iniciativa pessoal para criar valor e gerar soluções inovadoras, contribuindo para o desenvolvimento económico e social.

2.2. Importância do empreendedorismo

Jardim et al. (2021) destacam que o empreendedorismo assume uma posição central nas agendas de desenvolvimento económico, social e político a nível mundial. Em muitos países, é visto como motor de crescimento económico, inovação, emprego e coesão social. Conforme destacado por Jardim et al. (2021), os programas de educação para o empreendedorismo têm vindo a expandir-se a nível global, procurando preparar os jovens para enfrentar os desafios do mercado de trabalho e, simultaneamente, contribuir com soluções inovadoras para questões sociais e económicas emergentes.

Chun Guo e Jiang (2019) evidenciam que o empreendedorismo contribui para promover progresso economicamente sustentável, estimulando a inovação e melhorando a competitividade nacional. Os autores argumentam que num mundo globalizado, o empreendedorismo está cada vez mais ligado ao avanço tecnológico e à internacionalização, exigindo uma abordagem integrada que valorize o capital humano, o papel das instituições e o capital social.

Outro aspeto importante é o papel do empreendedorismo na geração de emprego. Países com ambientes institucionais favoráveis e políticas de apoio ao empreendedorismo tendem a registar taxas maiores de criação de empresas, inovação e absorção de mão-de-obra. Conforme evidenciado em revisões recentes, o empreendedorismo é visto como uma resposta eficaz à falta de emprego formal, especialmente entre jovens, em numerosos contextos emergentes (Aparicio et al., 2016; Urbano et al., 2019).

Kasemsap (2017) salienta que o empreendedorismo, para além da sua relevância económica, também possui fortes implicações culturais e sociais, ao promover valores como autonomia, criatividade, iniciativa, tolerância ao risco e responsabilidade pessoal. O autor acrescenta que essa prática é cada vez mais entendida como um processo de ação orientado para a busca de novidades, capaz de transformar incertezas em oportunidades com impacto económico e social.

Finalmente, a importância global do empreendedorismo reflete-se nas políticas internacionais. Organizações como a UNESCO, o Banco Mundial e o GEM promovem iniciativas que incentivam a cultura empreendedora, defendendo que o empreendedorismo deve fazer parte das estratégias de desenvolvimento económico, inovação, inclusão social e sustentabilidade (Hoppe, 2016; Boudreaux, 2019; Gomes et al., 2023). Estudos recentes demonstram que tais políticas têm efeito concreto: por exemplo, Hoppe (2016) mostra que políticas educacionais para o empreendedorismo

fomentadas pela UNESCO ajudam a incorporar “aprendizagem empreendedora” nas escolas como forma de promover ação prática e inovação; Boudreaux (2019) evidencia que as condições institucionais, quando apoiadas por políticas públicas, são determinantes para que o empreendedorismo contribua para o crescimento económico; e Gomes et al. (2023) encontraram que, em países OCDE, o suporte governamental e políticas de empreendedorismo elevam significativamente as taxas de novas iniciativas empresariais e geração de emprego.

2.3. Intenções empreendedoras

Bird (1988) foi o primeiro autor a propor o conceito de intenção empreendedora. Ele acreditava que a intenção empreendedora era uma atividade psicológica interna que permitia aos empreendedores trabalhar duro para alcançar os resultados ideais. Para Krueger e Brazeal (1994), o processo de intenção empreendedora envolve uma avaliação cognitiva das oportunidades e das capacidades pessoais. Assim, a decisão de empreender não ocorre de forma espontânea, mas resulta de um processo mental que combina motivações pessoais, experiências passadas, percepção de viabilidade e deseabilidade do ato de empreender.

As *intenções empreendedoras* foram definidas como sendo o desejo de alguém de possuir o seu próprio negócio (Crant, 1996) ou de iniciar um negócio (Krueger, Reilly e Carsrud, 2000).

A *Teoria do Comportamento Planeado* (TPB) tem sido utilizada por muitos estudos empíricos de análise da intenção comportamental e intenção empreendedora das pessoas (Farrukh *et al.* 2017; Vodă e Florea, 2019).

A Teoria do Comportamento Planeado é uma extensão da Teoria de Ação Raciocinada (TRA) (Ajzen, 1985; Ajzen, 1991; Ajzen e Fishbein, 1980). Esta abordagem refere que a intenção de um indivíduo de realizar um comportamento é o principal determinante para ele próprio realizar esse comportamento. Neste sentido, defende ainda que a intenção comportamental é influenciada por dois fatores, nomeadamente, a atitude em relação a realização do comportamento e as normas subjetivas (Ajzen e Fishbein, 1991).

A Teoria de Comportamento Planeado reforça a Teoria de Ação Racionada, adicionando o controlo de comportamento percebido como sendo mais um fator que influencia a intenção comportamental (Ajzen e Fishbein, 1991). A Teoria de Comportamento Planeado defende que a execução de um comportamento específico por um indivíduo é

determinada pela intenção, que por sua vez depende da atitude, norma subjetiva e controle comportamental percebido (Ajzen 1991).

Na visão de Ajzen (1991); Liñán e Chen (2009), a intenção empreendedora desempenha um dos papéis mais importantes na decisão de criar um novo negócio e pode ser considerada um importante preditor de comportamento, mesmo que a intenção não seja a ação em si.

Grande parte dos estudos mais recentes sobre os fatores que influenciam a intenção empreendedora está associada tanto aos modelos empreendedores, que destacam fatores externos que impulsionam a intenção de empreender, como aos modelos baseados na Teoria do Comportamento Planeado (TPB), que atribuem maior ênfase ao papel da atitude empreendedora, às normas subjetivas e ao controle comportamental percebido. Estes enquadramentos teóricos têm sido amplamente utilizados em investigações internacionais para explicar os determinantes da intenção empreendedora (Hsu *et al.*, 2019; Martins *et al.*, 2022; Pascucci *et al.*, 2022)

Pascucci *et al.* (2022) ampliam o conceito de intenção empreendedora, englobando não apenas o desejo de sucesso econômico pessoal, mas também enfatizando a consciência das responsabilidades sociais e ambientais nas atividades empreendedoras.

Num estudo sobre a intenção empreendedora, Krueger *et al.* (2000) analisaram as razões que levam os indivíduos a tomarem a decisão de serem empreendedores. Os mesmos autores descobriram que o empreendedorismo envolvia comportamento intencional e que a intenção era o melhor indicador do comportamento empreendedor.

Se para Al-Mamary e Alraja (2022) e Martins *et al.* (2022), geralmente, a intenção é influenciada por três fatores no conceito da Teoria do Comportamento Planeado (TPB), nomeadamente, atitude, norma subjetiva e autoeficácia, já para Pascucci *et al.* (2022), no processo de educação para o empreendedorismo no ensino superior, a intenção empreendedora é influenciada pelo processo educativo, tanto através de interações diretas na aprendizagem como através de interações com o ambiente envolvente.

A intenção empreendedora está no centro da pesquisa sobre empreendedorismo (Ferreira-Neto *et al.*, 2023). A *Intenção Empreendedora* é definida por Bae *et al.* (2014), Ferreira-Neto *et al.* (2023) e Thompson (2009) como sendo o desejo e o comprometimento dos indivíduos em criar e iniciar um novo empreendimento no futuro.

Um número significativo de estudos vem demonstrando que fatores como propensão efetiva, autoeficácia, adaptabilidade de carreira, traços de personalidade, individualismo, coletivismo, propensão ao risco, distância de poder e tolerância à ambiguidade, influenciam a intenção empreendedora de um indivíduo (Cardella *et al.*, 2024; Ferreira-Neto, *et al.*, 2023).

Se para Otache *et al.* (2024), a intenção empreendedora é tida como umas das principais determinantes do estabelecimento de um negócio, já para Martins *et al.* (2023), a intenção empreendedora é tida como uma das principais etapas para se iniciar um negócio. Assim, identificar os principais fatores que desencadeiam a intenção empreendedora dos indivíduos, tornou-se um campo fascinante na academia (Ferreira-Neto *et al.*, 2023).

2.4. Fatores Que Influenciam a Intenção Empreendedora

A partir da consulta de uma vasta bibliografia ligada ao tema, foi possível constatar que a intenção empreendedora é influenciada por uma variedade de fatores. Os fatores que potenciam a intenção empreendedora não se circunscrevem aos apresentados neste estudo, sendo possível identificar outros fatores na literatura para além dos referenciados neste estudo. Todavia, neste estudo prevê-se a análise dos seguintes fatores determinantes da intenção empreendedora: Educação para o Empreendedorismo, Autoeficácia empreendedora e antecedentes familiares empreendedor. Sendo estes fatores explorados de seguida.

2.4.1 Educação para o empreendedorismo

De acordo com Drucker (1985), o empreendedorismo pode ser descoberto por meio da aprendizagem. Sendo assim, os aspetos fulcrais para se tornar um empreendedor, como traços de personalidade e habilidades empreendedoras, podem ser fomentados na sala de aula (Kuratko, 2014).

Para Fayolle *et al.* (2006, p. 702), a educação empreendedora é definida como sendo “qualquer programa pedagógico ou processo de educação para atitudes e habilidades empreendedoras”. Já Ismail & Sawang (2020, p. 3) referiram-se à educação de empreendedorismo como sendo “o processo de fornecer aos indivíduos, as habilidades (gerenciais e empreendedoras) que podem influenciar a intenção empreendedora”.

Segundo a Comissão Europeia (2006), a educação empreendedora é definida como o processo de desenvolvimento de competências gerais para a vida, que apoiam os indivíduos na transformação de ideias em ações. Inclui a criatividade, o pensamento crítico, a resolução de problemas, a tomada de decisões e a gestão de projetos. Estas competências são particularmente relevantes no contexto do ensino superior, onde os estudantes são incentivados a aplicar os seus conhecimentos em contextos reais.

Enquanto isso, Virkkunen (2009) descreve a educação empreendedora como uma pedagogia de aprendizagem ao longo da vida através da qual as habilidades empreendedoras são iniciadas, desenvolvidas e complementadas em praticamente todos os pontos da vida. De igual forma, a educação empreendedora tem sido descrita como capacidade de reconhecimento de oportunidades, *networking*, autoconfiança e fabricação de ideias (Katz, 1992, 2014; Kucel et al., 2016).

Para Rodrigues *et al.* (2010) a educação empreendedora ajuda a desenvolver um espírito empreendedor, fornecendo aos alunos as habilidades necessárias para identificar oportunidades e desenvolver ideias inovadoras, incentivando assim seu interesse em estabelecer seus próprios negócios.

Para Otache (2019), a educação para o empreendedorismo pode ser definida como um programa educacional que visa desenvolver nos alunos um conjunto de atitudes, habilidades e competências empreendedoras que lhes permitam iniciar um novo empreendimento). Na visão do mesmo autor, as habilidades e competências empreendedoras necessárias aos empreendedores, incluem reconhecimento e exploração de oportunidades, conceção e desenvolvimento empresarial, criatividade e inovação, tomada de riscos e iniciativa, tolerância à incerteza e ambiguidade e autoconfiança empreendedora.

