



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

Autoeficácia Empreendedora durante o processo de gestão empresarial

Filomena Maria Antunes dos Santos Matos

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

Orientadora: Prof^a. Doutora Maria José Madeira

Covilhã, Outubro de 2012

“São os obstáculos com que nos deparamos e que é preciso superar que fornecem a oportunidade de nos vencermos a nós mesmos.”

Simone Weil.

Dedicatória

Aos meus pais, ao meu marido e ao meu filho.

Agradecimentos

Agradeço, em primeiro lugar, à Prof^a. Doutora Maria José, minha orientadora, pela disponibilidade e ajuda que sempre expressou ao longo da investigação. Um muito obrigado pelo encorajamento, empenho e dedicação.

Por fim, agradeço acima de tudo aos meus pais, por me apoiarem incondicionalmente em todo o meu percurso. Ao meu marido pelo companheirismo, apoio e incentivo. Ao meu filho, que é o meu orgulho.

Muito obrigado a todos.

Resumo

Este estudo visa analisar a autoeficácia empreendedora e o seu efeito nas intenções empreendedoras usando uma medida multidimensional de autoeficácia empreendedora utilizando as dimensões do processo de criação de empresas.

Para a elaboração desta análise, recorreu-se a dados do EEP (*The Entrepreneurship Education Project*), utilizando uma amostra corrigida de 1129 estudantes universitários portugueses. Foi efetuada análise fatorial da qual resultaram cinco fatores do processo de gestação empresarial. Para testar as hipóteses formuladas neste estudo utilizou-se o modelo de regressão linear que analisa a influência das dimensões do processo de gestação empresarial na autoeficácia empreendedora.

O nível de autoeficácia empreendedora apresenta distinções segundo o género, o nível de formação e também pelas experiências empresariais de familiares.

Neste estudo não foi possível aceder a informações respeitantes à etnia dos inquiridos, indicador esse que poderia permitir apurar o impacto da etnia na análise efetuada.

Palavras-chave

Intenções Empreendedoras; Autoeficácia Empreendedora, Empreendedor Emergente.

Abstract

This study aims to analyze the entrepreneurial self-efficacy and its effect on entrepreneurial intentions using a multidimensional measure of entrepreneurial self-efficacy utilizing the dimensions of the process of business creation.

To produce this analysis, we used data from the EEP (The Entrepreneurship Education Project), using a corrected sample of 1129 college students Portuguese. Factor analysis was performed which resulted in five factors of business gestation process. To test the hypotheses formulated in this study we used the linear regression model that analyzes the influence of the dimensions of the process of entrepreneurial self-efficacy in pregnancy business.

The level of entrepreneurial self-efficacy features distinctions according to gender, level of education and also the experiences of family business.

In this study it was not possible to access information relating to the ethnicity of respondents, this indicator could allow for tracing the impact of ethnicity on the analysis performed.

Keywords

Entrepreneurial Intentions; Entrepreneurial self-efficacy, Emerging Entrepreneur.

Índice

Introdução	1
1. Enquadramento Teórico e Hipóteses	5
1.1 Intenções empreendedoras	5
1.2 Autoeficácia geral e autoeficácia empreendedora	7
1.3 Empreendedores emergentes	9
1.4 Dimensões do processo de criação de empresas	11
2. Metodologia	15
2.1 Base de dados, amostra e questionário	15
2.2 Variáveis	16
2.3 Método utilizado	19
3. Análise e Discussão de Resultados	21
3.1 Caracterização da amostra	21
3.2 Análise dos resultados	22
Considerações Finais	33
Referências Bibliográficas	35

Lista de Figuras

Figura I - Desenho da investigação	19
Figura II - Diferenças segundo o nível de formação	26
Figura III - Diferenças de confiança entre os estudantes cujos pais tiveram um projecto empresarial	28

Lista de Quadros

Quadro I - Processo de Gestação Empresarial e Objetivos	12
Quadro II - Síntese das Hipóteses	14
Quadro III - Síntese dos Aspetos Metodológicos	16
Quadro IV - Questões EEP associadas a cada variável independente	17
Quadro V - Reliability Statistics, KMO and Bartlett's Test	18
Quadro VI - Síntese de caracteriza�o da amostra	22
Quadro VII - Rotated Component Matrix	23
Quadro VIII - Tests of Normality	25
Quadro IX - Diferenças segundo o g�nero	25
Quadro X - Pais/Tutores com projecto empresarial	27
Quadro XI - Omnibus Tests of Model Coefficients	29
Quadro XII - Model Summary	29
Quadro XIII - Hosmer and Lemeshow Test	29
Quadro XIV - Classification Table	30
Quadro XIV - Modelo Final	30

Introdução

O novo milénio apresentou-se com muita incerteza e ansiedade, ao longo da sua primeira década o desenvolvimento do empreendedorismo e a construção de uma economia empreendedora tem sido um dos objetivos dos governos (Clercq et al, 2009; Esnard-Flavius, 2010). O empreendedorismo tem vindo a ser visto não só como uma forma de criar novos negócios mas, também, como uma nova forma de pensamento e comportamento (Kirby & Ibraim, 2010).

Os empreendedores podem desenvolver atividades por conta própria para com isso aumentar o seu próprio rendimento, ou por conta de outrem desenvolvendo atividades empreendedoras que resultem em melhorias para a empresa (Hallak et al., 2011). Para Ashraf & Qureshi (2010) os empreendedores são vistos como impulsionadores da economia porque rejeitam a segurança relativa de um emprego e porque creem que podem traçar o seu próprio rumo, este autor descreve-os também como inovadores, com propensão para o risco e empenhados no sucesso da própria empresa.

Por outro lado a intenção empreendedora foi definida por Boyd & Vozikis (1994) como a forma que leva as pessoas a formar atitudes para realizar um determinado comportamento com base em crenças que ao executar o comportamento vão resultar em determinadas consequências, bem como crenças normativas sobre o comportamento.

A intenção empreendedora é segundo Boyd & Vozikis (1994) um estado mental que dirige e guia as ações do empreendedor para o desenvolvimento e implementação do conceito de negócio, pelo que é um processo orientado, direcionando as atenções para uma complexidade de relações em torno das ideias empreendedoras e nos resultados dessas ideias. Estes autores defendem também que a autoeficácia é uma variável explicativa de grande importância pois permite determinar a força das intenções empresariais e também se essas intenções resultam ou não em ações empreendedoras.

McGee, et al. (2009) demonstram que a autoeficácia empreendedora está muito relacionada com as intenções empreendedoras. Também Hallak et al. (2011) concluí que a autoeficácia está relacionada com a performance empreendedora pelo que torna a autoeficácia num bom preditor da performance empreendedora pessoal e empresarial.

A ação empreendedora é impulsionada pelas intenções empreendedoras orientadas, pelo que é importante compreender os fatores que influenciam as intenções dos indivíduos que pretendem iniciar uma atividade empreendedora pela primeira vez. Os fatores que influenciam o indivíduo a tornar-se empreendedor são inúmeros e consistem em várias combinações de atributos, antecedentes, experiência e predisposições McGee, et al. (2009).

É portanto de grande relevância utilizar a autoeficácia para explicar o processo dinâmico e de escolhas que envolvem as intenções empreendedoras e que por sua vez levam ao comportamento empreendedor (Boyd & Vozikis, 1994).

Este estudo visa analisar a autoeficácia empreendedora e o seu efeito nas intenções empreendedoras usando uma medida multidimensional de autoeficácia empreendedora utilizando as dimensões do processo de criação de empresas.

Face ao exposto, coloca-se a seguinte questão de investigação: Quais as dimensões as dimensões do processo de gestão empresarial que influenciam a autoeficácia empreendedora e conseqüentemente a intenção empreendedora?

