UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

ATITUDES E INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DOS ESTUDANTES DE LETRAS

Cristina Isabel Simões Neves

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

Versão Final após defesa

Orientadora: Professora Doutora Anabela Dinis

Outubro de 2014

We, as creative people, have a responsibility to
ourselves – and to this world – to share our gifts widely.
Our creativity changes us and others profoundly.
What many of us need, is to improve the
monetization - the commercialization - of our offerings.
Why? Because when you make more money you have more
money to help more people. It's simple math, but true.

Lisa Canning
In: Innovative Education for Creative Minds

Agradecimentos

No início desta dissertação, não podemos deixar de agradecer a algumas pessoas que foram importantes para que este trabalho possa ter sido elaborado.

Em primeiro lugar à Professora Anabela Dinis, por ter acreditado numa ideia que para outros parecia estranha e pela dedicação e calor humano que colocou na sua orientação.

À senhora pró-Reitora Professora Isabel Cunha, pelo apoio que deu à utilização dos sistemas de leitura ótica da UBI e pelas palavras amigas de incentivo.

A todos os docentes da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra que tornaram possível a recolha de questionários e, em particular, aos ProfessoresAlbano Cabral Figueiredo eJoaquim Ramos de Carvalho pelo estímulo e colaboração que deram na organização dessa recolha.

À minha amiga Bárbara Oliveiros, do Laboratório de Bioestatística e Informática Médica da Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra, agradeço a sua amável disponibilidade para a revisão do tratamento estatístico deste trabalho.

Ao Professor Doutor Jorge Humberto Dias, que através do Aconselhamento Filosófico constitui um exemplo do Empreendedor na área da Filosofia, pelo apoio que manifestou à ideia subjacente a esta dissertação.

Às minhas filhas Filipa e Rita, por constituírem uma razão que me motiva a continuar estudos e pelo que para mim representam.

Para terminar, ao Joaquim Viana, se muitas outras razões não houvessem, por nunca me ter deixado desistir ao longo de todo o caminho que me conduziu a estas provas de mestrado.

Resumo

Enquadramento: A área que genericamente se denomina de "Letras" é tradicionalmente vista como estranha à ideia de negócio ou, pelo menos, difícil de produzir riquezas tangíveis a partir dos seus conhecimentos, no seguimento de uma ideia pré-concebida que parece considerar inevitavelmente opostos e inconciliáveis o gosto pela cultura e a capacidade de a partir daí produzir dinheiro.

Talvez por essa razão, são poucos os estudos referentes ao empreendedorismo na área das Letras, mesmo ao nível internacional. Quanto ao nível nacional, não conhecemos qualquer investigação ou atividade em torno deste tema, por muito que a falta de perspetivas de obter retorno material seja considerada uma causa que afasta de alguns destes cursos os candidatos ao ensino superior e torna dramática a subsistência de um certo número deles.

Objetivos: Conhecer, em relação aos alunos de uma Faculdade de Letras, as intenções empreendedoras e os fatores que as podem influenciar e saber se existem diferenças nestes aspetos entre os alunos dos seus diversos cursos. Simultaneamente,verificar a aplicabilidade de um modelo baseado na Teoria do Comportamento Planeado (*Planned Behaviour Theory*) no que respeita a este tipo de estudantes.

Metodologia: Estudo de natureza quantitativa desenvolvido através de inquérito aplicado a Estudantes da Faculdade de Letras de Coimbra. Para além da estatística descritiva, foram utilizadasa ANOVA e o teste do Qui-quadrado para comparar as respostas entre os diferentes cursos de Letras e a Regressão Logística para determinar o peso na intenção empreendedora de vários fatores que a literatura sugere como a podendo influenciar e, em particular os referidos por Ajzen com base na Teoria do Comportamento Planeado.

Resultados e Discussão: Foram recolhidos 226 questionários válidos, 43.7% de estudantes do género masculino e 56.3% do feminino. Os estudantes de Letras mostram, no geral, um grau moderado de Intenção Empreendedora e um grau moderado de Atitudes Empreendedoras, tendo uma perceção pouco favorável quanto à Norma Subjetiva sobre o empreendedorismo. Em sentido contrário, mostram-se bastante confiantes nas suas próprias qualidades para ser empresário, elemento ao qual onde não será estranho a existência de perguntas sobre criatividade, capacidade de comunicação, *etc*.

Na comparação entre os Cursos de Letras, foram observadas diferenças em diversos parâmetros com potencial implicação prática, nomeadamente no que concerne às políticas de fomento e Ensino do Empreendedorismo.

Em relação ao modelo de comportamento planeado, nesta população particular confirma-se a influência da Atitude Empreendedora na Intenção Empreendedora, uma tendência para influência da Norma Subjetiva e uma razoável independência da auto-avaliação favorável das suas capacidades empreendedoras. Tal como se encontra descrito, observou-se que o contacto com ações que fomentam o Empreendedorismo aumentam a Intenção Empreendedora, mas não se conseguiu provar qualquer influência do género, ao contrário do que foi observado noutros estudos semelhantes.

A intenção empreendedora nos estudantes de Letras foi observada apesar de um razoável desconhecimento da atividade, instituições e organizações empresariais, bem como uma pequena incidência de formação em empreendedorismo (muito pequena, se olharmos a formação mais sistematizada). Vistos em conjunto, diversos dados deste estudo podem sugerir a importância de incrementar a Educação formal para o Empreendedorismo na área das Letras e ainda que essa formação tenha características adaptadas às especificidades de cada uma das suas áreas.

Palavras-Chave: Educação empreendedora, Humanidades. Intenção Empreendedora. Atitude Empreendedora. Teoria do Comportamento Planeado.

Abstract

Background: Humanities are traditionally seen as strange to business ideas or, at least, difficult to produce tangible goods from the knowledge acquired in the university, according to a widespread idea that point to an inevitably opposition, not susceptible to conciliation, between the love for culture and the ability to reach money from it.

Internationally, studies concerning entrepreneurship in humanities are few and we did not found any research done in Portugal about this topic, although the lack of expectations of tangible benefits is generically considered a cause that puts candidates away from these kind of academic courses.

For these reasonswe developedthis study, in general conceived to evaluate entrepreneurial intentions and attitudes of the students of a major Portuguese Humanities School, the role that formal Entrepreneurship teaching plays in the development of successful projects from these areas of university education.

Objective: To evaluate in students of a Portuguese Faculty of Humanities, the entrepreneurial intentions and the role of attitudes and other factors in these entrepreneurial intentions and simultaneously the applicability of a model based on the *Planned Behaviour Theory* to predict them in this specific type of students.

Methodology: Quantitative study based on a questionnaire fulfilled by Students of the Faculty of Humanities of the University of Coimbra. In addition to descriptive statistics, we used ANOVA and Chi-Square test to compare the responses between different courses of Humanities, and Logistic Regression to determine the weight of each factor suggested in literature as influencing entrepreneurial intention and particularly those stressed by Ajzen related to the *Theory of Planned Behaviour*.

Results and Discussion: 226 valid questionnaires were collected, 43.7% of male and 56.3% of female. Students of Humanities showed, in general, a moderate degree of Entrepreneurial Intention, associated with a moderate degree of Entrepreneurial Attitudes, having an unfavourable perception of Subjective Norm on Entrepreneurship. In opposite, they showed a quite self-confidence in their own abilities to be an Entrepreneur, probably because several questions were asked about creativity, communication skills, *etc*.

Regarding the Planned Behaviour Theory, in this specific population we confirmed the influence of Entrepreneurial Attitudes on Entrepreneurial Intentions, a tendency to an influence of Subjective Norm, and an independence from the self-assessment of their own abilities. As previously described by others, it was observed that the contact with Entrepreneurship Education increase Entrepreneurship Intentions but we were not able to demonstrate any influence of gender, unlike what was found in similar studies in students. The moderate degree of entrepreneurial intention is found in spite of a low incidence of entrepreneurship training (very small, if we look only to systematic formal training) and a lack of knowledge on institutions and business organizations, as well on business incentives.

In comparisons among different areas of the Humanities, we observed differences in several parameters with potential practical implications, particularly in relation to funding policies and Teaching Entrepreneurship.

Putting together the findings of this study, they cansuggest the importance of an increase in formal Education for Entrepreneurship in the field of Humanities and that such Education may probably be adapted in a certain degree to the specificities of each particular area.

Keywords: Entrepreneurship Education, Humanities. Entrepreneurial Intention. Entrepreneurial Attitude. Theory of the Planned Behaviour.

Índice

RESUMO ..... **IV**

ABSTRACT ..... **VI**

LISTA DE FIGURAS ..... **IX**

LISTA DE TABELAS ..... **X**

I. INTRODUÇÃO **1**

II. ENQUADRAMENTO TEÓRICO **3**

II.1.O EMPREENDEDORISMO NA ÁREA DAS ARTES E LETRAS **3**

II.2. QUE CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO PARA AS FACULDADES DE LETRAS? **6**

II.3.A TEORIA DO COMPORTAMENTO PLANEADO E OS FATORES QUE AFETAM A ATITUDE E INTENÇÃO EMPREENDEDORA **10**

III. OBJETIVOS, HIPÓTESES E MODELO DE INVESTIGAÇÃO **14**

IV. METODOLOGIA **17**

IV.1 RECOLHA DE DADOS **17**

IV.2 PROCEDIMENTOS DE TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS **20**

VI. RESULTADOS **23**

VI.1 CARATERIZAÇÃO DA AMOSTRA 23

VI.2 INTENÇÕES EMPREENDEDORAS 27

VI.3 ATITUDES EMPREENDEDORAS 32

VI.4. NORMA SUBJETIVA: VALORIZAÇÃO SOCIAL DO EMPRESÁRIO 33

VI.5. AUTO-AVALIAÇÃO DAS CAPACIDADES EMPREENDEDORAS 34

VI.6 FORMAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E CONHECIMENTO DO PROCESSO EMPREENDEDOR 34

VI.7 DIFERENÇAS ENTRE OS CURSOS DE LETRAS 36

VI.8 MODELO DO COMPORTAMENTO PLANEADO 39

VII. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS **44**

VIII. CONCLUSÃO **47**

BIBLIOGRAFIA **48**

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO UTILIZADO **54**

Lista de Figuras

Figura 1: Modelo de investigação baseado no Teoria do Comportamento Planeado 16

Figura 2: Distribuição gráfica das idades dos alunos que responderam ao questionário.....23

Figuras 3 a 5: Razões que levaram a escolherem o curso, pontuados de 1 (nada importante) a 7 (muito importante.....26

Figuras 6 a 8: De 1 (preferência mínima) a 7 (preferência máxima), preferência dos estudantes para o que "gostaria de fazer depois de terminar o curso". 28

Figuras 9 a 11: De 1 (atração mínima) a 7 (atração máxima), nível de atração por cada uma das opções profissionais, no médio e longo prazo 29

Figuras 12 a 14: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com afirmações que manifestam intenções empreendedoras 30

Figura 15: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com uma afirmação que manifesta intenção empreendedora 31

Figura 16: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com uma afirmação que manifesta reduzida intenção empreendedora (trata-se assim de uma questão colocada pela negativa) 31

Lista de Tabelas

Tabela 1: Numeração no questionário dos diversos elementos integrantes do constructo que esteve subjacente à sua elaboração 19

Tabela 2: Variáveis recrutadas para o modelo de regressão logística destinado a testar a Teoria do Comportamento Planeado nos estudantes da amostra deste estudo.....21 e 22

Tabelas 3 a 5: Formação e ocupação dos pais e rendimentos do agregado familiar 24

Tabela 6: Cursos frequentados pelos estudantes que responderam ao inquérito 25

Tabela 7: De 1 (total desacordo) a 7 (acordo integral), distribuição da concordância com atitudes favoráveis ao empreendedorismo 32

Tabela 8: Distribuição da concordância com afirmações que valorizam socialmente o empresário 33

Tabela 9: Distribuição da concordância com afirmações que tendem a desvalorizar ou valorizar negativamente a imagem social do empresário.....33

Tabela 10: Distribuição da concordância com o auto-reconhecimento de capacidades e atributos consideradas como vantajosas para ser Empresário. 34

Tabela 11: Diferença entre os Cursos quanto às respostas às perguntas 4A, 5A, 7A, 9A e 17 37

Tabela 12: Diferença entre os Cursos, quanto às respostas a diversos grupos de perguntas (3, 12, 1314, 15 e 16) 38

Tabela 13: Pontuação média atribuída pelos estudantes às questões dos grupos 14, 15e 16 consoante a sua resposta foi Sim ou Não à pergunta 17 39

Tabela 14: Resultados da Análise fatorial desenhada englobando apenas com os fatores essenciais que, de acordo com as teorias de Ajzen, influenciam a intenção empreendedora 40

Tabela 15: Resultados da Análise fatorial também como os fatores género, grupo etário, experiência profissional prévia, trabalho prévio pró conta própria ou como empresário e contacto prévio com Educação para o Empreendedorismo 42

Tabela 16: Resposta à pergunta 17 consoante a Experiência Profissional Prévia, ter trabalhado por conta própria, ter tido contacto com Formação para o Empreendedorismo, o Género e o Grupo Etário. 43

I. Introdução

Para além da Economia e da Gestão, áreas que por inerência têm o empreendedorismo como valor essencial, quando se fala em Portugal de ensino desta disciplina nos cursos universitários, a ideia é normalmente associada aos cursos de Engenharia e às Ciências com um certo componente tecnológico.

Contudo, diversos autores, embora reconhecendo que esta associação está frequentemente presente naqueles que refletem, estudam ou ensinam o empreendedorismo (Panozzo 2007), defendem que as vantagens da sua promoção e ensino teórico se estende para lá destas áreas que tradicionalmente estão mais associadas à ideia de poderem gerar negócio e salientam várias experiências de universidades estrangeiras que ensinam gestão e criação de empresas em cursos que, na literatura anglo-saxónica, são usualmente designados pelo nome genérico de Humanidades *(Humanities)*[1].

Embora haja quem refira mesmo a importância das humanidades ao nível da formação do empresário (Gagliardi & Czarniawska-Joerges 2006), nos últimos anos observou-se um decréscimo acentuado na procura das licenciaturas em Letras, o que se traduziu por uma baixa significativa nas notas de entrada e encerramento de alguns cursos. Sendo tradicionalmente gerador de professores do ensino secundário e de alguns académicos, existe hoje a sensação de que se transformaram em cursos que não geram emprego, sem utilidade social ou, quanto muito, cursos com alguma utilidade social, mas difíceis de se traduzir na produção de riqueza tangível ou de inovação utilizável pela sociedade.

Por esta razão, o próprio desenvolvimento (e nalguns casos sobrevivência) destas áreas do Conhecimento pode passar por conseguir que os seus licenciados sejam capazes de produzir riqueza ou de dar contributos inovadores dentro de projetos existentes, já que existem dados que sugerem que é possível gerar projetos empreendedores e inovadores a partir das áreas de Letras (Robinson *et al*, 1991), o que necessitaria do ensino do empreendedorismo

[1]Geralmente, considera-se que as Humanidades abrangem as Línguas Clássicas e Modernas, a Literatura, a Linguística, Filosofia, Religião, Artes Visuais e Cénicas, tais como Música e Teatro. A História, a Antropologia, Arqueologia, Geografia, Estudos de Comunicação, Jornalismo, Estudos Culturais e Direito.

nesses departamentos universitários, bem como pelo estudo e divulgação das iniciativas de sucesso já existentes neste âmbito.