Uma escola de pensamento argumenta que os empreendedores nascem com qualidades inatas, como criatividade, inovação, proatividade e capacidade de assumir riscos, que os distinguem e dificilmente podem ser replicadas em outras pessoas (Leutner *et al.*, 2020; Aloulou, 2023). No entanto, outra escola de pensamento defende que empreendedores podem ser feitos, uma vez que o pensamento e as competências empreendedoras podem ser desenvolvidos através da educação, do treino e da experiência (Mitchell, 2016; Otache, 2019).

Existem diferentes tipos de educação empreendedora voltada para estágios específicos de desenvolvimento (Bridge et al., 1998; Gorman et al., 1997; McMullan e Long, 1987). Vários investigadores enumeraram diversos tipos de educação empreendedora, que são voltados para públicos específicos (Liñán, 2004). Segundo Garavan e O'Conneide (1994), a maioria dos programas de nível universitário tem como objetivo aumentar a conscientização empreendedora e preparar aspirantes a empreendedores.

Jamieson (1984) foi mais além, tendo mencionado três tipos de educação empreendedora: (1) educação para conscientização, (2) preparação para aspirantes a empreendedores e (3) formação e treino em gestão para empreendedores existentes. Da mesma forma, Liñán (2004) identificou quatro tipos diferentes de educação empreendedora: (1) educação para conscientização, (2) educação para start-up, (3) dinamismo empreendedor e (4) educação contínua para empreendedores existentes.

A educação empreendedora tornou-se um tópico central de discussão económica e despertou atenção entre académicos no campo do empreendedorismo (Nabi et al., 2017). Para estes autores, a educação empreendedora compreende todo o processo ou atividade educativa que tem como objetivo desenvolver intenções empreendedoras nos estudantes, capacitando-os com conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para identificar oportunidades e lançar empreendimentos.

A investigação sobre a eficácia das atividades educacionais de empreendedorismo é contraditória, mostrando impacto positivo, negativo ou nenhum impacto significativo na intenção empreendedora dos participantes (Oosterbeek *et al.*, 2010; Mustafa *et al.*, 2023).

A grande maioria da literatura confirma a relação positiva entre a participação de estudantes universitários na educação empreendedora (EE) e o desenvolvimento da intenção empreendedora (IE) dos estudantes universitários (Valencia-Arias *et al.*, 2025; Duong, 2023; Nowiński *et al.*, 2019). Numerosos estudos empíricos evidenciaram a forte relação entre EE e IE (Valencia-Arias *et al.*, 2025; Duong, 2023; Nowiński *et al.*, 2019; Ubierna *et al.*, 2014). No entanto, outros afirmam que a EE não contribui significativamente para aumentar a IE (Gurel *et al.*, 2010; Maheshwari e Kha, 2022).

Estudos demonstram que programas de EE têm um impacto positivo na IE dos estudantes. Por exemplo, uma investigação realizada com estudantes universitários na

Hungria revelou que o apoio institucional e o ambiente universitário empreendedor influenciam significativamente a IE dos estudantes (Makai e Dóry, 2023).

Um estudo desenvolvido por Aslam e Iqbal (2022) baseado em um questionário realizado no Paquistão, revela que a participação em cursos de educação empreendedora leva a maiores intenções percebidas em relação ao empreendedorismo em comparação com aqueles que não participam desses cursos. Outro estudo desenvolvido no Vietname (Nguyen e Nguyen, 2023) também encontra uma correlação significativa e positiva entre educação empreendedora e intenção empreendedora em estudantes universitários.

Contudo, foi possível na revisão da literatura deste tema, identificar alguns estudos que não confirmam a relação positiva entre a educação para o empreendedorismo e a intenção empreendedora. Os resultados de um estudo realizado em cinco universidades de Guayaquil, Equador, mostraram que a educação empreendedora não teve impacto significativo na intenção empreendedora (Montes *et al.*, 2023). Da mesma forma, um estudo desenvolvido na Indonésia conclui que as atividades curriculares não têm impacto nas intenções empreendedoras dos estudantes universitários (Atmono *et al.*, 2023). Segundo os mesmos autores, essas atividades devem ser acompanhadas por atividades extracurriculares para ter um impacto significativo nas intenções empreendedoras. De igual modo, um estudo realizado em 12 universidades vietnamitas, com uma amostra de 559 alunos, conclui que a educação empreendedora não afeta diretamente a intenção empreendedora (Duong, 2022)

Em face do acima exposto, torna-se imperioso compreender de que modo a educação para o empreendedorismo influencia a população alvo deste estudo. Após feita a revisão da literatura ligada a educação para o empreendedorismo, formulou-se a seguinte hipótese:

H1: A educação empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

2.4.2. Autoeficácia empreendedora

Entre os fatores analisados neste estudo, está a relação entre a autoeficácia empreendedora e a intenção empreendedora dos estudantes.

Autoeficácia é um termo proposto por Bandura (1997), definido por este como sendo a crença que um indivíduo tem nas suas capacidades para desenvolver uma determinada ação. Segundo Bandura (1997) pessoas com alto nível de autoeficácia, graças à sua

autoconfiança, tendem a perseguir seus objetivos além de suas limitações e não se preocupam com a percepção que os outros têm sobre as suas capacidades, o que as motiva a controlar fatores externos e adaptá-las para obter o que desejam. Num outro estudo, Bandura (1982) referiu-se à autoeficácia como sendo um fator da personalidade que influencia a motivação do indivíduo para executar com sucesso as ações.

Laguía *et al.* (2017) defenderam a corrente de pensamento segundo a qual a autoeficácia está relacionada com a Teoria de Comportamento Planeado, que postula que três fatores definem significativamente a intenção de um indivíduo, nomeadamente a sua atitude, as normas sociais e o controlo comportamental percebido. Segundo os mesmos autores, este último fator tem semelhanças com o conceito de autoeficácia de Bandura, já que ambos se referem exatamente a capacidade percebida de realizar um determinado comportamento.

Numa outra investigação, Shahab *et al.* (2019) referiram-se a autoeficácia como a crença do indivíduo em suas habilidades para completar um conjunto específico de tarefas e realizar um trabalho. Na ótica de Pollack *et al.* (2019), a autoeficácia regula como os indivíduos percebem e reagem às situações, por quanto tempo persistem ou quão resilientes são quando confrontados com problemas e quanto esforço colocam em uma atividade.

Para Santos e Liguori (2020), a autoeficácia refere-se à crença de um indivíduo em sua capacidade de realizar tarefas específicas ou atingir determinados objetivos.

Newman *et al.* (2019) afirmam que a autoeficácia tem sido amplamente utilizada na investigação de empreendedorismo para prever e explicar intenções e comportamentos empreendedores.

O conceito da autoeficácia evoluiu para autoeficácia empreendedora. A *autoeficácia empreendedora* refere-se à crença na capacidade de alguém de desempenhar com sucesso os vários papéis e tarefas do empreendedorismo (Chen *et al.*, 1998; De Noble *et al.*, 1999; McGee *et al.*, 2009).

Segundo Saraih *et al.* (2018), a autoeficácia empreendedora pode incluir o desempenho das tarefas relacionadas ao início e desenvolvimento de novos empreendimentos. Para os mesmos autores, a autoeficácia empreendedora trata de considerar as competências humanas mais amplas, associadas ao desenvolvimento de novos negócios.

Diferentes estudos revelam que a autoeficácia é um fator determinante na mobilização de um indivíduo para se aventurar na criação de um novo negócio (Gielnik *et al.*, 2020). Drnovšek *et al.* (2010) referiram que os altos níveis de autoeficácia estão relacionados a melhores chances de sucesso nas atividades empreendedoras desenvolvidas e o nível de autoeficácia empreendedora se correlaciona com as intenções empreendedoras. Uma pessoa com alta autoeficácia, que é a capacidade da pessoa de mobilizar recursos cognitivos e planejar as ações necessárias para um resultado bem-sucedido, está mais inclinado a aprender sobre métodos e técnicas empreendedoras (Chen *et al.*, 1998). Portanto, indivíduos com um alto nível de autoeficácia são capazes de identificar oportunidades empreendedoras com mais precisão em comparação com outros (Urban, 2020).

Na perspectiva de investigadores tais como Zhao *et al.*, (2005), Wu *et al.* (2022) e Jiatong *et al.* (2021), a autoeficácia formada por meio de processos de educação empreendedora tem um efeito significativo na intenção empreendedora. Romero-Galisteo *et al.* (2022) e Costin *et al.*, (2022) destacam igualmente a importância da autoeficácia nos esforços para promover altas intenções empreendedoras. Existem vários estudos que analisaram o papel da autoeficácia na intenção empreendedora de estudantes universitários, mostrando uma estreita relação entre essas duas variáveis, entre eles as contribuições de Valencia-Arias e Marulanda-Valência (2019), Morales *et al.* (2018) e Wang *et al.* (2023).

O estudo de Jiatong *et al.* (2021) confirmou que educação empreendedora, *mindset* e criatividade têm impacto positivo direto na intenção empreendedora, com autoeficácia empreendedora agindo como mediadora parcial. Também, Sahid *et al.*, (2024) demonstraram que, entre graduados na Malásia, existe uma forte relação sequencial em que a autoeficácia empreendedora eleva a atitude empreendedora e, por meio dela, favorece tanto a intenção como a criação de negócio, sendo o fator ambiental um mediador adicional.

Wu *et al.* (2022) efetuaram um estudo na Hungria, que procurou explorar o impacto das quatro dimensões da autoeficácia empreendedora na intenção empreendedora dos alunos. Numa amostra onde 503 alunos internacionais de cinco Universidades da Hungria preencheram o questionário, 345 respostas foram consideradas válidas. Os resultados deste estudo revelaram que a autoeficácia empreendedora exerce uma influência significativa sobre a intenção empreendedora dos estudantes.

Um estudo desenvolvido por Rocha *et al* (2023) em cinco Universidades brasileiras, para uma amostra de 1004 estudantes universitários, analisou o impacto da autoeficácia e das características empreendedoras na intenção empreendedora dos estudantes. Os resultados deste estudo confirmaram a relação positiva da autoeficácia e das características empreendedoras na intenção empreendedora dos referidos estudantes. Liu e Yao-Ping (2025) levaram a cabo uma investigação na China, para uma amostra de um total de 1.632 questionários validos, de estudantes oriundos de várias Universidades Públicas das provinciais orientais da China, tendo esta investigação confirmado a influencia positiva da autoeficácia na intenção empreendedora dos referidos estudantes. A literatura existente fornece evidências substanciais que apoiam a hipótese de que a autoeficácia está positivamente relacionada às intenções empreendedoras.

Considerando o acima exposto, propõe-se a seguinte hipótese:

H2: *A autoeficácia empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.*

2.4.3. Antecedentes Familiares Empreendedores

Não menos importante, entre os fatores analisados nesta investigação, está também a relação entre a intenção empreendedora dos estudantes e os antecedentes familiares empreendedores dos estudantes.