Para a elaboração desta análise, recorreu-se a dados do EEP (*The Entrepreneurship Education Project*), em que os alunos universitários portugueses participaram no inquérito. O período de referência respeita ao ano letivo 2010/2011, ao qual responderam 2054 alunos. No entanto, a amostra corrigida é de 1129 respostas, englobando apenas os alunos considerados empreendedores emergentes. Para testar as hipóteses formuladas neste estudo utilizou-se o modelo de regressão linear que analisa a influência das dimensões do processo de gestão empresarial na autoeficácia empreendedora.

Resumidamente descrevem-se os resultados obtidos nesta investigação: dos 2054 alunos apenas 1129 são considerados empreendedores emergentes; da análise descritiva apuram-se cinco dimensões do processo de gestão empresarial ligeiramente distintas das descritas na literatura; da aplicação do modelo de regressão logística foi possível construir a equação matemática que evidencia o peso que cada dimensão do processo de gestão empresarial tem na autoeficácia empreendedora, e conseqüentemente na intenção empreendedora.

Esta investigação está estruturada da seguinte forma: na Secção 1) está presente o enquadramento teórico referente à temática a ser estudada e as respetivas hipóteses a testar; na Secção 2) a metodologia, onde se apresenta a amostra e o modelo

aplicado; na Secção 3) analisam-se e discutem-se os resultados da investigação empírica; e por fim, na Secção 4) evidenciam-se as principais considerações finais e limitações, seguindo-se a proposta de linhas para futuras investigações.

1. Enquadramento Teórico e Hipóteses

1.1 Intenções empreendedoras

As ideias e intenções empreendedoras - referentes a novos produtos ou novos serviços - são o fator impulsionador necessário para a criação de uma nova atividade. Este comportamento do indivíduo resulta inconscientemente e sem intencionalidade de antecedentes McGee, et al. (2009).

As intenções empreendedoras, nem sempre resultam em ações empreendedoras, para que estas últimas aconteçam é necessário exista um alto nível de autoeficácia nos indivíduos relativamente à percepção que têm das especificidades de determinada oportunidade (Boyd & Vozikis, 1994). Também segundo Bird (1988), as ideias e intenções empreendedoras, são impulsionadoras do desenho de uma nova instituição, sendo, estas ideias e intenções, originadas pela inspiração, atenção sustentada e a intenção necessária para as transformar em atividades reais.

A pesquisa empírica tem revelado resultados contraditórios sobre o papel dos fatores de personalidade. Por exemplo, enquanto Lüthje e Franke (2003) usando simplesmente alunos da Escola de Engenharia do MIT defendem que os fatores contextuais e traços de personalidade desempenham um papel significativo para explicar a intenção empreendedora, mais tarde, os mesmos autores (Franke e Lüthje, 2004), comparando as intenções empreendedoras dos estudantes de administração de empresas, em duas universidades de língua alemã com os resultados do estudo anterior, concluem que as enormes diferenças nas intenções empreendedoras são essencialmente explicadas pela existência de grandes diferenças no ambiente percebido.

Lüthje e Franke (2003) exploram também se as percepções das condições de implementação de negócios, ou os traços de personalidade, têm impacto sobre a intenção dos alunos para criar o seu próprio emprego. Os autores concluíram que as percepções das condições de implementação de negócios (mais concretamente as barreiras percebidas, fatores contextuais e de apoio) afetam diretamente a intenção empreendedora dos estudantes. Em relação aos traços de personalidade, os autores concluíram que eles têm um forte impacto sobre a atitude autoemprego e que essa atitude está intimamente ligada com a intenção de iniciar um novo negócio.

Resumindo, estes autores concluíram que os fatores contextuais e traços de personalidade desempenham um papel significativo para explicar a intenção empreendedora.

Por outro lado, Franke e Lüthje (2004) investigaram os antecedentes que podem explicar porque é que as diferenças de intenções empreendedoras evoluem através das populações de estudantes (traços de personalidade, atitudes e percepções em relação ao empreendedorismo de fatores contextuais). Os resultados mostram que a intenção de abrir uma empresa é significativamente menor entre os estudantes alemães e austríacos que entre os estudantes do MIT. No entanto, as variáveis internas da personalidade e atitude para o autoemprego estão a um nível comparável em ambas as amostras.

Embora os estudos anteriores não sejam especificamente desenvolvidos para os estudantes, eles podem explicar suas intenções empreendedoras, bem como as intenções de qualquer outra população (Frank e Lüthje, 2004; Raposo et al, 2008).

Kolvereid (1996) compararam o comportamento dos recém-formados em administração (com ênfase em empreendedorismo) e licenciados com outros cursos de uma Universidade de negócios da Noruega. Os resultados indicam que os diplomados com formação em empreendedorismo são mais propensos a iniciar novos negócios e têm fortes intenções empreendedoras do que os graduados em outras áreas.

Souitaris, *et al.* (2007) testam o efeito da educação em empreendedorismo nas atitudes e intenções dos estudantes de ciências e engenharia, a fim de confirmar (ou negar) se a educação em empreendedorismo amplia a intenção de iniciar um negócio. Os autores realizaram um estudo em duas grandes universidades europeias, no Reino Unido (Londres) e em França (Grenoble). Um dos grupos que participou, teve como módulo obrigatório, empreendedorismo, contrariamente ao segundo grupo. Aplicando empiricamente a teoria do comportamento planejado, os resultados dos autores mostram que os programas elevam algumas atitudes e intenção empresarial.

1.2 Autoeficácia geral e autoeficácia empreendedora

A autoeficácia tem a sua origem na teoria cognitiva social desenvolvida por Bandura (1977) em que conclui que indivíduos com elevada autoeficácia para determinados objetivos estão mais propensos a perseguir esses objetivos do que indivíduos com baixo nível de autoeficácia, argumenta ainda que a autoeficácia deve focar-se num determinado domínio de objetivo ou atividade e quanto mais específicos este forem mais facilmente são mensuráveis, tornando-a assim um melhor preditor.

Para Clercq et al (2009) a autoeficácia é a percepção das competências pessoais e determina as atitudes na persecução dos objetivos.

Segundo Chen et al. (2004) a autoeficácia geral refere-se à capacidade individual de se comprometer com objetivos em situações de alguma incerteza. Neste estudo a autoeficácia geral está muito relacionada com estados afetivos, estados motivacionais e objetivos relacionados com performance. Conseguiu com este estudo diferenciar autoeficácia geral de autoestima, estando autoeficácia geral mais relacionada com variáveis motivacionais e a autoestima mais relacionada com variáveis afetivas. Sugerem ainda que a autoeficácia geral é a forma como os indivíduos julgam as suas capacidades e que conduz a determinadas consequências, já a autoestima leva a que a forma como se sentem se traduza em determinadas consequências.

Para Boyd & Vozikis (1994) e McGee, et al (2009) a autoeficácia geral refere-se à confiança de um indivíduo em cumprir objetivos independentemente das exigências que lhe estão associadas. A autoeficácia influencia também o comprometimento com os objetivos pessoais, pois quanto maior é o nível de autoeficácia maior é a dificuldade incutida aos objetivos e maior é o comprometimento para com esses mesmos objetivos (Boyd & Vozikis, 1994).

É importante também diferenciar autoeficácia de locus de controlo, embora os dois conceitos estejam associados à teoria das expectativas, pelo que locus de controlo é definido como a percepção de que as recompensas estão condicionadas ao comportamento próprio de um indivíduo (Boyd & Vozikis, 1994).

De acordo com Boyd & Vozikis (1994) a relação entre a autoeficácia e o comportamento tem implicações diretas no desenvolvimento das intenções e ações empreendedoras.

Segundo Bird (1988) o conceito de autoeficácia está integrado no desenvolvimento das intenções e comportamento empreendedor, e define a intenção como sendo um estado mental que direciona a atenção de um indivíduo para um determinado objetivo para alcançar algo.

Os indivíduos estão predispostos a ter intenções empreendedoras com base numa combinação de fatores pessoais e contextuais, segundo Boyd & Vozikis (1994) e Raposo et al, (2008).

