



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

**A intenção empreendedora:
Nos alunos da Universidade da Beira Interior**

Rui Manuel Caetano Oliveira

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

Orientador: Prof. Doutora Ana Ussman

Covilhã, Junho de 2013

Agradecimentos

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Ana Ussman pela disponibilidade, apoio, conselhos e pela ajuda ao que me deu ao longo do ano, sem si este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos meus pais por me apoiarem, incentivarem e por me terem tornado naquilo que sou.

À minha namorada por me ter ajudado, incentivado e por fazer parte da minha vida.

Agradeço também a todas as pessoas que contribuíram, seja directa ou indirectamente para a realização deste trabalho.

Resumo

O empreendedorismo tem vindo a ser considerado como um dinamizador da economia através do indivíduo empreendedor com características únicas. Como as empresas familiares são muito importantes para a economia é necessário verificar a existência de futuros empreendedores no seio familiar.

Foram feitos inquéritos na Universidade da Beira Interior (UBI) com o objectivo principal de identificar a intenção empreendedora dos filhos que pertencem a empresas familiares. Os dados obtidos foram analisados com o SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

Os resultados principais deste trabalho foram que grande parte dos inquiridos não demonstram intenção empreendedora e que os filhos que pertencem a empresas familiares apresentam os mesmos resultados que os outros.

Palavras-chave

Empreendedorismo, empresas familiares, intenção empreendedora, alunos, UBI.

Abstract

Entrepreneurship has been considered as a potential savior of the economy through entrepreneurial individual with unique characteristics. A family business is very important to the economy and because of that is necessary to check for future entrepreneurs in the family.

Surveys were done at the University of Beira Interior (UBI) with the main objective of identifying entrepreneurial intention of children belonging to family businesses. Data were analyzed with SPSS (Statistical Package for Social Sciences).

The main results of this study were that most surveyed didn't manifest entrepreneurial intention and the children belonging to family businesses have the same results as the others surveyed.

Keywords

Entrepreneurship, family businesses, entrepreneurial intention, students, UBI.

Índice

1. Introdução	1
2. Revisão Bibliográfica	2
2.1 Empreendedorismo	2
2.2 Empresas familiares	7
2.3 Empreendedorismo nas empresas familiares	9
2.4 Objectivos e Questões de Investigação	10
3. Metodologia	11
3.1 Definição da população/amostra	11
3.2 Método de obtenção dos dados	11
3.3 Elaboração do inquérito	11
3.4 Tratamento de dados	12
4. Resultados e discussão	13
4.1 Caracterização da amostra	13
4.2 Empreendedorismo na Universidade da Beira Interior	16
4.2.1 Intenção empreendedora	16
4.3.2 Intenção de empreendedora nos filhos de empresas familiares	19
4.3.2.1 Teste t-student	19
4.3.2.2 Tabelas de contingência	19
4.2.3 Intenção empreendedora e diferenças entre as áreas de formação da faculdade	21
4.2.4 Intenção empreendedora e principais diferenças entre género	26
4.2.5 Intenção empreendedora e experiência profissional prévia	28
5. Conclusão	31
6. Limitações e perspectivas futuras	31
7. Bibliografia	33
Anexos	34

Lista de Figuras

Figura 2.1 - Modelo de investigação/ inovação (adaptado de Bas et al, 2008)

Figura 2.2- Esquema representativo de como se cria o conhecimento (adaptado de Carlsson et al, 2009)

Figura 4.1 - Gráfico que mostra a variação de idade dos inquiridos

Lista de Tabelas

Tabela 2.1 - Diferenças do empreendedorismo consoante a área geográfica (adaptado de Carayannis et al, 2003)

Tabela 2.2- Fenómeno empreendedor vs Composição da família (adaptado de Aldrich et al, 2003).

Tabela 3.1 - Tipos de análise usados ao longo da investigação

Tabela 4.1 - Distribuição dos inquiridos por Áreas de formação da UBI

Tabela 4.2 - Distribuição quanto ao género dos inquiridos

Tabela 4.3 - Respostas à questão “Pertence a uma família empresária?”

Tabela 4.4 - Determinar quais deverão ser as características da empresa

Tabela 4.5 - O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa

Tabela 4.6 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

Tabela 4.7 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

Tabela 4.8 - Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la

Tabela 4.9 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

Tabela 4.10 - Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a

Tabela 4.11 - Quero trabalhar para uma empresa que seja conhecida por correr riscos apostando em ideias que podem ser altamente recompensadoras

Tabela 4.12 - Prefiro um trabalho onde as pessoas que estão dispostas a correr riscos sejam reconhecidas e promovidas

Tabela 4.13 - Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora

Tabela 4.14 - A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante

Tabela 4.15 - Persistir frente a situações adversas

Tabela 4.16 - Gerir a empresa e controlar os seus custos

Tabela 4.17 - Desenhar produtos que solucionem problemas actuais

Tabela 4.18 - Tomar decisões em situação de incerteza e risco

Tabela 4.19 - A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me

Tabela 4.20 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

Tabela 4.21 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

Tabela 4.22 - Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio

Tabela 4.23 - Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora

Tabela 4.24 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

Tabela 4.25 - A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante

Lista de Acrónimos

FCHS	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
FCS	Faculdade de Ciências da Saúde
SPSS	<i>Statistical Package for Social Sciences</i>
UBI	Universidade da Beira Interior
ULCM	<i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>

1. Introdução

Num país com uma economia debilitada é cada vez mais necessário alguém que nos leve para melhores caminhos. Os empreendedores são essas pessoas, capazes de inovar e com características únicas, tornando as empresas em algo especial. Como as empresas familiares existem em grande quantidade é necessário encontrar uma nova geração de empreendedores nessas empresas. Tendo isto em conta, o objectivo deste trabalho é tentar identificar a intenção empreendedora nos filhos de pais com empresas familiares. Como o tempo deste estudo é limitado vai centrar-se apenas na UBI, mas para se chegar a alguma conclusão é necessário percorrer um longo caminho, desde identificar a intenção empreendedora global, até à identificação de diferenças entre as áreas de formação da universidade, género e experiência profissional. Espera-se que os dados obtidos sejam úteis para o futuro.

2. Revisão Bibliográfica

2.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo tem como principal função a compreensão de como é que determinados sujeitos conseguem criar ou descobrir novas oportunidades para a criação de produtos ou serviços. Este tem vindo a aumentar o seu reconhecimento ao longo do tempo, levando mais pessoas a escolherem essa actividade como carreira. O empreendedorismo é importante na economia, ciências do comportamento e sociologia (Baron *and* Shane, 2007). A afirmação anterior vai de encontro com a de Baumol (2004) quando diz que o empreendedorismo é a chave para o crescimento da economia.

Segundo Baumol (2004), a economia com empreendedores tende a crescer mais rápido do que uma economia com poucos empreendedores. Na economia actual, o empreendedor não é tão eficaz quando trabalha sozinho. É necessário, cada vez mais, criar produtos inovadores, para a empresa conseguir competir com as outras. As inovações mais importantes têm a sua origem nas universidades e no governo. Para haver inovação é necessário haver educação e treino. Essas pessoas podem ser obrigadas após concluírem os cursos a ficarem no país a trabalharem na indústria ou no governo. A inovação também pode ter origem na imigração de técnicos e pessoal relacionado, estabelecimento de observadores nas embaixadas de países com grande inovação, estudo de medidas usadas por governos de outros países de modo a que a tecnologia estrangeira seja absorvida pela indústria (Baumol, 2004).

Para países com elevado rendimento as empresas empreendedoras estão relacionadas com a taxa de crescimento económico, contudo a inovação empreendedora está relacionada negativamente com a taxa de crescimento económico. Isto porque a inovação requer um grande investimento com um risco elevado. Sendo necessário um grande cuidado para quem promove a criação de empresas inovadoras com o intuito de aumentar o crescimento económico. As empresas criadas por empreendedores diminuem o desemprego temporariamente (porque podem falir), aumentam a competição de forma positiva, mas o seu papel e o crescimento sustentável a longo termo pode ser limitado (Tang *and* Koveios, 2004). De uma forma resumida, a inovação é o processo que recebe a ideia ou invenção, liga-se à procura do mercado e transforma-se num produto, técnica ou serviço. A inovação também inclui o aperfeiçoamento de um produto ou processo já existente (Bas *et al*, 2008).