Importa ter presentes dois aspetos que à frente procurar-se-á desenvolver: As artes e Letras têm pessoas diferentes do comum, não apenas por terem uma criatividade própria, mas porque frequentemente diferem nos seus comportamentos (e valores) do que seria expectável quando se analisam licenciados com formação noutras áreas. Não se quer com isto enaltecer ou criticar grupos de pessoas, mas antes deixar claro que não é raro serem referenciados ou mesmo autorreferenciarem-se como *Outsiders*. Consequentemente, o empreendedorismo neste campo tem especificidades e merece uma investigação própria (Beckman 2014).

Estas são, *grosso modo,* as motivações que conduziram uma licenciada em Filosofia a ter procurado um segundo ciclo na área do Empreendedorismo e Criação de Empresas, e a direcionar os estudos conducentes à sua dissertação de mestrado para a área do Empreendedorismo nos cursos de Letras.

Genericamente, o propósito deste estudo foi conhecer as intenções e atitudes empreendedoras dos estudantes de uma Faculdade de Letras e os fatores que com estas podem estar relacionados everificar nestes alunos a aplicabilidade de um modelo baseado na Teoria do Comportamento Planeado (*Planned Behaviour Theory*).

Em consequência, organizou-se esta dissertação da seguinte forma: Primeiro, procurou-se fazer uma síntese do enquadramento do problema, quer no que respeita ao Empreendedorismo na área das Humanidades, quer no que se refere à Teoria do Comportamento Planeado. Segundo, apresentou-se de forma sistematizada (objetivo, metodologia, resultados e conclusões) os dados recolhidos através de questionário e os tratamentos estatísticos destinados a saber se existiam diferenças entre os cursos nos aspetos estudados e a verificar a aplicabilidade da Teoria do Comportamento Planeado.

II. Enquadramento teórico

II.1.O Empreendedorismo na área das Artes e Letras

A delimitação da área de que se quer falar não é fácil de fazer, pois as definições de Humanidades, de Artes e de Letras cobrem uma diversidade de áreas de conhecimento e de trabalho intelectual que, dependendo também de culturas e tradições nacionais e locais, podem ter um potencial de negócio muito diferente (por um lado) e uma organização muito diversa no seu âmbito universitário.

Naturalmente que o estudo do grego e do latim, a filosofia, a história, a música ou o cinema têm um potencial de gerar receitas muito diferente entre si, potencial que aumenta sobremaneira quando o negócio da comunicação (televisão e audiovisual) se associa aos dois últimos.

No que respeita a Portugal, existe tradicionalmente uma organização em Faculdades de Letras, por um lado, e escola de Belas Artes, por outro, sendo ainda a música normalmente relegada para os Conservatórios. Embora outras formas de organização sejam também possíveis, como em parte é o caso da Instituição onde prestamos provas, onde o estudo das línguas modernas ou a filosofia coexistem com o Cinema e a Comunicação. No fundo e apesar das tradições, Humanidades, Artes e Letras partilham em comum um paradigma que valoriza quer a racionalidade, quer a criatividade, e no aspeto epistémico considera como seu instrumento fundamental o pensamento crítico e dedução lógica e reconhece a dificuldade - quando não rejeita liminarmente - da adoção de metodologias baseadas no método indutivo, ou seja, de métodos empíricos.

Na pluralidade que cabe neste paradigma comum, nos Estados Unidos o ensino do empreendedorismo está particularmente desenvolvido na área das *fine arts* e a *United States Association for Small Business and Entrepreneurship* tem mesmo uma secção de *Entrepreneurship in the Arts*[2]. Duas revistas com revisão por pares e exclusivamente dedicadas a este tema iniciaram a sua publicação, respetivamente, em setembro de 2012 - *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*[3] - e junho de 2014 - *Journal of Arts*

[2] *cf.*www.usasbe.org/group/Arts

[3] *cf.*www.artivate.org/

Entrepreneurship Research[4]. Em 2015 sairá o primeiro número do *Journal of Arts Entrepreneurship Education*[5].

Naturalmente que este interesse tem conotações a dois outros aspetos importantes quer no aspeto económico, quer político. O primeiro é que o campo das Artes, se se incluir o Cinema, o Teatro, a Música e produção do audiovisual tem um peso importante na economia americana, não sendo irrelevante no seu PIB e nas suas exportações. Na Europa, e de acordo com o relatório *Monitoring industrial research: The 2010 EU Industrial R&D Investment Scoreboard,* o investimento em investigação e desenvolvimento nas áreas do lazer (*leisure goods*) está significativamente abaixo dos Estados Unidos e do Japão. Contudo, ao nível mundial, esta área está em oitavo lugar no que respeita a investimento, apenas suplementado por áreas que tradicionalmente geram os maiores volumes de negócios, a saber *Pharmaceuticals and biotechnology, Technology hardware and equipment, Automobiles and parts, Software and computer services, Electronic and electrical equipment, Chemicals e Aerospace and defence* (Comissão Europeia 2010).

Por outro lado, independentemente do quadrante político, há o reconhecimento de que a liderança internacional passa também pela disseminação da cultura e que há uma grande relação entre cultura, valores, economia e poder (Althusser 2006, Fukuyama 2004). Nesse sentido, que também se associa a aspetos tão importantes como a agregação de uma sociedade através da manutenção de uma identidade cultural (Fukuyama 2004, Fukuyama 2011) ou a importância de construir o futuro sobre uma herança histórica, o Empreendedorismo ganha importância em todo e qualquer campo das Letras (Hughes *et al*, 2011), independentemente de ser mais ou menos favorável quanto ao seu potencial de negócio.

Nas Universidades portuguesas e embora não possamos excluir que os dados que se possuem, embora relativamente recentes, possam estar incompletos, na generalidade o ensino formal de Empreendedorismo está ligado essencialmente à Ciência, à Técnica e à Gestão. Como exemplos, na Universidade de Coimbra, há unidades curriculares de Empreendedorismo apenas nos cursos da Faculdade de Ciências e Tecnologia e da Faculdade de Economia. Panorama relativamente semelhante se observa quanto à Universidade Nova de Lisboa (nas Faculdade de Economia, Faculdade de Ciências e Tecnologia eInstituto Superior de Estatística e Gestão de Informação), na Universidade Técnica de Lisboa (apenas no Instituto Superior Técnico, no Instituto Superior de Agronomia e na Faculdade de Motricidade Humana) e na Universidade do Minho (há apenas na Escola de Engenharia). No Ensino

[4] *cf.*www.collegeart.org/opportunities/listing/10629/

[5] *ibidem*

Politécnico, observa-se no geral uma oferta muito maior de Unidade Curriculares de Empreendedorismo em cursos que não são especificamente de Empreendedorismo. Quanto à área das Artes, apenas a Faculdade de Belas Artes do Porto e a Escola de Artes da Universidade de Évora tinham em 2011 cursos de Empreendedorismo (Dominguinhos *et al.* 2005, Pimpão 2011).

Ou seja, sendo já relevante a atividade de ensino do Empreendedorismo como Unidade Curricular de muitos cursos, talvez por se inserir numa tradição que vê a cultura mais como uma área dependente dos fundos estatais do que como uma área de negócio e ao contrário do que existe no estrangeiro, não há conhecimento, em relação ao nosso país, de uma atividade organizada de ensino do empreendedorismo nas áreas das *Letras,* noutras áreas do conhecimento que também se poderiam integrar na denominação de *Humanidades*, nem até noutras áreas das Ciências Humanas que não os cursos primariamente relacionados com Economia e Gestão (Pimpão, 2011), nem tão pouco uma atividade de investigação relacionada com o Empreendedorismo nesses campos. Assim, o estudo que se apresenta procura ter, nesse aspeto, um carater inovador, assumindo que se está a tratar com uma população de estudantes e uma área de conhecimento que tem características diferentes da Gestão, da Economia ou da Transferência da Ciência e Tecnologia.

Como se irão comparar os dados deste estudo com os do Empreendedorismo nestas áreas, mas em outros países, importa salientar que, no campo geral, um estudo comparou as intenções empreendedoras dos estudantes portugueses com estudantes estrangeiros e encontrou algumas diferenças quer quanto a terem menos empreendedorismo do que os irlandeses, mas mais do que os de diversos países ocidentais, importando referir que o *outcome* primário deste estudo era empresas efetivamente já criadas ou que estão a ser criadas e não apenas intenções empreendedoras e que, de país para país se observava um hiato diferente entre intenções e o que os autores denominam como "empreendedorismo efetivo" (Marques 2011).

A relevância do que se pretende estudar pode ser percebida tendo em conta o relatado por De Pablo, apresentando a experiência do *Centro de Iniciativas Emprendedoras de la Universidad Autónoma de Madrid* (CIADE-UAM)[6], que mostra que o número de projetos financiados por aquela entidade na área das *Humanities/Social Sciences/Legal Businesses* (segundo os autores, *Direito, Psicologia, Filosofia, Linguística, História, etc.*) gerou de 1998 a 2010 quase tantas empresas como os projetos financiados nas áreas da Ciência e Tecnologia – 71 versus 76 (De Pablo *et al.* 2011).

[6] *Cf.* www.ciade.org

II.2. Que conceito de Empreendedorismo para as Faculdades de Letras?

É sabido que o empreendedor tem mecanismos cognitivos diferentes dos não empreendedores (Baron 1998) e que existem fatores relacionados com personalidade prévia que são essenciais para se ser um bom Empresário (Brice 2004).

Estudando as características do empreendedor, observa-se que a criatividade e o interesse, bem como características pessoais de flexibilidade, tendem a traduzir-se em ideias inovadoras e estas em novos negócios (Hynes e Richardson, 2007; Starkey e Tempest, 2008).

Assim, a imaginação e a criatividade são considerados fatores essenciais para o sucesso de uma nova empresa (Sarkar, 2010) e, consequentemente poder-se-á considerar que as áreas relacionadas com a Arte e a Cultura – espaços que normalmente são vistos como o palco de pessoas criativas - poderão gerar bons empresários.

Contudo, já desde os textos clássicos de Schumpeter (1934) que é feita a distinção entre o inventor e o inovador, sendo o primeiro aquele que descobre novas coisas, enquanto o segundo utiliza as invenções para gerar oportunidades de negócio. Tal como posteriormente Drucker (1986), associa o empreendedorismo à inovação, mas para ambos só há empreendedorismo quando se associa o risco, bem como a criação de uma nova necessidade em novos consumidores (Sarkar 2010). Ou seja, para ser Empreendedor não basta apenas ser inovador, é preciso a capacidade de transformar isso em formas de obter ganhos e ter ainda capacidades para adaptar uma empresa às ameaças e variações do mercado. (Sarkar 2010). Não se baseia apenas na criatividade, mas num conjunto complexo de conhecimentos (*knowledge*), atitudes (*attitudes*) e habilidades ou capacidades (*skills*)

Para além disso, o empreendedor carece de ter resiliência, como apontado num estudo feito nos cursos de Gestão das universidades portuguesas (Dominguinhos *et al.* 2005). Terão os estudantes de Letras as características para serem bons empreendedores?

O conceito de empreendedorismo está normalmente associado à geração de novas empresas ou, quanto muito, à inovação dentro de empresas existentes, assumindo-se aqui que se tratam empresas que visam o lucro (*profit-driven*). Contudo, como salienta Peter Drucker:

> *Public-service institutions such as government agencies, labour unions, churches, universities, and schools, hospitals, community and charitable organizations, professional and trade associations and the like, need to be entrepreneurial and innovative fully as much as any business does. Indeed, they may need it more* (Drucker 1985, p. 177).

Para além do componente de inovação ao nível do serviço público e do empreendedorismo cultural, a partir dos textos de Leadbeater (1997) e Emerson *et al.* (1996) emergiu também o conceito de empreendedorismo social, onde a inovação pode ser utilizada para obter ganhos que não apenas os financeiros ou para produzir *non-profit business* (Tan *et al.* 2005).

Ou seja, o espírito empreendedor ou empresarial não se aplica apenas para a produção de novas empresas e grandes investimentos, mas é útil em qualquer área de atividade (Sarkar, 2010).

Este aspeto parece particularmente relevante quando se trata de empreendedorismo na área das Letras, pois é um ambiente próprio onde se podem antever algumas resistências ao conceito e ao seu ensino, algumas com base política, mas globalmente apenas proliferando a partir de um certo desconhecimento do que realmente é o Empreendedorismo e das suas múltiplas dimensões.

Um argumento assenta em que o Empreendedorismo, dando uma ideia idílica da criação de empresas, projeta o ónus de uma situação social desfavorável para o lado daquele que a sofre, como que transmitindo a ideia de que a culpa dessa situação desfavorável é do próprio, por não ser empreendedor, por não criar a sua própria empresa, etc. Em contraponto a este tipo de argumentos e embora seja importante não descurar a vertente do empreendedorismo enquanto forma de criar empresas a partir dos conhecimentos adquiridos na universidade, no caso das Letras parece vantajoso que se dê particular atenção a outras facetas do empreendedorismo, nomeadamente as associadas à criação de entidades não lucrativas e à inovação no âmbito de estruturas sociais, culturais ou mesmo religiosas.

Importa salientar como o conceito de *empreendedor* é complexo, quer porque o significante se refere a diferentes significados relativamente distintos entre si, quer porque cada um destes engloba em si várias dimensões. Sobre isto e dirigindo-nos especificamente aos estudantes de Letras, parece-nos interessante rever como, ao longo dos últimos séculos, esta palavra tem sido utilizada de forma distinta por diferentes autores.

No aspeto etimológico, a palavra *Entrepreneur* poderá ter origem num período em torno de 1430-40 com o sentido de «*prendre entre ses mains*», o mesmo que em português: tomar, trazer ou ter "entre mãos". Por volta de 1480 a expressão assumiu o significado de "tomar o risco" (assumir o risco), «*prendre un risque*»; «*relever un défi*» o mesmo que assumir um desafio, «*oser un objectif*» – ousar um desafio, um objetivo. No fundo, é esse o sentido que lhe dá Schumpeter, um homem que vem de uma cultura e influência marxiana, mas que sem rejeitar no campo político as preocupações sociais, defende um modelo que dá espaço ao individuo e à iniciativa individual.

É consensual que terá sido o anglo-francês Richard Cantillon quem em 1755/6 terá introduzido o termo na economia-política através do *seu Essai sur la Nature du Commerce en Général*, tendo aí o termo sido usado em francês (e no fervor da primeira revolução industrial à força da máquina a vapor, do carvão e do ferro). Numa tradução inicial para inglês, em 1931, Henry Higgsfez uma tradução literal do francês, ou seja, utiliza a palavra de forma vernácula, traduzindo-a por *undertaker.* Esta palavra foi pelo menos até 1959 usada comummente como sinónimo em inglês para *Entrepreneur do francês*. Porém, mais tardeo termo não ajudava à aceitação do conceito, por ter tomado uma conotação equívocae não adequada à nova realidade da economia monopolista e do capitalismo financeiroque se deu em consequência do desenvolvimento da Bancaapós a *segunda revolução industrial*- ocorrida no período entre aPrimeira e aSegunda Grande Guerra Mundial. *Undertaker* simboliza em inglês, para além daquela pessoa que faz os trabalhos que aparecem pontualmente como uma oportunidade para ganhar dinheiro (em português, o caroqueiro ou o biscateiro) aquele que não tem grande formação, não tem grande arte nem experiência mas "desenrasca-se naquilo que for preciso"ou que assume empreitadas (empreiteiro em português).