A autoeficácia empreendedora é particularmente útil pois incorpora fatores de personalidade bem como fatores do meio envolvente o que a torna um bom preditor das intenções empreendedoras e posterior ação (Bird, 1988).

No estudo desenvolvido por Kirby & Ibraim (2010) foram analisados os estudantes de duas universidades, uma no Egito e outra em Inglaterra, quando expostos a aprendizagens de empreendedorismo, os estudantes egípcios mostraram ser mais empreendedores que os estudantes ingleses, atribuindo este resultado também a fatores culturais. Segundo Esnard-Flavius (2010) a autoeficácia atua como mecanismo de regulação entre influências externas e as percepções dos indivíduos que interiorizam as suas próprias crenças no percurso para o próprio sucesso ou falha. Também num estudo desenvolvido por Bird (1988) é afirmado que os indivíduos estão predispostos a ter intenções empreendedoras baseados em fatores pessoais, tais como características de personalidade e habilidades pessoais e também baseados em fatores contextuais como por exemplo, sociais, político, económicos, alterações de mercado, pelo que estes fatores têm influência no comportamento empreendedor.

Existem também características sociodemográficas que influenciam o empreendedorismo como a diferença de género pois existem, segundo alguns estudos, diferenças nos traços de personalidade entre os sexos que podem influenciar a intenção empreendedora (Matthews, 1995, Reynolds et al., 2004; Grilo e Irigoyen, 2006; Raposo et al, 2008). Outra característica referida na literatura diz respeito à relação entre a idade e a taxa de criação de empresas da qual resulta uma correlação negativa (Reynolds, 1997). A falta de experiência e prática dos estudantes são fatores que pesam no momento de enfrentar a realidade profissional pelo que a aposta na aprendizagem individual do empreendedorismo, é fundamental para a construção da competitividade que, através do conhecimento, originará riqueza (Faustino, 2009).

Os benefícios da educação do empreendedorismo não se limitam apenas à criação se empresarial, empresas inovadoras ou novos postos de trabalho, mas também na habilidade pessoal em transformar ideias em atividades económicas e, conseqüentemente, no aumento da competitividade, ajudando desta forma indivíduos jovens a serem mais criativos e autoconfiantes (Report on Entrepreneurship in Higher Education - European Commission, 2008; Raposo et al, 2008)

Para a análise do capital humano é frequentemente estudado o fator educação, em virtude deste fator os investigadores Arenius & DeClercq (2005) referem que o conhecimento e os contactos sociais gerados pelo sistema de ensino podem ser aproveitados para adquirir recursos, para identificar e explorar oportunidades empresariais.

Vários governos têm desenvolvido medidas reconhecendo a importância da educação em empreendedorismo nos vários níveis de escolaridade, para com o papel da educação promover o pensamento empreendedor (Kirby & Ibraim, 2010).

Para McGee, et al, (2009) a autoeficácia empreendedora é medida pela crença pessoal da habilidade de iniciar com sucesso uma atividade empresarial.

Neste estudo define-se então *autoeficácia empreendedora como a percepção das aptidões pessoais para, determinando as suas atitudes na persecução dos objectivos com a finalidade de iniciar uma actividade económica.*

1.3 Empreendedores emergentes

As amostras de estudantes são mais comumente utilizadas pela facilidade que os investigadores têm em aceder a um elevado número de inquiridos, no entanto a obtenção deste tipo de amostra não deve ser condenado pois os estudantes envolvidos em cursos de empreendedorismo são os que exibem características de empreendedores emergentes e tomam a opção de ingressar nesses cursos para obterem a preparação necessária para as suas carreiras empreendedoras, no entanto estes alunos não têm a experiência e recursos necessários para fazer uma autoavaliação se serão ou não empreendedores de sucesso (McGee, et al, 2009).

Os estudantes podem ser considerados empreendedores emergentes, isto porque os seus antecedentes de vida e a formação superior podem influenciar também o seu percurso após a formação (Hegarty & Jones, 2008).

Estes indivíduos possuem também características pessoais que são fundamentais para que se envolvam em processos empreendedores tais como: a propensão para o risco que envolve a imputação de recursos significativos a oportunidades, sabendo que existe a possibilidade de falhar, sendo este risco calculado e gerível; a proactividade que está associada a implementação, ou seja, atuar de forma necessária para passar do conceito empreendedor à prática, que requer considerável perseverança, adaptabilidade e tolerância à falha; e inovação, pois estes indivíduos procuram novas soluções criativas e não usuais para problemas e necessidades, estas soluções podem tomar a forma de novos processos ou novas tecnologias bem como novos produtos ou serviços (Schindehutte et al, 2008). Segundo Franco & Hasse (2009) os empreendedores estão em constante aprendizagem e que o processo de aprendizagem por que passam é fundamental para o reconhecimento de oportunidades.

Relativamente a pequenos empresários, estes indivíduos já iniciaram uma atividade, pelo que a sua perspectiva de autoeficácia empreendedora deve ser uma retrospectiva (McGee, et al, 2009). Para ser considerado um empreendedor emergente é necessário que estes indivíduos não sejam já ou tenham sido empresários (McGee, et al, 2009).

Também segundo McGee, et al (2009) empreendedores emergentes são indivíduos que estão envolvidos em atividades que têm como intenção iniciar uma start-up.

O comportamento emergente por definição é seguir as intenções, então os fatores que promovem a intenção (incluindo autoeficácia empreendedora) ajudarão a compreender o comportamento de empreendedor emergente (McGee, et al, 2009).

Para Tornikoski (2009) empreendedores emergentes são indivíduos que estão a dar passos para criar uma nova empresa, no entanto não transitaram para proprietários, também para este autor os empreendedores emergentes interagem com os seus stakeholders de modo a incrementar as oportunidades e convencê-los que as suas empresas têm legitimidade, no entanto estes esforços nem sempre são bem-sucedidos, mas cada contato aumenta o acesso a recursos importantes.

Desta forma entende-se por *empreendedor emergente*, o indivíduo que não sendo ainda empresário, desenvolve atividades no sentido de iniciar uma actividade económica.

1.4 Dimensões do processo de criação de empresas

Os resultados obtidos por McGee, et al, (2009) sugerem que os empreendedores emergentes se sentem mais confiantes em avançar em todas as etapas do processo de criação de empresas do que os indivíduos que não perseguem inteiramente comportamentos empreendedores.

De acordo com Clercq et al (2009) existe uma relação entre autoeficácia e empreendedores emergentes durante o processo que conduz à criação de uma empresa. Também este autor refere que a fase de gestação do processo empresarial é a fase imediatamente anterior ao estabelecimento do negócio. Esta fase engloba quatro dimensões de desenvolvimento da ideia empresarial: deteção, planeamento, triagem e implementação (McGee, et al, 2009).

A partir da literatura utilizada podem-se esquematizar os objectivos a alcançar pelo empreendedor, durante cada uma das dimensões do processo de gestação empresarial como se apresenta seguidamente no quadro I:

Quadro I - Processo de Gestação Empresarial e Objetivos

Dimensões do Processo de Gestação Empresarial		Objetivos a alcançar pelo empreendedor
Deteção da Oportunidade		Identificação de oportunidade Desenvolvimento da ideia
Planeamento		Plano de negócios Avaliação da ideia ou conceito de negócio
Triagem		Angariação de Recursos: <ul style="list-style-type: none"> • Capital financeiro, • Capital humano, • Clientes, • Fornecedores, • etc.
Implementação	Financeira	Implementação de recursos financeiros
	Pessoal	Implementação de recursos humanos

Fonte: Elaboração própria

A dimensão de deteção envolve o desenvolvimento de uma ideia e/ou a identificação de uma oportunidade pelo empreendedor, esta fase impulsiona a inovação pelo empreendedor (McGee, et al, 2009). Já Drnov sek et al (2010) defende que a identificação de oportunidades por parte do empreendedor passa pela activação das suas competências sociocognitivas relativamente aos objectivos propostos. Urban (2012) defende que a procura engloba a identificação e desenvolvimento de oportunidades. Face ao exposto, apresenta-se a seguinte hipótese:

H₁: A fase da Deteção de Oportunidade influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.