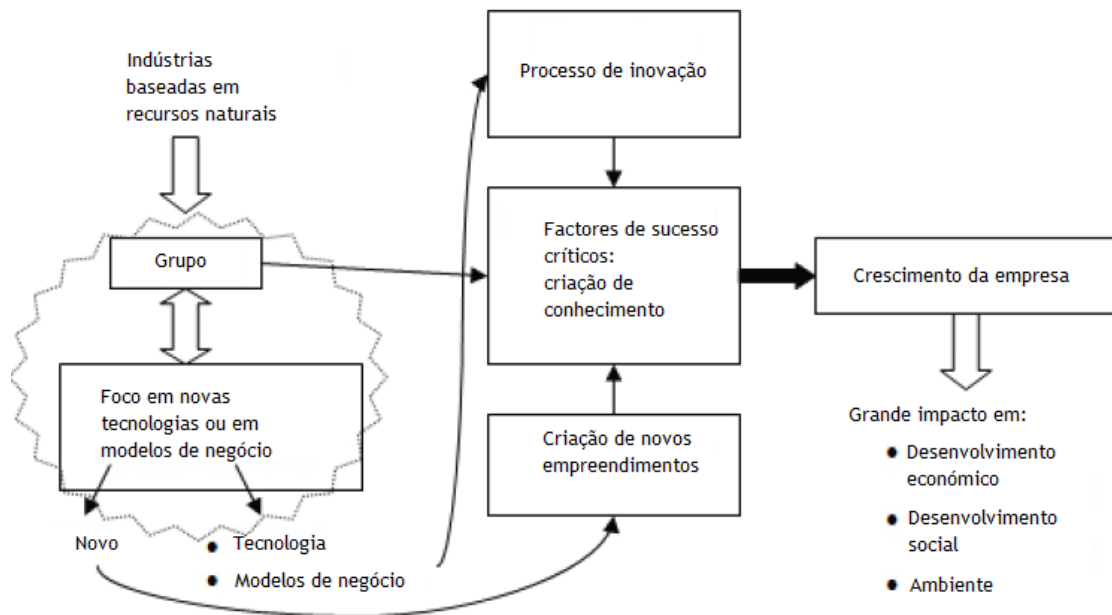


Figura 2.1 - Modelo de investigação/Inovação (adaptado de Bas *et al*, 2008)

Segundo Choo e Wong (2006), a intenção empreendedora está repleta de motivações e barreiras para a criação de empresas. Existem vários factores intrínsecos que levam um empreendedor a criar uma empresa, esses factores são ter um trabalho interessante, usar os seus talentos criativos, desafio pessoal, independência, autonomia e a própria frustração com um emprego anterior. Existem várias barreiras que um empreendedor necessita de transpor para levar à criação de uma empresa. As principais barreiras são quando existem riscos maiores do que se pensava inicialmente, a incerteza do futuro, os indicadores económicos negativos, o medo de falhar, a falta de capital e a falta de competências. Para combater estas barreiras foram sugeridas formações de modo a preparar os indivíduos com conhecimentos, competências e atitude para criar e gerir um negócio (Choo *and* Wong, 2006).

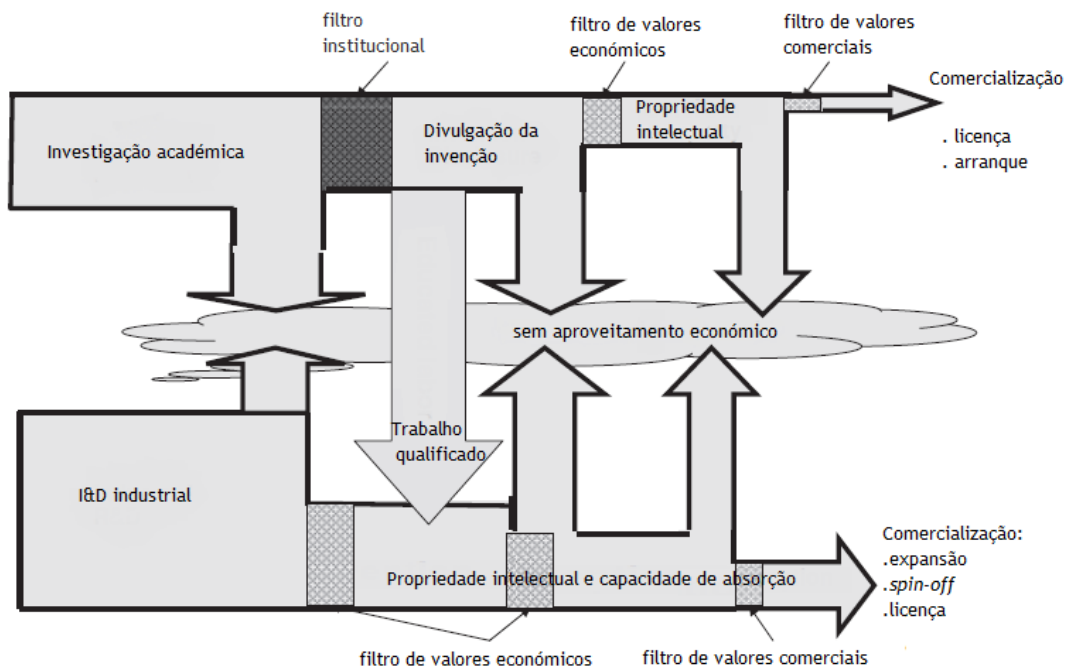


Figura 2.2- Esquema representativo de como se cria o conhecimento (adaptado de Carlsson *et al*, 2009)

Alguns autores olham para este problema de outro ponto de vista quando dizem que a criação de conhecimento, figura 2.2, é importante para o crescimento económico. Contudo, os mecanismos que levam a que o novo conhecimento leve ao crescimento económico são desconhecidos. Por exemplo, no Japão existe uma grande aposta na pesquisa e desenvolvimento e isso não levou a um grande crescimento da economia nas últimas duas décadas. Chegou-se à conclusão que o empreendedorismo é o mecanismo que leva a que o conhecimento se traduza em crescimento económico (Carlsson *et al*, 2009).

Existem diferenças nas características de um indivíduo empreendedor dependendo da sua área geográfica. Esta afirmação pode-se verificar na tabela 2.1.

Tabela 2.1 - Diferenças do empreendedorismo consoante a área geográfica (adaptado de Carayannis et al, 2003)

	Empreendedorismo Norte-americano	Empreendedorismo Francês
Factores Pessoais	Independente Autodidata Motivado intrinsecamente Honesto	Independente Autodidata Motivado intrinsecamente Relacional
Factores ambientais	Encoraja o risco Valoriza a independência Valoriza o empreendedorismo Estrutura social facilita as actividades empreendedoras Valores de honestidade e integridade	Evita o risco Valores de controlo Valores de comunidade As leis de negócios desencorajam actividades empreendedoras Valoriza a lealdade nas relações

Segundo Carayannis *et al* (2003), a carreira de um empreendedor pode ser definida por cinco etapas, a primeira é a fundação que se caracteriza pela criação e reforço dos valores quer do indivíduo quer da sociedade como um todo; a segunda etapa é o despertar, nesta etapa o indivíduo vê o empreendedorismo como uma alternativa viável a outras formas de carreira; na terceira etapa dá-se a especialização em que as capacidades para a criação de um negócio são obtidas, aqui o indivíduo já se vê como um empreendedor; na quarta etapa o indivíduo usa os seus conhecimentos e a sua aprendizagem na prática, levando-o a criar uma empresa ou inovar um determinado produto; a quinta etapa é caracterizada pela maturação, isto é o indivíduo usa a sua experiência para avançar na sua carreira através do conhecimento e dos seus contactos, aqui o indivíduo é reconhecido por outras pessoas.

O processo empreendedor não se encontra bem definido e é usualmente caracterizado por quatro etapas, a primeira é a criação de uma ideia, podendo esta ser um novo produto ou serviço ou também a detecção de uma oportunidade; a segunda etapa é a obtenção de

recursos e a abertura de um novo empreendimento; a terceira etapa é a administração e expansão da empresa e a última etapa é a obtenção da recompensa. Estas etapas são influenciadas por factores individuais, grupais e sociais (Baron *and* Shane, 2007).

Antigamente, o empreendedor estava associado como alguém que falhou anteriormente, por exemplo na escola. O empreendedor tem de ter determinadas características para reagir a determinados factores, por exemplo face ao risco, o empreendedor tem de ter uma motivação intrínseca (Carayannis *et al*, 2003).

A sociedade tem uma imagem estereotipada em que vê os homens de negócios com sucesso, esta imagem da sociedade leva à diminuição das intenções empreendedoras das mulheres. As mulheres vêem o ambiente empresarial de uma forma mais desfavorável do que os homens (Langowitz *and* Minitti 2007). Esta poderá ser uma das explicações de porque é que os homens são mais empreendedores do que as mulheres.

O que torna o empreendedorismo importante é a união entre uma oportunidade valiosa e um indivíduo empreendedor (Baron *and* Shane, 2007).

Uma oportunidade empreendedora existe quando uma determinada ideia de negócio pode ser explorada com uma grande probabilidade de gerar lucros. Estas oportunidades existem porque as pessoas têm informações distintas e também devido a fontes externas, tais como, mudanças tecnológicas, políticas e regulamentares, sociais e democráticas (Baron *and* Shane, 2007). Para existir uma oportunidade empreendedora, o empreendedor tem de ter a capacidade de reconhecer o valor de uma invenção, conseguir adaptar essa invenção aos possíveis utilizadores, levar essa invenção para o mercado e promovê-la (Baumol, 2004).

Terão os alunos da Universidade da Beira Interior intenção empreendedora?

2.2 Empresas familiares

O conceito de empresas familiares não está bem definido. É possível encontrar várias definições pois cada investigador tem a sua própria definição por necessidade operacional.

A definição de empresa familiar pode ser conseguida ao ser comparada com uma empresa não familiar. Esta definição não é o suficiente, sendo necessário um melhoramento da mesma, levando à criação da teoria de sistema por Kpener, em que a empresa familiar é o resultado da interligação entre a família e a empresa, como cada um tem os seus próprios objectivos e regras leva à criação de conflitos, confusão, desordem, entre outros. A teoria mais recente é a de recursos e capacidades, esta teoria consiste no aumento de competitividade através dos meios exclusivos que a família traz para a empresa. Nesta teoria tenta-se ter um ponto de vista mais positivo ao contrário da teoria anterior que tem por base os pontos mais negativos na união da empresa com a família. Apesar de não haver um conceito de empresa familiar existe uma concordância nas dimensões utilizadas sendo essas dimensões a propriedade, controlo, direcção, envolvimento familiar, cultura e tradição (Ussman, 2004).