> *All the other Undertakers like those who take charge of Mines, Theatres, Building, etc., the Merchants by sea and Land, etc., Cook-shop keepers, Pastry Cooks, Innkeepers, etc. as well as the Undertakers of their own labour who need no Capital to establish themselves, like Journeymen artisans, Copper-smiths, Needlewomen, Chimney Sweeps, Water Carriers, live at uncertainty and proportion themselves to their customers. Master Craftsmen like Shoemakers, Taylors, Carpenters, Wigmakers, etc. who employ Journeymen according to the work they have, live at the same uncertainty since their customers may foresake them from one day to another: the Undertakers of their own labour in Art and Science, like Painters, Physicians, Lawyers, etc. live in the like uncertainty* (Cantillon, 1931)

Curiosamente, o mesmo se passa em português onde algumas das traduções possíveis de *Entrepreneur* (empreendedor) poderiam estabelecer conotações que para uma boa parte da população seriam negativas e, particularmente para uma população de estudantes habituada a entender a etimologia das palavras. Assim é importante que ela seja liberta de conotações negativas, como é o caso das que a ligam ao tipo de empreendedorismo de país subdesenvolvido ou países emergentes, onde predomina um empreendedor cujo paradigma é o feirante, quanto não o vendedor de rua ou vendedor ambulante.

Na década de 1970 perante o início da terceira Revolução Industrial alicerçada na alta tecnologia de ponta (*High-tech*) - as profissões tornam-se ainda mais exigentes, restringindo-se a uma qualificação elevada de técnicos e os grandes centros de investigação nas universidades coligam-se e criam redes transcontinentais com indústrias de alta tecnologia.

Consequentementeo controlo da Economia transnacional ficou, na generalidade,sob a autoridade e gestão de um número de empresas cada vez menor. As fronteiras políticas quebram-sesob a Globalização e perante esta conjuntura admite-se que a noção de *undertaker* tomada na tradução de Higgscai definitivamente em desuso quandona cultura anglo-saxónicaos personagens da economia à Escala Global adotam em definitivo o nome*entrepreneur*(em francês)como seu, de modo a se diferenciarem daqueles outros do passado.

Abordando agora o que se vai observando na área das *Humanities*, importa ressaltar o que diz Vázquez-Burgete *et al*. (2012) num estudo realizado em duas universidades espanholas, quando se questiona se os estudantes saem realmente preparados para iniciar um negócio e salienta a opinião dos alunos destas áreas quanto à formação em Empreendedorismo:

> Humanities disciplines were found to be the less satisfied with the learning experiences provided. From this pattern of results, it can be stressed the lack of attention paid to the entrepreneurial potential of students within non-Business areas, in the sense that promising patterns of non-traditional social business opportunities aren't being recognized desirable and feasible work options for future graduates (Vázquez-Burgete *et al*. 2012).

Embora o autor saliente que esta lacuna na educação para o empreendedorismo nas universidades espanholas possa ser devido a muitos fatores, entre os quais a escassez de recursos humanos e financeiros para essas atividades, a estrutura organizacional rígida das instituições de ensino superior, uma pobre tradição de trabalho multidisciplinar na organização dos programas académicos e na reduzida motivação e formação do pessoal docente em questões de empreendedorismo, não deixa também de salientar:

> […] a great amount of political measures have been suggested to include entrepreneurship education as part of academic curricula in higher education institutions. However, most high level programs seem to be much more centred on training wage-earner managers or technicians than offering qualified and responsible entrepreneurs and enterprises to society (*ibidem*).

Como já foi referido atrás, o Empreendedor e o Empreendedorismo das Artes e Letras tem características próprias (Beckman 2014). Provavelmente o peso dos fatores em jogo no comportamento Empreendedor pode ser diferente. E também, provavelmente, o ensino e a promoção do Empreendedorismo deverão ter também características diferentes.

II.3. A Teoria do Comportamento Planeado e os fatores que afetam a atitude e intenção empreendedora

Na motivação que conduziu a este estudo encontra-se de forma basilar a convicção de que é importante o fomento da formação em empreendedorismo na área das Letras. Naturalmente que uma atuação mais sistematizada pressupõe um estudo das condições existentes, tanto mais que é motivo recorrente de controvérsia saber quanto é possível transformar num empreendedor de sucesso alguém que, de base, não tem características pessoais de empreendedor nem motivações para o ser. Ou seja, o estudo dos estudantes de Letras pode conduzir à conclusão de que, tão importante como incrementar o ensino do empreendedorismo é atrair alunos com características pessoais, familiares ou de envolventefavoráveis para ser empreendedor.

As publicações da área da Psicologia consideram como provado que as intenções são o melhor fator preditivo do correspondente comportamento. No que respeita ao assunto desta dissertação, o comportamento empreendedor tem-se demonstrado como um paradigma onde se aplica este ponto da teoria (Katz e Gartner 1988, Bird 1988, Ajzen 1991). Em consequência e particularmente quando o comportamento é raro, difícil de observar, ou existe um significativo grau de incerteza quanto ao tempo que vai demorar a manifestar-se (como acontece com a criação de um empresa por um determinado indivíduo que manifesta alguma intenção de o fazer) as intenções são utilizadas como resultado primário *(primary outcome)* dos estudos que procuram estudar os fatores que influenciam o comportamento empreendedor (Krueger et al. 2000), embora formalmente sejam um resultado substituto *(surrogate outcome)*.[7]

A parte deste estudo realizada através de questionário fundamenta-se na Teoria do Comportamento Planeado (*Theory of Planned Behavior*), pelo que pareceu importante rever os seus aspetos nucleares (Ajzen 1985, Ajzen 1991), não apenas porque estiveram na raiz do questionário elaborado, como serão amplamente recrutados para a apresentação e discussão de dados desta dissertação.

Essencialmente, trata-se de uma teoria que pretende ligar crenças (*beliefs*) com comportamentos, proposta por Icek Ajzen em 1985 com o objetivo de aumentar a

[7]Por essa razão – seria necessário que decorressem anos para podermos avaliar efetivamente os comportamentos dos alunos de Letras após a conclusão da licenciatura e um estudo desses não seria realizável no âmbito de um mestrado - nesta dissertação avaliamos apenas os efeitos nas intenções e não nos comportamentos.

capacidade preditiva da denominada Teoria da ação Racional (*Theory of Reasoned Action*), descrita em 1975 por Fishbein e Ajzen.

Segundo a Teoria do Comportamento Planeado, o comportamento humano é guiado por três tipos de fatores, no âmbito das crenças e das perceções (Moriano, 2007):

1. Crenças sobre os resultados prováveis do comportamento e o que se perceciona no que respeita a esses resultados (crenças comportamentais).
2. Crenças sobre as expectativas dos outros quanto ao que será um comportamento normal e a motivação para cumprirem essas expectativas (crenças normativas).
3. Crenças sobre a presença de fatores que possam facilitar ou impedir o desenvolvimento desses comportamentos e a perceção do poder desses fatores (crenças de controlo).

Assim, as crenças comportamentais produzem uma atitude favorável ou desfavorável em relação ao comportamento. As crenças normativas conduzem à perceção de uma envolvente ou pressão social favorável ou desfavorável. As crenças de controlo conduzem a que se acredite na capacidade de controlar o comportamento. Na avaliação destes aspetos é igualmente importante avaliar os valores/juízos da pessoa, enquanto representações mentais com efeito nos pontos anteriores.

Em combinação, a atitude em relação a um determinado comportamento, a perceção (subjetiva) do que é norma em relação a ele e a perceção da capacidade de controlar esse mesmo comportamento conduzem à formação de uma intenção de ter determinado comportamento. Assim, poder-se-á dizer que, genericamente, quanto mais favorável for a atitude e a norma (subjetiva), e quanto maior for a perceção de controlo, mais forte deverá ser a intenção da pessoa realizar o comportamento em questão.

Finalmente, existindo na realidade o grau necessário de controlo sobre o comportamento, é expectável que as pessoas realizem as suas intenções quando a oportunidade surgir, o que no caso do presente estudo significa ter comportamentos empreendedores.

Ou seja, em síntese, para que exista uma intenção é necessária uma atitude prévia, sendo a intenção, por sua vez, considerada como o antecedente imediato do comportamento. Contudo, como a transposição de determinadas intenções para comportamentos pode ser limitada por obstáculos que escapam à vontade, é útil ter em conta, além das intenções, as perceções sobre a capacidade de controlar efetivamente o comportamento. Assumindo que exista uma certa correspondência entre essas e a realidade, elas podem também servir como um dos fatores que permita prever eficazmente os comportamentos.

Uma outra teoria, desenvolvida por Shapero (1982), argumenta que as intenções empreendedoras dependem de perceções de desejo ou conveniência (*desirability*) pessoal,

viabilidade (*feasibility*) e propensão para agir (*propensity to act*). Embora esta teoria seja por vezes apresentada como competindo com a anterior, Krueger *et al.* (2000) demonstraram que ambas têm capacidade de prever intenções empreendedoras. O seu mérito é essencialmente o de chamar a atenção para que os fatores preditivos de intenções empreendedoras não se esgotam naqueles que estão incluídos na Teoria do Comportamento Planeado, mas existe também um efeito de características psicológicas (Crant 1996, Guerrero *et al.* 2008) e mesmo de características demográficas como o género (Cohen 1996, Crant 1996, Minitti e Nardone 2007), a idade (Crant 1996, Koh 1995, Levesque e Minitti 2006), experiência profissional prévia (Cooper e Park 2008) antecedentes familiares e educação (Koh 1995, Steward *et al.* 2003, Matthews e Moser 1996).

Os elementos essenciais da Teoria do Comportamento Planeado têm sido entretanto testados em diversos estudos nacionais e internacionais.

Um estudo realizado com alunos de uma Faculdade de Motricidade Humana mostrou que "a formação, o conhecimento e o contacto com o meio (empreendedor ou profissional), aliados à prática e experiência profissional e ao contacto com atividades que requerem iniciativa […] permitem compreender, analisar, projetar e, posteriormente, decidir arriscar e empreender (Naia 2009).

Veciana *et al*. (2005) estudaram os fatores formais e informais que, para além da perceção em relação ao desejo, viabilidade e intenção empreendedora, influenciam a criação de uma empresa e Toledano (2006) estudou também as atitudes dos alunos de uma universidade espanhola em relação à criação de empresas e procurou verificar as relações entre essas atitudes e os fatores habitualmente utilizados para explicar o comportamento empreendedor. Espíritu e Sastre (2007) dirigiram noutro sentido a sua investigação e analisaram as características pessoais que têm influência positiva nas intenções empreendedoras dos estudantes, avaliando o papel de traços de personalidade, valores, fatores sociodemográficos e preparação académica. Na mesma direção, Skudiene *et al*. (2010) avaliaram o papel das características psicológicas e não psicológicas, bem como o peso dos fatores ambientais que influenciam as intenções empreendedoras dos estudantes universitários. Genericamente, os seus estudos mostram que, apesar de as características pessoais terem um peso importante, o contexto é sempre relevante para intenções empreendedoras dos estudantes.

Athayde (2009) e Liñan *et al*. (2011a) sugerem que os atributos que conduzem a comportamentos empreendedores podem ser influenciados de forma positiva através de programas de educação realizados para esse efeito e que muitos destes são capazes de

promover atitudes favoráveis em direção ao empreendedorismo e incrementar a consciência de que este pode ser uma opção de carreira. (Anderson e Jack, 2008).

O interesse do estudo destes aspetos radica na crença de que através da promoção e do ensino formal do Empreendedorismo é possível modificar valores, crenças e mesmo perceções no sentido de favorecer nos estudantes do ensino superior uma base que se traduza em mais e melhores comportamentos empreendedores após o termo dos seus cursos. Estes dados têm servido de suporte objetivo para a elaboração de programas educativos na área do Empreendedorismo, e Espi *et al*. (2007), confirmaram que as universidades têm um papel importante no estímulo aos estudantes para atividades empreendedoras.

Contudo, Kuttim *et al*. (2014) salientam que alguns dados indicam que o que é oferecido quanto a Empreendedorismo no Ensino Superior não é necessariamente o que os alunos gostariam de ter — este ensino estar-se-á a basear excessivamente em aulas e seminários, e o que os alunos pretendem é orientação para o estabelecimento de *networks*, supervisão ou *coaching* para o desenvolvimento de projetos. Contudo a participação na educação para o empreendedorismo mantém-se como um fator com impacto positivo sobre as intenções empreendedoras.

III. Objetivos, hipóteses e modelo de investigação

Pretende-se com o presente estudo conhecer as intenções e atitudes dos alunos de humanidades e os fatores que com estas podem estar relacionados e, simultaneamente, verificar a aplicabilidade do modelo baseado na Teoria do Comportamento Planeado no que respeita a este tipo de estudantes.

De acordo com estes dois objetivos genéricos, estipularam-se os seguintes objetivos específicos da investigação:

Primeiro: Avaliar numa das Faculdades de Letras do país, através de metodologias quantitativas baseadas num estudo por questionário:

- As intenções dos seus alunos em relação ao Empreendedorismo, no que respeita à possibilidade de virem a ser empresários.
- As suas atitudes quanto ao Empreendedorismo.
- As suas perceções e crenças que se possam traduzir numa Norma Subjetiva quanto ao Empreendedorismo.
- A auto-avaliação das suas próprias capacidades empreendedoras
- O contacto com formação para o Empreendedorismo e perceção dos potenciais benefícios desse tipo de formação.
- O seu conhecimento do meio Empresarial, quer por conhecimento pessoal, quer através de organismos e instituições quer através da sua experiência profissional.

Segundo: Avaliar-se existem diferenças entre os diversos Cursos de Letras quanto às variáveis registadas no ponto anterior.

A hipótese que se testou quanto a este objetivo é a de que existem diferenças, sendo considerada como hipótese nula a sua não existência.

Terceiro: Avaliar nos estudantes de Letras a utilidade do modelo baseado em Ajzen e fundamentado na Teoria do Comportamento Planeado. Em particular no que respeita a este

objetivo pretendeu-se apurar a influência na intenção empreendedora de atitudes, normas subjetivas e controlo comportamental percebido, tal como evidenciado de forma simplificada na Figura 1.