O planeamento é a dimensão que consiste em actividades pelas quais o empreendedor converte a ideia num plano de negócios executável, sendo este formal ou não, deve no entanto fazer uma avaliação da ideia ou conceito de negócio e incutir-lhe substância tal como se fosse um negócio (McGee, et al, 2009; Urban, 2012). De acordo com Liao & Gartner (2006) a conclusão de um plano de negócio pelo

empreendedor emergente conduz à persistência na ideia de negócio, pois esta é uma fase crítica no processo de criação de empresas. Perante o exposto anuncia-se a seguinte hipótese:

H₂: A fase de planeamento influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.

Após a conclusão da dimensão de planeamento surge dimensão de triagem envolve reunir recursos necessários, tais como, capital financeiro, capital humano, clientes, fornecedores, para transformar a ideia em negócio de facto (McGee, et al, 2009; Urban 2012), ou seja, desenvolver os esforços necessários para que a ideia de negócio, que até então está apenas no papel ou na cabeça do empreendedor, passe a existir. Pelo que se formula a seguinte hipótese:

H₃: A fase de triagem influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.

Para Schindehutte et al (2008) a dimensão de implementação representa o sistema de controlo que determina o sucesso ou não dos empreendedores, pois as empresas tendem a alcançar a vantagem de sustentabilidade respondendo ao mercado, fundamentalmente modificando a procura ou criando uma nova procura.

De acordo com McGee, et al (2009) e Urban (2012) na última dimensão, a implementação, o empreendedor é responsável pelo crescimento e sustentabilidade do negócio na sua “infância”, através da aplicação das suas competências e princípios de gestão. Nesta fase o empreendedor começa por delinear um plano estratégico e inicia as relações com os seus stakeholders, pois o crescimento da empresa requer uma visão e uma habilidade para resolver problemas rápida e eficientemente.

Segundo McGee, et al (2009), esta última dimensão deve ainda ser subdividida em duas, mais concretamente, a implementação de pessoal e a implementação de financeira. Esta subdivisão é feita para distinguir claramente os objetivos relacionados com a implementação financeira dos objetivos relacionados com a implementação de pessoal. Desta forma estabelecem-se as seguintes hipóteses:

H₄: A fase de implementação de pessoal influencia positivamente a autoeficácia empreendedora;

H₅: A fase de implementação financeira influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.

As hipóteses propostas neste estudo estão associadas a variáveis explicativas como se descreve no quadro II.

Quadro II - Síntese das Hipóteses

<i>Hipóteses</i>	<i>Variáveis explicativas</i>	<i>Variável resposta</i>
<i>H₁: A fase da Detecção de Oportunidade influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.</i>	<i>Detecção</i>	<i>Autoeficácia empreendedora</i>
<i>H₂: A fase de planeamento influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.</i>	<i>Planeamento</i>	
<i>H₃: A fase de triagem influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.</i>	<i>Triagem</i>	
<i>H₄: A fase de implementação de pessoal influencia positivamente a autoeficácia empreendedora;</i>	<i>Implementação Pessoal</i>	
<i>H₅: A fase de implementação financeira influencia positivamente a autoeficácia empreendedora.</i>	<i>Implementação Financeira</i>	

2. Metodologia

Sustentado o tema desta investigação, e depois da formulação das hipóteses, apresenta-se neste capítulo a constituição da base de dados e da amostra a utilizar, e também a metodologia a aplicar.

Para realizar esta investigação foi essencial tomar uma decisão quanto à adopção de dados primários ou de dados secundários.

Quanto aos dados primários, os meios disponíveis para a recolha de dados, como é o caso dos questionários e as entrevistas em profundidade às pessoas, não permitiam que fosse possível terminar a investigação dentro do limite de tempo a que se estava sujeito. Isto é resultado da alta probabilidade de falha de resposta aos questionários por parte das pessoas, devido à falta de disponibilidade ou resistência por parte do inquirido, bem como do elevado tempo e recursos que seria necessário empregar para a obtenção da totalidade de inquéritos realizados.

Perante estas contrariedades, tomou-se a decisão de utilizar dados secundários, que tal como Malhotra e Birks (2007) expõem, quando aos dados primários se tornaram inacessíveis ou inoportunos, os dados secundários constituem a única solução possível, e são uma opção exequível já que tem como principais vantagens o facto de oferecer meios mais económicos e mais rápidos de obter. Face ao exposto, a presente investigação foi realizada com base em dados secundários com acesso ao EEP Portugal (Entrepreneurship Education Project), apresentado seguidamente.

2.1 Base de dados, amostra e questionário

A base de dados utilizada para esta investigação é o EEP Portugal (*The Entrepreneurship Education Project*). A amostra foi criada pelo EEP, que não só criou a amostra como também recolheu, tratou e disponibilizou os dados.

O questionário EEP Portugal proporciona informação detalhada sobre as intenções empreendedoras dos indivíduos em, isto é, torna possível saber se o indivíduo pretende iniciar uma atividade empresarial e analisar a autoeficácia empreendedora ao longo do processo de gestação empresarial, entre outras informações que se tornem relevantes para a investigação. Este questionário é composto por 20 páginas,

e está dividido em 40 questões e respetivas alíneas, das quais foram analisadas 20 indo de encontro ao trabalho de McGee, et al (2009) sobre a análise da autoeficácia empreendedora. O EEP Portugal fez chegar aos estudantes universitários um questionário eletrónico via internet.

No quadro II está considerada toda a informação relevante sobre os aspetos metodológicos que compõem esta investigação, como se apresenta de seguida:

Quadro III - Síntese dos Aspetos Metodológicos

Designação	Inquérito EEP Portugal
Unidade Amostral	Estudante universitário
Base de Amostragem	Ficheiro do inquérito EEP Portugal
Universo	Estudantes universitários em universidades portuguesas
Área Geográfica	Portugal
Recolha de Dados	Dados secundários obtidos através do EEP Portugal
Organismo responsável pela recolha, processamento e disponibilização dos dados	<i>The Entrepreneurship Education Project</i>
Período em análise	2010/2011
Composição da amostra	2054 Indivíduos
Base temporal	Cross-section
Data da realização do inquérito	09/10/2012 a 01/02/2012

Fonte: Elaboração própria

2.2 Variáveis

A variável dependente utilizada nesta investigação é a “autoeficácia empreendedora” (AE). A autoeficácia empreendedora reflete a perceção das aptidões pessoais para, determinar as suas atitudes na persecução dos objetivos com a finalidade de iniciar uma atividade económica.

Seguindo a operacionalização das variáveis utilizada no estudo realizado por McGee, et al (2009), a autoeficácia empreendedora vai ser medida através de uma variável binária que identifica se o estudante no ano lectivo 2010/2011 apresenta autoeficácia empreendedora, isto é, é igual a 1 se o estudante apresenta autoeficácia empreendedora, e por seu lado, é igual a 0 se o estudante não apresenta auteficácia empreendedora.