Os investigadores concordam que o envolvimento da família numa empresa a torna diferente. A maioria dos investigadores interpreta o envolvimento da família como donos e gestão. Nenhum negócio consegue escapar completamente ao envolvimento da família porque mesmo decisões de um gestor de uma corporação bem estabelecida são influenciadas por vezes pela mulher ou pelos filhos. As definições de empresa familiar baseadas na propriedade, gestão e sucessão são fáceis de definir, contudo estas não conseguem definir o envolvimento da família na empresa. É por isso necessário definir a essência de uma empresa familiar. O envolvimento da família num negócio não o torna necessariamente uma indicação de que a família ou o negócio se comportam com a noção de empresa familiar. A empresa familiar deve ser distinguida teoricamente de outro tipo de empresa através das suas visões e intenções (Chua *et al*, 1999).

Na tentativa de definir uma empresa familiar foi proposto um método para avaliar a influência da família numa escala contínua, a F-PEC, são analisados três factores o poder, a experiência e a cultura. O F-PEC irá ajudar na compreensão dos caminhos de onde as famílias irão ganhar, perder ou manter a influência nos seus negócios (Astrachan *et al*, 2000).

Na relação da família com a empresa as emoções influenciam o normal funcionamento da empresa podendo existir 4 estados: I- Quando uma família se encontra bem emocionalmente e o negócio também; II- A família não se encontra bem emocionalmente mas encontra-se bem financeiramente; III- A família encontra-se bem emocionalmente mas mal financeiramente; IV- A família não se encontra bem emocionalmente nem bem financeiramente (Sharma, 2004).

Harry Levinson (1983) definiu três tipos de empresas familiares, a tradicional, a conflituosa e a empreendedora.

A empresa familiar tradicional encontra-se estabelecida há muito tempo, através de várias gerações, e em relação aos negócios encontra-se numa situação favorável. Este tipo de empresa deverá ter uma boa reputação. Os pais esperam que os filhos mantenham esta empresa. Esta empresa tem um crescimento lento mas estável e é como se fosse parte da própria família. De vez em quando aparecem alguns problemas provenientes de disputas entre gerações mas são resolvidas através do autocontrolo. Os membros da família normalmente têm uma grande influência na população local, porque estas organizações tendem a estar estabelecidas em pequenas populações. Os problemas de sucessão estão bem definidos, em que os filhos mais novos sucedem os mais velhos. Raramente pedem ajuda profissional a pessoas exteriores à família.

A empresa familiar conflituosa aparece quando existe um esforço para manter uma certa tradição, mas existem grandes conflitos por causa de opiniões diferentes acerca do rumo que a empresa tem de seguir. Isto porque, o produto que a empresa produz pode-se estar a tornar obsoleto e os membros da família mais velhos querem continuar a apostar nesse produto, podendo levar à separação da família. Esta separação também pode ocorrer quando dois irmãos têm uma visão diferente.

A empresa familiar empreendedora é a que apresenta mais dificuldades. A empresa pode estar nas seguintes condições: o empreendedor que a criou continua a liderar a empresa; aqui não existe grande razão de preocupação. Quando a empresa é gerida pelos filhos em que a liderança não é boa, vão-se criar conflitos familiares e um grande sentimento de amargura. Estes problemas são agravados pelo crescimento de crianças que continuam a entrar no negócio ou que querem a herança em dinheiro. As empresas familiares empreendedoras são as mais difíceis de lidar, quer seja como empregado, membro da família ou consultor externo. As duas maiores razões psicológicas residem na psicodinâmica única do empreendedor/fundador e no facto de que as rivalidades da família, que normalmente eram dissipadas através da obtenção de funções na própria empresa (não empreendedora) coisa que neste caso não é possível, tornam essas rivalidades perpétuas (Levinson, 1983).

2.3 Empreendedorismo nas empresas familiares

No capítulo anterior falou-se apenas na definição de empresas familiares. Com a crise actual as empresas necessitam de ser cada vez mais competitivas; essa competitividade é alcançada através de competências empreendedoras tornando as empresas únicas.

Este capítulo visa a interligação das empresas familiares com o empreendedorismo.

Durante muito tempo não se deu muita importância de como é que a família interfere nos processos empreendedores. Isto aconteceu por se considerar que não existia nenhuma ligação entre a família e as empresas (Aldrich *et al*, 2003). Pela tabela 2.2 verifica-se que o empreendedorismo está relacionado com a família.

Tabela 2.2- Fenómeno empreendedor vs Composição da família (adaptado de Aldrich *et al*, 2003).

Fenómeno empreendedor	Composição da família
Emergência da oportunidade	Diminuição da família, por causa de divórcios ou mães que não casaram, leva à criação de oportunidades para acomodações e consumíveis disponíveis em tamanhos pequenos
Reconhecimento da oportunidade	As mudanças na composição da família através do divórcio, nascimento e casamento podem levar à descoberta de novos produtos e serviços para preencher as necessidades
Decisão da criação da empresa	A diminuição do tamanho da família facilita o empreendedorismo ao baixar o risco percebido pela família de uma start-up e também pela redução de pessoas nas decisões para a criação da empresa
Mobilização de recursos	Ao diminuir o tamanho da família a mobilização de financiamento pode ser dificultada, contudo o aumento de famílias adoptivas pode aumentar o potencial para arranjar financiamento

Para além do que foi referido anteriormente, os graus de parentesco que são únicos nas empresas familiares parecem ter efeitos positivos na detecção de oportunidades empreendedoras (Clarke *et al*, 2003). O nível de empreendedorismo na empresa vai depender da própria cultura da empresa, e este tem mais peso nas empresas familiares do que nouro tipo de empresas. Mas nem tudo é assim tão positivo, algumas empresas tornam-se conservadoras em relação ao empreendedorismo por causa dos riscos de falharem, porque uma falha pode levar à destruição da riqueza da família (Zahra *et al*, 2004). Na sucessão de empreendedores poderão haver problemas porque os empreendedores pensam de uma forma única o que torna difícil os filhos seguirem os mesmos passos (Dyer and Handler, 1994).

Em França 72% dos empreendedores em 1994, provinham de famílias empreendedoras, existe uma correlação aparente entre o meio e a criação de empreendedores (Carayannis *et al*, 2003). Baron e Shane (2007) dizem que o processo empreendedor é usualmente caracterizado por quatro etapas. Essas etapas são influenciadas pela família.

Após a pesquisa sobre empreendedorismo e empresas familiares ficamos com uma questão importante, será que os filhos de empresas familiares demonstram mais intenção empreendedora?

2.4 Objectivos e Questões de Investigação

Tendo em conta a revisão bibliográfica chegou-se à conclusão que existem poucos dados acerca da interligação de empresas familiares com empreendedorismo, partindo desta afirmação procedeu-se a criação dos seguintes objectivos:

- O objectivo principal deste trabalho é verificar se os filhos de empresas familiares possuem mais intenção empreendedora que os outros.
- Como objectivos secundários pretende-se verificar se existem diferenças sobre a intenção empreendedora entre as áreas de formação de onde os inquéritos foram realizados, entre o género e a experiência profissional prévia.

As questões principais de investigação deste trabalho são as seguintes:

- Os alunos da Universidade da Beira Interior têm intenção empreendedora?
- Os filhos de empresas familiares demonstram mais intenção empreendedora?
- Há diferenças na intenção empreendedora por área de formação, por género e de acordo com a experiência profissional prévia?

3. Metodologia

3.1 Definição da população/amostra

A população em estudo foram os alunos da Universidade da Beira Interior, tendo em conta as diferentes áreas de formação da universidade. O tipo de amostra foi acidental, este tipo de amostragem não é probabilística. A amostra foi determinada de acordo com as necessidades do estudo e não através de critérios externos, como por exemplo a selecção aleatória. A representatividade da população pode ser colocada em causa, visto que não há formas de se generalizar os resultados obtidos na amostra para o todo da população. Foram feitos 263 inquéritos para tentar minimizar esta desvantagem.

3.2 Método de obtenção dos dados

Os dados foram obtidos através de inquéritos realizados nas bibliotecas e nas salas de aula que servem as áreas de formação da Universidade da Beira Interior. Os inquéritos foram feitos presencialmente. As perguntas são de resposta fechada e com respostas numa escala similar à de Likert (1 a 5, 1 a 7, 0% a 100%).

3.3 Elaboração do inquérito

O inquérito¹ usado tem como base um estudo na ULCM (*Universidad de Castilla-La Mancha*), Espanha, realizado por Juan José Jimenez Moreno, sofrendo algumas alterações.

¹ Anexo pág. 34

3.4 Tratamento de dados

Procedeu-se ao tratamento dos dados, obtidos pelo inquérito, com o *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)*. Na tabela 3.1 demonstram-se os vários tipos de análise usados ao longo da investigação.

Tabela 3.1 - Tipos de análise usados ao longo da investigação

Tipo de análise	Objectivo
Desvio Padrão, moda, média e frequência	Descrever/caracterizar a amostra
Tabelas de contingência (<i>crosstabs</i>)	Relacionar intenção empreendedora e género, relacionar intenção empreendedora e diferenças entre os áreas de formação da faculdade, relacionar intenção empreendedora e experiência profissional prévia, relacionar intenção empreendedora e os filhos de empresas familiares
<i>T-student</i>	Comparar intenção empreendedora com os filhos de empresas familiares

4. Resultados e discussão

4.1 Caracterização da amostra

Os inquéritos foram realizados aos alunos nas áreas de formação da UBI (Universidade da Beira Interior), nomeadamente FCHS (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas), FCS (Faculdade de Ciências da Saúde) e no pólo principal. A distribuição dos inquéritos encontra-se descrita na tabela 4.1.