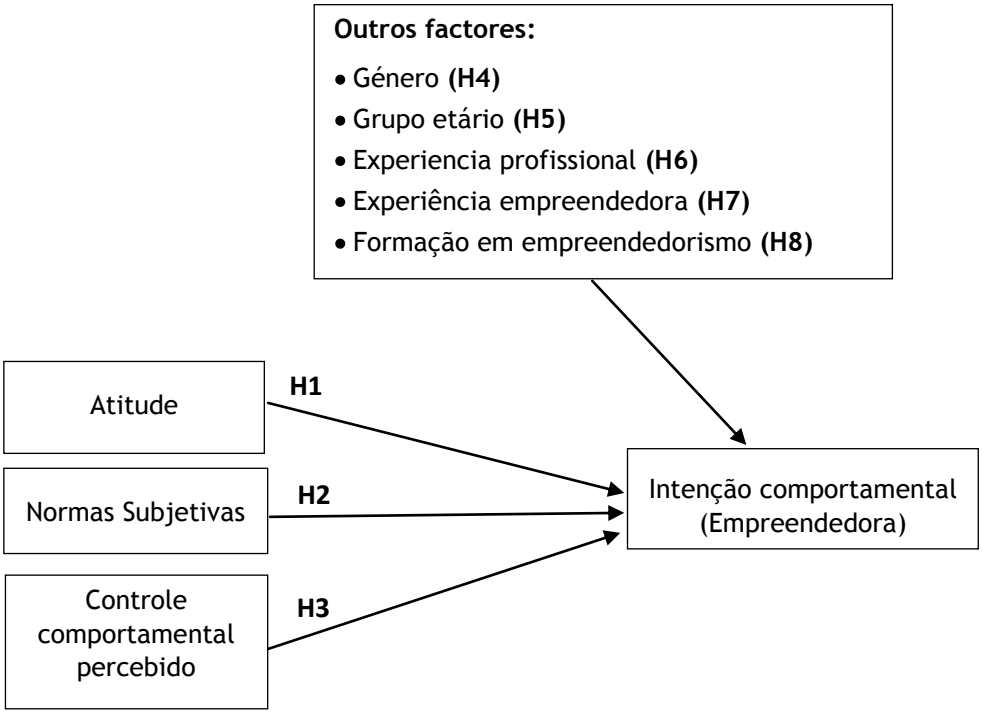
Assim, testaram-se as seguintes hipóteses:

- Hipótese 1: A Intenção Empreendedora é influenciada pelas Atitudes dos alunos face ao Empreendedorismo.
- Hipótese 2: A Intenção Empreendedora é influenciada por Crenças e Perceções de Normas Subjetivas favoráveis ao Empreendedorismo.
- Hipótese 3: A Intenção Empreendedora é influenciada por Crenças e Perceções das capacidades do próprio quanto a qualidades empreendedoras e possibilidade de ultrapassar os aspetos negativos das normas subjetivas.

Procurando-se ainda, nesta análise dos fatores que influenciam as Intenções Empreendedoras, testar as seguintes hipóteses:

- Hipótese 4: A Intenção Empreendedora é influenciada pelo Género.
- Hipótese 5: A Intenção Empreendedora é influenciada pelo Grupo Etário (maiores ou menores de 23 anos).
- Hipótese 6: A Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter tido experiência Profissional prévia.
- Hipótese 7: A Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter trabalhado antes por conta própria ou como Empresário.
- Hipótese 8: A Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter tido contacto prévio com Formação ou Promoção do Empreendedorismo.

Figura 1- Modelo de investigação baseado no Teoria do Comportamento Planeado



IV. Metodologia

IV.1 Recolha de dados

O presente estudo foi realizado na Faculdade de Letras de Coimbra, por ser uma das Faculdades mais antigas do país e pelo elevado número de alunos que comporta.

Fez-se uma investigação de caráter quantitativo[8], utilizando-se o questionário adaptado a partir dos conceitos teóricos desenvolvidos por Icek Ajzen e Liñán *et al*.

Para a construção deste questionário foram realizados contatos por meio de correio eletrónico com o Professor Francisco Liñán Alcalde[9] da Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales daUniversidad de Sevilla, com a finalidade de definir o questionário a utilizar neste estudo.

Foi solicitada autorização para que fosse usado no atual projeto um questionário baseado em instrumentos criados por ele e colaboradores e previamente utilizados nos seus estudos, a saber:

- EAIQ, versão 2.5 (Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche, 2011a),
- EIQ, versão 3.1 (Liñán, 2008)
- TPBQ (Jaén e Liñán, 2013).

[8]Procedeu-se também ao levantamento de dados de natureza qualitativa, através de entrevista a empreendedores na área da Filosofia elaboradas de acordo com os procedimentos usuais para os estudos de caso (Stake 2005, Yin 2006, Stake 2009). Todavia, por limitações de tempo e espaço não foi possível proceder ao tratamento e análise dessa informação para este relatório, pelo que este constitui desde já um aspeto a explorar em futuros desenvolvimentos deste trabalho.

[9]Membro do grupo de trabalho *ESU-European university network on entrepreneurship research* e *"PEER-Pan European Entrepreneurship Research*", do Projeto *Internacional ENDEAVOUR*, coordenado pela Universidade de Sannio e financiado pela Comissão Europeia, e Co-Director do Mestrado em *Desarrollo de Emprendedores* da Universidade de Sevilha. http://personal.us.es/flinan/web/documentacion/cves/1_curriculum_vitae.pdf.

Estes instrumentos foram conjugados a fim de poder agrupar e estruturar as questões que viessem a refletir um constructo conforme a Fórmula da Teoria do Comportamento Planeado de Icek Ajzen (1991).[10]

$$BI = (W_1)\ AB\ [(b) + (e)] + (W_2)\ SN\ [(n) + (m)] + (W_3)\ PBC\ [(c) + (p)]$$

Onde:

BI (*behavioral intention*): Intenção comportamental
AB (*attitude toward behaviour*): Atitude em relação ao comportamento
b (*the strength of each belief*): a força de cada crença
e (*the evaluation of the outcome or attribute*): a avaliação do resultado ou atributo
SN (*subjective norms*): normas subjetivas
n (*the strength of each normative belief*): a força de cada crença normativa
m (*the motivation to comply with the referent*): a motivação para cumprir o referente
PBC: (*Perceived Behavioral Control)*: controle comportamental percebido
c (*the strength of each control belief*): a força de cada crença de controlo
p (*the perceived power of the control factor*): a força percebida do factor de controlo
W (*empirically derived weight/coefficient*): coeficiente derivado empiricamente

A recolha de dados foi feita nas salas de aulas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, através de preenchimento dos questionários em papel.

O estudo piloto, destinado a avaliar o próprio questionário, foi realizado em junho de 2014, tendo-se recolhido aproximadamente 12% dos questionários.

Entretanto, no verão de 2014 procurou-se fazer a sua adaptação gráfica para leitura ótica, tendo-se estudado a possibilidade do programa *Teleform V10* da *Hewlett- Packard*, existente no Gabinete de Qualidade da UBI, e tendo a versão com o grafismo usado até aí sido enviada para a assistência nos Estados Unidos do *Remark Office Form Design*, com a finalidade de obter recomendações quanto ao desenho apropriado a essa metodologia de leitura. As recomendações que nos foram enviadas foram entretanto adotadas.

[10] Expressa aqui de acordo com *Theory of planned behavior*. (n.d.). *Encyclopedia of Public Health* www.answers.com/topic/theory-of-planned-behavior, acesso em 2.10.2014.

Já com o grafismo adaptado a leitura ótica, os restantes questionários foram recolhidos no início das aulas do ano letivo seguinte (setembro de 2014), também através de preenchimento em papel.

Tabela 1: Numeração no questionário dos diversos elementos integrantes do constructo que esteve subjacente à sua elaboração.

Construto[11]	Questões do questionário
1. Formação e experiência profissional.	1 a 5
2. Formação em Empreendedorismo e Crenças quanto à utilidade da formação em Empreendedorismo.	6a 8
3. Conhecimento do meio empresarial.	9 e 10
4. Atração pela atividade empreendedora/Atitude empreendedora	12 a 14
5. Norma subjetiva em relação ao empreendedorismo	15
6. Autoavaliação da eficácia Empreendedora	16
7. Intenções Empreendedoras.	17
8. Objetivos e Tipo de Empreendedor	18 a 21
9. Dados Demográfico (caracterização da amostra).	22 a 29
10. Questões para controlo, relativamente aos construtos 4 a 7	11

Na seleção das salas de aula, procurou-se ter como critério a obtenção de uma amostra que refletisse o conjunto da Faculdade, com particular atenção no que respeita aos seus cursos tradicionais – Português, Línguas e Literaturas Modernas, Estudos Clássicos, História,

[11] Por razões de espaço e tempo que obrigaram a uma limitação do âmbito da investigação, nem todos os *itens* (variáveis) incluídos no questionário foram tratados neste relatório. Apesar de existir previamente consciência de que assim seria, optou-se por incluir um leque mais vasto de questões com vista ao desenvolvimento de trabalhos futuros sobre a mesma amostra (é o caso de algumas das questões do grupo 11 e das questões 18 a 21).

Filosofia Geografia e Arqueologia e ainda dois cursos com características profissionalizantes: Jornalismo e Ciência da Informação Arquivística e Biblioteconómica (CIAB).

IV.2 Procedimentos de tratamento e análise dos dados

Para análise dos dados recolhidos desenvolveu-.se um conjunto de análises estatísticas de natureza descritiva e inferencial. Os dados foram introduzidos em ficheiro Excel, com o qual foram realizados alguns cálculos de estatística descritiva e elaborados os gráficos apresentados nesta dissertação. Posteriormente, os dados foram importados para o programa SPSS, versão 19, no sentido de determinar uma pontuação para cada dimensão estudada e realizar os restantes testes estatísticos.

Os dados são apresentados como percentagens ou como médias $\pm$ desvios-padrão. Os intervalos de confiança calculados e apresentados nesta dissertação são para um p=0.95. A Normalidade das amostras foi avaliada pelo teste de Kolmogorov-Smirnov.

Optou-se sempre que possível por expor, através de gráficos ou Tabelas, a distribuição dos dados e não apenas elementos de tendência central, por se considerar que a distribuição das respostas será o elemento mais relevante para quem tenha que tomar no futuro decisões sobre o Empreendedorismo na área das Letras – por exemplo, as estratégias serão certamente diferentes para 50% dos alunos altamente motivados e 50% nada motivados ou para 100% dos alunos "mediamente motivados", por muito que, estatisticamente, o valor da tendência central seja o mesmo.

No sentido se estabelecer nos dados deste estudo uma pontuação para a Atitude Empreendedora (grupo de questões 14 do questionário), Perceção e Crenças sobre a Norma Subjetiva (grupo de questões 15) e Auto-avaliação das Capacidades Empreendedoras (grupo de questões 16), de acordo com o recomendado por Moriano (2007) fez-se o somatório das respostas de cada grupo de perguntas, substituindo-se os valores ausentes pela média das outras respostas do mesmo indivíduo e dividindo-se depois pelo número de questões do grupo. No grupo 15, nas questões que, em vez de questionavam um envolvente propício ao Empreendedorismo (por exemplo, "a cultura é favorável…"), se referiam a um ambiente adverso (por exemplo, …considera pouco aceitável…) as pontuações dadas pelos alunos de 1 a 7 foram transformadas para valores de 7 a 1 (com 1 = 7, 2 = 6, 3 = 5 e assim sucessivamente até 7 = 1). Tal aconteceu em relação às respostas às questões 15C, 15E e 15H.

A coerência interna da de cada grupo de questões foi determinada através do Alfa de Cronbach (aceitável quando superior a 0.70) quantificado com as respostas de cada grupo e

ainda incluindo as respostas a perguntas incluídas num quarto grupo (o grupo 11 do questionário) que misturava questões relacionadas com estas quatro dimensões – Intenção Empreendedora, Atitude Empreendedora, Perceção da Norma Subjetiva e Auto-avaliação de capacidades – e que serviam como controlo da qualidade da avaliação de cada dimensão. Neste grupo, procedeu-se a uma transformação semelhante ao referido no grupo anterior, mas agora para a questões 11B, 11E, 11F, 11I, 11L, 11P e 11S.

Para testar nos estudantes de Letras o modelo de investigação, fundamentado na Teoria do Comportamento Planeado, desenvolveu-se um modelo de regressão logística que contemplou as variáveis que se encontram no Tabela 2.

Tabela 2: Variáveis recrutadas para o modelo de regressão logística destinado a testar a Teoria do Comportamento Planeado nos estudantes da amostra deste estudo.

Variável Dependente	Parâmetro a Considerar	Tipo de Variável
Intenção Empreendedora (relevância com base na assunção de que antecipa comportamentos empreendedores, desde que as perceções de obstáculos e capacidade de os superar correspondam à realidade)	Respostas à pergunta 17	Dicotómica

Variáveis Independentes	Parâmetro a Considerar	Tipo de Variável
Atitude Empreendedora (assumindo que a Intenção Empreendedora é igual ao somatório das atitudes Empreendedoras, da Perceção das Normas subjetivas favoráveis ao Empreendedorismo e da perceção das capacidades do próprio quanto a qualidades empreendedoras e possibilidade de ultrapassar os aspetos negativos das normas subjetivas)	Respostas às perguntas do Grupo 14, a partir das quais é calculado um Índice igual ao somatório das respostas a dividir pelo número de perguntas respondidas	Numérica
Perceção da Norma Subjetiva (idem)	Respostas às perguntas do Grupo 15, a partir das quais é calculado um Índice igual	Numérica

	ao somatório das respostas a dividir pelo número de perguntas respondidas (sendo transformadas as questões sobre aspetos negativos)	
Auto-avaliação de capacidades (idem)	Respostas às perguntas do Grupo 16, a partir das quais é calculado um Índice igual ao somatório das respostas a dividir pelo número de perguntas respondidas	Numérica

Outras Variáveis de Controlo	Parâmetro a Considerar	Tipo de Variável
Género	Reposta à pergunta 23	Dicotómica
Idade (categorizada em dois grupos etários)	Respostas à pergunta 22, com *cut-off* entre os 22 e os 23 anos	Dicotómica
Experiência Profissional Prévia	Respostas à pergunta 4.A	Dicotómica
Experiência de trabalho por conta própria ou como empresário	Respostas à pergunta 5.A	Dicotómica
Formação em Empreendedorismo	Respostas à pergunta 7.A	Dicotómica

VI. Resultados

VI.1 Caraterização da amostra

Foram recolhidos 226 questionários, sendo 43.7% de estudantes do género masculino e 56.% do género feminino, com idade igual a 20.6 ± 3.5 anos (média ± dp, mediana igual a 20), sendo 86.7% com idade inferior a 23 anos e 13.3 com idade igual ou superior a 23 anos (Gráfico 1). Destes, 56.6% eram alunos finalistas das suas licenciaturas e 30 (13.3%) tinham nascido em países estrangeiros, incluindo-se aqui os estudantes de programa Erasmus.

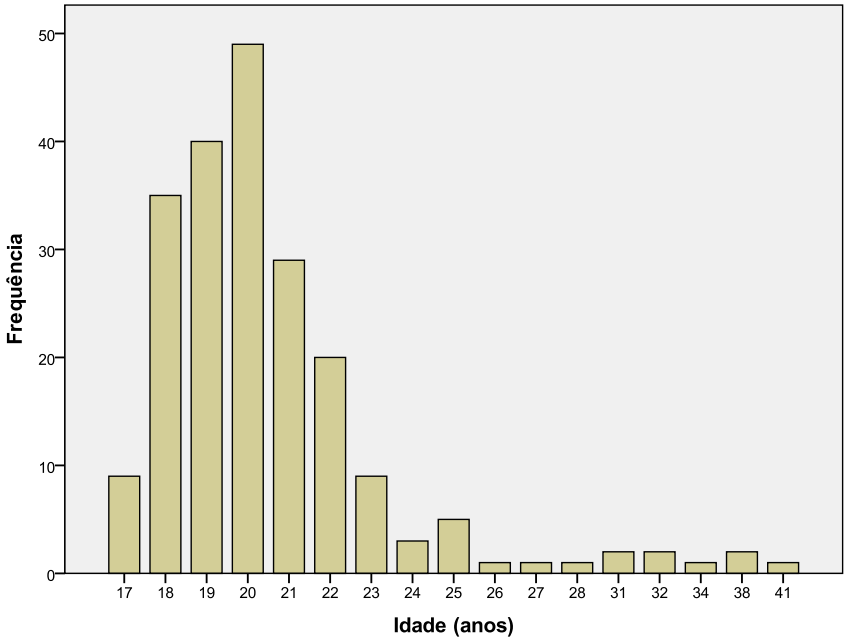


Figura 2: Distribuição gráfica das idades dos alunos que responderam ao questionário.