Jennings *et al.* (2014) referiram-se ao histórico familiar empreendedor como sendo a situação em que os parentes são empreendedores e desenvolvem o seu próprio negócio. De acordo com Kolvereid (1996), o histórico familiar empreendedor pode influenciar os indivíduos a seguirem o empreendedorismo.

Thomas *et al* (2000) e Shirokova *et al* (2016) defenderam a ideia segundo a qual, um histórico empreendedor familiar pode afetar os jovens na decisão de sua futura carreira. Para os mesmos autores, pais autónomos influenciarão seus filhos a estender a profissão familiar, fornecendo recursos sociais com fornecedores e clientes.

Foi possível constatar nos estudos de Matthews *et al.* (1996) e Morrison (2000) evidências que sugerem que a probabilidade de um indivíduo sentir interesse pelo empreendedorismo aumenta se ele provém de uma família na qual outros membros empreenderam projetos empreendedores.

Várias investigações concluíram que os empreendedores são em larga maioria provenientes de famílias empreendedoras (Krueger, 1993 e Crant,1996), motivo pelo qual a opção do trabalho autónomo se torna mais atrativa e aumenta à intenção empreendedora (Drennan et al, 2005 e Fayolle et al., 2006). Desta forma, pode-se sugerir que o ambiente familiar pode funcionar como uma antecâmara para o empreendedorismo (Aldrich e Cliff, 2003).

Num estudo realizado no Paquistão por Farrukh et al., (2017), com 306 estudantes de Mestrado em Gestão de Empresas (MBA) e de Licenciatura em Gestão de Empresas (BBA) de cinco universidades privadas no Paquistão, os seus resultados revelaram que a origem familiar tem uma influência positiva nas intenções empreendedoras dos estudantes, e os estudantes cujos pais são empreendedores têm uma maior inclinação para serem empreendedores. Num outro estudo realizado na Índia, Shukla et al. (2021) concluíram que a exposição precoce a empresas familiares tem uma influência significativa na formação da intenção empreendedora dos estudantes universitários na Índia.

Numa investigação levada a cabo na Roménia, que utilizou uma amostra de 617 estudantes romenos do último ano da licenciatura, Georgescu e Herman (2020) analisaram quatro fatores que influenciam positivamente a intenção empreendedora, com o maior pendor para o histórico familiar empreendedor dos estudantes. Os resultados deste estudo revelaram que os alunos que têm um histórico familiar empreendedor, exibem uma intenção empreendedora maior do que os alunos que não possuem esse histórico familiar empresarial.

Na mesma senda, num outro estudo sobre os efeitos da origem familiar e da competição empreendedora na intenção empreendedora dos estudantes na China, com uma amostra de 400 estudantes de ensino superior profissionalizante da Escola Politécnica de Ciência e Tecnologia de Guangdong em Zhuhai, província de Guangdong, China, Li *et al.* (2022) concluíram que estudantes de famílias com histórico empreendedor apresentaram maior perceção das normas sociais em empreendedorismo e intenção empreendedora mais forte do que aqueles sem famílias com histórico empreendedor.

Investigadores como Georgescu e Herman (2020) mostraram que estudantes com historial familiar empreendedor têm uma intenção empreendedora significativamente superior à de estudantes sem esse historial. De forma similar, Li, Nair e Wider (2022) demonstraram que estudantes oriundos de famílias empreendedoras apresentam maior

intenção de empreender, em parte devido ao apoio familiar percebido e ao modelo de negócio familiar. Adicionalmente, um estudo recente conduzido na Hungria sobre estudantes de gestão e economia confirmou que o background empresarial familiar tem impacto direto e moderador sobre a intenção empreendedora desses estudantes (Szabó e Aranyossy, 2024).

A revisão da literatura permitiu-nos encontrar evidências consistentes da relação positiva entre antecedentes familiares empreendedores e a intenção empreendedora de estudantes universitários. Por exemplo, Zhang et al (2022) descobriram que estudantes cujo pais têm background empreendedor exibem níveis mais elevados de intenção empreendedora, sendo esse background moderador entre fatores individuais como criatividade social e adaptação de carreira. Li et al. (2022) também verificaram que estudantes de famílias empreendedoras reportam intenção empreendedora mais forte em função das normas sociais percebidas e do apoio familiar. Adicionalmente, o estudo *The Influence of Entrepreneurship Education and Family Background on Entrepreneurial Intention that is Moderated by Gender* (Andani e Puspitowati, 2023) encontrou que o background familiar empreendedor exerce impacto significativo positivo sobre a intenção empreendedora, especialmente quando combinado com fatores educativos.

Em oposição aos estudos cujos resultados mostraram que o histórico familiar empreendedor influencia a intenção empreendedora dos estudantes, outros estudos mostraram o resultado oposto. O estudo de Kim et al., (2006) descobriu que o facto de os pais serem empreendedores ou da classe trabalhadora não teve um efeito significativo na probabilidade de os seus filhos se tornarem novos empreendedores. O estudo de Baughn et al., (2006) em três países, mostrou que ter antecedentes familiares na China, Vietname e nas Filipinas não aumentou a intenção empreendedora.

Assim, a partir das premissas acima descritas, formulamos a seguinte hipótese:

H3: Os antecedentes familiares empreendedores influenciam positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

2.5. Modelo Conceptual

O modelo conceptual proposto para esta investigação parte da hipótese de que a educação empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior de Angola. Além disso, considera-se que a autoeficácia empreendedora e os antecedentes familiares empreendedores funcionam também como variáveis explicativas adicionais da intenção de empreender.

Assim, o modelo assume três relações principais, apresentadas nas hipóteses formuladas:

H1: A educação empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

H2: A autoeficácia empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitário angolanos.

H3: Os antecedentes familiares empreendedores influenciam positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

Na figura abaixo, é apresentado graficamente o modelo concetual desta investigação

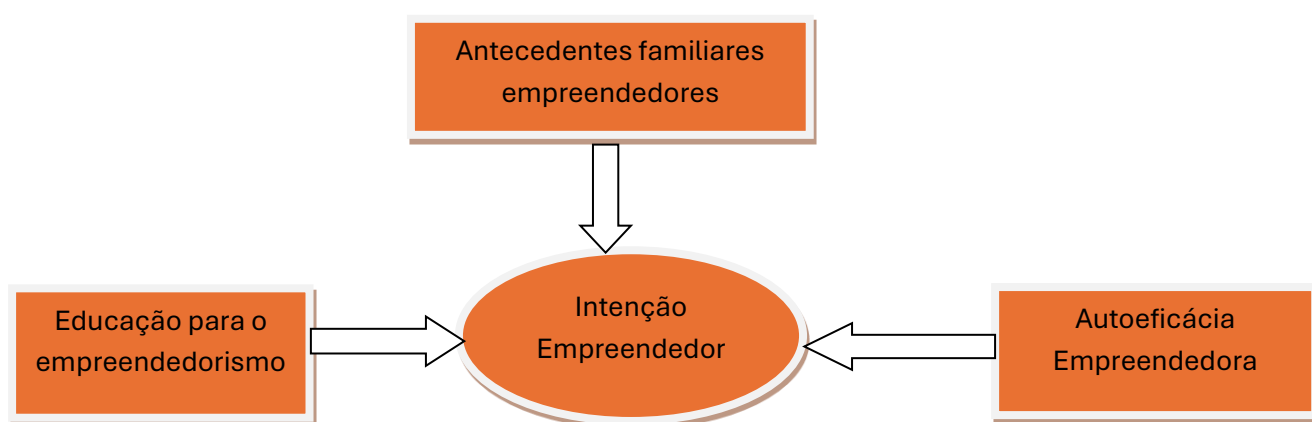


Figura 1 – Modelo Conceptual da Investigação.

Fonte: Elaboração própria.

Esta figura traduz o modelo conceptual desta investigação, representando as relações entre as variáveis principais: Educação Empreendedora, Autoeficácia e Antecedentes Familiares empreendedores. Todas elas com influência na Intenção Empreendedora dos estudantes.

Capítulo 3 – Metodologias de investigação

3.1. Desenho da Investigação

Este estudo caracteriza-se como sendo exploratório e quantitativo. Um estudo exploratório é utilizado quando há pouco conhecimento prévio sobre o fenómeno em investigação, permitindo ao investigador compreender melhor o problema e identificar padrões ou relações iniciais (Gil, 2008).

Segundo Gil (2008, p. 27), “os estudos exploratórios têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Já um estudo quantitativo é aquele em que os dados recolhidos são expressos numericamente e analisados por meio de métodos estatísticos, permitindo generalizar resultados para uma população-alvo (Creswell, 2014). Creswell (2014, p. 4) define a investigação quantitativa como “um meio para testar teorias objetivas, examinando a relação entre variáveis que podem ser medidas, tipicamente com instrumentos que produzem dados numéricos”.

A escolha por esta abordagem quantitativa justifica-se pela necessidade de quantificar e testar as hipóteses relativas aos fatores que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes universitários em Angola.

3.2. Recolha de Dados e Amostra

A recolha de dados foi realizada através de inquérito por questionário disponibilizado online via *Google Forms*. O questionário foi aplicado aos estudantes de várias instituições de ensino superior angolano, localizadas na Província de Benguela, durante o período de 9 de Abril a 7 de Agosto de 2025.

A população-alvo do presente estudo corresponde aos estudantes do ensino superior de Angola, mais especificamente da região de Benguela, e a amostra foi selecionada por conveniência, sendo composta por 216 estudantes.

O método de amostragem utilizado foi não probabilístico por conveniência. De acordo com Gil (2008), a amostragem não probabilística caracteriza-se pela inexistência de

seleção aleatória, não garantindo que todos os elementos da população-alvo tenham a mesma probabilidade de serem incluídos no estudo. No caso específico da amostragem por conveniência, a escolha dos participantes baseia-se na facilidade de acesso, na proximidade e na disponibilidade para responder ao instrumento de recolha de dados (Etikan et al., 2016).

A adoção deste método justifica-se pela viabilidade operacional e pela otimização de tempo e recursos, permitindo recolher dados de forma rápida e económica junto de indivíduos que se enquadram no perfil desejado para a investigação. Apesar de não permitir generalizações estatísticas para toda a população de estudantes universitários de Angola, esta estratégia é adequada para estudos exploratórios, como o presente, em que o objetivo principal é compreender relações e tendências iniciais.

3.3. Variáveis Consideradas

Em seguida serão apresentadas todas as variáveis analisadas nesta investigação, nomeadamente a variável dependente e as variáveis independentes, sendo a Intenção Empreendedora, a variável dependente e a Educação para o Empreendedorismo, Autoeficácia Empreendedora e Antecedentes Familiares Empreendedores, as variáveis independentes.

3.3.1 Variável Dependente

Na presente investigação, foi utilizada como variável dependente, a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

Entende-se por variável dependente o resultado ou desfecho que o investigador procura explicar/predizer a partir de outras variáveis. Em termos estatísticos, corresponde à variável de resultado cujo valor varia em função dos preditores; nos modelos de regressão é tipicamente designada por Y (Hair et al., 2019; Field, 2024).