Tabela 4.1 - Distribuição dos inquéritos por Áreas de formação da UBI

Áreas de formação	Frequência	Percentagem
FCS	58	22,1
Pólo principal	119	45,2
FCSH	86	32,7
Total	263	100,0

Os cursos que constam nos inquéritos na FCS são Ciências Farmacêuticas e Medicina, na FCSH são Gestão, Economia, Marketing, Psicologia, Empreendedorismo, Sociologia, Economia e Ciência Política e Relações Internacionais, no pólo principal estão presentes no inquérito Biotecnologia, Engenharia Informática, Engenharia Aeronáutica, Bioquímica, Ensino de educação física nos ensinos básico e secundário, Psicologia do trabalho e das organizações, Comunicação Estratégica, Ciências do Desporto, Engenharia Electrotécnica, Ciências Biomédicas, Optometria, Arquitectura, Engenharia Electromecânica, Química Industrial, Ciências da Comunicação, Estudos Portugueses e Espanhóis e Engenharia Civil. Alguns cursos são de licenciatura e outros de mestrado.

A idade dos inquiridos encontra-se demonstrada no gráfico 4.1.1. A idade da maioria dos inquiridos encontra-se entre 18 a 23 anos.

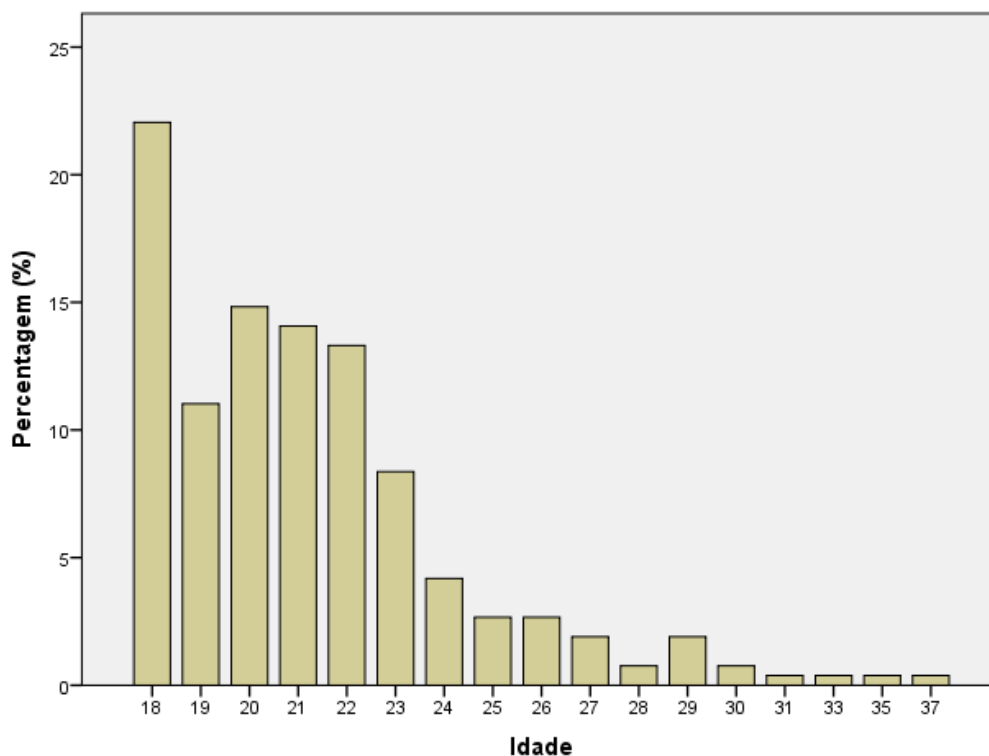


Figura 4.1 - Gráfico que mostra a variação de idade dos inquiridos

A distribuição dos inquiridos quanto ao género encontra-se descrita na tabela 4.2. Como se pode verificar o género feminino encontra-se em maior percentagem.

Tabela 4.2 - Distribuição quanto ao género dos inquiridos

	Frequência	Percentagem
Masculino	104	39,5
Feminino	159	60,5
Total	263	100,0

A distribuição dos inquéritos quanto ao facto de os inquiridos pertencerem ou não a uma empresa familiar encontra-se descrita na tabela 4.3.

Tabela 4.3 - Respostas à questão “Pertence a uma família empresária?”

	Frequência	Percentagem
Sim	65	24,7
Não	198	75,3
Total	263	100,0

4.2 Empreendedorismo na Universidade da Beira Interior

4.2.1 Intenção empreendedora

Os resultados obtidos foram os seguintes:

Em relação à questão sobre se é atractiva a ideia de criar uma empresa, 43,7% estão de acordo e 6,7% estão em desacordo.

Quando se questionou se é possível criar a sua empresa, 18,8% de acordo e 11,9% disseram que estavam em desacordo.

Comparando as duas questões podemos afirmar que existe uma grande discrepância entre a atractividade de criar uma empresa e da sua possível criação. Também é de salientar que a média da atractividade é de 5,21 em 7 e a da possibilidade de criar uma empresa é de 4,32 em 7, estes resultados demonstram aparentemente a indiferença dos inquiridos em relação às empresas.

Para a análise dos níveis de intenção empreendedora dos alunos na Universidade da Beira Interior dividiram-se os resultados por grupos sendo o primeiro tema sobre a segurança para desempenhar cada uma das tarefas. Neste tema destacaram-se, tendo em conta a média e a moda, as seguintes questões (grupo 2) “Desenvolver e manter relações favoráveis com potenciais investidores” com uma média de 73,08% e moda de 80%, “Aprender tudo o que é preciso saber para criar uma empresa” com uma média de 72,21% e moda de 80%, “Criar produtos que satisfaçam necessidades não satisfeitas dos clientes” com uma média de 67,41% e moda de 80%, “Levar a cabo as tarefas necessárias para conseguir que a empresa tenha um bom início de actividade” com uma média de 71,48% e moda de 80%.

Apesar de os valores não serem tão elevados é necessário destacar estas questões pelo seu valor em relação ao empreendedorismo, “Trabalhar eficazmente em situação de contínuo stress, pressão e conflito” com uma média de 59,01% e moda de 70%, “Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio” com uma média de 58,67% e moda de 50%, “Reconhecer oportunidades de mercado para novos produtos e serviços” com uma média de 67,87% e moda de 70%, “Gerir a empresa e controlar os seus custos” com uma média de 67,56% e moda de 70%, “Descobrir novas formas de melhorar produtos já existentes” com uma média de 68,37% e moda de 70%, “Desenvolver relações com pessoas chave para obter capital” com uma média de 69,47% e moda de 70%, “Identificar novas áreas com crescimento potencial” com uma média de 65,80% e moda de 70%, “Desenhar produtos que solucionem problemas actuais” com uma média de 61,83% e moda de 70%, “Tomar decisões em situação de incerteza e risco” com uma média de 62,35% e moda de 70%, “Oferecer ao mercado novos conceitos de produto no momento oportuno” com uma média de 63,32% e moda de 60%.

“Assumir a responsabilidade de ideias e decisões” com uma média de 73,85% e moda de 70% e “Assumir riscos de forma calculada” com uma média de 66,67% e moda de 70%.

Neste grupo de questões podemos afirmar que apesar de os valores não serem muito elevados podemos dizer que os alunos demostram ser algo empreendedores.

Na questão “Em que medida sente que é uma pessoa empreendedora, cheia de ideias e iniciativas para por em prática no trabalho” a média é de 4,07 e a moda de 5. A conclusão anterior é suportada com esta questão em que os próprios alunos dizem ser pouco empreendedores.

O segundo tema do inquérito é sobre a criação de empresas sendo a questão que merece destaque a seguinte: na questão 3.3 “criar uma empresa ou montar um negócio é muito arriscado?” obteve-se uma média de 7,01 e moda de 8 em 10. Isto quer dizer que a opinião dos alunos sobre este tema é que o risco de criar uma empresa é elevado.

Nas questões do grupo 4 (respostas na escala de 1 a 5) destacaram-se “É difícil criar uma empresa devido à falta de apoio financeiro” obteve-se uma média de 4,07 e moda de 5, “É difícil obter suficiente informação acerca de como criar uma empresa” obteve-se uma média de 2,86 e moda de 3, “O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa” obteve-se uma média de 3,64 e moda de 5, “Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora” obteve-se uma média de 2,25 e moda de 2, “Estaria disposto(a) a fazer sacrifícios pessoais para manter a minha empresa” obteve-se uma média de 3,40 e moda de 3, “Trabalharia noutra sítio apenas o tempo suficiente para tentar criar a minha própria empresa” obteve-se uma média de 3,26 e moda de 3 e “Estou disposto(a) a trabalhar mais pelo mesmo salário na minha própria empresa em vez de como empregado noutra organização” obteve-se uma média de 3,26 e moda de 3.

Neste grupo de questões podemos concluir que, pela opinião dos alunos, é difícil criar uma empresa devido a falta de apoio financeiro e que o clima económico não é favorável, mas também demostram que preferem ter uma carreira do que a sua própria empresa.

No grupo 6 as respostas (escala de 1 a 7) mais relevantes foram as seguintes “Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la” obteve-se uma média de 4,98 e moda de 5, “Alguma vez tratarei de criar a minha própria empresa” obteve-se uma média de 4,06 e moda de 4, “Quero trabalhar em produtos ou serviços inovadores que alterem o equilíbrio do mercado” obteve-se uma média de 4,66 e moda de 4, “Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa” obteve-se uma média de 3,92 e moda de 4, “Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora” obteve-se

uma média de 5,48 e moda de 6 e “A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante” obteve-se uma média de 5,36 e moda de 6.