A escolaridade e a ocupação dos pais encontram-se nas tabelas 2 e 3, onde se pode observar uma distribuição relativamente equitativa pelas diversas categorias daquelas duas variáveis, com as mães, quando comparadas com os pais, apresentando um maior nível de escolaridade e uma maior percentagem como funcionárias públicas e desempregadas, e os pais (do sexo masculino)como empresários e trabalhadores independentes.

Os rendimentos do agregado familiar encontram-se na Tabela 4, onde se pode observar que a maior percentagem se encontrava nos rendimentos entre 1000 e 2000 euros mensais, logo seguido do grupo dos rendimentos entre 500 e 1000 euros.

Tabelas 3 a 5 - Formação e ocupação dos pais e rendimentos do agregado familiar.

Formação	**Pai**	**Mãe**
	(percentagem)	
1º ciclo	11,4%	9,9%
2º ciclo	13,9%	12,4%
3º ciclo	19,9%	17,3%
Ensino Secundário	28,4%	28,7%
Ensino Superior	22,4%	28,7%
Outra	4,0%	3,0%

Ocupação	**Pai**	**Mãe**
	(percentagem)	
Empregado do setor privado	30,5%	25,1%
Funcionário Público	26,5%	33,5%
Empresário/Independente	23,0%	11,3%
Reformado	5,0%	7,4%
Desempregado	8,0%	14,8%
Outra	7,0%	7,9%

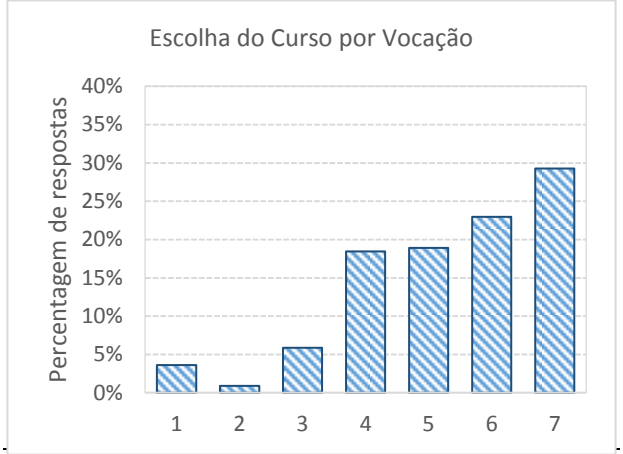
Rendimento Mensal	(percentagem)
Até 500 euros	10,0%
500 a 1000 euros	28,9%
1000 a 2000 euros	33,8%
2000 a 4000 euros	16,9%
4000 a 7000 euros	5,5%
7000 a 1000 euros	2,5%
Mais de 1000 euros	2,5%

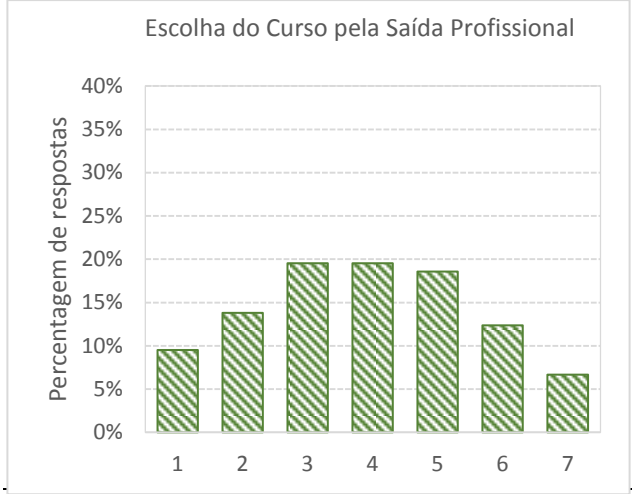
Relativamente ao curso, 27.9% dos alunos inquiridos frequentavam cursos de Línguas Modernas, incluindo-se aqui a Licenciatura em Português, 18.7% cursos clássicos de Letras, que poderíamos considerar como não diretamente profissionalizantes, como a Filosofia, a História e os Estudos Clássicos, 22.1% cursos com um certo componente técnico, como a Geografia ou a Arqueologia, e 22.1% Jornalismo ou CIAB (Ciência da Informação, Arquivística e Biblioteconómica). Os restantes 9.3% eram dos restantes cursos da FLUC, de licenciaturas que decorrem em colaboração com a FLUC, ou estudantes estrangeiros cujos cursos diferiram de algum modo da nomenclatura e organização desta Faculdade.

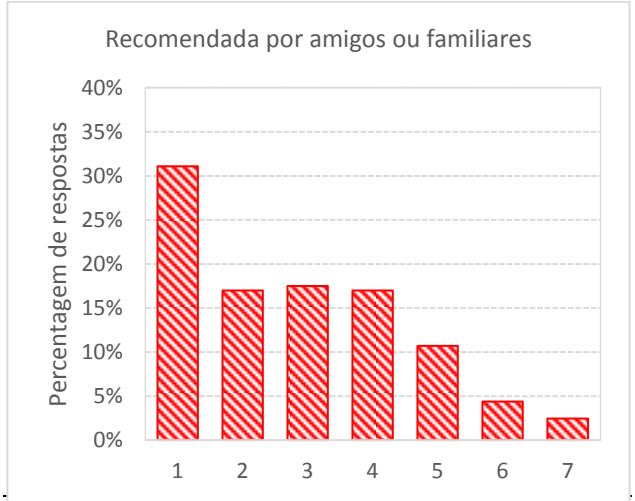
Tabela 6 – Cursos frequentados pelos estudantes que responderam ao inquérito.

Curso	N	%
Português	44	19.5%
Línguas Modernas	19	8.4%
Estudos Clássicos	4	1.8%
Filosofia	13	5.8%
História	25	11.1%
Geografia	34	15.0%
Geografia e História	6	2.7%
Arqueologia	10	4.4%
Jornalismo	41	18.1%
Ciências da Informação Arq. e Bibl.	9	4.0%
Outros	21	9.3%

Questionados sobre a escolha do Curso, nota-se que há uma grande tendência para considerar a vocação como o fator primordial, sendo intermédia a escolha pela saída profissional e muito reduzida a escolha por recomendação de familiares e amigos. De 1 a 7, pontuam 6 ou 7 nestas três questões, respetivamente, 52.3% (IC: 45.7-58.7%) por vocação, 19.0% (14.3-24.9%) pela saída profissional e 6.8% (IC: 4.1-11.1%) por recomendação de terceiros (Gráficos 2 a 4).







Figuras 3 a 5 - Razões que levaram a escolher o curso, pontuados de 1 (nada importante) a 7 (muito importante).

VI.2 Intenções Empreendedoras

Quanto ao futuro profissional, *as preferências e os níveis de atracão* foram avaliadas em dois âmbitos: perguntas sobre "O que gostaria de fazer imediatamente depois de terminar o seu curso?" (grupo 12) e perguntas para indicar "o nível de atracão" por determinadas opções profissionais "no médio e longo prazo".

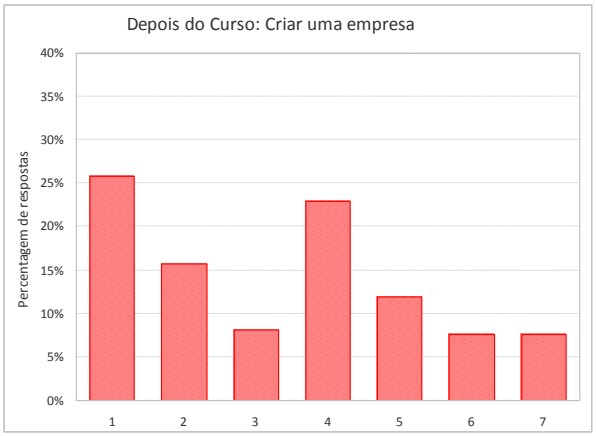
Após o Curso, a opção mais pontuada pelos estudantes de Letras foi continuar a estudar (5.3 ± 1.8) e a menos pontuada criar uma empresa (3.3 ± 1.9), sendo intermédia a opção de trabalhar como empregado (4.6 ± 1.9) – Gráficos 5 a 7.

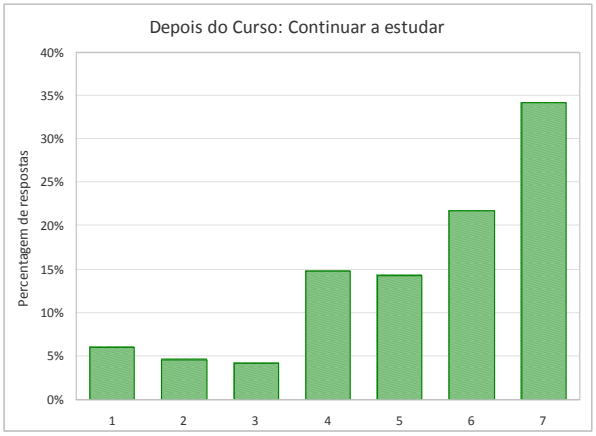
No médio e longo prazo, o nível de atracão por ser profissional assalariado (5.1 ± 1.6) não foi diferente do de ser profissional independente (5.0 ± 1.6), mas estes eram superiores ao de ser empresário (3.9 ± 1.9) – Gráficos 8 a 10.

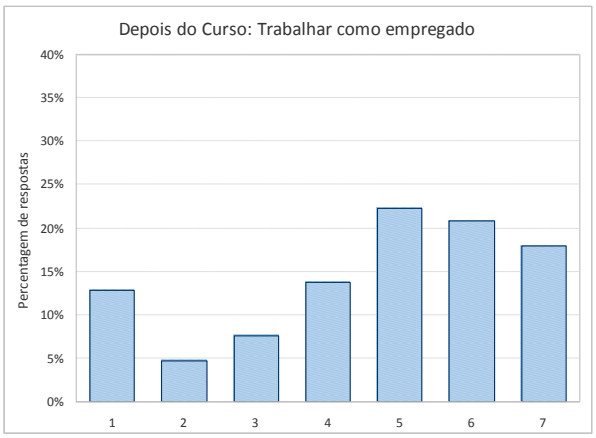
Especificamente quanto às intenções empreendedoras numa forma afirmativa (do tipo "vou fazer" ou "tenho intenção"), estas foram avaliadas numa pergunta específica isolada e num conjunto de questões intercaladas com outras de objetivo diferente.

À pergunta "Alguma vez considerou seriamente a possibilidade de se tornar empresário?", 39.8% respondeu Sim (IC: 33.7-46.3%), 56.6% respondeu Não (IC: 50.1-62.0%) e 3.5% não respondeu (IC: 1.8-3.7%).

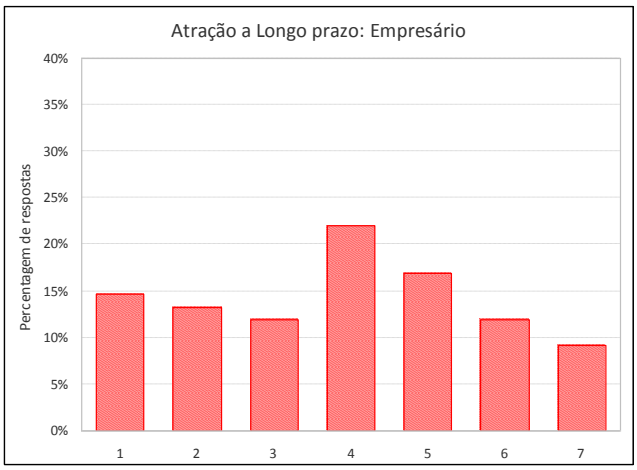
Solicitado de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente) a manifestar o seu grau de concordância com um conjunto de afirmações, apenas 6.4% (IC: 3.8-10,4%) assinalou 6 ou 7 à afirmação "Estou disposto a fazer qualquer coisa para ser empresário (gráfico 11), 12.6% (IC: 9.0-17.8%) à afirmação "Vou esforçar-me para criar e dirigir a minha própria empresa" (gráfico 12), 10.0% (IC: 6.7-14.7%) à afirmação "Estou decidido a criar uma empresa no futuro" (gráfico 13) e 6.9% (IC: 4.2-10.9%) à afirmação "O meu objetivo profissional é vir a ser empresário" (gráfico 14). Confrontados com uma afirmação semelhante, mas negativa, "Tenho muito poucas intenções de ser empresário" 28.2% (IC: 2.7-34.5%) (gráfico 15), os inquiridos assinalaram as respostas 1 ou 2. O Alfa de Cronbach de 0.81 para o conjunto das cinco questões, valor que aumentaria para 0.87 se apenas fossem avaliadas as quatro primeiras.

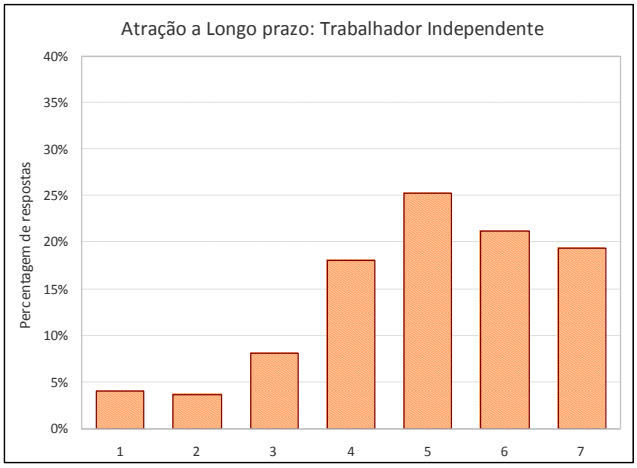


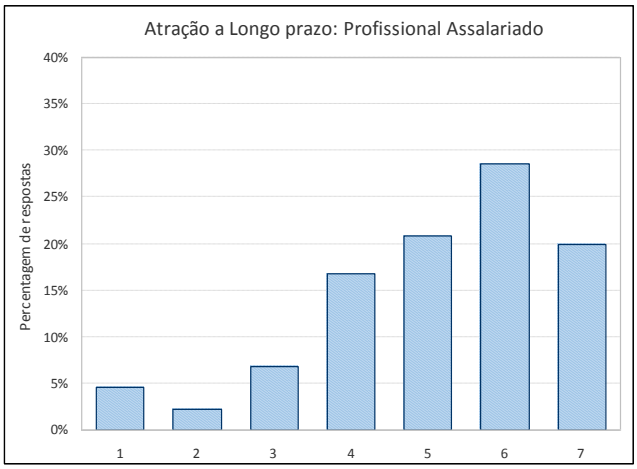




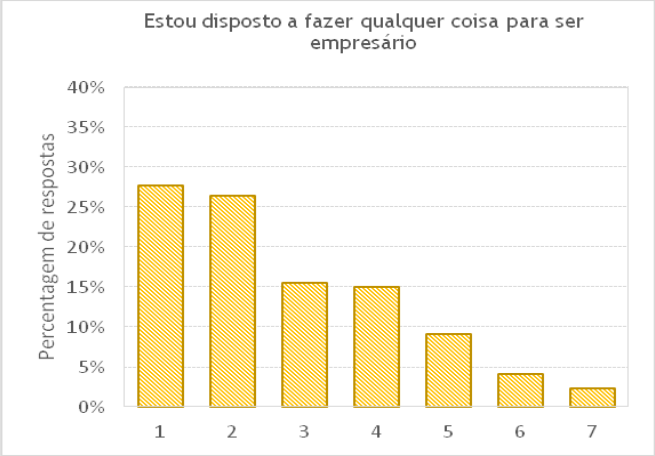
Figuras 6 a 8: De 1 (preferência mínima) a 7 (preferência máxima), preferência dos estudantes para o que "gostaria de fazer depois de terminar o curso".