A intenção empreendedora é entendida como a predisposição consciente do indivíduo para iniciar um novo negócio ou criar uma nova organização no futuro (Krueger *et al.*, 2000). Esta variável, “Intenção empreendedora”, foi testada, utilizando a pergunta número 4 do questionário (ANEXO 1), constituída por um conjunto de itens medidos numa escala de concordância de 7 pontos (1 = Completamente falso; 7 = Completamente verdadeiro).

3.3.2 Variáveis Independentes

As variáveis independentes são os preditores ou fatores explicativos usados para explicar/predizer a variação observada na variável dependente. Em desenhos não-experimentais (como o presente), as variáveis independentes não são manipuladas, sendo medidas tal como se apresentam e usadas para inferir relações associativas (Kerlinger e Lee, 2000; Shadish et al., 2002; Field, 2024).

No âmbito da presente investigação, procura-se compreender de que forma determinados fatores podem influenciar a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior em Angola, com foco específico nas instituições de ensino superior localizadas na Província de Benguela. Para tal, torna-se pertinente identificar e analisar as variáveis independentes que, de acordo com a literatura existente, apresentam uma relação significativa com o desenvolvimento de comportamentos empreendedores.

Assim, foram selecionadas as seguintes variáveis independentes para análise: educação para o empreendedorismo, autoeficácia empreendedora e antecedentes familiares empreendedores.

A educação para o empreendedorismo é entendida como o processo de ensino-aprendizagem que visa desenvolver competências, atitudes e conhecimentos que capacitam os estudantes para identificar e explorar oportunidades de negócio (Liñán, 2004). Diversos estudos demonstram que programas de ensino de empreendedorismo contribuem para aumentar a intenção empreendedora, fortalecendo a motivação e a percepção de viabilidade na criação de negócios (Fayolle e Gailly, 2015; Nabi *et al.*, 2017).

Esta variável, “Educação para o Empreendedorismo”, foi testada, utilizando os dados obtidos na pergunta número 2 do questionário (ANEXO 2), aplicando questões de resposta fechada através das opções “Sim” ou “Não”.

A autoeficácia refere-se à percepção que o indivíduo possui acerca da sua capacidade de realizar com sucesso determinadas tarefas (Bandura, 1997). No contexto do empreendedorismo, a autoeficácia empreendedora está relacionada com a confiança do estudante em desempenhar atividades como identificar oportunidades, gerir recursos e lidar com incertezas (Chen, Greene & Crick, 1998). Estudos têm demonstrado que níveis elevados de autoeficácia estão positivamente associados à intenção empreendedora (Zhao et al., 2005).

Esta variável “Autoeficácia empreendedora”, foi testada, utilizando os dados obtidos na pergunta número 3 do questionário (ANEXO 3), constituída por um conjunto de itens medidos numa escala de concordância de 5 pontos (1 = Discorda muito; 5 = Concorda muito).

No que diz respeito aos **antecedentes familiares empreendedores**, o envolvimento de familiares em atividades empresariais constitui uma fonte de influência significativa sobre os estudantes, uma vez que o contacto direto com familiares empreendedores pode proporcionar inspiração, aprendizagem prática e redes de apoio (Carr e Sequeira, 2007). Paralelamente, evidências sugerem que estudantes com antecedentes familiares empreendedores apresentam maior predisposição para considerar o empreendedorismo como carreira (Shirokova et al., 2016).

Para avaliar esta variável, “Antecedentes Familiares empreendedores”, esta foi dividida em quatro variáveis distintas, “Pais, irmãos ou avós criaram projeto empresarial no último ano.”, “Pais/tutores criaram um projeto empresarial.”, “Irmãos criaram um projeto empresarial.” e “Avós criaram um projeto empresarial.”. Foram testadas, utilizando os dados obtidos na pergunta número 5 do questionário (ANEXO 4).

Desta forma, estas três variáveis independentes serão analisadas de modo a avaliar a sua influência na intenção empreendedora dos estudantes universitários em Angola, permitindo construir um modelo explicativo que poderá apoiar políticas de ensino e programas de promoção do empreendedorismo no contexto angolano.

Na Tabela 1 apresenta-se um esquema explicativo que permite compreender, de forma direta, as variáveis utilizadas para testar cada uma das hipóteses formuladas nesta investigação.

Tabela 1 - Síntese das hipóteses e variáveis

Hipóteses	Variável independente	Variável dependente
H1 - A educação empreendedora tem um impacto positivo na intenção empreendedora	Educação para o empreendedorismo	Intenção empreendedora
H2 - A autoeficácia empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora	Autoeficácia empreendedora	
H3 - Os antecedentes familiares empreendedores têm um efeito positivo na intenção empreendedora	Antecedentes familiares empreendedores	

3.4. Método Utilizado

O instrumento de recolha de dados foi um questionário estruturado aplicado através do *Google Forms*, que contemplou escalas já validadas em estudos anteriores para medir a autoeficácia empreendedora e a intenção empreendedora.

O questionário utilizado na presente investigação baseou-se em instrumentos amplamente validados na literatura internacional sobre intenção empreendedora. Para a medição da autoeficácia empreendedora, foi utilizada a escala proposta por Chen et al. (1998), que é uma das mais citadas e validadas neste domínio, tendo sido utilizada em diversos contextos culturais e académicos. No que respeita à intenção empreendedora, fez-se recurso ao modelo teórico de Ajzen (1991), no âmbito da Teoria do Comportamento Planeado, e à escala operacionalizada por Liñán e Chen (2009), que mede a intenção empreendedora com base nas atitudes, normas subjetivas e perceção de controlo comportamental. A variável educação empreendedora foi operacionalizada a partir de estudos como os de Fayolle e Gailly (2015), considerando a frequência de unidades curriculares e atividades extracurriculares ligadas ao empreendedorismo. Por fim, os antecedentes familiares empreendedores foram mensurados através de uma variável binária (sim/não), seguindo abordagens anteriores, como em Krueger (1993) e Turker & Selçuk (2009), que também analisaram o impacto da experiência familiar na intenção empreendedora.

Para a análise estatística dos dados, recorreu-se a uma abordagem quantitativa com aplicação de técnicas de estatística descritiva, análise de correlação de Pearson e regressão linear múltipla. Inicialmente, para a caracterização da amostra foram realizadas análises descritivas relativas às variáveis sociodemográficas, experiência em empreendedorismo e antecedentes familiares. Foram reportadas as frequências absolutas e relativas (%) para as variáveis categóricas (género, estado civil, situação académica, perceção de riqueza financeira, experiência prévia em criação de negócios, educação para o empreendedorismo, antecedentes familiares e envolvimento em novos projetos empresariais). Para a variável contínua idade, calculou-se a média, desvio-padrão (DP) e valores mínimo (MIN) e máximo (MAX).

Depois, procedeu-se ao cálculo do alfa de Cronbach para aferir a fiabilidade das escalas de autoeficácia empreendedora e intenção empreendedora, as quais revelaram níveis de consistência interna considerados muito bons ($\alpha = 0,96$ e $\alpha = 0,81$, respetivamente).

Posteriormente, realizou-se a análise de correlações de Pearson, permitindo avaliar as associações entre as variáveis principais e as variáveis sociodemográficas. Para examinar o impacto dos preditores na intenção empreendedora, estimou-se um modelo de regressão linear múltipla, no qual foram incluídas como variáveis independentes a educação empreendedora (H1), a autoeficácia empreendedora (H2) e os antecedentes familiares empreendedores (H3). Como variáveis de controlo, consideraram-se idade, género, estado civil, situação académica e condição financeira.

A multicolinearidade foi avaliada através do Variance Inflation Factor (VIF), tendo-se verificado que todos os valores se situaram próximos de 1 e bastante abaixo do limiar crítico de 10, afastando problemas de colinearidade entre os preditores.

Os dados foram tratados e analisados com recurso ao *software IBM SPSS Statistics, versão 30 para Windows*. garantindo reprodutibilidade e transparência científica.

3.5. Síntese dos Aspetos Metodológicos

Com o intuito de apresentar de forma clara e objetiva os principais procedimentos adotados nesta investigação, elaborou-se uma síntese dos aspetos metodológicos considerados mais relevantes. A Tabela 3 reúne de forma estruturada a informação relativa à unidade de análise, área geográfica, instrumentos de recolha de dados, período de aplicação do questionário, instituições participantes, dimensão da amostra, bem como as técnicas e ferramentas estatísticas utilizadas para o tratamento e análise dos dados.

Tabela 2 - Aspetos Metodológicos da Investigação

Unidade de análise	Estudantes do ensino superior angolano da região de Benguela
Área Geográfica	Benguela – Angola
Instrumento de recolha de dados	Obtido através do questionário online
Plataforma de Recolha de dados	<i>Google forms</i>
Periodo de recolha de dados	9 de Abril à 7 de Agosto de 2025
Universidades participantes	Instituições de ensino superior sediadas na Província de Benguela
Tamanho da amostra	216 participantes
Análise de dados	Análise estatística descritiva, análise de correlação de Pearson e análise de regressão linear múltipla.
Software estatístico	<i>Software IBM SPSS Statistics, versão 30 para Windows</i> .

Fonte: elaboração própria

Capítulo 4 – Análise de Dados e Discussão de Resultados

Neste capítulo procede-se à análise das variáveis que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano da região de Benguela.

Antes da apresentação e discussão dos resultados, realiza-se a caracterização da amostra, com o intuito de fornecer uma visão detalhada do perfil sociodemográfico e académico dos participantes, permitindo uma análise mais rigorosa da relação entre as variáveis em estudo. Esta etapa é essencial para contextualizar os dados recolhidos e compreender melhor as particularidades da população em estudo.

A análise encontra-se organizada em três momentos distintos: em primeiro lugar, apresenta-se a caracterização da amostra; de seguida, procede-se à análise estatística das variáveis em estudo; e, por último, discute-se a relação entre os resultados obtidos e as hipóteses previamente formuladas, à luz da literatura existente.

4.1. Caracterização da amostra

A amostra é composta por 216 participantes, dos quais 57,9% do sexo masculino e 42,1% do sexo feminino (Tabela 3). A média de idades é de 24,6 anos (DP = 4,6), variando entre 19 e 48 anos. A maioria encontra-se sem parceiro (77,3%), enquanto 22,7% referem viver em união ou casamento. Em termos de situação académica, prevalecem os estudantes de licenciatura (83,8%), seguindo-se os que terminaram recentemente a licenciatura (10,6%). Apenas uma minoria se encontra em ciclos de pós-graduação ou já os concluiu. Relativamente à perceção de riqueza financeira familiar, a distribuição é equilibrada entre “classe média” (49,1%) e “pobre” (50,0%), sendo residual o grupo que se considera “acima da média” (0,9%).