Ao se analisarem os dados do grupo 6, podemos verificar que na maioria das questões os alunos demonstram uma posição neutra, sendo ligeiramente mais positiva para as questões sobre empresas inovadoras e entrada de novos mercados, também podemos afirmar que demonstram uma ligeira vontade de criar uma empresa caso haja uma oportunidade.

Em geral os alunos apresentam baixa intenção empreendedora. Isto acontece talvez porque a maioria dos jovens inquiridos têm entre 18 a 23 anos, provavelmente o seu objectivo principal neste momento é estudar e não criar uma empresa. Carayannis *et al* (2003) divide a carreira do empreendedor em cinco etapas, os jovens inquiridos encontram-se na primeira (fundação de valores) ou na segunda (despertar do individuo) etapa. Uma outra razão para estes resultados poderá ser o que Baron *and* Shane (2007) afirmaram quando se referiam ao processo empreendedor, primeiro é necessário criar uma ideia. Os alunos nesta fase da sua vida ainda não têm ideias para criar um negócio.

4.3.2 Intenção de empreendedora nos filhos de empresas familiares

4.3.2.1 Teste t-student

Com base neste teste chegou-se à conclusão que na maioria das perguntas não houve diferenças significativas para podermos afirmar que os filhos de empresas familiares têm mais intenção empreendedora. Detectaram-se algumas diferenças apenas em duas questões.

A primeira questão é “Determinar quais deverão ser as características da empresa” e a segunda é “O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa”.

4.3.2.2 Tabelas de contingência

Para a análise destas questões usaram-se tabelas de contingência e os resultados foram os seguintes:

Pela tabela 4.4, podemos afirmar que os alunos que não pertencem a uma família empresária responderam que têm uma melhor capacidade para detectar quais deverão ser as características de uma empresa, contudo os alunos que pertencem a uma empresa familiar deveriam ser os que mais percebessem sobre empresas porque os pais estão a gerir uma.

Tabela 4.4 - Determinar quais deverão ser as características da empresa

	Pertence a uma família empresária?	
	Sim	Não
Sim	26,2%	47,0%
Neutro	73,8%	52,0%
Não	0,0%	1,0%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

Estes resultados geraram as seguintes questões: Será que os alunos que não pertencem a empresas familiares têm uma ideia irreal sobre o que é criar uma empresa? Será que os filhos de empresas familiares porque lidam com as empresas têm a ideia real das dificuldades de criar uma empresa? Infelizmente a literatura não contém ainda respostas relevantes para estas questões.

Pela tabela 4.5, apesar de as respostas na sua maioria serem neutras, podemos afirmar que os alunos que não pertencem a uma família empresária acham que o clima económico não é favorável para a criação da própria empresa.

Tabela 4.5 - O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa

	Pertence a uma família empresária?	
	Sim	Não
Sim	20,3%	31,2%
Neutro	67,2%	64,2%
Não	12,5%	4,6%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

A questão “Atractiva a ideia de criar uma empresa”, mesmo não tendo significado estatístico, vai ser analisada por ser uma questão interessante para o estudo. Os resultados, tabela 4.6, são coerentes com as respostas anteriores em que os alunos que não pertencem a uma família empresária têm uma maior atractividade para a ideia de criar uma empresa.

Tabela 4.6 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

	Pertence a uma família empresária?	
	Sim	Não
Sim	40,6%	44,5%
Neutro	53,2%	49,0%
Não	6,2%	6,5%

Das 45 respostas analisadas existem diferenças estatísticas apenas em 2, representado apenas uma diferença de 4,44%. Podemos então dizer que não há diferenças, com significado estatístico, entre os filhos que pertencem a empresas familiares e os filhos que não pertencem a empresas familiares. Carayannis *et al* (2003) dizem que 72% dos empreendedores, em França, provinham de famílias empreendedoras. Ao comparar-se esta afirmação com os dados obtidos podemos chegar a dois tipos de conclusões, as empresas familiares são pouco empreendedoras ou os dados que obtidos foram contra esta afirmação.

4.2.3 Intenção empreendedora e diferenças entre as áreas de formação da faculdade

Como já foi indicado anteriormente no ponto 4.1, as áreas de formação da UBI têm cursos diferentes, tendo em conta esta informação, vai-se tentar verificar se existem diferenças em relação as opiniões dos alunos nas diferentes áreas de formação.

Após uma análise com tabelas de contingência, chegou-se às seguintes conclusões, existem grandes diferenças na questão “Atractiva a ideia de criar uma empresa”, “Persistir frente a situações adversas”, “Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la”, “Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a”, “Quero trabalhar para uma empresa que seja conhecida por correr riscos apostando em ideias que podem ser altamente recompensadoras”, “ Prefiro um trabalho onde as pessoas que estão dispostas a correr riscos sejam reconhecidas e promovidas”, “Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa”, “Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora” e “A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante”. Nas tabelas seguintes encontram-se os resultados tratados.

1º Grupo de questões - Criar uma empresa

Na tabela 4.7, encontraram-se diferenças nas diferentes áreas de formação da universidade, a ideia de criar uma empresa é mais atractiva no pólo principal, seguido pelo pólo da FCSH e em último lugar encontra-se a FCS. A ideia de criar uma empresa é menos atractiva na FCS visto ter uma maior percentagem de respostas negativas quando comparado com os outros. Contudo, os valores não são muito altos sendo que a maioria das respostas se encontram numa posição neutra.

Tabela 4.7 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	31,6%	47,9%	45,4%
Neutro	54,4%	46,2%	52,2%
Não	14,0%	5,9%	2,4%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

Pela tabela 4.8, os alunos se virem a oportunidade de criar uma empresa, vão aproveitá-la, 49,4% do pólo da FCSH concordam com esta afirmação, em segundo lugar com 45,8%

encontra-se o pólo principal e por último com 19,3 a FCS. Mais uma vez a maioria tem uma opinião neutra.

Tabela 4.8 - Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	19,3%	45,8%	49,4%
Neutro	61,4%	48,4%	47,0%
Não	19,3%	5,8%	3,6%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,001$

Pela tabela 4.9, podemos afirmar que os alunos da UBI, não pensam em ideias e formas de criar uma empresa sendo que na FCSH é onde pensam mais sobre isto, o resto das áreas de formação ou não pensam ou têm uma posição neutra sobre a questão.

Tabela 4.9 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	14,1%	21,0%	31,7%
Neutro	40,3%	58,0%	51,8%
Não	45,6%	21,0%	16,5%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

2º Grupo de questões - Trabalhar em empresas

De uma maneira geral, os resultados da questão sobre se gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a, encontram-se neutros. No pólo FCSH foi onde houve uma maior percentagem de respostas positivas quando comparado com as outras áreas de formação. No pólo FCS foi onde houve uma maior percentagem de respostas negativas, que podemos observar na tabela 4.10.

Tabela 4.10 - Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	5,3%	22,7%	29,0%
Neutro	64,9%	70,6%	65,2%
Não	29,8%	6,7%	5,8%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,001$

Na tabela 4.11, o pólo principal foi o que obteve mais respostas positivas e a FCS foi o que obteve mais respostas negativas. Talvez esta ideia seja o reflexo do tipo de mentalidade necessário para frequentar os diversos tipos de cursos diferentes em cada pólo.

Tabela 4.11 - Quero trabalhar para uma empresa que seja conhecida por correr riscos apostando em ideias que podem ser altamente recompensadoras

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	14,3%	33,9%	29,1%
Neutro	60,7%	64,4%	66,3%
Não	25,0%	1,7%	4,6%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,001$

A tabela 4.12 reflete os resultados da tabela anterior, em que a maioria das respostas positivas se encontram no pólo principal enquanto a maioria das respostas negativas se encontram no pólo da FCS, em ambos os casos a FCSH encontra-se numa posição intermédia.

Tabela 4.12 - Prefiro um trabalho onde as pessoas que estão dispostas a correr riscos sejam reconhecidas e promovidas

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	26,3%	51,7%	43,1%
Neutro	52,7%	46,6%	52,3%
Não	21,0%	1,7%	4,6%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,001$

Quando perguntamos se gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora, pela primeira vez neste tema, as respostas positivas passam os 50% em mais de um pólo, sendo que o pólo principal que está mais a frente nas respostas positivas, seguido pela FCSH e por ultimo pela FCS. Isto é positivo porque a inovação é algo importante nas empresas.

Tabela 4.13 - Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	43,9%	65,6%	55,8%
Neutro	36,8%	32,8%	44,2%
Não	19,3%	1,6%	0,0%

Pearson Chi-Square (χ^2) \leq 0,001

Tendo em conta que a FCSH é o pólo mais relacionado com as empresas é positivo o resultado que se encontra na tabela 4.14 que representa a ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados.

Tabela 4.14 - A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	26,3%	57,5%	58,2%
Neutro	57,9%	39,1%	41,8%
Não	15,8%	3,4%	0,0%

Pearson Chi-Square (χ^2) \leq 0,001

3º Grupo de questões - Características pessoais

Na tabela 4.15, os alunos da FCS dizem conseguir persistir frente a situações adversas, esse valor é superior a 50% o que é algo positivo, contudo nas outras áreas de formação isto não se verifica, sendo o menor valor para a FCSH. No global as respostas são neutras.

Tabela 4.15 - Persistir frente a situações adversas

	FCS	Pólo Principal	FCSH
Sim	57,1%	39,4%	39,0%
Neutro	41,1%	58,1%	61,0%
Não	1,8%	2,5%	0,0%

Pearson Chi-Square (χ^2) \leq 0,001

No primeiro grupo de questões o pólo principal que demonstrou mais interesse em criar uma empresa. No segundo grupo de questões houve um grande equilíbrio entre o pólo principal e a

FCSH na vontade de trabalhar em empresas com determinadas características. No terceiro grupo de questões a FCSH diz que consegue persistir melhor frente a situações adversas.