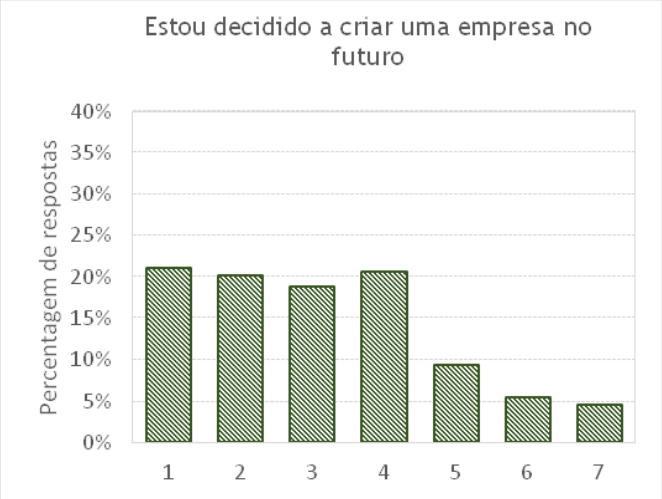






Figuras 9 a 11: De 1 (atração mínima) a 7 (atração máxima), nível de atração por cada uma das opções profissionais, no médio e longo prazo.





Figuras 12 a 14: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com afirmações que manifestam intenções empreendedoras.

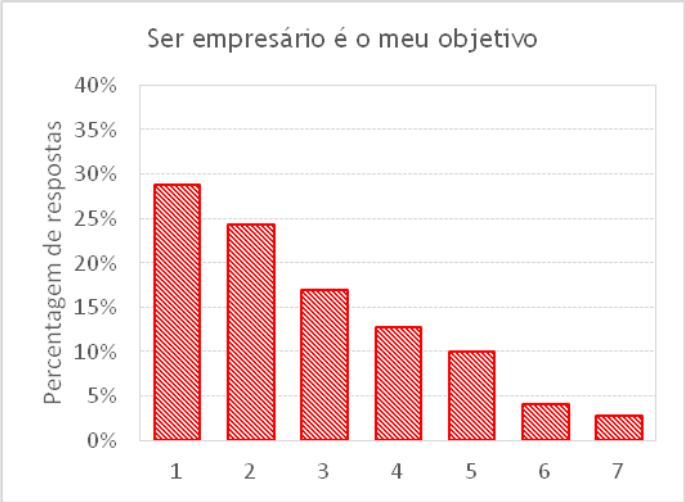


Figura 15: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com uma afirmação que manifesta intenção empreendedora.

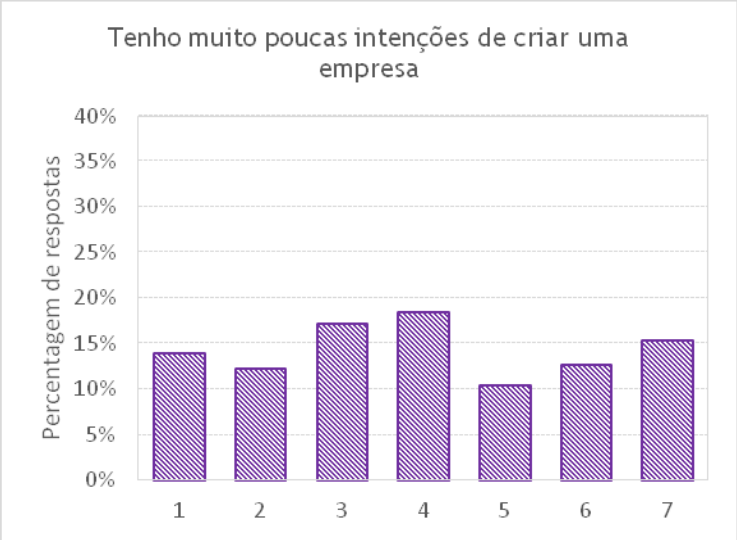


Figura 16: De 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente), distribuição da concordância com uma afirmação que manifesta reduzida intenção empreendedora (trata-se assim de uma questão colocada pela negativa).

VI.3 Atitudes Empreendedoras

As atitudes empreendedoras foram avaliadas num grupo de questões através de uma redação na forma condicional (do tipo "gostaria de ser" ou dar-me-ia satisfação), de forma a avaliar uma predisposição cuja realização efetiva dependa de outros fatores.

Solicitado de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente) a manifestar o seu grau de concordância com um conjunto de afirmações (ver tabela 6), 14.3% (IC: 10.3-19.6%) assinalou 6 ou 7 à afirmação "Ser empresário/a trar-me-ia mais vantagens do que desvantagens" (Questão 14A), 12.4% (IC: 8.7-17.5%) à afirmação "A carreira de empresário/a atrai-me bastante" (questão 14B), 21.1% (IC: 16.2-27.0%) à afirmação "Se eu tivesse a oportunidade e recursos gostaria de começar um negócio" (questão 14C), 14.4% (IC: 10.4-19.7%) à afirmação "Ser empresário/a seria para mim uma grande satisfação" (questão 14D) e 11.1% (IC: 7.5-15.9%) à afirmação "Entre várias opções, preferia ser empresário/a" (questão 14E)

O Alfa de Cronbach para o conjunto das cinco questões é de 0.93. A distribuição das respostas pode ser vista na tabela seguinte:

Tabela 7: De 1 (total desacordo) a 7 (acordo integral), distribuição da concordância com atitudes favoráveis ao empreendedorismo.

Pontuação	14A	14B	14C	14D	14E
1	9%	18%	12%	16%	20%
2	11%	18%	12%	18%	20%
3	19%	20%	15%	18%	17%
4	32%	21%	24%	20%	24%
5	14%	10%	15%	14%	9%
6	7%	7%	11%	9%	7%
7	7%	5%	10%	5%	4%

VI.4. Norma subjetiva: valorização social do empresário

Nas afirmações que correspondem a uma valorização social do empresário (grupo de questões 15, do questionário), a concordância dos estudantes é globalmente modesta, com um número significativamente maior a pontuar abaixo de 4, quando comparado com os que pontuam acima de 4 (Tabela 7). Contudo, pontuações semelhantes são atribuídas às afirmações que pretendem desvalorizar o papel social do empresário (tabela 8), com exceção para a afirmação 15H – "No meu país é comum pensar-se que os empresários aproveitam-se dos outros" – que é pontuada pela maioria com mais de 4.

Na sua globalidade, o grupo de oito questões tem um Alfa de Cronbach baixo (0.45), mas as cinco questões que valorizam o papel do empresário apresentam boa consistência interna, com um valor de 0.83.

Tabela 8: Distribuição da concordância com afirmações que valorizam socialmente o empresário.

Pontuação	15A	15B	15D	15F	15G
1	23,9%	15,8%	22,1%	7,2%	19,0%
2	14,4%	19,0%	17,6%	13,1%	19,0%
3	20,7%	20,8%	22,5%	21,2%	22,6%
4	22,5%	22,2%	20,3%	28,8%	21,7%
5	12,6%	12,7%	10,4%	18,5%	10,9%
6	3,6%	5,0%	5,0%	7,7%	4,1%
7	2,3%	4,5%	2,3%	3,6%	2,7%

Tabela 9: Distribuição da concordância com afirmações que tendem a desvalorizar ou valorizar negativamente a imagem social do empresário.

Pontuação	15C	15E	15H
1	11,3%	18,2%	5,9%
2	12,6%	20,9%	7,2%
3	23,0%	19,5%	9,5%
4	26,6%	26,8%	25,3%
5	14,0%	9,5%	23,5%
6	6,8%	4,5%	17,2%
7	5,9%	0,5%	11,3%

VI.5. Auto-avaliação das capacidades Empreendedoras

Na generalidade, os estudantes reconhecem capacidades empreendedoras em si próprios. No grupo de questões 16 do questionário, destinado a avaliar especificamente este aspeto, a maioria pontua acima do valor médio, ou seja, mais de 50% responde a estas questões com 5, 6 ou 7, exceção para a capacidade de "Reconhecimentos de oportunidades" (questão 16A), em que apenas 47.5% indica aquelas pontuações (IC: 41.0-54.1%). Nas restantes, o máximo é atingido nos itens 16.B ("Criatividade") e 16.D ("Liderança e capacidade de comunicação"), onde 65.9% dos estudantes% (IC: 59.4-71.9%) respondem a ambas as questões pontuando com mais de 4.

O grupo de questões demonstra ter boa consistência interna, com um Alfa de Cronbach de 0.89 para o conjunto das seis questões.

Tabela 10: Distribuição da concordância com o auto-reconhecimento de capacidades e atributos consideradas como vantajosas para ser Empresário.

Pontuação	16 A	16B	16C	16D	16E	16F
1	4,0%	0,9%	0,9%	1,3%	1,4%	1,4%
2	4,9%	4,0%	2,7%	4,5%	10,8%	6,3%
3	17,9%	9,9%	9,5%	10,3%	13,1%	11,7%
4	25,4%	19,3%	22,1%	17,9%	24,3%	20,3%
5	21,0%	25,6%	31,5%	23,3%	22,5%	22,1%
6	17,0%	21,1%	21,6%	28,3%	18,9%	25,7%
7	9,8%	19,3%	11,7%	14,3%	9,0%	12,6%

VI.6 Formação em empreendedorismo, experiência profissional e conhecimento do processo empreendedor

No que respeita a "participação em Curso ou Cadeira que possa ser considerada como *Educação para o Empreendedorismo*", apenas 9.3% (IC: 6.2-13.8%) responderam afirmativamente. Contudo, importa salientar que, olhando para os dados individuais, fica a impressão que muitas destas respostas afirmativas se referem apenas a contactos laterais no quadro de cadeiras ou cursos cujo tema central se encontrava distante do

empreendedorismo e da criação de empresas. Independentemente disso e do facto das respostas serem poucas (21 em números absolutos) uma maioria dos respondentes aponta de 1 a 7 um nível de concordância superior a 4 para a importância desta formação para o conhecimento sobre o meio empresarial (52.4% de respostas 5, 6 ou 7), um maior conhecimento da figura do empreendedor (52.4%), a preferência para ser empreendedor (52.4%), as capacidades necessárias para ser empreendedor (57,1%) e a intenção de ser empreendedor (57,1%).

Quanto questionados sobre a capacidade da formação em Empreendedorismo desenvolver determinados aspetos, uma maioria dos respondentes aponta um nível de concordância superior a 4 para o conhecimento sobre o meio empresarial (73.5% de respostas 5, 6 ou 7), um maior conhecimento da figura do empreendedor (53.2%), a preferência para ser empreendedor (58.9%), as capacidades necessárias para ser empreendedor (65.6%) e a intenção de ser empreendedor (61.3%).

Quanto a *experiência profissional*, 35.0% (IC: 29.0-41.4%) dos estudantes tinham-na já à data em que responderam ao questionário, sendo que 13.7% (IC: 9.8-18.8%) do número total de respostas tinham tido pessoas sob sua responsabilidade no trabalho e 7.1% (IC: 4.4-11.2%) sido trabalhadores por conta própria ou empresários. Como seria normal para a idade dos alunos, a experiência profissional geralmente não é longa (mais de metade apresenta 2 ou menos anos, mediana igual a 2) e na grande maioria tratava-se de trabalho na restauração, em lojas, supermercados ou atendimento em *call-centers*.

Quanto a *conhecimento* pessoal de empresários, 63.3% (IC: 56.8-69.3%) referiram conhecer alguém, 54.0% (IC: 47.9-60.8%) conhecendo pelo menos um familiar, 44.2% (37.9-50.8%) um amigo, 18.6% (IC: 14.1-24.2%) o dono da empresa onde trabalha ou trabalhou e 14.6% (IC: 10.6-19.8%) outros empresários que não por estas relações. De 1 (nada) a 7 (completamente) a tendência é para a concordância com essas pessoas que conhecem pessoalmente serem "bons empresários" (71.9% de respostas 5, 6 ou 7 para aqueles que são familiares, 62.0% para os amigos, e 54.8% para os donos das empresas onde trabalham ou trabalharam).

Já quanto "grau de conhecimento acerca de associações, organismos e medidas de apoio à atividade empresarial" a tendência é para, desde 1 (desconhecimento absoluto) a 7 (conhecimento total), os respondentes darem pontuações baixas, particularmente quanto a Associações (79.0% de respostas 1, 2 ou 3), Organismos (70.3%) e Centros ou incubadoras de empresas (70.2%), diminuindo um pouco estas percentagens para "Medidas de formação específica para jovens empresários/as" (65.1%), "Empréstimos em condições especialmente favoráveis" (60.7%) e "Apoio técnico para iniciar o negócio" (66.2%).

VI.7 Diferenças entre os Cursos de Letras

Para permitir a aplicação dos testes estatísticos para o tamanho da amostra deste estudo, os Cursos foram reunidos em quatro grandes grupos: Grupo I, com Português e Línguas Modernas, Grupo II com Filosofia, História e Estudos Clássicos, Grupo III, com Geografia e Arqueologia, e Grupo IV, com Jornalismo e Ciência da Comunicação, Arquivística e Biblioeconómica. Encontraram-se algumas diferenças entre os grupos quanto à idade (respetivamente 21.7 $\pm$ 4.4 anos, 21.9 $\pm$ 4.3, 19.6 $\pm$ 1.8 e 19.1 $\pm$ 1.7, p=0.00002) e quanto ao género (relação masculino/feminino, respetivamente de 30,4/69.6%, 57,5/42.5%, 59,6/40.4% e 28,6/71,4%, p=0.001).

Os dados essenciais quanto à comparação entre os diversos cursos encontram-se nas tabelas 11 e 12.

Encontraram-se diferenças estatisticamente significativas na incidência de experiência profissional prévia (Qui-quadrado, p=0.028). Quanto às razões da escolha do curso, observaram-se diferenças entre os grupos no que respeita à escolha pela saída profissional (ANOVA, p<0.00001), com os estudantes de Jornalismo e CIAB a apresentarem uma pontuação mais alta para esta razão, logo seguidos pelo grupo de Arqueologia e Geografia.

No que respeita ao que gostaria de fazer imediatamente depois de terminar o curso, as diferenças entre os grupos tiveram na ANOVA significado estatístico para "Trabalhar como Empregado" (Questão 12A, p=0.047) e "Criar uma Empresa" (Questão 12B, p=0.031), encontrando-se um valor de p=0.085 para a opção "Continuar a Estudar" (Questão 12C). Os alunos de Jornalismo e CIAB pontuam mais em "Trabalhar como Empregado", os de Geografia e Arqueologia em "Criar uma Empresa" e os dois primeiros grupos (Português, Línguas Modernas, Filosofia, História e Estudos Clássicos) para "Continuar a Estudar".

Também no que respeita à atração profissional no médio e longo prazo, há diferenças com significado estatístico na ANOVA para "Trabalho Assalariado" (Questão13A, p=0.005), e "Profissional Independente" (Questão 13B, p=0.007), com um valor de p=0.051 para a opção profissional "Empresário" (Questão 13C).