Adicionalmente, os participantes distribuem-se por diversas instituições de ensino superior (ver Tabela 3). A maioria dos estudantes pertence à Universidade Katyavala Bwila (70,4%), seguindo-se o Instituto Superior Politécnico de Benguela (13,0%), a Universidade Agostinho Neto (3,7%), Instituto Superior Politécnico de Benguela (3,2%) e o Instituto Superior Politécnico Católico de Benguela (2,8%). Outras instituições, como o Instituto Superior Técnico de Administração e Finanças, a Universidade Independente de Angola e escolas diversas (ex.: Academia Naval, Universidade Maravilha), representam percentagens residuais.

Tabela 3 – Caracterização sociodemográfica

		N	%
Qual o seu género?	Feminino	91	42,1%
	Masculino	125	57,9%
Idade, Média + DP (Mín - Max)		24,6+4,6 (19 - 48)	
Qual é o seu estado civil?	Com parceiro (casado(a), em coabitação ou união de facto).	49	22,7%
	Sem parceiro (solteiro(a), divorciado(a) ou viúvo(a)).	167	77,3%
Indique por favor qual dos seguintes estados melhor representa a sua situação atual:	Sou aluno de licenciatura	181	83,8%
	Sou aluno de pós-graduação	7	3,2%
	Terminei a licenciatura, recentemente	23	10,6%
	Terminei os meus estudos pós-graduados	2	0,9%
	Abandonei os meus estudos pós-graduados	3	1,4%
Em termos de riqueza financeira, como classifica a sua família em relação às outras, no país onde nasceu	Acima da média (classe alta).	2	0,9%
	Média (classe média).	106	49,1%
	Pobre	108	50,0%

Distribuição de estudantes por Instituições de Ensino Superior

Universidade Katyavala Bwila (UKB)	152	70,4%
Instituto Superior Politécnico de Benguela (ISPB)	28	13,0%
Universidade Agostinho Neto (UAN)	8	3,7%
Instituto Superior Politécnico Lusiadas de Benguela	7	3,2%
Instituto Superior Politécnico Católico de Benguela (ISPOCAB)	6	2,8%
Instituto Superior Técnico de Administração e Finanças (ISTAF)	5	2,3%
Universidade Independente de Angola (UNIC / UNIBELA)	4	1,9%
Outras instituições (Academia Naval, Maravilha, etc.)	6	2,8%

Fonte: elaboração própria

4.2. Análise dos dados

Após a caracterização da amostra, que permite ter uma visão detalhada do perfil sociodemográfico e académico dos participantes, segue-se abaixo a análise dos dados obtidos.

Na Tabela 4 observa-se que 67,1% dos inquiridos já iniciaram um negócio em funcionamento, enquanto 32,9% nunca o fizeram. A maioria dos projetos foi iniciada no local de residência (69,7%), sendo menos frequentes aqueles criados no local da universidade (4,1%) ou noutros locais (26,2%). Quanto à forma de criação, predominam os empreendedores que iniciaram o negócio sozinhos (68,5%), face aos que recorreram a parceiros (31,5%). Destaca-se ainda que 78,7% dos participantes frequentaram ou

frequentam unidades curriculares ligadas ao empreendedorismo, sendo que em 67,7% dos casos estas foram de carácter opcional.

Tabela 4 – Experiência na criação de negócios

		N	%
Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento?	Não	71	32,9%
	Sim	145	67,1%
Iniciou esse novo projeto empresarial:	No local onde fica a sua universidade.	6	4,1%
	No local onde vive.	101	69,7%
	Noutro local.	38	26,2%
Iniciou esse novo projeto empresarial:	Com parceiros	45	31,5%
	Sozinho	98	68,5%
Indique, por favor, se já frequentou, ou frequenta presentemente, unidades curriculares (disciplinas) que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação.	Não	46	21,3%
	Sim	170	78,7%
Se sim, indique se alguma, das unidades curriculares (disciplinas), foi de escolha opcional (facultativa)	Não	53	32,3%
	Sim	111	67,7%

Fonte: elaboração própria

De seguida apresenta-se a Tabela 5 relativa aos antecedentes familiares.

Tabela 5 – Antecedentes familiares

		N	%
Experiência dos membros da sua família em projetos empreendedores.	Não	66	30,6%
	Sim	150	69,4%
Pais	Não	16	10,7%
	Sim	134	89,3%
Irmã(s)/Irmão(s)	Não	51	34,0%
	Sim	99	66,0%
Avós	Não	63	47,0%
	Sim	71	53,0%
Indique, por favor, se essas experiências tiveram impacto na sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial.	Aumentaram	111	79,9%
	Diminuíram	4	2,9%
	Não tiveram impacto	24	17,3%
Alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado	Não	38	30,6%
	Sim	86	69,4%

Fonte: elaboração própria

Relativamente aos antecedentes familiares (Tabela 5), cerca de 69,4% dos respondentes referem ter familiares com experiência em projetos empreendedores. Essa experiência

está mais presente nos pais (89,3%) e irmãos (66,0%), mas também se verifica nos avós (53,0%). A percepção do impacto dessas vivências é, maioritariamente, positiva: 79,9% afirmam que aumentaram a sua confiança para criar e gerir negócios, contra apenas 2,9% que relataram impacto negativo. Contudo, 69,4% reconhecem que também existiram experiências familiares associadas a falhanços empresariais.

A Tabela 6 apresenta a experiência pessoal em novos projetos. Mais de metade dos inquiridos (54,6%) refere ter desempenhado funções numa nova empresa ou projeto no último ano, sendo estas maioritariamente remuneradas (68,9%). Destaca-se ainda que 76,1% consideram que estas experiências não remuneradas aumentaram a sua confiança empreendedora, embora 17,6% não tenham sentido qualquer impacto. Relativamente à ligação a insucessos, 56,3% reportam ter tido contacto com projetos empresariais que acabaram por falhar

Tabela 6 – Experiência pessoal em novos projetos

	N	%
Durante os últimos 365 dias, alguma vez deteve uma posição (remunerada ou não) numa nova empresa, ou num novo projeto empresarial?	Não Sim	45,4% 54,6%
Alguma vez deteve uma posição remunerada numa nova empresa ou num novo projeto empresarial?	Não Sim	31,1% 68,9%
Alguma vez deteve uma posição não remunerada (como, por exemplo, estagiário) numa nova empresa ou num novo projeto empresarial?	Aumentaram Diminuíram Não tiveram nenhum impacto	76,1% 6,3% 17,6%
Indique, por favor, se essas experiências tiveram impacto na sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial.	Não Sim	43,6% 56,4%
Alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado	Não Sim	43,8% 56,3%

Fonte: elaboração própria

Na Tabela 7 a escala de autoeficácia apresenta elevada consistência interna ($\alpha = 0,958$). A média global situa-se em 3,4 (DP = 1,2), numa escala de 1 a 5. As dimensões mais valorizadas pelos participantes prendem-se com a crença em conseguir resolver problemas mediante esforço (M = 3,7; DP = 1,4) e a confiança em lidar com situações imprevistas (M = 3,4; DP = 1,3). No geral, os resultados indicam níveis moderados a elevados de autoeficácia percecionada entre os estudantes.

Tabela 7 – Estatísticas descritivas da escala de Autoeficácia (Alpha de Cronbach = 0,958)

	Media	DP	Min	Max
Autoeficácia	3,4	1,2	1	5
Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.	3,5	1,4	1	5
Se alguém se lhe opuser, consegue encontrar os meios e as formas necessárias para conseguir o que quer.	3,2	1,4	1	5
É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los.	3,2	1,4	1	5
É confiante de que consegue lidar de forma eficiente com os eventos inesperados.	3,3	1,4	1	5
Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas	3,4	1,3	1	5
Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.	3,7	1,4	1	5
Quando confrontado com situações difíceis, consegue permanecer calmo(a) porque pode confiar	3,4	1,4	1	5
Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.	3,4	1,3	1	5
Se está com dificuldades, consegue, normalmente, pensar numa solução.	3,4	1,3	1	5
Normalmente, consegue lidar com qualquer coisa que se depare no seu caminho.	3,3	1,3	1	5

Fonte: elaboração própria

De seguida apresenta-se a Tabela 8.

Tabela 8 – Estatísticas descritivas da escala de Intenção Empreendedora (Alpha de Cronbach = 0,812)

	Media	DP	Min	Max
Intenção Empreendedora	4,1	1,3	1	7
Nunca procura oportunidades para criar um novo negócio.	2,8	2,1	1	7
Está a poupar dinheiro para começar um novo projeto empresarial.	4,5	2,3	1	7
Não lê livros sobre como implementar um novo projeto empresarial.	3,3	2,3	1	7
Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial.	3,0	2,2	1	7
Despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresa	4,1	2,3	1	7
Não tem imaginação para novos produtos.	2,9	2,2	1	7
Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos.	4,3	2,2	1	7
Gostaria de gerir uma empresa.	5,2	2,1	1	7
Gostaria de criar algo novo.	5,3	2,1	1	7
Tem intenção de criar um novo projeto empresarial no futuro.	5,2	2,3	1	7

Fonte: elaboração própria

A escala de intenção empreendedora apresentou uma boa consistência interna ($\alpha = 0,812$) (Tabela 8). A média global é de 4,1 (DP = 1,3), numa escala de 1 a 7. Os itens com valores médios mais elevados foram “Gostaria de criar algo novo” (M = 5,3; DP = 2,1) e “Gostaria de gerir uma empresa” (M = 5,2; DP = 2,1), refletindo uma forte predisposição para empreender. Em contraste, afirmações como “Nunca procura oportunidades para criar um novo negócio” (M = 2,8; DP = 2,1) obtiveram valores mais baixos, confirmando que a maioria dos inquiridos manifesta uma orientação empreendedora positiva.

A análise de correlações de Pearson permitiu avaliar as associações entre a intenção empreendedora e as variáveis explicativas do modelo. A matriz de correlações (Tabela 9) evidencia uma forte associação positiva entre intenção empreendedora e autoeficácia ($r = 0,713$; $p < 0,01$), confirmando que níveis mais elevados de confiança pessoal se relacionam com maior predisposição para empreender. Verifica-se ainda uma correlação positiva, embora mais modesta, entre intenção empreendedora e género feminino ($r = 0,146$; $p < 0,05$). No que respeita à multicolinearidade, os valores de VIF reportados na diagonal são todos próximos de 1 e claramente abaixo do limiar de 10, não se verificando problemas de colinearidade relevantes no modelo.