No seguimento do trabalho desenvolvido por McGee, et al (2009), nesta investigação consideram-se como variáveis independentes as seguintes: Detecção (D), Planeamento (P), Triagem (T), Implementação Pessoal (IP) e Implementação Financeira (IF), que resultam de 20 questões, às quais era atribuído o nível de confiança sobre a realização de tarefas, quantificado entre 0 e 100 (0 indicaria que não tem qualquer confiança na sua capacidade, 50 indicaria que tem alguma confiança em ser capaz de completar a actividade e 100 indicaria que está completamente seguro na sua capacidade.), relativamente a cada uma das questões, podendo estas ser agrupadas por variáveis independentes como se enuncia no Quadro III:

Quadro IV - Questões EEP associadas a cada variável independente

Detecção

- a. Gerar, por si próprio, uma nova ideia para um produto ou serviço.
 - b. Realizar brainstorming com outros para gerar uma nova ideia para um produto ou serviço.
 - c. Identificar a necessidade de um novo produto ou serviço.
 - d. Conceber um produto ou serviço que satisfaça as necessidades ou desejos de um cliente.
-

Planeamento

- e. Calcular o nível de procura para um novo produto ou serviço por parte dos futuros clientes.
 - f. Determinar um preço competitivo para um novo produto ou serviço.
 - g. Estimar o investimento inicial e o fundo de maneo necessários para iniciar um novo projecto empresarial.
 - h. Conceber uma campanha de marketing/publicidade eficaz para um novo produto ou serviço.
-

Triagem

- i. Conseguir que outros se identifiquem e acreditem na sua visão e planos para um novo projecto empresarial.
 - j. Criar uma network (i.e., estabelecer contactos e trocar informação com outros).
 - k. De forma clara, concisa e acessível, explicar verbalmente/por escrito as suas ideias sobre o novo projecto empresarial.
-

Implementação Pessoal

- l. Recrutar e contratar empregados.
 - m. Delegar tarefas e responsabilidades aos empregados no seu novo projecto empresarial.
 - n. Lidar eficazmente com os problemas e crises do dia-a-dia.
 - o. Inspirar, encorajar e motivar os seus empregados.
 - p. Supervisionar empregados.
 - q. Dar formação aos empregados.
-

Implementação Financeira

- r. Organizar e manter registos financeiros do seu novo projecto empresarial.
 - s. Gerir os activos financeiros do seu novo projecto empresarial.
 - t. Ler e interpretar os documentos financeiros.
-

Fonte: Elaboração própria

Com o intuito de avaliar o grau de consistência interna dos 20 itens que compõem o questionário sobre nível de confiança na capacidade em realizar tarefas relacionadas com a procura, o planeamento, a triagem, a implementação pessoal e a implementação financeira calculou-se o coeficiente alpha de Cronbach. O valor de alpha obtido (0.920) denota uma consistência interna muito boa do questionário.

De seguida, foram aplicadas um conjunto de técnicas estatísticas designadas por Análise Fatorial com o objetivo de explicar a correlação entre variáveis observáveis, simplificando os dados através da redução do número de variáveis necessárias para os descrever (Pestana & Gageiro, 2005).

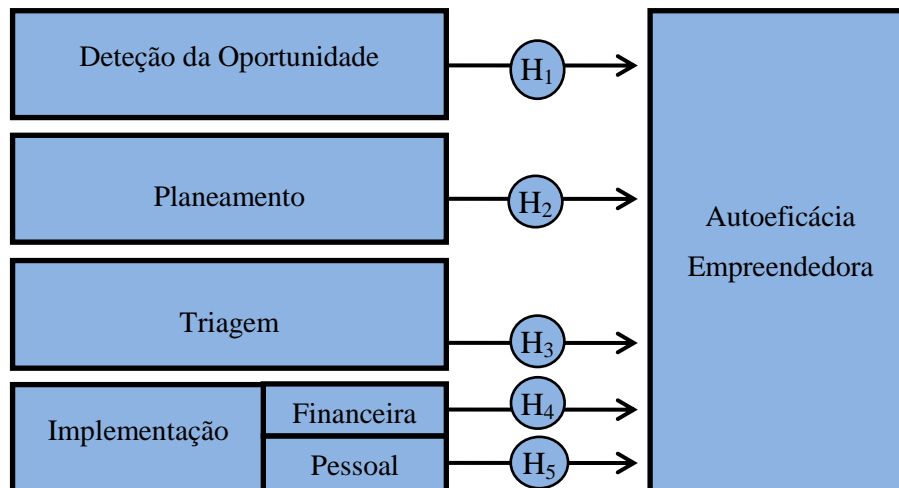
Iniciou-se a análise investigando qual é o grau de susceptibilidade ou o ajuste dos dados à Análise Fatorial. Para tal aplicaram-se os testes Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e de Esfericidade de Bartlett (quadro V). O KMO apresenta um valor de 0,924, o que indica uma adequação muti boas desta técnica aos dados. Já o teste de Esfericidade de Bartlett baseado na distribuição Qui-quadrado e testa a hipótese nula que não há correlação entre as variáveis. Como a estatística de teste é de 12178,432 com o valor de significância de 0,000 conclui-se pela rejeição da hipótese nula, ou seja, conclui-se que os valores são adequados para o tratamento com o método em questão.

Cronbach's Alpha		,920
N of Items		20
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,924
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	12178,432
	df	190
	Sig.	,000

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a caracterização das variáveis e tendo em conta as hipóteses propostas, construiu-se o desenho da investigação, como se apresenta, seguidamente, na figura I:

Figura I - Desenho da investigação



Fonte: Elaboração própria

2.3 Método utilizado

Perante a literatura existente defender que autoeficácia empreendedora é um fator chave para a intenção empreendedora, é ainda pouco explorada. Nesta investigação adopta-se o Modelo de Regressão Logística (Logit Model), devido à necessidade de analisar a relação estatística de uma variável dependente em relação a mais do que uma variável explicativa, ou seja, como as variáveis independentes influenciam a autoeficácia empreendedora, ao longo do processo de gestão empresarial. O modelo de regressão logística é aplicável neste estudo pois é uma técnica estatística que tem como objetivo conceber, com base num conjunto de observações, um modelo que permita a predição de valores tomados por uma variável categórica, baseado numa série de variáveis explicativas contínuas e/ou binárias.

Tendo em conta a informação sobre o método e as variáveis subjacentes a esta investigação, construiu-se um modelo de regressão logística, que permite modelar a probabilidade de existir uma maior autoeficácia empreendedora nas intenções empreendedoras ao longo do processo de gestão empresarial.

Nos modelos estimados, a variável dependente “autoeficácia empreendedora” tem códigos “0-pouco eficaz” e “1-eficaz”. As variáveis independentes correspondem ao

nível de confiança na capacidade em realizar tarefas relacionadas com deteção (D), o planeamento (P), triagem (T), a implementação pessoal (IP) e a implementação financeira (IF). Estas variáveis independentes entram no modelo como variáveis quantitativas, uma vez que correspondem aos fatores latentes resultantes da análise fatorial.

Assim, o modelo em estudo, pode ser descrito como:

$$\text{Logit}(\hat{\pi}) = \beta_0 + \beta_1 IP + \beta_2 IF + \beta_3 D + \beta_4 T + \beta_5 P$$

Ou, em termos probabilísticos,

$$\hat{\pi} = 1 / [1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 IP + \beta_2 IF + \beta_3 D + \beta_4 T + \beta_5 P)}]$$

onde $\hat{\pi} = P[Y=1]$, ou seja, é a probabilidade da variável dependente ter “sucesso”, isto é, de existir uma maior autoeficácia e os *betas* são os coeficientes do *Logit*.

3. Análise e Discussão de Resultados

Neste capítulo apresenta-se o estudo empírico dos fatores que influenciam a autoeficácia empreendedora da amostra, de acordo com o modelo explicado anteriormente. Deste modo, a partir dos resultados obtidos analisar-se-á a questão de investigação e, posteriormente, ver se os resultados são concordantes com aquilo a que foram submetidos, ou seja, se as hipóteses que foram propostas são válidas, e se estão de acordo com a literatura sustentada. Em síntese, este capítulo inicialmente terá uma análise descritiva que caracteriza a amostra e, posteriormente, proceder-se-á à estimação do modelo econométrico e interpretação dos respectivos resultados.

3.1 Caracterização da amostra

Importa fazer uma caracterização da amostra, pois esta permite uma interpretação mais apropriada dos resultados obtidos. A amostra é composta por 1842 alunos universitários portugueses de um total de 2054 alunos inquiridos. A amostra é composta apenas por alunos universitários que ainda não iniciaram uma actividade empresarial, pois são apenas estes que segundo a literatura são considerados empreendedores emergentes.