A mesma tendência se espelha também nas respostas à pergunta 17, com a percentagem de Sim à questão "alguma vez considerou seriamente a possibilidade de se tornar empresário? A ser bastante maior no grupo de Geografia e Arqueologia, mas o valor de p do Qui-quadrado referente à comparação entre os quatro grupos não é significativo (p=0.201).

Tabela 11: Diferença entre os Cursos (Grupo I = Português e Línguas Modernas, Grupo II = Filosofia, História e Estudos Clássicos, Grupo III = Geografia e Arqueologia, Grupo IV = Jornalismo e Ciência da Comunicação, Arquivística e Biblioeconómica), quanto às respostas às perguntas 4A (possui alguma experiência profissional?), 5A (Alguma vez trabalhou por conta própria?), 7A (contacto com Educação para o Empreendedorismo), 9A (Conhece pessoalmente um ou mais empresários?) e 17 (Alguma vez considerou seriamente a hipótese de se tornar empresário/a?). O valor de P corresponde ao teste do Qui-quadrado, quando preenchidas as condições da sua aplicabilidade.

Variável		**Grupo I** n=63	**Grupo II** n=42	**Grupo III** n=50	**Grupo IV** n=50	**Valor de P**
4A Experiência profissional	Sim	42,9%	47,6%	28,0%	22,4%	**p=0.028**
	Não	57,1%	52,4%	72,0%	77,6%	
5A Trabalho por conta própria	Sim	16,7%	11,4%	2,9%	2,6%	(a)
	Não	83,3%	88,6%	97,1%	97,4%	
7A Educação em empreendedorismo	Sim	9,5%	11,9%	8,2%	10,0%	p=0.947
	Não	90,5%	88,1%	91,8%	90,0%	
9AConhecimento de outros empresários	Sim	63,5%	69,0%	70,0%	76,0%	p=0.559
	Não	36,5%	31,0%	30,0%	24,0%	
17 Perspetiva de ser empresário	Sim	38,3%	34,1%	53,2%	34,7%	p=0.201
	Não	61,7%	65,9%	46,8%	65,3%	

(a): Na variável 5A, os valores observados nas diversas casas da tabela de contingência não cumpriram os critérios que permitissem a aplicação do teste do Qui-Quadrado.

Tabela 12: Diferença entre os Cursos (Grupo I = Português e Línguas Modernas, Grupo II = Filosofia, História e Estudos Clássicos, Grupo III = Geografia e Arqueologia, Grupo IV = Jornalismo e Ciência da Comunicação, Arquivística e Biblioeconómica), quanto às respostas a diversos grupos de perguntas (3 = razões que o/a levaram a escolher o curso, 12 = O que gostaria de fazer imediatamente depois de terminar o curso, 13 = Atração por opções profissionais, no médio e longo prazo, 14 = Atitudes empreendedoras, 15 = Norma Subjetiva e 16 = Auto-avaliação de Capacidades Empreendedoras). O valor de P corresponde ao resultado da ANOVA.

Variável	**Grupo I** n=63	**Grupo II** n=42	**Grupo III** n=50	**Grupo IV** n=50	**Valor de P**
3.A - Vocação	5.4 ± 1.8	5.5 + 1.5	5.1 + 1.5	5.3 + 1.4	0.696
3.B - Saída	3.8 ± 1.6	2.6 + 1.3	4.2 + 1.6	4.9 + 1.5	**<0.00001**
3.C - Recomendação	3.0 ± 1.9	2.3 + 1.5	3.1 + 1.8	3.0 + 1.5	0.132
12.A - Empregado	4.6 ± 2.0	3.7 + 2.1	4.6 + 1.8	**5.2** + 1.7	**0.047**
12.B – Criar empresa	3.0 ± 1.8	3.4 + 2.0	**4.2** + 1.8	3.0 + 2.0	**0.031**
12.C - Estudar	5.6 ± 1.7	5.6 + 1.9	4.8 + 1.8	5.2 + 1.7	0.085
13.A - Assalariado	**5.4**± 1.5	4.7 +1.8	5.0 + 1.5	5.2 + 1.7	**0.005**
13.B - Independente	5.0 ± 1.7	5.1 + 1.5	**4.8** + 1.6	5.1 + 1.7	**0.007**
13.C - Empresário	3.5 ± 1.9	3.6 + 2.0	**4.6** + 1.6	3.8 + 1.8	0.051
Grupo 14- Atitude Empreendedora	3.4 ± 1.6	3.4 + 1.5	4.1 + 1.5	3.3 + 1.4	0.236
Grupo 15 – Norma subjetiva	3.8 ± 0.9	3.5 + 0.7	3.8 + 0.7	3.4 + 0.9	0.680
Grupo 16 – Capacidade Empreendedora	4.8 ± 1.2	4.5 + 1.4	4.8 + 1.2	**5.2** + 1.0	**0.012**

VI.8 Modelo do Comportamento Planeado

Uma primeira regressão logística foi realizada para determinar os efeitos da Atitude Empreendedora, da Norma Subjetiva e da Auto-avaliação das Capacidades Empreendedoras sobre a probabilidade dos estudantes terem IntençõesEmpreendedoras.

O modelo (ver tabela 14) foi estatisticamente significativo, com Qui quadrado=32.668, p<0,000001. O modelo explicou 33.2% (Nagelkerke R^2) da variação nas intenções empreendedoras e classificou corretamente 70.2% dos casos. Neste modelo, os estudantes com mais Atitudes Empreendedoras são 1.964 vezes (IC: 1.491-2.586) mais propensos a ter Intenções Empreendedoras.

Quanto à apreciação favorável da *Norma Subjetiva* e à Autoavaliação favorável das *Capacidades Empreendedoras*, encontrou-se em ambas uma tendência para uma influência positiva nas *Atitudes Empreendedoras*, mas os valores de p são superiores a 0.05 e os intervalos de confiança cruzam o 1, encontrando-se respetivamente, as seguintes relações 1.503 vezes (IC: 0.950-2.379) mais intenção empreendedora para a apreciação favorável da Norma Subjetiva e 1.170 vezes (IC: 0.848-1.615) para a Autoavaliação favorável das capacidades Empreendedoras.

Em consonância com este achado, se forem comparados os valores médios das respostas encontradas no grupo que responde "Sim" à pergunta 17 ("Alguma vez considerou seriamente a hipótese de se tornar empresário"), com as respostas do grupo que responde "Não" (tabela 13), verifica-se que é ao nível das *Atitudes Empreendedoras* que se regista a maior diferença, ou seja, o grupo de alunos que já considerou seriamente a hipótese de ser empresário evidencia atitudes empreendedoras muito superiores.

Tabela 13: Pontuação média atribuída pelos estudantes às questões dos grupos 14 (Atitudes Empreendedoras), 15 (Apreciação da Norma Subjetiva) e 16 (Auto-avaliação de Capacidades), consoante a sua resposta foi Sim ou Não à pergunta 17 (alguma vez considerou seriamente a hipótese de se tornar empresário/a?).

Resposta à pergunta 17	Sim	Não	P (t-test)
Atitudes Empreendedoras	4.44 ± 1.43	2.93 ± 1.27	P<0.000001
Apreciação da Norma Subjetiva	3.97 ± 0.91	3.43 ± 0.68	p=0.000005
Auto-avaliação de Capacidades	5.12 ± 0.91	4.57 ± 1.24	p=0.000048

Tabela 14: Resultados da Análise fatorial desenhada englobando apenas os fatores essenciais que, de acordo com as teorias de Ajzen, influenciam a intenção empreendedora.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	230,896[a]	,246	**,332**

Classification Table[a]

			Predicted		
			17		Percentage
	Observed		0	1	Correct
Step 1	17	0	102	24	81,0
		1	40	49	55,1
	Overall Percentage				**70,2**

Variables in the Equation

								95% C.I.for EXP(B)	
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	Lower	Upper
Step 1[a]	Atitude	,675	,140	23,078	1	**,000**	**1,964**	1,491	2,586
	Norma	,408	,234	3,030	1	,082	1,503	,950	2,379
	Auto-avaliação	,157	,164	,910	1	,340	1,170	,848	1,615
	Constant	-5,089	1,084	22,024	1	,000	,006		

Seguidamente, ao modelo anterior foram adicionadas cinco variáveis que se sabe ou existe algum fundamento no sentido de também terem peso na Intenção Empreendedora – o *género* e o *grupo etário* (maiores de 23 anos ou não), o facto de se ter tido *experiência profissional* prévia, o facto de se ter *trabalhado antes por conta própria ou como Empresário*, e o contacto com *ações ou cursos de promoção do Empreendedorismo* (todas estas variáveis de forma dicotómica).

Nesta segunda regressão logística (tabela 15), o modelo também foi estatisticamente significativo, com Qui quadrado=33.264, p<0.000001. O modelo explicou 39.0% (Nagelkerke R^2) da variação nas intenções empreendedoras e classificou corretamente 74.2% dos casos. Neste novo cálculo, os estudantes com mais Atitudes Empreendedora são 1.997 vezes (IC: 1.424-2.799) mais propensos a ter Intenções Empreendedoras e os com contacto prévio com a Educação para o Empreendedorismo 5.209 vezes (IC: 1.012-26.824).

Também neste modelo de regressão logística, sem significado estatístico e Intervalos de Confiança cruzando o 1, observaram-se tendências para que a Intenção Empreendedora seja aumentada 1.357 vezes (IC: 0.782-2.354) por uma apreciação favorável da *Norma Subjetiva*, 2.173 vezes (IC: 0.904-5.221) pelo facto de se ter *experiência profissional prévia*, 2.021 vezes (IC: 0.435-9.386) e por se ter *trabalhado por conta própria ou como empresário*, não se podendo inferir dos dados deste estudo qualquer influência do género - relação de1.118 (IC: 0.504 – 2.479).

Se forem elaboradas as diversas tabelas de contingência cruzando os dois grupos definidos consoante respondem "Sim" ou "Não" à pergunta 17 ("Alguma vez considerou seriamente a hipótese de se tornar empresário"), com os fatores que foram agora adicionados, observamos também algumas diferenças significativas (tabela 16), mas não ao nível do género e do grupo etário.

Tabela 15: Resultados da Análise fatorial elaborada englobando não apenas os fatores essenciais que, de acordo com as teorias de Ajzen, influenciam a intenção empreendedora, mas também os fatores género, grupo etário, experiência profissional prévia, trabalho prévio pró conta própria ou como empresário e contacto prévio com Educação para o Empreendedorismo

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	154,481[a]	,291	**0,390**

Classification Table[a]

Observed			Predicted		
			V17		Percentage Correct
			0	1	
Step 1	V17	0	69	17	80,2
		1	22	43	66,2
	Overall Percentage				**74,2**

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B) Lower	Upper
Step 1[a]	Atitude	,691	,172	16,083	1	**0,00006**	**1,997**	**1,424**	**2,799**
	Norma	,305	,281	1,179	1	0,278	1,357	0,782	2,354
	Auto-avali.	-,010	,205	,002	1	0,961	0,990	0,662	1,480
	Género	-,112	,406	,076	1	0,783	0,894	0,403	1,983
	Gr. Etário	,841	,658	1,635	1	0,201	2,319	0,639	8,420
	Trabalho	-,776	,447	3,009	1	0,083	0,460	0,192	1,106
	Empresário	-,703	,784	,806	1	0,369	0,495	0,107	2,299
	Educação	-1,650	,836	3,896	1	**0,048**	**0,192**	**0,037**	**0,988**
	Constant	-2,054	1,655	1,541	1	0,214	0,128		

Tabela 16: Resposta à pergunta 17 (Alguma vez considerou seriamente a hipótese de se tornar empresário/a?) consoante a Experiência Profissional Prévia, ter trabalhado por conta própria, ter tido contacto com Formação para o Empreendedorismo, o Género e o Grupo Etário.

Resposta à pergunta 17	**Sim**	**Não**	**P (χ^2)**
Género			
Masculino	48.4%	51.6%	p=0.062
Feminino	36.8%	63.2%	
Grupo Etário			
Menos de 23 anos	40.4%	59.6%	p=0.290
Maiores de 23	48.1%	51.9%	
Experiência Profissional Prévia			
Sim	50.7%	49.3%	**p=0.032**
Não	36.6%	63.4%	
Trabalho prévio por conta própria			
Sim	75.0%	25.0%	**p=0.007**
Não	39.7%	60.3%	
Formação para o Empreendedorismo			
Sim	65.0%	35.0%	**p=0.021**
Não	38.6%	61.4%	

VII. Discussão dos Resultados

Em relação à Hipótese 1 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelas Atitudes dos alunos face ao Empreendedorismo?) a regressão logística observou que essa influência tem significado estatístico. Este achado está de acordo como o que é referido em praticamente toda a literatura sobre o assunto.

Em relação à Hipótese 2 (a Intenção Empreendedora é influenciada por Crenças e Perceções de Normas Subjetivas favoráveis ao Empreendedorismo?) a regressão logística mostrou uma tendência nesse sentido, mas o valor de p não é significativo e o intervalo de confiança para uma probabilidade de 95% cruza o 1 (limite inferior de 0.950 no primeiro modelo de regressão logística e 0.782 no segundo). Podemos colocar como possível explicação para esta ausência de significado estatístico a de que se deva apenas ao tamanho da amostra pois, caso exatamente os mesmos valores fossem registados numa amostra maior, a hipótese nula teria provavelmente sido rejeitada. Mas importa salientar que, neste ponto, outros autores tiveram achados semelhantes aos deste estudo, como é o caso de Autio *et al.* (2001) e do próprio Ajden (1991), o que pode estar relacionado com o referido por Kent (1991) que, argumentando a favor da educação para o empreendedorismo, ressalta que inicialmente e antes da formação, a opinião dos estudantes sobre o empresário não é globalmente boa – e a maioria dos nossos questionários referiam-se a alunos sem qualquer contacto com um ensino organizado nesta área.

Em relação à Hipótese 3 (a Intenção Empreendedora é influenciada por Crenças e Perceções das capacidades e atributos do próprio para o Empreendedorismo?) os dados deste estudo não permitem rejeitar a hipótese nula. Isto acontece provavelmente porque os alunos de Letras têm de si próprios uma boa imagem quanto a diversas qualidades que são simultaneamente expectáveis num aluno de Letras e úteis para o empreendedorismo, mas depois a perceção dessas capacidades será entendida como proveitosa para outros usos que não a criação de empresas, pois tratam-se de qualidades necessárias para criar e gerir uma empresa mas também essenciais para algumas profissões cuja formação se faz nas Faculdades de Letras. Como exemplo, podemos salientar que um aluno de jornalismo, se efetivamente quer ser um dia ser jornalista, tem que se ver como alguém com iniciativa e como uma pessoa criativa (qualidades que no questionário deste estudo são apresentadas

como qualidades do empresário), mas normalmente o que ambiciona para depois de terminar o curso é ter um emprego como jornalista.

Em relação à Hipótese 4 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelo Género?) ao contrário do que foi observado por Cohen (1996), Crant (1996) e Minitti e Nardone (2007), bem como em dissertações estudando alunos do Ensino Superior português, também os dados deste estudo não permitem rejeitar a hipótese nula. Provavelmente isso acontece porque uma Faculdade de Letras, enquanto local privilegiado de ligação à Cultura, deverá, comparativamente a outras áreas do Ensino Superior, ser particularmente aberta para a questão da igualdade de género e os seus alunos devem refletir isso mesmo.