Tabela 9 - Correlação entre as variáveis (VIF na diagonal)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
(1) Intenção empreendedora	NA											
(2) Autoeficácia	0,713**	1,069										
(3) antecedentes familiares	-0,137*	-0,143*	1,054									
(4) Ensino do Empreendedorismo	0,004	0,043	0,072	1,084								
(5) Idade	-0,018	0,060	-0,097	-0,170*	1,306							
(6) Feminino	0,146*	0,036	0,098	-0,037	-0,126	1,102						
(7) Com parceiro	0,017	0,027	-0,001	0,039	0,497**	0,075	1,270					
(8) Aluno de pós-graduação	-0,013	-0,009	-0,049	-0,096	0,022	0,003	0,026	1,021				
(9) Terminei a licenciatura, recentemente	0,037	0,073	-0,032	-0,040	0,232**	0,101	0,279**	-0,063	1,123			
(10) Terminei os meus estudos pós-graduados	-0,109	-0,154*	-0,041	-0,068	0,200**	0,015	0,063	-0,018	-0,033	1,070		
(11) Abandonei os meus estudos pós-graduados	0,062	0,051	-0,007	0,062	0,228**	-0,101	0,125	-0,022	-0,041	-0,011	1,073	
(12) Pobre	0,021	0,063	-0,121	0,000	0,088	-0,159*	-0,011	0,026	-0,075	0,000	-0,040	1,047

Fonte: elaboração própria

Na Tabela 10 é apresentado o modelo de regressão linear múltipla, o qual revelou um bom ajustamento, explicando 53,6% da variância da intenção empreendedora ($R^2 = 0,536$; R^2 ajustado = 0,511) e com um valor de F estatisticamente significativo ($F = 21,248$; $p < 0,001$).

Tabela 10 – Regressão Linear. Variável dependente: Intenção Empreendedora

	B	SE	p
Constante	1,68	0,42	0,000
Ensino do empreendedorismo (H1)	-0,12	0,16	0,467
Autoeficácia (H2)	0,82**	0,06	0,000
Antecedentes familiares (H3)	-0,17	0,14	0,243
Idade	-0,01	0,01	0,311
Feminino	0,30*	0,14	0,027
Com parceiro	0,05	0,17	0,793
Aluno de pós-graduação	-0,08	0,36	0,822
Terminei a licenciatura, recentemente	-0,11	0,22	0,613
Terminei os meus estudos pós-graduados	0,02	0,69	0,974
Abandonei os meus estudos pós-graduados	0,55	0,57	0,335
Pobre	0,00	0,13	0,987
R^2	0,536		
R^2 Ajustado	0,511		
F	21,248**		

Fonte: elaboração própria

No que respeita às hipóteses formuladas, os resultados não confirmam o efeito do ensino do empreendedorismo (H1), cujo coeficiente não se revelou estatisticamente significativo ($B = -0,12$; $p = 0,467$). Pelo contrário, a autoeficácia (H2) mostrou-se um preditor altamente significativo da intenção empreendedora ($B = 0,82$; $p < 0,001$), confirmando a hipótese de que maiores níveis de autoeficácia estão associados a uma maior predisposição para empreender. Os antecedentes familiares (H3) não apresentaram efeito significativo ($B = -0,17$; $p = 0,243$), não sustentando a hipótese proposta.

Entre as variáveis sociodemográficas incluídas como variáveis de controlo, apenas o género feminino se revelou significativo ($B = 0,30$; $p = 0,027$), indicando que as mulheres apresentam níveis mais elevados de intenção empreendedora em comparação com os homens (categoria de referência). Nenhuma das restantes variáveis de controlo — idade, estado civil, situação académica ou condição financeira — apresentou efeitos estatisticamente relevantes.

O modelo global apresentou um bom ajustamento, explicando cerca de 53,6% da variância da intenção empreendedora ($R^2 = 0,536$; R^2 ajustado = 0,511) e com um valor de F estatisticamente significativo ($F = 21,248$; $p < 0,001$).

4.3. Análise e Discussão dos Resultados

Os resultados obtidos neste estudo evidenciam que apenas a autoeficácia empreendedora se revelou um preditor significativo da intenção empreendedora dos estudantes universitários da amostra angolana, confirmando a hipótese H2. Por outro lado, nem a educação empreendedora (H1), nem os antecedentes familiares empreendedores (H3) apresentaram efeitos estatisticamente significativos, não sustentando as hipóteses inicialmente formuladas.

Estes resultados alinham-se parcialmente com a literatura existente. No que respeita à educação empreendedora, a ausência de efeito significativo encontrada no presente estudo é consistente com as conclusões de Montes et al. (2023), Atmono et al. (2023) e Duong (2022) que também reportaram que a mera exposição a conteúdos de empreendedorismo não é suficiente para aumentar a intenção empreendedora. No entanto, contrasta com estudos que evidenciaram uma associação positiva entre educação empreendedora e intenção empreendedora, como os de Valencia-Arias et al. (2025), Duong (2023), Nowiński *et al.* (2019) e Ubierna *et al.* (2014). Esta divergência pode dever-se a especificidades do contexto angolano, nomeadamente ao carácter ainda pouco prático e experiencial das iniciativas de ensino de empreendedorismo nas instituições públicas, que pode limitar a sua eficácia.

Relativamente à autoeficácia empreendedora, os resultados confirmam inequivocamente a sua importância, em consonância com a perspectiva de Liu e Yao-Ping (2025) e Wang et al. (2023), que destacam o papel da autoconfiança na formação da intenção empreendedora. Também corroboram os estudos de Rocha et al. (2023) e Maheshwari e Kha (2022), que sublinham a autoeficácia como um dos fatores mais consistentes e robustos na explicação da decisão de empreender. Assim, este estudo reforça a centralidade da autoeficácia como determinante-chave no contexto angolano.

No que se refere aos antecedentes familiares empreendedores, os resultados não mostraram um efeito significativo sobre a intenção empreendedora. Este achado contraria os estudos de Szabó e Aranyossy (2024) e Cano e Tabares (2017), que identificaram um impacto positivo das redes familiares e sociais no estímulo à intenção empreendedora. Contudo, está em consonância com os trabalhos de Kim et al., (2006) e Baughn *et al.* (2006), que evidenciaram que a condição empreendedora dos pais ou familiares não garante, necessariamente, maior propensão para os filhos empreenderem. Uma possível explicação para este resultado no contexto angolano pode residir no facto

de muitas iniciativas empreendedoras familiares serem motivadas pela necessidade e não pela oportunidade, o que reduz o seu potencial inspirador.

Por fim, verificou-se que o género feminino teve um efeito positivo na intenção empreendedora, sugerindo que as mulheres apresentam maior predisposição para empreender do que os homens. Este resultado é particularmente relevante, pois aponta para uma transformação do papel da mulher no contexto socioeconómico angolano, alinhando-se com tendências internacionais que destacam o crescente protagonismo feminino no empreendedorismo.

4.4. Quadro Resumo das Hipóteses Testadas

No conjunto, os resultados confirmam apenas uma das hipóteses inicialmente formuladas (H2), mas contribuem para uma compreensão mais ampla sobre os determinantes da intenção empreendedora no contexto do ensino superior angolano, evidenciando a importância da autoeficácia e a necessidade de repensar a forma como a educação empreendedora é desenvolvida. Segue-se abaixo a Tabela 11 que traduz a síntese dos resultados dos testes das hipóteses.

Tabela. 11 Síntese dos Resultados das Hipóteses

Hipótese	Descrição	Resultado
H1	A educação empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.	Não suportada
H2	A autoeficácia empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos	Suportada
H3	Os antecedentes familiares empreendedores influenciam positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.	Não suportada

Fonte: elaboração própria

Capítulo 5. Conclusões, Limitações e Futuras Investigações

O presente estudo teve como objetivo analisar os fatores que influenciam a intenção empreendedora dos estudantes universitários em Angola, com o foco nas instituições de ensino superior, localizadas na Província de Benguela. Foram testadas três hipóteses relacionadas com a influência da educação empreendedora, autoeficácia empreendedora e os antecedentes familiares empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior.

Os resultados mostraram que autoeficácia empreendedora é o fator mais significativo da intenção empreendedora, confirmando a hipótese H2. A educação empreendedora não apresentou efeito estatisticamente significativo, não confirmando a hipótese H1. Os antecedentes familiares empreendedores também não revelaram impacto relevante, não suportando a hipótese H3. Entre as variáveis de controlo, apenas o género feminino se destacou, sugerindo maior predisposição para empreender. A maior predisposição feminina para empreender observada neste estudo, pode ser devido ao facto de a taxa de desemprego na população angolana ser mais elevada para as mulheres quando comparada com os homens. Dados do INE (2024), apontavam para uma taxa de desemprego de 31,4% para o género feminino e 30,2% para o género masculino.

Assim, conclui-se que o reforço da confiança dos estudantes nas suas capacidades é central para promover a intenção empreendedora, devendo as instituições de ensino investir em metodologias ativas e práticas que estimulem a autoeficácia dos estudantes

No que tange as contribuições, este estudo contribui para a compreensão do fenómeno do empreendedorismo no contexto angolano, ao demonstrar a importância da autoeficácia como fator-chave na decisão de empreender, bem como ao sugerir que a educação empreendedora carece de maior aplicabilidade prática para gerar impacto efetivo. Do ponto de vista académico, a investigação acrescenta evidência empírica a um campo ainda pouco explorado em Angola.

No que respeita às implicações práticas dos resultados deste estudo, importa salientar que estes oferecem contributos relevantes para a formulação de políticas públicas e práticas institucionais no âmbito do ensino superior em Angola:

- Promoção da autoeficácia empreendedora: Os resultados sugerem que a autoeficácia deve constituir um eixo central nos programas de ensino superior. Para tal, torna-se necessário privilegiar metodologias ativas, experiências práticas e programas de mentoria, indo além da transmissão teórica. A educação para o empreendedorismo deve assentar em atividades aplicadas, projetos reais e contacto direto com empreendedores, de forma a estimular a confiança e a predisposição para empreender.
- Reforço da educação empreendedora nas Instituições de Ensino Superior (IES): É fundamental que as IES consolidem e expandam os seus programas de educação empreendedora, promovendo não apenas metodologias práticas, mas também a implementação de incubadoras de negócios, laboratórios de inovação e projetos colaborativos que incentivem a intenção empreendedora entre os estudantes.
- Apoio ao empreendedorismo feminino: As políticas públicas devem integrar estratégias específicas de apoio às mulheres empreendedoras, valorizando o seu papel como agentes de inovação e crescimento económico. No contexto angolano, reforçar o empreendedorismo feminino revela-se uma medida essencial para promover a inclusão social, a igualdade de género e o desenvolvimento sustentável.

Relativamente às limitações do presente estudo, a primeira tem a ver com o tamanho da amostra. A amostra restringiu-se apenas a estudantes de instituições de ensino superior localizadas na Província de Benguela, o que limita a generalização dos resultados. Por outro lado, a operacionalização da variável educação empreendedora pode ter captado apenas a dimensão quantitativa (número de disciplinas), desconsiderando aspetos qualitativos relevantes, sendo por isso, considerada uma limitação deste estudo. Por último, as variáveis foram medidas com base em questionário de autorresposta, sujeito a enviesamentos de perceção e desejabilidade social.