Os inquiridos que compõem a amostra têm, todos, idade igual ou superior a 18 anos, dos quais 57.2% são do sexo feminino e 42.8% do sexo masculino.

Do total de inquiridos, 69.7% frequentam Licenciatura, 0.1% frequentam curso de Especialização, 3.9% frequentam Pós-Graduação, 21.6% frequentam Mestrado, 3.1% frequentam Mestrado Integrado e 1.6% frequentam Doutoramento.

Foi também questionado se os pais ou tutores já tinham criado um projecto empresarial, sendo as respostas negativas de 51.8% e as respostas afirmativas de 48.2%. Dos que responderam afirmativamente foi-lhes questionado de que forma essa experiência afectou a própria confiança, resultando 7.9% em que a confiança diminuiu, 36.6% em que essa experiência não teve impacto na confiança e 55.5% em que a confiança aumentou com essa experiência. Foi também questionado se o projecto empresarial iniciado pelos pais ou tutores resultou numa experiência empresarial falhada sendo as respostas negativas obtidas fora de 68.7% e as respostas afirmativas obtidas de 3.13%.

A caracterização da amostra apresenta-se sintetizada no quadro VI:

Quadro VI - Síntese de caracterização da amostra

	%
Género	
Feminino	57,2
Masculino	42,8
Idade	
<18	0
≥18	100
Curso que frequentam	
Licenciatura	69,7
Especialização	0,1
Pós-Graduação	3,9
Mestrado	21,6
Mestrado Integrado	3,1
Doutoramento	1,6
Criação de um projeto empresarial pelos familiares (pais/tutores)	
Não	51,8
Sim	48,2
De que forma a experiência dos familiares afetou a própria confiança	
Diminuíram	7,9
Não tiveram impacto	36,6
Aumentaram	55,5
A experiência empresarial dos familiares falhou	
Não	68,7
Sim	31,3

Fonte: Elaboração própria

3.2 Análise dos resultados

Depois de caracterizada a amostra de participantes no estudo procedeu-se à aplicação da Análise Fatorial ao conjunto das 20 questões que compõem o questionário sobre o nível de confiança relacionado com atividades inerentes ao

processo de gestão empresarial. Isto pressupõe a obtenção de fatores latentes que expressam o que existe de comum nas variáveis originais.

O método de extração de fatores aplicado foi o método das Componentes Principais, com rotação Varimax. A decisão sobre o número de fatores a extrair baseou-se no critério da percentagem de variância explicada e no critério Scree (número de valores próprios superiores à unidade), sustentados analiticamente pela tabela Total de Variância Explicada e graficamente pelo Scree-Plot (Maroco, 2010). Nas matrizes de componentes os coeficientes com valores absolutos menores que 0,30 foram eliminados. A solução fatorial para 5 fatores apresenta-se no Quadro VI, bem como a variância explicada e a consistência interna de cada fator.

Quadro VII - Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
D a			,757		
D b			,726		
D c			,764		
D d			,739		,331
P e					,720
P f		,375			,718
P g		,636			,366
P h				,628	,443
T i	,330			,639	,335
T j				,764	
T k	,332		,319	,597	
IP l	,784				
IP m	,811				
IP n	,768				
IP o	,640				
IP p	,699				
IP q	,701				
IF r		,823			
IF s		,869			
IF t		,846			
Alpha Cronbach	0.880	0.892	0.824	0.785	0.793
Variância explicada	19.5%	15.4%	13.9%	10.8%	9.1%
Variância explicada					.688

Fonte: Elaboração própria

Da análise fatorial resultaram cinco fatores:

- O primeiro fator, designado por IP (Implementação Pessoal), engloba as questões *l* a *q*, em conformidade com o trabalho elaborado por McGee, et al (2009);
- O segundo fator, denominado por IF (Implementação Financeira), agrupa as questões *r* a *t* e também a questão *g*, não correspondendo ao estudo realizado por McGee, et al (2009). Esta diferença pode ser explicada pelo facto de se estar a agrupar objetivos, e todos os itens agrupados neste estudo estão relacionados com objetivos de financiamento, pelo que se passará a denominar de F (Financiamento);
- O terceiro fator, representado por D (Deteção), associa as questões *a* a *d*, em concordância com o estudo elaborado por McGee, et al (2009);
- O quarto fator, apontado por T (Triagem), engloba as questões *h* a *k*, discordantemente do trabalho realizado por McGee, et al (2009), esta diferença obtida justifica-se porque os objetivos agrupados neste fator dizem respeito à angariação de recursos, pelo que se passará a apontar como Angariação (A);
- O quinto fator designado P (Planeamento), agrupa as questões *e* e *f*, o que não corresponde na integra ao trabalho elaborado por McGee, et al (2009), pois esta distinção surge da absorção de dois objetivos por outros fatores.

O total de variância explicado pelo modelo é de 68.8%, sendo que o fator F1 apresenta variância explicada de 19.5%, o fator F2 de 15.4%, o fator F3 de 13.9%, o fator F4 de 10.8% e o fator F5 de 9.1%. Todos os fatores apresentam uma boa consistência interna. De facto, $\alpha F1=0.880$, $\alpha F2=0.892$, $\alpha F3=0.824$, $\alpha F4=0.785$ e $\alpha F5=0.793$.

De seguida, com o intuito de conhecer a forma da distribuição dos fatores latentes resultantes da Análise Fatorial, aplicou-se o teste de aderência à normalidade (Quadro VIII). De acordo com a probabilidade de significância associada ao teste Kolmogorov-Smirnov (com valores de $p \leq 0.001$), conclui-se pela rejeição da hipótese nula de que as distribuições são normais, pelo que se recorrerá a testes não paramétricos para a comparação de médias entre grupos independentes de amostras.

Quadro VIII - Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
REGR factor score 1 for analysis 1	,038	1132	,001	,980	1132	,000
REGR factor score 2 for analysis 1	,050	1132	,000	,981	1132	,000
REGR factor score 3 for analysis 1	,043	1132	,000	,982	1132	,000
REGR factor score 4 for analysis 1	,040	1132	,000	,988	1132	,000
REGR factor score 5 for analysis 1	,071	1132	,000	,971	1132	,000

a. Lilliefors Significance Correction
 Fonte: Elaboração própria

Pretende-se agora analisar se existe um nível de confiança diferenciado em atividades relacionadas com o processo de gestão empresarial segundo o género, o curso e a experiência anterior dos pais ou tutores no desenvolvimento de um projeto empresarial. Para a comparação de médias entre grupos independentes de amostras recorreu-se como alternativa não paramétrica ao teste t-Student o teste Mann-Whitney. Já como alternativa à Anova utilizou-se o teste não paramétrico Kruskal-Wallis.

Com base no quadro IX, conclui-se que existem diferenças estatisticamente significativas segundo o género para os fatores F1 (Implementação Pessoal), F2 (Financiamento) e F3 (Deteção), pois a probabilidade de significância associada ao teste Mann-Whitney foi de $p=0.000$, $p=0.029$ e $p=0.000$, respetivamente, pelo que se rejeita a hipótese nula de igualdade de médias nestes fatores segundo o género. Analisando os valores médios, conclui-se que, em média, a autoconfiança das mulheres na implementação de pessoal é mais elevada do que a dos homens. Já, por outro lado, a autoconfiança dos homens no Financiamento e na Deteção é, em média, mais elevada do que as mulheres. Estas diferenças de autoeficácia por género foram também evidenciadas nos estudos desenvolvidos por Matthews (1995), Reynolds et al. (2004), Grilo e Irigoyen (2006) e Raposo et al, (2008).