Igualmente na Hipótese 5 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelo Grupo Etário - maiores ou menores de 23 anos?), Hipótese 6 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter tido experiência Profissional prévia?) e Hipótese 7 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter trabalhado antes por conta própria ou como Empresário?), a regressão logística não foi capaz de rejeitar as hipóteses nulas quanto à influência destes fatores na Intenção Empreendedora. Isto é contrário ao observado por Crant (1996), Koh (1995), Levesque e Minitti (2006), Cooper e Park (2008), Koh (1995), Steward et al. (2003) e Matthews e Moser (1996). Contudo, algumas diferenças observadas no nosso estudo que não obtiveram significado estatístico através da ferramenta que foi utilizada, poderão provavelmente ser um indício de que, com uma amostra mais numerosa, se poderia encontrar significado onde o nosso estudo não permitiu rejeitar a hipótese nula.

Já no que respeita à Hipótese 8 (a Intenção Empreendedora é influenciada pelo facto de se ter tido contacto prévio com Formação ou Promoção do Empreendedorismo?) a regressão logística encontrou um efeito deste fator, o que está de acordo com o que se encontra descrito por Anderson e Jack (2008), Athayde (2009) e Liñan et al. (2011a) que sugerem que os atributos que conduzem a comportamentos empreendedores podem ser influenciados de forma positiva através de programas de educação.

O nosso estudo englobou ainda a avaliação de algumas empresas na área das Letras, mas que, devido às limitações de espaço, virão a ser apresentadas noutro lado. Estes estudos de caso podem permitir que, através de uma avaliação qualitativa, se complemente o que foi observado através de avaliação quantitativa.

Também para publicação noutro lado ficaram elementos do nosso questionário em relação aos quais temos os dados recolhidos, mas que devido à elevada quantidade de informação processada, optámos por omitir neste relatório, por nos parecer de importância secundária em comparação ao que aqui é apresentado.

Da mesma forma, poder-se-á notar que quase não foram recolhidos questionários num ou noutro curso da Faculdade de Letras de Coimbra. Essa opção, tomada na recolha de dados e não no seu processamento, baseou-se em que alguns cursos - como é o caso, por exemplo, de "Estudos Europeus" – serem um pouco atípicos em relação ao que é normal considerar como "Letras" e tal facto poderia enviesar os resultados no que respeita à sua extrapolação para o conjunto do ensino das Letras em Portugal. Contudo, o montante de estudantes que frequentam estes cursos poderá recomendar que o traçar de um perfil completo daquela Faculdade passe por recolher também dados destes alunos.

O mesmo que estudámos ganhará também outra dimensão se novos estudos forem feitos no sentido de:

Primeiro: Englobar outras Faculdades de Letras, de forma a rejeitar a possibilidade de, pelas diferenças entre os seus alunos, as conclusões deste estudo e as suas implicações práticas não possam ser transpostas para os alunos de outra Faculdade.

Segundo: Comparando os alunos de Faculdades de Letras com os de outro tipo de Cursos (nomeadamente Ciências, Engenharia e Gestão, saber com mais rigor quais as especificidades dos alunos de Letras e como essas especificidades deverão ser tidas em conta no Ensino do Empreendedorismo.

Terceiro: Através de estudos envolvendo alunos de Faculdades de Letras estrangeiras, avaliar quanto outras culturas e outras formas de organização universitária poderão ou não influenciar os resultados de um estudo com características semelhantes ao que foi realizado na FLUC, ou seja, saber quanto os dados deste estudo são reprodutíveis e aplicáveis em medidas práticas noutras localizações geográficas.

.

VIII. Conclusões

Os estudantes de Artes e Letras mostram, no geral, um moderado grau de intenção Empreendedora, associado também a um moderado grau de atitudes empreendedoras, tendo uma perceção pouco favorável sobre a Norma Subjetiva sobre o empreendedorismo. Em sentido contrário, mostram-se bastante confiantes nas suas próprias qualidades para ser empresário, onde não será estranho a existência de perguntas sobre criatividade, as suas capacidades de comunicação, *etc*.

Desde as razões da escolha do Curso às expectativas quanto á saída profissional, em múltiplos parâmetros existem diferenças entre os alunos dos diversos tipos de Cursos que são ministrados nas Faculdades de Letras, recomendando que políticas de fomento e Ensino do Empreendedorismo tenham em conta as especificidades de cada área.

Em relação à aplicabilidade da Teoria do Comportamento Planeado confirma-se nesta população particular a influência nas Intenções Empreendedoras das Atitudes Empreendedoras e uma tendência para a influência da Norma Subjetiva. Embora a Auto-avaliação das suas Capacidades Empreendedoras seja favorável, este fator parece não ter qualquer peso nas Intenções Empreendedoras.

O contacto com ações que fomentam o Empreendedorismo aumenta a Intenção Empreendedora, tal como se encontra descrito anteriormente por outros.

Quanto ao género, embora outros estudos sugiram que o género masculino se associa a maiores Intenções Empreendedoras do que o feminino, isso parece não se aplicar nos estudantes de Letras. Também não se conseguiu no nosso estudo comprovar que a Intenção Empreendedora seja influenciada pelo grupo etário, pelo facto de se ter tido experiência profissional prévia ou por se ter trabalhado antes por conta própria ou como empresário.

BIBLIOGRAFIA

AJZEN, I (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*, pp. 11-39. Berlim: Springer.

AJZEN, I (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* vol. 50, pp. 179–211.

ALTHUSSER, L (1976). Idéologie et appareils idéologiques d'État- Notes pour une recherche. In: *Positions 1964-1975*, pp. 67-125. Paris: Les Éditions sociales.

ANDERSON, A; JACK, S (2008). Role typologies for enterprising education: the professional artisan? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 15, pp. 259-273.

ATHAYDE, R (2009a). *Briefing paper on ATE test*. London: Small Business Research Centre, Kingston University.

ATHAYDE, R (2009b). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, pp. 481-500.

AUTIO, E; KEELEY, RH; KLOFSTEN, M; PARKER, GGC; HAY, M (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, vol. 2, pp. 145-160.

BARON, RA (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing*, vol. 13, pp. 275-94.

BECKMAN, GD (2014). What Arts Entrepreneurship Isn't. *Journal of Arts Entrepreneurship Research*, vol. 1, pp. 3-17.

BIRD, B (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review, vol*. 13, pp. 442–454.

BRICW, J (2004). *The role of personality dimensions on the formation of entrepreneurial intentions*. USASBE Small Business Advancement National Center.Conway: University of Central Arkansas.

CANTILLON, R (2010). *An Essay on Economic Theory*. Auburn: M. Thornton.

CATALAN, JMF (2010). *Richard Cantillon: Founder of Political Economy*. Acesso a 29.04.2014 a http://mises.org/daily/4709#ref45

COHEN, L (1996). Managing the transition: Employment to self-employment. *Small Business and Enterprise Development*, vol. 3, pp. 13–22.

COOPER, SY; PARK, JS (2008). Theimpact of incubator organizations on opportunity recognition and technology innovation in new, entrepreneurial high-technology ventures. *International Small-Business Journal,* vol. 26, pp. 27-51.

CRANT, MJ (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. Journal of Small Business Management, vol. 34, pp. 42–49.

DE PABLO, I; ALFARO, F; RODRÍGUEZ, M; VALDÉS, E (2011). The Role of the University in the Promotion of the Entrepreneurial Culture Under the Triple Helix Model. In: Fulford H, eds: *Proceedings of the 6th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*. Aberdeen: Robert Gordon UniversityAcademic Publishing.

DOMINGUINHOS, P; SARDINHA, B; CARVALHO, L; RAMALHO, N ; PEREIRA, R (2005*). Assessing Entrepreneurial Education in Higher Education in Portugal. Fostering Entrepreneurship: The Role of Higher Education*, pp. 1-14.

DRUCKER, PF (2005). *Innovation and Entrepreneurship - Practice and Principles*. Pymble: HarperCollins Publishers Ltd.

EMERSON, J; TWERSKY, F (1996). *New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation. A Progress Report on the Planning and Start-up of Non-Profit Businesses*. San Francisco: Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund.

ESPI, MH; ARANA, G; SAIZARBITORIA, IH; GONZÁLEZ, A (2007). Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, n.14, pp. 83-110.

ESPÍRITU, R; SASTRE, MA (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, n. 17, pp. 95-116.

EUROPEAN COMMISSION (2010).*Monitoring industrial research: The 2010 EU Industrial R&D Investment Scoreboard.* Sevilha: Joint Research Centre / Institute for Prospective Technological Studies.

FERREIRA, JJ; RAPOSO, ML; RODRIGUES, RG; DINIS, A; DO PAÇO, A (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 19, pp. pp. 424-440.

FISHBEIN, M; AJZEN, I (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.

FUKUYAMA, F (2004). *State-Building: Governance and World Order in the 21st Century*. New York: Cornell University Press.

FUKUYAMA, F (2011). *The Origins of Political Order*. London: Profile Books,

GAGLIARDI, P; CZARNIAWSKA-JOERGES, B (2006). *Management Education and Humanities*. Cheltenham/ Northamptom: Edward Elgar Publishing.

GUERRERO, M; RIALP, J; URBANO, D (2008).The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model.*International Entrepreneurial Management Journal*, vol. 4, pp. 35–50.

HUGHES, A; KITSON, M; PROBERT, J (2011). *Hidden Connections: Knowledge exchange between the arts and humanities and the private, public and third sectors*. Swindon: Arts and Humanities Research Council & Cambridge: Centre for Business Research of the University of Cambridge.

HYNES, B; RICHARDSON (2007). Creating an entrepreneurial mindset: getting the process right for Information and Communication Technology students. In Lowry, G, Eds. *Information Systems and Technology Education: From the University to the Workplace*. Hershey: IGI Global.

JAÉN, I; LIÑÁN, F (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, vol. 34, pp. 939-960.

KATZ, J; GARTNER, W (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, vol. 13, pp. 429–441.

KENT, CA, eds. (1990). *Entrepreneurship Education: Current Developments, Future Directions*. New York: Quorum Books.

KOH, HC (1995). Factors associated with entrepreneurial inclination: an empirical study of business undergraduates in Hong Kong. *Journal of Small Business Entrepreneurship*, vol. 12, pp. 29–41.

KRUEGER, NF; REILLY, MD; CARSRUD, AL (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*,vol. 15, pp. 411–432.

KÜTTIM, M; KALLASTE, M; VENESAAR, U; KIIS, A (2014).Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 110, pp. 658 – 668.

LEADBEATER, C (1997). *The rise of the social entrepreneur*. London: Demos.

LEVESQUE, M; MINNITI, M (2006).The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, vol. 21, pp. 177–194.

LIÑAN, F (2005). Development and validation of an Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ). *International Entrepreneuship 2005 Conference*: pp. 10-13.

LIÑAN, F; CHEN, Y-W (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 593-617.

LIÑAN, F; RODRIGUEZ-COHARD, JC; RUEDA-CANTUCHE, JM (2011a).Factors affecting Entrepreneurial Intention levels: a role for education. *International Entrepreneuship Management Journal,* vol. 7, pp. 195-218.

LIÑÁN, F; URBANO, D; GUERRERO, M (2011b).Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Regional Development*, vol. 23, pp. 187-215

MARQUES, MAM (2011). *Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e Gestão: uma comparação entre países* (dissertação). Porto: FEUP.

MATTHEWS, CH; MOSER, SB (1986). A longitudinal investigation on the impact of family background and gender on interest in small firm owernrship. *Journal of Small Business Management,* vol. 34, pp. 29-43.

McCLINE, RL; BHAT, S; BAJ, P (2000). Opportunity recognition: an exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 25, pp. 81-94.

MINITTI, M; NARDONE, C (2007). Being on someone else shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics,* vol. 28, pp. 223-238.

MINISTERE DU COMMERCE EXTERIEUR (2012). Vocabulaire de l'économie et des finances. In:*Termes, expressions et définitions publiés au Journal official* (novembre de 2012). Paris: Ministère de la Culture et de la Communication.

MORIANO, JA; GORGIEVSKI, M (2007). *Psychology of Entrepreneurship, Research and Education*. Madrid: UNED.

NAIA, AMP (2009). *Importância da Formação Inicial no Empreendedorismo- Estudo do percurso empreendedor de licenciados da FMH* (dissertação). Universidade de Lisboa: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação.

PACO, A; FERREIRA, J; RAPOSO, M; RODRIGUES, RG; DINIS, A (2011).Entrepreneurial Intention among Secondary Students: Findings from Portugal. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 13, pp. 92-106.

PANOZZO, F (2007). Management Education and Humanities. *Scandinavian Journal of Management*, vol. 24, pp. 70-2.

PIMPÃO, ABD (2011). *A Formação Superior em Empreendedorismo em Portugal: Mapeamento e Análise Comparativa*. Lisboa: ISCTE Business School.

PINHO, LMF (2011). *Intenção Empreendedora dos Estudantes no Ensino Superior Politécnico em Portugal* (dissertação). Santarém: IPG.

ROBINSON, PB; STIMPSON, DV; HUEFNER, JC; HUNT, HK (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, pp. 13-31.

SARKAR, S (2010). *Empreendedorismo e Inovação*, 2ª ed. Lisboa: Escola Editora.

SAY, J-B (1803). *A Treatise on Political Economy*. Philadelphia: Lippincott, Grambo & Co.

SCHUMPETER, J (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard: Harvard University Press.

SHAPERO, A (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, eds: *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, pp. 72–90.

SKUDIENE, V; AURUSKEVICIENE, V; PUNDZIENE, A (2010). Enhancing the Entrepreneurship Intentions of Undergraduate Business Students. *Transformations in Business & Economics*, vol. 7 (Suppl), pp. 448-460.

SMITH, A (1776). *The Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1904, 5th edition). London: Methuen & Co.

STAKE, RE (2005*). Multiple case study analysis*. NewYork: The Guildford Press.

STAKE, RE (2009).*A arte da investigação com estudos de caso*, 2ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

STARKEY, K; TEMPEST, S (2008), A clear sense of purpose: the evolving role of the business school.*Journal of Management Development*, vol. 27, pp. 3-13.

STEWART, WH; CARLAND, JJ; CARLAND, JW; WATSON, WE; SWEO, R (2003). Entrepreneurial disposition and goal orientation: A comparative exploration of United States and Russian Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, vol. 41, pp. 27–46.

TOLEDANO, N (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico. *Revista de Educación*, n.341, pp. 803-825.

UNIVERSIDADE DE COIMBRA (2010). *Universidade de Coimbra em números*: 2010. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

VÁZQUEZ-BURGETE, JL; LANERO, A; RAISIENE, AG; GARCÍA, MP (2012). Entrepreneurship en Education and Social Sciences; are students qualified to start a business? *Verslas: teorija ir praktika*, vol. 13, pp. 27–35.

VECIANA, JM (1999). Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, pp.11-36.

VECIANA, JM; APONTE, M; URBANO, D (2005). University Student´s Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 1, pp.165-182.

YIN, RK (2006). *Estudo de caso: planejamento e métodos*, 3ª ed. Tradução de Daniel Grassi de Applications of case study research: Design and methods, 3rd ed. (London: Sage Publications, 2003). Porto Alegre: Bookman.

ANEXO1 - Questionário utilizado nos trabalhos desta Dissertação

Baseado em EAIQ, versão 2.5 (Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche, 2011), EIQ, versão 3.1 (Liñán, 2008) e TPBQ (Jaén e Liñán, 2013).