Como sugestões para futuras investigações, recomenda-se a replicação do estudo nas instituições de ensino superior sediadas noutras regiões de Angola, de modo a aumentar a robustez e representatividade dos resultados. Futuras pesquisas devem explorar a qualidade e o tipo de educação empreendedora (prática versus teórica), investigando o seu impacto diferenciado. Seria pertinente analisar novos fatores contextuais, como a influência das políticas públicas de apoio ao empreendedorismo, o acesso a financiamento e as condições do mercado local. Sugere-se, ainda, investigar de forma aprofundada o papel do género, procurando compreender os determinantes específicos que explicam a maior predisposição feminina para empreender observada neste estudo.

Referências

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11–39). Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1991). The theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 1, pp. 438–459).
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Al-Mamary, Y. H. S., & Alraja, M. M. (2022). Understanding entrepreneurship intention and behavior in the light of TPB model from the digital entrepreneurship perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100106.
- Aloulou, W. J. (2023). Born not made: The impact of six entrepreneurial personality dimensions on entrepreneurial intention—Evidence from healthcare higher education students. *Sustainability*, 15(3), 2266.
- Aloulou, W. J. (2023). Be innovative and resilient: Empirical evidence from Saudi firms on how to translate entrepreneurial orientation into firm performance. *Administrative Sciences*, 13(7), 168.
- Andani, C., & Puspitowati, I. (2023). The Influence of Entrepreneurial Education and Family Background on Entrepreneurial Intention That Is Moderated By Gender. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(4), 2123-2131.
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45–61.
- Aslam, R., & Iqbal, S. (2022). Impact of entrepreneurship education on students' entrepreneurial inclination: A case of public sector universities. Available at [ssrn 5164281](https://ssrn.com/abstract=5164281).
- Atmono, D., Rahmattullah, M., Setiawan, A., Mustofa, R. H., Pramudita, D. A., Ulfatun, T., ... & Mustofa, A. (2023). The effect of entrepreneurial education on university student's entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 12(1), 495-504.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective* (1^a ed.). Cengage Learning.
- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2014). *Entrepreneurship: A process perspective* (2nd ed.). Cengage Learning.
- Baughn, C. C., Cao, J., Le, L., Lim, V. A., & Neupert, K. E. (2006). Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurial interest in China, Vietnam and the Philippines. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(1), 57–77.

- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Boudreaux, C. J. (2019). Entrepreneurship, institutions, and economic growth: Does the level of development matter?. arXiv preprint arXiv:1903.02934.
- Bridge, S., O'Neill, K., & Cromie, S. (1998). *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*. Macmillan Business.
- Cardella, G. M., Hernández Sánchez, B. R., de Miranda Justo, J. M. R., & Sánchez García, J. C. (2024). Understanding social entrepreneurial intention in higher education: does gender and type of study matter?. *Studies in Higher Education*, 49(4), 670-689.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090-1098.
- Carton, R. B., Hofer, C. W., & Meeks, M. D. (1998, June). The entrepreneur and entrepreneurship: Operational definitions of their role in society. In *Annual International Council for Small Business. Conference, Singapore* (pp. 1-12).
- Cassis, Y., & Minoglou, I. P. (2005). Entrepreneurship in theory and history: State of the art and new perspectives. In *Entrepreneurship in theory and history* (pp. 3–21).
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121–138. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Comissão das Comunidades Europeias. (2003). *Livro Verde: O espírito empresarial na Europa*. Bruxelas.
- Comissão Europeia. (2006). *Fomentar o espírito empresarial através da educação e da aprendizagem*. Livro Verde. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Costin, Y., O'Brien, M. P., & Hynes, B. (2022). Entrepreneurial education: Maker or breaker in developing students' entrepreneurial confidence, aptitude and self-efficacy?. *Industry and Higher Education*, 36(3), 267-278.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Management*, 29(3), 62-74.
- Creswell, J. W. (2014). *Research desing: qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (Vol. 54). United State of America: Sage Publications.
- Daniel, F. (2016). Empreendedorismo [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Y7ByV6wfv5Q>
- De Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In P. D. Reynolds *et al.* (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research 1999* (pp. 73–87).
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231–238.
- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(4), 329–348.
- Drucker, P. F. (1969). The knowledge society. *New Society*, 13(343), 629-631.
- Drucker, P. F. (1985). Principles of successful innovation. *Research management*, 28(5), 10-12.

- Duong, C. D. (2022). Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields. *Education+ Training*, 64(7), 869-891.
- Duong, C. D. (2023). Applying the stimulus-organism-response theory to investigate determinants of students' social entrepreneurship: moderation role of perceived university support. *Social Enterprise Journal*, 19(2), 167-192.
- Eesley, C. E., & Miller, W. F. (2018). Impact: Stanford University's economic impact via innovation and entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(2), 130-278.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4.
- Farrukh, M., Khan, A. A., Khan, M. S., Ramzani, S. R., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World J. Entrepreneurship, Manag. Sustain. Dev.*, 90(6), 1265-1272.
- Farrukh, M., Lee, J. W. C., Sajid, M., & Waheed, A. (2019). Entrepreneurial intentions: The role of individualism and collectivism in perspective of theory of planned behaviour. *Education+ Training*, 61(7/8), 984-1000.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage publications limited.
- Garavan, T. N., & O'Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: A review and evaluation—Part 1. *Journal of European Industrial Training*, 18(8), 3-12.
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and practice*, 25(4), 27-39.
- Georgescu, M.A., & Herman, E. (2020). The Impact of Family Origin on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 12 (11), 4775.
- Getz, D., & Carlsen, J. (2005). Family business in tourism: State of the art. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 237-258.
- Gielnik, M. M., Bledow, R., & Stark, M. S. (2020). A dynamic account of self-efficacy in entrepreneurship. *Journal of Applied Psychology*, 105(5), 487-505.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2012). *GEM 2012 Global Report*.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2024). *GEM 2023/2024 Global Report*.
- Gomes, S., Ferreira, J. J., & Lopes, J. M. (2023). Entrepreneurial conditions and economic growth in entrepreneurial ecosystems: Evidence from OECD countries. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14657503231156340.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: A ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15(3), 56-77.
- Chun Guo, G. C., & Jiang, C. X. (2019). Entrepreneurship and innovation in a global context. *New England Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 2-4.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* eight edition. Cengage Learning EMEA: United Kingdom.
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403-418.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5^a ed.). McGraw-Hill.
- Hoppe, M. (2016). Policy and entrepreneurship education. *Small Business Economics*, 46(1), 13–29. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9676-2>
- Hsu, D. H., Roberts, E. B., & Eesley, C. E. (2007). Entrepreneurs from technology-based universities: Evidence from MIT. *Research Policy*, 36(5), 768–788.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. D., Hong, M. C., & Pipes, J. D. (2019). “I know I can, but I don't fit”: Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311–326.
- Instituto Nacional de Estatística (INE). (2024). *Inquérito ao Emprego em Angola (IEA) – IIIº Trimestre de 2024*.
- Isenberg, D. J. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. https://www.oecd.org/cfe/leed/Isenberg_Entrepreneurship_Ecosystem_Policy_2011.pdf
- Ismail, A. B., & Sawang, S. (2020). Entrepreneurship education, pedagogy and delivery. In *Entrepreneurship Education: A Lifelong Learning Approach* (pp. 1-10). Cham: Springer International Publishing.
- Jamieson, I. (1984). Schools and enterprises. In A. G. Watts & P. Moran (Eds.), *Education for enterprise* (pp. 19–27). Cambridge, UK: Cambridge Assessment / Careers Research and Advisory Centre.
- Jardim, J. (2021). Entrepreneurial skills to be successful in the global and digital world: Proposal for a frame of reference for entrepreneurial education. *Education Sciences*, 11(7), 356.
- Jardim, J., Bártolo, A., & Pinho, A. (2021). Towards a Global Entrepreneurial Culture: A Systematic Review of the Effectiveness of Entrepreneurship Education Programs. *Education Sciences*, 11(8), 398.
- Jennings, J. E., Breitkreuz, R. S., & James, A. E. (2014). Theories from family science: A review and roadmap for family business research. *The SAGE handbook of family business*, 25-46.
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in psychology*, 12, 724440.
- Kakouris, A. (2015). Entrepreneurship pedagogies in lifelong learning: emergence of criticality?. *Learning, Culture and Social Interaction*, 6, 87-97.
- Kasemsap, K. (2017). Unifying a framework of organizational culture, organizational climate, knowledge management, and job performance. In *Entrepreneurship: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 270-298). IGI Global.
- Katz, J. A. (1992). A psychosocial cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 29–37.
- Katz, J. A. (2014). Education and training in entrepreneurship. In *The psychology of entrepreneurship* (pp. 241-268). Psychology Press.
- Kerlinger, F. N., Lee, H. B., & Bhanthumnavin, D. (2000). Foundations of behavioral research: The most sustainable popular textbook by Kerlinger & Lee (2000). *Journal of Social Development* Volume, 13(2), 131-144.

- Kim, P. H., Aldrich, H. E., & Keister, L. A. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics*, 27(1), 5–22.
- Kirzner, I. M. (1979). Producer, entrepreneur, and the right to property. *Perception, Opportunity, and Profit*, 185–199.
- Knight, F. H. (1921). Cost of production and price over long and short periods. *Journal of political economy*, 29(4), 304–335.
- Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 23–31.
- Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
- Kucel, A., Róbert, P., Buil, M., & Masferrer, N. (2016). Entrepreneurial skills and education—job matching of higher education graduates. *European Journal of Education*, 51(1), 73–89.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597.
- Kuratko, D.F. (2014). Indiana University: Thought leadership and the dissemination of entrepreneurship across campus. In *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy—2014* (pp. 305–313). Edward Elgar Publishing.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 60–73.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2020). Are entrepreneurs born or made? The influence of personality. *Personality and Individual Differences*, 154, 109699.
- Li, J., Nair, S. M., & Wider, W. (2022). Effects of Family Background and Entrepreneurship Competition on Students' Entrepreneurial Intention in China. *Humanities and Social Sciences Letters*, 10(4), 557–568.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11–35.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal*, 11(4), 907–933.
- Liu, T., Walley, K., Pugh, G., & Adkins, P. (2020). Entrepreneurship education in China: Evidence from a preliminary scoping study of enterprising tendency in Chinese university students. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(2), 305–326
- Liu, Q., & Yao-Ping Peng, M. (2025). Exploring factors influencing university students' entrepreneurial intentions: The role of attitudes, beliefs, and environmental support. *PloS one*, 20(1), e0316392.
- Lopes, J. M., Suchek, N., & Gomes, S. (2023). The antecedents of sustainability-oriented entrepreneurial intentions: An exploratory study of Angolan higher education students. *Journal of Cleaner Production*, 391, 136236

Lopes, R. M. A., Lima, E. D. O., Greco, S. M. D. S. S., Gimenez, F. A. P., & Bedê, M. A. (2023). Uses and impacts of the GEM research for entrepreneurship. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12, e2450.

.

Magnus, O. N. B. O. (2024). Exploring the nexus of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intention: a conceptual study. *Bayero Journal of african entrepreneurship studies*, 145.

Maheshwari, G., & Kha, K. L. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100553.