Quadro IX - Diferenças segundo o género

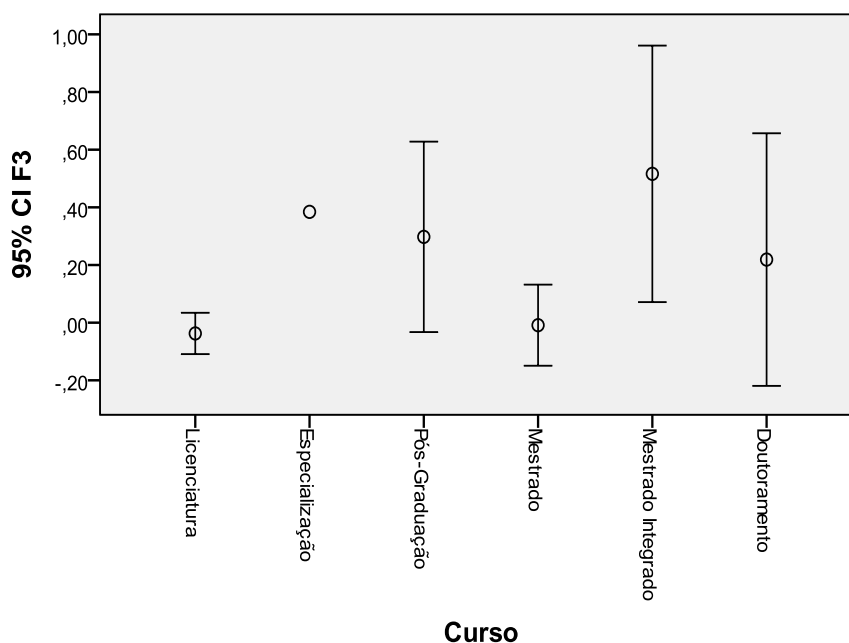
	Género						
	Feminino			Masculino			p-valor
	Mean	N	Std. Deviation	Mean	N	Std. Deviation	
F1	0,127	573	0,983	-0,167	439	1,023	0,000*
F2	-0,061	573	1,063	0,091	439	0,931	0,029*
F3	-0,196	573	1,029	0,255	439	0,910	0,000*
F4	0,011	573	1,023	0,004	439	0,978	0,869
F5	-0,022	573	1,017	0,006	439	0,966	0,437

Fonte: Elaboração própria

Considerando agora as diferenças de autoconfiança nas diferentes etapas inerentes ao processo de gestão empresarial segundo a tipologia do curso dos sujeitos inquiridos (Figura II), verifica-se que existem diferenças estatisticamente significativas nos valores médios de autoconfiança relacionados com o fator F3 (Deteção) entre a amostra de alunos com Licenciatura e a amostra de alunos com Mestrado Integrado. Este facto é corroborado pela ilustração gráfica da apresentação dos intervalos de confiança para a média dos grupos de alunos segundo a tipologia dos cursos, onde não se observa sobreposição dos intervalos para as categorias Licenciatura e Mestrado Integrado.

Assim, constata-se que, em média, os estudantes que têm habilitação do nível Mestrado/Integrado têm maior confiança no desenvolvimento de atividades de Deteção comparativamente com os indivíduos com licenciatura. Em concordância com Arenius & DeClercq (2005) o fator educação pode ser aproveitado para adquirir recursos, para identificar e explorar oportunidades empresariais.

Figura II - Diferenças segundo o nível de formação



Fonte: Elaboração própria

Também os estudantes cujos pais tiveram um projeto empresarial (Quadro X) apresentam, em média, maior autoconfiança no desenvolvimento de atividades de Deteção comparativamente com os estudantes cujos pais nunca tiveram um projeto

empresarial. De facto, registam-se diferenças estatisticamente significativas nos valores médios do fator F3 (Deteção) segundo a experiência prévia dos pais/tutores relacionadas na criação de um projeto empresarial, pois o $p\text{-valor}=0.010<0.05$.

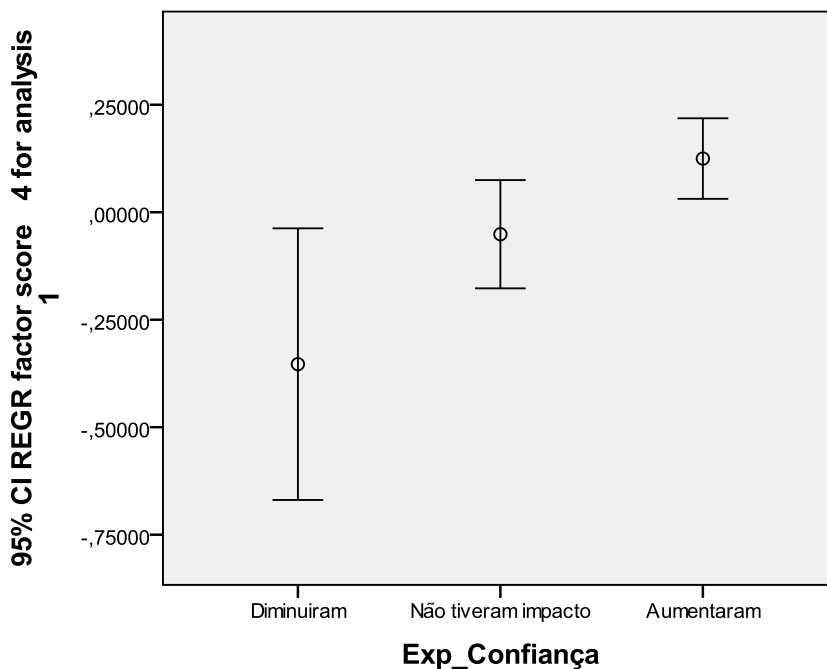
Quadro X – Pais/Tutores com projecto empresarial

	Não			Sim			
	Mean	N	Std. Deviation	Mean	N	Std. Deviation	
F1	0,004	562	0,977	-0,001	519	1,017	0,816
F2	-0,042	562	1,015	0,053	519	0,987	0,111
F3	-0,068	562	1,014	0,071	519	0,990	0,010*
F4	-0,030	562	1,041	0,026	519	0,956	0,325
F5	0,003	562	1,049	0,011	519	0,924	0,885

Fonte: Elaboração própria

Por último, analise-se as diferenças na autoconfiança dos alunos considerando o sucesso/insucesso dessas experiências prévias dos pais/tutores. A figura III, mostra que existem diferenças estatisticamente significativas entre os grupos de pais/tutores cuja experiência prévia diminui a autoconfiança comparativamente com o grupo de pais/tutores cuja experiência prévia aumentou a autoconfiança, pois não existe sobreposição dos intervalos de confiança de 95% entre estes grupos. Assim, os estudantes cujos pais tiveram experiências anteriores que levaram ao aumento de autoconfiança apresentam, em média, maior autoconfiança a desenvolver atividades de Angariação do que os estudantes que têm pais cujas experiências diminuíram a autoconfiança.

Figura III - Diferenças de confiança entre os estudantes cujos pais tiveram um projecto empresarial



Fonte: Elaboração própria

Com o objetivo de modelar a probabilidade de existir uma maior autoeficácia empreendedora nas intenções empreendedoras ao longo do processo de gestação empresarial, recorreu-se ao modelo de regressão logística. No modelo estimado, pretende-se avaliar de que modo as variáveis independentes correspondentes ao nível de confiança na capacidade em realizar tarefas relacionadas com Deteção (F3), o Planeamento (F5), Angariação (F4), a Implementação Pessoal (F1) e a Financiamento (F2) afetam a variável dependente “autoeficácia empreendedora”.

As medidas de qualidade e ajustamento do modelo foram avaliadas com base no teste do rácio de verosimilhanças (G^2), no teste de Hosmer e Lemeshow e no pseudo- R^2 de Nagelkerke.

Deste modo, o teste da diferença do rácio da verosimilhança ($G^2(5)=85.519$; $p=0.000$) indica que, pelo menos uma das variáveis independentes tem poder preditivo sobre a variável dependente, isto é, que o modelo é significativo (Quadro XI).