Das 45 questões analisadas 9, isto é, 20% das questões demonstram diferenças com significado estatístico. O pólo com maior intenção empreendedora é o pólo principal onde existem áreas de formação que ensinam a criar/inventar/innovar e a adaptar essas inovações a possíveis utilizadores (Baumol, 2004), a criação de empresas nessas áreas já se verifica na UBI o exemplo de uma dessas empresas é a Waydip².

² http://www.waydip.com/waydip_project.php?id=10&idioma=pt (acedido junho 2013)

4.2.4 Intenção empreendedora e principais diferenças entre género

Após a análise das respostas detectaram-se diferenças entre género nas seguintes questões “Gerir a empresa e controlar os seus custos”, “Desenhar produtos que solucionem problemas actuais”, “Tomar decisões em situação de incerteza e risco”, “A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me” e “Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa”.

Pela tabela 4.16 podemos dizer que o género masculino sente-se mais bem preparado para gerir uma empresa e controlar os seus custos.

Tabela 4.16 - Gerir a empresa e controlar os seus custos

	Género	
	Masculino	Feminino
Sim	46,1%	34,8%
Neutro	51,0%	62,1%
Não	2,9%	3,1%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

Tendo em conta a tabela 4.17 a maioria das respostas foram neutras, contudo é o género masculino parece estar mais bem preparado para desenhar produtos que solucionem problemas actuais.

Tabela 4.17 - Desenhar produtos que solucionem problemas actuais

	Género	
	Masculino	Feminino
Sim	32,6%	24,7%
Neutro	63,5%	71,5%
Não	3,9%	3,8%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

O género feminino, pela tabela 4.18, encontra-se numa posição mais neutra do que os membros do género masculino e parece estar menos preparado para tomar decisões em situação de incerteza e risco.

Tabela 4.18 - Tomar decisões em situação de incerteza e risco

	Género	
	Masculino	Feminino
Sim	37,9%	22,3%
Neutro	57,3%	73,3%
Não	4,8%	4,4%

Pearson Chi-Square (χ^2) ≤ 0,05

O género masculino, pela tabela 4.19, está mais atraído pela ideia de ter uma empresa de alto risco/ alta rentabilidade do que o género feminino.

Tabela 4.19 - A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me

	Género	
	Masculino	Feminino
Sim	28,9%	13,3%
Neutro	57,6%	64,5%
Não	13,5%	22,2%

Pearson Chi-Square (χ^2) ≤ 0,05

O género masculino, tendo em conta a tabela 4.20, pensa mais em ideias e formas para criar uma empresa.

Tabela 4.20 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

	Género	
	Masculino	Feminino
Sim	33,0%	16,5%
Neutro	46,6%	55,6%
Não	20,4%	27,9%

Pearson Chi-Square (χ^2) ≤ 0,05

Foram detectadas diferenças com significado estatístico em 5 questões das 45 analisadas, isto é, nas respostas houve uma diferença de 11,11%. O género masculino demonstra mais intenção empreendedora do que o género feminino, que corrobora com os resultados obtidos por Langowitz *and* Minitti (2007) quando dizem que as mulheres tem uma visão mais negativa do ambiente empresarial do que os homens.

4.2.5 Intenção empreendedora e experiência profissional prévia

A experiência profissional parece ter influenciado alguns resultados. As questões onde essa evidência é maior foram as seguintes “Atractiva a ideia de criar uma empresa”, “Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio”, “Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora”, “Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa” e “A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante”.

Apesar de o grau de confiança ser inferior aos outros dados aqui apresentados, quando inquirimos os alunos com e sem experiência profissional prévia acerca da atracção da ideia de criar uma empresa, cerca de 50% dos alunos com experiência profissional dizem que acham a ideia atractiva, enquanto mais de 52% dos alunos sem experiência profissional prévia apresentam uma posição neutra sobre esta questão.

Tabela 4.21 - Atractiva a ideia de criar uma empresa

	Experiência profissional	
	Sim	Não
Sim	49,5%	39,6%
Neutro	45,6%	52,8%
Não	4,9%	7,6%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,1$

Analisando a tabela 4.22, podemos concluir que a maioria das respostas positivas em relação a tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio são de quem já teve experiência profissional prévia, contudo a maioria das respostas encontram-se numa posição neutra.

Tabela 4.22 - Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio

	Experiência profissional	
	Sim	Não
Sim	27,2%	11,2%
Neutro	69,0%	85,0%
Não	3,8%	3,8%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

Na tabela 4.23, a maioria das respostas acerca se preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora encontram-se numa posição neutra, quem não tem experiência profissional é a que tem uma posição mais negativa acerca da questão apresentada.

Tabela 4.23 - Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora

	Experiência profissional	
	Sim	Não
Sim	6,9%	1,3%
Neutro	68,6%	63,3%
Não	24,5%	35,4%

Pearson Chi-Square (χ^2) ≤ 0,05

Na tabela 4.24 podemos verificar as respostas à questão sobre se frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa, apesar de a maioria das respostas serem neutras, quem tem experiência profissional prévia pensa ter uma posição mais positiva do que quem não teve experiência profissional prévia.

Tabela 4.24 - Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa

	Experiência profissional	
	Sim	Não
Sim	30,1%	18,3%
Neutro	57,3%	48,7%
Não	12,6%	33,0%

Pearson Chi-Square (χ^2) ≤ 0,05

Pela tabela 4.25, podemos concluir que quem tem experiência profissional prévia parece ter uma posição mais positiva acerca de a ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados do que quem não teve experiência profissional prévia.

Tabela 4.25 - A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante

	Experiência profissional	
	Sim	Não
Sim	61,1%	44,4%
Neutro	37,9%	48,1%
Não	1,0%	7,5%

Pearson Chi-Square (χ^2) $\leq 0,05$

Das 45 questões analisadas 5 representam diferenças estatísticas. Isto é, cerca de 11,11% das respostas são diferentes. As questões analisadas demonstram uma vantagem favorável para quem teve experiência prévia em relação à intenção empreendedora. Choo e Wong (2006) dizem haver vários factores para levar à criação de empresas, uma dessas razões é a frustração com o emprego anterior, neste caso em particular este facto não se verifica. A experiência profissional parece ter tido um efeito benéfico pelo lado positivo dando-lhes vantagens na compreensão de como é que as empresas funcionam.

5. Conclusão

Com este trabalho chegou-se à conclusão que os estudantes aparentemente não têm intenção empreendedora, as diferenças entre os vários áreas de formação não são muito grandes, contudo existem, as diferenças entre o género e a intenção empreendedora são muito poucas, a diferença entre a experiência profissional e a intenção empreendedora é muito baixa e a intenção empreendedora dos filhos de empresas familiares é quase idêntica a quem não é filho de empresas familiares.

Tendo em conta o que foi dito anteriormente já podemos responder às questões que foram levantadas anteriormente, os alunos da Universidade da Beira Interior têm intenção empreendedora? Pelos dados recolhidos podemos dizer que a intenção empreendedora na UBI é baixa. Os filhos de empresas familiares demonstram mais intenção empreendedora? Segundo os dados que obtemos as diferenças são muito pequenas, podemos assim dizer que os filhos de empresas familiares não demonstram mais intenção empreendedora do que os outros.

6. Limitações e perspectivas futuras

Algumas limitações do estudo devem-se principalmente ao tipo de teste e a forma como foi feito, contudo para uma análise preliminar podemos considerar os dados obtidos como um guia para investigações futuras.

Com a análise das respostas dadas à pergunta “Já teve formação e empreendedorismo/criação de empresas?”, ocorreu um fenómeno estranho, porque sendo este um inquérito presencial e como foi dado a turmas em que a resposta era positiva, aparecerem respostas negativas, chegando-se à conclusão que as pessoas inquiridas não perceberam a pergunta e sendo assim apesar de a pergunta nos interessar na investigação, teve de ser anulada porque não obtemos resultados fidedignos.

Ocorreu uma falha onde se põe o ano que se está a frequentar do curso, este problema originou-se por causa de mestrados integrados, licenciaturas e mestrados em separado levando a confusões.

Como perspectivas futuras, podemos fazer inquéritos noutras universidades portuguesas e até em escolas secundárias. É necessário que se faça o melhoramento em algumas questões do inquérito principalmente naquelas que obtivemos problemas nas respostas. Se fosse possível repetir os inquéritos às mesmas pessoas para verificar se os alunos que apresentavam uma maior intenção empreendedora passaram para prática os seus planos e vice-versa.

Como os níveis de empreendedorismo nos alunos são baixos, é necessário tentar mudar isso com estratégias que aumentem o nível de empreendedorismo nos alunos. Estratégias que

poderão vir através do apoio dos professores e da criação de desafios que demonstrem as suas verdadeiras capacidades. Actualmente a UBI tem implementado unidades curriculares de empreendedorismo em vários cursos, contudo os que têm uma maior intenção empreendedora (pólo principal) não tem cadeiras de empreendedorismo. E nos cursos que já têm essa unidade curricular, talvez seja necessário pensar em outras estratégias visto que aparentemente não estão a resultar tão eficazmente como esperado.