Makai, A. L., & Dóry, T. (2023). Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention: Evidence from Western Transdanubia Region [Preprint]. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.09678>

Martins, J. M., Shahzad, M. F., & Xu, S. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention to initiate new ventures: Evidence from university students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 63.

Matthews, C. H., & Moser, S. B. (1996). A longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management*, 34(2), 29–43.

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988.

McMullan, W. E., & Long, W. A. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 261–275.

Mitchell, R. (2016). Entrepreneurs are Built, Not Born. *Entrepreneur & Innovation Exchange*.

Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2282793.

Morales Rodríguez, F. M., Giménez Lozano, J. M., & Morales Rodríguez, A. M. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios.

Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: What triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(2), 59–71.

Mustafa, M. J., Lee, C., & Galloway, J. E. (2023). The importance of context: How university entrepreneurial climates enhances entrepreneurship in tourism and hospitality graduates. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 33, 100453.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299

Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419.

Nguyen-Viet, B., & Nguyen-Viet, B. (2023). Enhancing satisfaction among Vietnamese students through gamification: The mediating role of engagement and learning effectiveness. *Cogent Education*, 10(2), 2265276.

Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2019). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361-379.

- O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting
- Olofinyehun, A. O., Adelowo, C. M., & Egbetokun, A. A. (2018). The supply of high-quality entrepreneurs in developing countries: evidence from Nigeria. *Science and Public Policy*, 45(2), 269-282.
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.
- Otache, I. (2019). Enhancing the effectiveness of entrepreneurship education: The role of entrepreneurial lecturers. *Education + Training*, 61(7/8), 918-939.
- Otache, I., Edopkolor, J. E., Sani, I. A., & Umar, K. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: Do entrepreneurial self-efficacy, alertness and opportunity recognition matter?. *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100917.
- Pascucci, T., Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. C. (2022). Environmental sensitivity to form a sustainable entrepreneurial intention. *Sustainability*, 14(16), 10398.
- Pelagio, E. A., Rocha, L. C. S., Machado, H. V., & Añez, M. E. M. (2013). Empreendedorismo e Estratégia sob a ótica da lógica Effectuation. *Revista Ibero Americana de Estratégia*, 12(2), 228-249.
- Pollack, J. M., Carr, J. C., Michaelis, T. L., & Marshall, D. R. (2019). Hybrid entrepreneurs' self-efficacy and persistence change: A longitudinal exploration. *Journal of Business Venturing Insights*, 12, e00139.
- Rasmussen, E., & Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.
- Relatório GEM Angola. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor Angola 2022/2023*.
- Rocha, A. K. L., Moraes, G. H. S., Voda, A. I., & Quadros, R. (2023). Comparative analysis of entrepreneurial intention models: Self-efficacy versus entrepreneurial characteristics. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 24(4), eRAMG230209.
- Rodrigues, R. G., Raposo, M., Ferreira, J., & Do Paco, A. (2010). Entrepreneurship education and the propensity for business creation: testing a structural model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58-73.
- Romero-Galisteo, R. P., González-Sánchez, M., Gálvez-Ruiz, P., Palomo-Carrión, R., Casuso-Holgado, M. J., & Pinero-Pinto, E. (2022). Entrepreneurial intention, expectations of success and self-efficacy in undergraduate students of health sciences. *BMC Medical Education*, 22(1), 679.
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791.
- Sahid, S., Norhisham, N. S., & Narmaditya, B. S. (2024). Interconnectedness between entrepreneurial self-efficacy, attitude, and business creation: A serial mediation of entrepreneurial intention and environmental factor. *Heliyon*, 10(9).
- Santos, S. C., & Liguori, E. W. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 400-415.
- Saraih, U. N., Aris, A. Z. Z., Mutalib, S. A., Ahmad, T. S. T., Abdullah, S., & Amlus, M. H. (2018). The influence of self-efficacy on entrepreneurial intention among engineering students. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 150, p. 05051). EDP Sciences.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e inovação*. Escolar Editora.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1941). *Capitalism, socialism and democracy*. Harper & Brothers.

- Shadish, W. R., Cook, T. D., & Campbell, D. T. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Houghton, Mifflin and Company.
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259-280.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Sharma, S., Singh, M., Mittal, A., & Aggarwal, A. (2024). Entrepreneurship education: Analyzing the perception and motivation undergone in higher education institutions. *Intelligent Decision Technologies*, 18(2), 1577-1589.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399.
- Shukla, S., Kumar, R., & Kaushal, S. K. (2021). Effect of gender and prior exposure to family business on entrepreneurial intentions: Empirical evidences from India. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 17(7), 51-72.
- Szabó, K., & Aranyossy, M. (2024). The influence of family business background on the entrepreneurial intention of individuals: A quantitative study of Hungarian university students. *Society and Economy*, 46(4), 441-461.
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of international business studies*, 31(2), 287-301.
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669–694.
- Trigo, V. M. (2003). *Entre o estado eo mercado: empreendedorismo num contexto de mudança: o caso dos empresários privados no Parque de Alta Tecnologia de Tian He, em oito anos de reformas (1993-2001)*.
- Turker, D., & Selçuk, S.S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159
- Ubierna, F., Arranz, N., & de Arroyabe, J. F. (2014). Entrepreneurial intentions of university students: a study of design undergraduates in Spain. *Industry and Higher Education*, 28(1), 51-60.
- Urban, B. (2020). Entrepreneurial alertness, self-efficacy and social entrepreneurship intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(3), 489–507.
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53(1), 21–49.
- Vaghely, I. P., & Julien, P. A. (2010). Are opportunities recognized or constructed?: An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 73–86.
- Valencia-Arias, J. A., & Marulanda-Valencia, F. Á. (2019). Evolution and research trends in entrepreneurial self-efficacy: a bibliometric análisis. *Estudios Gerenciales*, 35(151), 219-232.
- Valencia-Arias, A., Londoño-Celis, W., Moya, L. P., Iparraquirre Sanchez, G. K., Cardona-Acevedo, S., & Rodríguez-Correa, P. A. (2025). Sustainable entrepreneurial intention in undergraduates: the influence of entrepreneurship education. *Discover Sustainability*, 6(1), 588.
- Virkkunen, J. (2009). Two theories of organizational knowledge creation. *Learning and expanding with activity theory*, 144-159.

- Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1192.
- Von Graevenitz, G., Harhoff, D., & Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90–112.
- Wang, X. H., You, X., Wang, H. P., Wang, B., Lai, W. Y., & Su, N. (2023). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: Mediation of entrepreneurial self-efficacy and moderating model of psychological capital. *Sustainability*, 15(3), 2562.
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday entrepreneurship—a call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311–321.
- Wu, J., Alshaabani, A., & Rudnák, I. (2022). Testing the influence of self-efficacy and demographic characteristics among international students on entrepreneurial intention in the context of Hungary. *Sustainability*, 14(3), 1069.
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of college students: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy and the moderating role of entrepreneurial competition experience. *Frontiers in psychology*, 12, 727826.
- Zhang, L., Li, Q., Zhou, T., Li, C., Gu, C., & Zhao, X. (2022). Social creativity and entrepreneurial intentions of college students: Mediated by career adaptability and moderated by parental entrepreneurial background. *Frontiers in Psychology*, 13, 893351.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloodt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.

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
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"/>
Está a poupar dinheiro para começar um novo projeto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Não lê livros sobre como implementar um novo projeto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
Tem intenção de criar um novo projeto 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 a educação empreendedora

- 2.** 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 2).

Designação das Unidades Curriculares	Opcional? (Sim/Não)

Anexo 3 – Pergunta utilizada para avaliar a autoeficácia

3. 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.

Escala de resposta:	1	2	3	4	5
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"/>
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"/>
É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
Se está com dificuldades, consegue, normalmente, pensar numa solução.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Normalmente, consegue lidar com qualquer coisa que se depare no seu caminho.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 4 – Pergunta utilizada para avaliar os Antecedentes Familiares.

5. Interessa-nos a sua experiência e a experiência dos membros da sua família em projetos empreendedores.

5.1. Durante os últimos 365 dias os seus pais/tutores, irmãos ou avós criaram algum projeto empresarial?

(Nota: Se a resposta for "não" passe p.f. diretamente à pergunta nº 5.2)

i. Sim.

ii. Não.

I- **Na primeira coluna**, responda p.f. "Sim", "Não", ou "NA" (*i.e.* Não sei/Não aplicável) a cada uma das seguintes questões.

II- Indique, por favor, **na segunda coluna**, se essas experiências "aumentaram", "diminuíram", ou "não tiveram impacto" na sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial. Se esta questão não lhe é aplicável, por não existir essa experiência, responda NA.

III - **Na terceira coluna** responda p.f. com "Sim", "Não", ou "NA" (*i.e.* Não sei/Não aplicável) se alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado.

Nota: Entenda-se como estando nesta situação o projeto que teve de deixar de operar, enquanto organização, devido à falta de recursos e/ou problemas financeiros, o que exclui a venda, a fusão e o terminar operações porque existem melhores alternativas.)

Questão	Essas experiências _____ a(na) sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial.							Alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado		
	Sim	Não	NA	Aumentaram	Diminuíram	Não tiveram impacto	NA	Sim	Não	NA
<i>Escala de resposta:</i>										
Os seus pais/tutores alguma vez criaram um projeto empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O(s) seu(s) irmão(s) e/ou irmã(s) já alguma vez criaram um projeto empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Os seus avós alguma vez criaram um projeto empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.2. Durante os últimos 365 dias, alguma vez deteve uma posição (remunerada ou não) numa nova empresa, ou num novo projeto empresarial?

(Nota: Se a resposta for "não" passe p.f. diretamente à pergunta nº 6)

Sim.

Não.

I- **Na primeira coluna**, responda p.f. "Sim", "Não", ou "NA" (i.e. Não sei/Não aplicável) a cada uma das seguintes questões.

II- Indique, por favor, **na segunda coluna**, se essas experiências "aumentaram", "diminuíram", ou "não tiveram impacto" na sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial. Se esta questão não lhe é aplicável, por não existir essa experiência, responda NA.

III - **Na terceira coluna** responda p.f. com "Sim", "Não", ou "NA" (i.e. Não sei/Não aplicável) se alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado.

Nota: Entenda-se como estando nesta situação o projeto que teve de deixar de operar, enquanto organização, devido à falta de recursos e/ou problemas financeiros, o que exclui a venda, a fusão e o terminar operações porque existem melhores alternativas.)

Questão	Essas experiências _____ a(na) sua própria confiança na capacidade de criar e gerir, com sucesso, um novo projeto empresarial.				Alguma dessas experiências envolveu um projeto empresarial que tenha falhado					
	Sim	Não	NA	Aumentaram	Diminuíram	Não tiveram impacto	NA	Sim	Não	NA
<i>Escala de resposta:</i>										
Alguma vez deteve uma posição remunerada numa nova empresa ou num novo projeto empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alguma vez deteve uma posição não remunerada (como, por exemplo, estagiário) numa nova empresa ou num novo projeto empresarial?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>