7. Bibliografia

- Aldrich, H. E., and Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596.
- Clark, D., Alvarez, S. and Barney, J.(2003). When Do Family Ties Matter? Entrepreneurial Market Opportunity Recognition and Resource Acquisition in Family Firms (2003). Babson College, Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference (BKERC), 2002-2006.
- Astrachan, J. H., Klein, S. B., Smyrnios, K. X. (2000). The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem. *Family Business Review* March 2002 15(1), 45-58.
- Baron, R. A. and Shane, S. (2007). Empreendedorismo: uma visão do processo. Tradução All tasks - São Paulo: Thomson Learning, 4-55.
- Bas, T. G., Amoros, E., Kunc, M. (2008). Innovation, Entrepreneurship and Clusters in Latin America Natural Resource - Implication and Future Challenges. *J. Technol. Manag. Innov.* 3(3), 52-65.
- Baumol, W. J. (2004). Entrepreneurial Enterprises, Large Established Firms and Other Components of the Free-Market Growth Machine. *Small Business Economics*, 23(1), 9-21.
- Carayannis, E. G., Evans, D., Hanson, M. (2003). A cross-cultural learning strategy for entrepreneurship education: outline of key concepts and lessons learned from a comparative study of entrepreneurship students in France and the US. *Technovation*, 23(9), 757-771.
- Carlsson, B., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P. (2009). Knowledge creation, entrepreneurship, and economic growth: a historical review. *Industrial and Corporate Change*, 18(6), 1193-1229.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Pramodita, S. (1999). Defining the Family Business by Behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 19-39.
- Choo, S. and Wong, M. (2006). Entrepreneurial Intention: Triggers and Barriers to New Venture Creations in Singapore. *Singapore Management Review*, 28(2), 47-65.
- Dyer, W. G. and Handler W. (1994). Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 71-84.
- Langowitz, N. and Minitti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 341-364.
- Levinson, H. (1983). Consulting with family businesses: What to look for, what to look out for. *Organizational Dynamics*, 12(1), 71-80.
- Sharma, P. (2004). An Overview of the Field of Family Business Studies: Current Status and Directions for the Future. *Family Business Review*, 17(1), 1-36.
- Tang, L. and Koveios, P. (2004). Venture Entrepreneurship, Innovation Entrepreneurship, and Economic Growth. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(2), 161-171.
- Ussman, A. M. (2004). *Empresas Familiares*. Lisboa, Silabo, 1ª edição, 17-23.
- Zahra, S. A., Hayton, J. C., Salvato, C. (2004). Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource- Based Analysis of the Effect of Organizational Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 363-381.

Anexos

Inquérito

Se optar por responder a este questionário é muito importante que as respostas sejam sinceras. As respostas são confidenciais. Por favor assinale com X a resposta escolhida.

Idade : ___ Sexo: Feminino ___ Masculino ___
 Universidade: _____ Curso: _____ Ano: ___

Já teve alguma formação em empreendedorismo/criação de empresas? Não ___ Sim ___
 Conhece alguma empresa familiar? Não ___ Sim ___ Qual? _____
 Pertence a uma família empresária? Não ___ Sim ___
 Já tem/teve experiência profissional? Não ___ Sim ___

1. Indique em que grau considera	1 Totalmente em desacordo	2	3	4 Neutro	5	6	7 Totalmente de acordo
Atractiva a ideia de criar uma empresa							
Possível criar a sua empresa							

2. Indique em que grau está seguro de que poderia desempenhar cada uma das seguintes tarefas:	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Trabalhar eficazmente em situação de contínuo stress, pressão e conflito											
Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio											
Desenvolver e manter relações favoráveis com potenciais investidores											
Reconhecer oportunidades de mercado para novos produtos e serviços											
Gerir a empresa e controlar os seus custos											
Persistir frente a situações adversas											
Descobrir novas formas de melhorar produtos já existentes											
Desenvolver relações com pessoas chave para obter capital											
Identificar novas áreas com crescimento potencial											
Desenhar produtos que solucionem problemas actuais											
Tomar decisões em situação de incerteza e risco											
Oferecer ao mercado novos conceitos de produto no momento oportuno											
Aprender tudo o que é preciso saber para criar uma empresa											
Criar produtos que satisfaçam necessidades não satisfeitas dos clientes											
Assumir riscos de forma calculada											
Assumir a responsabilidade de ideias e decisões											
Determinar quais deverão ser as características da empresa											
Levar a cabo as tarefas necessárias para conseguir que a empresa tenha um bom início de actividade											
Identificar potenciais recursos de financiamento											

3.1 Numa escala de 1 a 10 determine em que medida sente que é uma pessoa empreendedora, cheia de ideias e iniciativas para por em prática no trabalho

Muito pouco empreendedora | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito empreendedora

3.2 Já alguma vez pensou na possibilidade de criar a sua própria empresa ou de ter o seu próprio negócio?

Sim Não

3.3 Criar uma empresa ou montar um negócio é muito arriscado?

Não | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Sim

4. Indique o grau de concordância com as seguintes questões:	1 Totalmente em desacordo	2	3	4	5 Totalmente de acordo
É difícil criar uma empresa devido à falta de apoio financeiro					
É difícil criar uma empresa devido à complexidade dos procedimentos administrativos					
É difícil obter suficiente informação acerca de como criar uma empresa					
Não se deveria criar uma empresa se se corre o risco de que esta fracasse					
O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa					
Preferia ter a minha própria empresa do que ganhar um ordenado maior como empregado como conta de outrem					
Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora					
Estaria disposto(a) a fazer sacrifícios pessoais para manter a minha empresa					
Trabalharia noutro sítio apenas o tempo suficiente para tentar criar a minha própria empresa					
Estou disposto(a) a trabalhar mais pelo mesmo salário na minha própria empresa em vez de como empregado noutra organização					

5. Como avalia para si próprio cada uma das seguintes trajetórias profissionais	Qual é a probabilidade?					Quando?				
	1 Muito improvável	2	3	4	5 Muito provável	Imediatamen te	Em 5 anos	5 a 10 anos	Mais de 10 anos	Nunca
Empregado com responsabilidade numa empresa grande e estabelecida										
Empregado com responsabilidade numa empresa de recente criação										
Empresário com empregados										
Auto-empregado sem empregados										
Empregado com responsabilidades na Administração Pública										

6. Indique o grau de concordância com as seguintes frases:	1 Totalmente em desacordo	2	3	4 Neutro	5	6	7 Totalmente de acordo
Quero criar fama de ter ideias inovadoras							
Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la							
Quero trabalhar numa empresa estabelecida que fomente a minha capacidade criativa							
A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me							
Alguma vez tratarei de criar a minha própria empresa							
Quero trabalhar em produtos ou serviços inovadores que alterem o equilíbrio do mercado							
Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a							
Quero trabalhar para uma empresa que seja conhecida por correr riscos apostando em ideias que podem ser altamente recompensadoras							
Prefiro um trabalho onde as pessoas que estão dispostas a correr riscos sejam reconhecidas e promovidas							
Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa							
Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora							
A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante							

Obrigado por participar neste questionário

Caracterização da amostra

Atractiva a ideia de criar uma empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	3,8	3,8	3,8
	2	7	2,7	2,7	6,5
	3	6	2,3	2,3	8,8
	4	51	19,4	19,5	28,2
	5	74	28,1	28,2	56,5
	6	48	18,3	18,3	74,8
	7	66	25,1	25,2	100,0
Total		262	99,6	100,0	
Missing	Null	1	,4		
Total		263	100,0		

Possível criar a sua empresa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	4,2	4,2	4,2
	2	20	7,6	7,7	11,9
	3	30	11,4	11,5	23,4
	4	87	33,1	33,3	56,7
	5	64	24,3	24,5	81,2
	6	25	9,5	9,6	90,8
	7	24	9,1	9,2	100,0
Total		261	99,2	100,0	
Missing	Null	2	,8		
Total		263	100,0		

Statistics

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
N Valid	262	261	262	263	260	263	262	259	263	263	262
Missing	1	2	1	0	3	0	1	4	0	0	1
Mean	5,21	4,32	59,01	58,67	73,08	67,87	67,56	69,07	68,37	69,47	65,80
Median	5,00	4,00	60,00	60,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Mode	5	4	70	50	80	70	80 ^a	70	70	70	70
Std. Deviation	1,514	1,471	22,923	17,478	16,550	17,519	19,927	17,340	16,737	19,490	18,044

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

1	Atractiva a ideia de criar uma empresa
2	Possível criar a sua empresa
3	Trabalhar eficazmente em situação de contínuo stress, pressão e conflito
4	Tolerar mudanças inesperadas nas condições de negócio
5	Desenvolver e manter relações favoráveis com potenciais investidores
6	Reconhecer oportunidades de mercado para novos produtos e serviços
7	Gerir a empresa e controlar os seus custos
8	Persistir frente a situações adversas
9	Descobrir novas formas de melhorar produtos já existentes
10	Desenvolver relações com pessoas chave para obter capital
11	Identificar novas áreas com crescimento potencial

Statistics

	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
N Valid	262	260	262	263	263	261	260	263	263	263	263
Missing	1	3	1	0	0	2	3	0	0	0	0
Mean	61,83	62,35	63,32	72,21	67,41	66,67	73,85	70,76	71,48	67,00	4,74
Median	60,00	60,00	60,00	80,00	70,00	70,00	80,00	70,00	70,00	70,00	5,00
Mode	70	70	60	80	80	70	70	70	80	70	5
Std. Deviation	20,466	19,676	17,222	20,724	17,974	18,667	17,215	16,947	16,978	19,155	1,190

12	Desenhar produtos que solucionem problemas actuais
13	Tomar decisões em situação de incerteza e risco
14	Oferecer ao mercado novos conceitos de produto no momento oportuno
15	Aprender tudo o que é preciso saber para criar uma empresa
16	Criar produtos que satisfaçam necessidades não satisfeitas dos clientes
17	Assumir riscos de forma calculada
18	Assumir a responsabilidade de ideias e decisões
19	Determinar quais deverão ser as características da empresa
20	Levar a cabo as tarefas necessárias para conseguir que a empresa tenha um bom início de actividade
21	Identificar potenciais recursos de financiamento
22	Em que medida sente que é uma pessoa empreendedora, cheia de ideias e iniciativas para por em prática no trabalho

Statistics

	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
N Valid	263	263	263	260	257	260	262	260	258	262	263
Missing	0	0	0	3	6	3	1	3	5	1	0
Mean	7,01	4,07	3,62	2,86	2,82	3,64	2,58	2,25	3,40	3,26	3,26
Median	7,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00
Mode	8	5	3	3	3	5	3	2	4 ^a	3	3
Std. Deviation	2,092	,918	1,015	1,079	1,285	1,227	1,250	1,123	1,077	1,138	1,177

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

23	Criar uma empresa ou montar um negócio é muito arriscado?
24	É difícil criar uma empresa devido à falta de apoio financeiro
25	É difícil criar uma empresa devido à complexidade dos procedimentos administrativos
26	É difícil obter suficiente informação acerca de como criar uma empresa
27	Não se deveria criar uma empresa se se corre o risco de que esta fracasse
28	O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa
29	Preferia ter a minha própria empresa do que ganhar um ordenado maior como empregado como conta de outrem
30	Preferia ter a minha própria empresa do que qualquer outra carreira, ainda que prometedora
31	Estaria disposto(a) a fazer sacrifícios pessoais para manter a minha empresa
32	Trabalharia noutro sítio apenas o tempo suficiente para tentar criar a minha própria empresa
33	Estou disposto(a) a trabalhar mais pelo mesmo salário na minha própria empresa em vez de como empregado noutra organização

Statistics

	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45
N Valid	260	262	260	262	260	263	262	260	263	261	262	263
Missing	3	1	3	1	3	0	1	3	0	2	1	0
Mean	4,58	4,98	5,28	4,11	4,06	4,66	4,40	4,63	5,06	3,92	5,48	5,36
Median	4,00	5,00	5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,00	6,00	6,00
Mode	4	5	5	4	4	4	4	4	6	4	6	6
Std. Deviation	1,632	1,604	1,418	1,688	1,649	1,484	1,423	1,404	1,498	1,829	1,438	1,417

34	Quero criar fama de ter ideias inovadoras
35	Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la
36	Quero trabalhar numa empresa estabelecida que fomente a minha capacidade criativa
37	A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me
38	Alguma vez tratarei de criar a minha própria empresa
39	Quero trabalhar em produtos ou serviços inovadores que alterem o equilíbrio do mercado
40	Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa recentemente criada como empregado/a
41	Quero trabalhar para uma empresa que seja conhecida por correr riscos apostando em ideias que podem ser altamente recompensadoras
42	Prefiro um trabalho onde as pessoas que estão dispostas a correr riscos sejam reconhecidas e promovidas
43	Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa
44	Gostaria de ter a oportunidade de trabalhar numa empresa que seja reconhecida por ser inovadora
45	A ideia de ajudar uma grande empresa a entrar em novos mercados parece ser interessante

Nível de empreendedorismo nos filhos de empresas familiares

Teste *t*-student

		Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Atractiva a ideia de criar uma empresa	Equal variances assumed	,332	,565	-,159	260	,874	-,035	,218	-,464	,395
	Equal variances not assumed			-,164	111,716	,870	-,035	,212	-,455	,386
Desenvolver e manter relações favoráveis com potenciais investidores	Equal variances assumed	1,190	,276	,000	258	1,000	,000	2,375	-4,677	4,677
	Equal variances not assumed			,000	120,640	1,000	,000	2,254	-4,463	4,463
Persistir frente a situações adversas	Equal variances assumed	,805	,371	,403	257	,687	1,015	2,515	-3,939	5,968
	Equal variances not assumed			,426	115,112	,671	1,015	2,384	-3,707	5,737
Identificar novas áreas com crescimento potencial	Equal variances assumed	,200	,655	-,849	260	,397	-2,191	2,582	-7,277	2,894
	Equal variances not assumed			-,824	104,095	,412	-2,191	2,661	-7,468	3,085

Tomar decisões em situação de incerteza e risco	Equal variances assumed	,214	,644	,200	258	,842	,564	2,823	-4,995	6,124
	Equal variances not assumed			,204	113,398	,839	,564	2,771	-4,925	6,054
Oferecer ao mercado novos conceitos de produto no momento oportuno	Equal variances assumed	1,311	,253	,948	260	,344	2,336	2,464	-2,516	7,188
	Equal variances not assumed			1,022	125,580	,309	2,336	2,285	-2,186	6,858
Criar produtos que satisfaçam necessidades não satisfeitas dos clientes	Equal variances assumed	,052	,819	,302	261	,763	,778	2,574	-4,290	5,846
	Equal variances not assumed			,312	115,336	,756	,778	2,493	-4,160	5,716
Assumir riscos de forma calculada	Equal variances assumed	3,515	,062	-1,054	259	,293	-2,829	2,685	-8,117	2,459
	Equal variances not assumed			-,972	94,701	,333	-2,829	2,909	-8,605	2,947
Determinar quais deverão ser as características da empresa	Equal variances assumed	,591	,443	-2,032	261	,043	-4,893	2,408	-9,635	-,151
	Equal variances not assumed			-2,121	117,667	,036	-4,893	2,307	-9,462	-,324
O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	Equal variances assumed	1,955	,163	-3,332	258	,001	-,577	,173	-,919	-,236
	Equal variances not assumed			-3,140	97,678	,002	-,577	,184	-,942	-,213

Preferia ter a minha própria empresa do que ganhar um ordenado maior como empregado como conta de outrem	Equal variances assumed	,095	,759	-,567	260	,571	-,101	,179	-,454	,251
	Equal variances not assumed			-,556	105,799	,580	-,101	,183	-,463	,261
Trabalharia noutro sítio apenas o tempo suficiente para tentar criar a minha própria empresa	Equal variances assumed	,777	,379	- 1,592	260	,113	-,258	,162	-,578	,061
	Equal variances not assumed			- 1,609	111,344	,111	-,258	,161	-,576	,060
Se vir a oportunidade de criar uma empresa, vou aproveitá-la	Equal variances assumed	,078	,781	,756	260	,450	,174	,230	-,279	,626
	Equal variances not assumed			,790	118,223	,431	,174	,220	-,262	,609
A ideia de ter uma empresa de alto risco/alta rentabilidade atrai-me	Equal variances assumed	1,130	,289	,503	260	,615	,122	,243	-,356	,601
	Equal variances not assumed			,527	115,779	,599	,122	,232	-,337	,582
Frequentemente penso em ideias e formas de criar uma empresa	Equal variances assumed	1,170	,280	,976	259	,330	,256	,262	-,260	,771
	Equal variances not assumed			1,008	115,936	,315	,256	,254	-,247	,758

Tabelas de contingência

- Determinar quais deverão ser as características da empresa

Crosstab

		Pertence a uma família empresária?		Total	
		Sim	Não		
Determinar quais deverão ser as características da empresa	20	Count	0	2	2
		% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	,0%	100,0%	100,0%
		% within Pertence a uma família empresária?	,0%	1,0%	,8%
30	Count	1	3	4	
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	25,0%	75,0%	100,0%	
	% within Pertence a uma família empresária?	1,5%	1,5%	1,5%	
40	Count	1	10	11	
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	9,1%	90,9%	100,0%	
	% within Pertence a uma família empresária?	1,5%	5,1%	4,2%	
50	Count	14	16	30	
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	46,7%	53,3%	100,0%	
	% within Pertence a uma família empresária?	21,5%	8,1%	11,4%	
60	Count	15	31	46	
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	32,6%	67,4%	100,0%	
	% within Pertence a uma família empresária?	23,1%	15,7%	17,5%	

70	Count	17	43	60
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	28,3%	71,7%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	26,2%	21,7%	22,8%
80	Count	8	47	55
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	14,5%	85,5%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	12,3%	23,7%	20,9%
90	Count	4	31	35
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	11,4%	88,6%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	6,2%	15,7%	13,3%
100	Count	5	15	20
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	25,0%	75,0%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	7,7%	7,6%	7,6%
Total	Count	65	198	263
	% within Determinar quais deverão ser as características da empresa	24,7%	75,3%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,210 ^a	8	,020
Likelihood Ratio	18,866	8	,016
Linear-by-Linear Association	4,079	1	,043
N of Valid Cases	263		

a. 6 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,49.

- O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa * Pertence a uma família empresária?

Crosstab

		Pertence a uma família empresária?		Total	
		Sim	Não		
O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	1	Count	8	9	17
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	47,1%	52,9%	100,0%	
		% within Pertence a uma família empresária?	12,5%	4,6%	6,5%
	2	Count	12	21	33
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	36,4%	63,6%	100,0%	
		% within Pertence a uma família empresária?	18,8%	10,7%	12,7%
	3	Count	16	42	58
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	27,6%	72,4%	100,0%	
		% within Pertence a uma família empresária?	25,0%	21,4%	22,3%
	4	Count	15	56	71
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	21,1%	78,9%	100,0%	
		% within Pertence a uma família empresária?	23,4%	28,6%	27,3%

	5 Count	13	68	81
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	16,0%	84,0%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	20,3%	34,7%	31,2%
Total	Count	64	196	260
	% within O clima económico actual não é favorável para as pessoas que desejam criar a própria empresa	24,6%	75,4%	100,0%
	% within Pertence a uma família empresária?	100,0%	100,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,014 ^a	4	,026
Likelihood Ratio	10,524	4	,032
Linear-by-Linear Association	10,685	1	,001
N of Valid Cases	260		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,18.