Quadro XI - Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	85,519	5	,000
	Block	85,519	5	,000
	Model	85,519	5	,000

Fonte: Elaboração própria

O valor pseudo-R² de Nagelkerke (R²=0.101) revela que as variáveis independentes incluídas no modelo permitem reduzir a incerteza da variável dependente em 10.1% por isso a dimensão do efeito é algo reduzida.

Quadro XII - Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	1360,795 ^a	,073	,101

a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.

Fonte: Elaboração própria

Já a probabilidade de significância associada ao teste de ajustamento de *Hosmer e Lemeshow* permite não se rejeitar a hipótese nula de que o modelo se ajusta aos dados (Quadro XII). De facto, como $\chi^2_{HL} = 4.897$; $p = 0.768$, ou seja, como $p = 0.768 > 0.005$ conclui-se a rejeição de H₀, logo o modelo adequa-se aos dados.

Quadro XIII - Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	4,897	8	,768

Fonte: Elaboração própria

Atendendo à classificação observada e prevista pelo modelo (Quadro XIII), verifica-se que a capacidade classificativa do modelo é de 67%, apresentando uma sensibilidade de 54% e especificidade de 68.5%, ou seja, o modelo de regressão logística ajustado apresenta uma capacidade preditiva razoável.

Quadro XIV - Classification Table^a

	Observed	Predicted		Percentage Correct
		Autoeficácia Não	Autoeficácia Sim	
Step 1	Autoeficácia	690	56	92,5
	Não Sim	317	66	17,2
	Overall Percentage			67,0

a. The cut value is ,500

Fonte: Elaboração própria

Por último, analise-se os parâmetros da regressão logística estimados.

Quadro XV - Modelo Final

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
F1	0,124	0,069	3,243	1	0,072**	1,132
F2	0,209	0,068	9,523	1	0,002*	1,232
F3	0,506	0,072	49,496	1	0,000*	1,659
F4	0,276	0,068	16,394	1	0,000*	1,318
F5	0,122	0,066	3,36	1	0,067**	1,13
Constant	-0,731	0,067	119,547	1	0,000*	0,481

*nível de significância 0.05 ** nível de significância 0.10

Fonte: Elaboração própria

Com base no teste Wald verifica-se que todas as variáveis independentes afetam significativamente a autoeficácia. O efeito das variáveis Implementação Pessoal (F1) e o Planejamento (F5) é, porém, marginalmente significativo ($\alpha=0.010$).

As estimativas dos coeficientes do modelo, recorrendo ao rácio das chances ($Exp \beta$) e às probabilidades, permite concluir que: por cada unidade adicional Implementação Pessoal (F1) a probabilidade de ser autoeficaz aumenta 13.2%; já, por cada unidade adicional no fator Financiamento (F2) a probabilidade de ser autoeficaz aumenta 23.2%; por cada unidade adicional no fator Detecção (F3) a probabilidade de ser autoeficaz aumenta 65.9%; por cada unidade adicional no fator Angariação (F4) a probabilidade de ser autoeficaz aumenta 31.8%; e por cada unidade adicional no fator Planejamento (F5) a probabilidade de ser autoeficaz aumenta 13.%.

Pode-se, portanto, constatar que todas as hipóteses propostas neste estudo são aceites, justificado pelo facto de que as cinco dimensões do processo de gestão empresarial influenciarem positivamente a autoeficácia empreendedora.

Considerações Finais

A escolha da temática da investigação foi influenciada pela importância actual no desenvolvimento das intenções empreendedoras. A autoeficácia empreendedora tem uma influência positiva nas intenções empreendedoras pelo que deve ser desenvolvida e explorada, por forma a aumentar as intenções empreendedoras que por sua vez criaram mais riqueza aos países.

Neste contexto, é importante que os decisores políticos dos países motivem o ensino do empreendedorismo, isto porque a motivação do ensino do empreendedorismo aumentará a autoeficácia empreendedora e conseqüentemente as intenções empreendedoras, desta forma aumentará a criação de novas empresas, aumentando também a produção nacional e conseqüentemente a riqueza nacional.

Transpondo agora aos resultados obtidos, a amostra dos estudantes universitários portugueses e considerados como empreendedores emergentes, caracteriza-se por serem maioritariamente (69,7%) alunos de licenciatura, destacando-se também o facto de que, aproximadamente, metade da amostra (51,8%) não têm pais/tutores que criaram um projecto empresarial.

Relativamente ao que foi proposto nesta investigação, tirar-se-ão as principais considerações finais. O objectivo da investigação consistiu em analisar a autoeficácia empreendedora e o seu efeito nas intenções empreendedoras usando uma medida multidimensional de autoeficácia empreendedora utilizando as dimensões do processo de gestão de empresas. Para tal foram testadas hipóteses que relacionavam cada uma das dimensões do processo de gestão empresarial com a autoeficácia empreendedora. O método utilizado foi o modelo de regressão logística.

De acordo com o enquadramento teórico, da análise fatorial efetuada resultaram cinco fatores para analisar o efeito da autoeficácia nas intenções empreendedoras, no entanto não inteiramente coincidentes com os fatores encontrados no estudo realizado por McGee, et al (2009). No modelo final ficou demonstrado que a autoeficácia influencia positivamente as intenções empreendedoras.

Perante os resultados obtidos no segundo modelo, que analisa a influência da autoeficácia empreendedora nas intenções empreendedoras, os resultados são elucidativos e, também, seguem em concordância com a revisão de literatura. Consta-se que as variáveis Implementação Pessoal e Planeamento são significativas

ao nível de 5%, e influenciam positivamente a autoeficácia. As restantes variáveis são significativas ao nível de 10% também com influência positiva.

Por fim, e de acordo com as hipóteses testadas, constatou-se que as cinco dimensões do processo de gestão empresarial influenciam positivamente a autoeficácia empreendedora concluindo que os resultados obtidos estão no seguimento da revisão de literatura.

Este estudo evidencia que existem distinções na autoeficácia entre género relativamente às dimensões do processo de gestão empresarial, o grau de formação é também uma característica distintiva na autoeficácia empreendedora, este estudo evidencia também o facto de as experiências empresariais de familiares levarem ao aumento de autoeficácia por parte dos estudantes analisados

No decorrer da investigação surgiram no entanto algumas limitações ao nível da base de dados. Não foi possível aceder a informações respeitantes à etnia dos inquiridos, indicador esse que poderia permitir apurar o impacto da etnia na análise efectuada.

Para investigações futuras é aconselhável uma análise longitudinal para apura ser as intenções empreendedoras resultam efectivamente em actividades empresariais.

Referências Bibliográficas

- Ashraf, m. & Qureshi, T. (2010), Risk Taking and Essential Success factors: a comparative analysis in 21th century entrepreneurial dimensions, *Mustang Journal of Business & Ethics*, pp. 99-119.
- Arenius, P. & DeClercq, D. (2005), A Network-based Approach to Opportunity Identification, *Small Business Economics*, 24, 249-265.
- Bandura (1977), Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bird, B. (1988), Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention, *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Boyd, N. & Vozikis, G. (1994), The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Chen, G.; Gully, S. & Eden, D. (2004), General Self-efficacy and Self-esteem: toward theoretical and empirical distinction between correlated self-evaluations, *Journal of Organizational Behavior*, 25, 375-395.
- Clercq, D. et al (2009), Explaining Nascent Entrepreneurs'Goal Commitment: An Exploratory Study, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(2), pp. 123-140.
- Drnovšek, M. et al (2010), Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(4), pp. 329-348.
- Esnard-Flavius, T. (2010), Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, And Entrepreneurial Attitude Orientations: The Case Of Caribbean, *The International Business & Economics Research Journal*, 9(13), 17-31.
- Faustino, Sofia (2009), As Universidades como “Viveiros” de Recursos Humanos para a Actividade Profissional e Empresarial: Perspectiva a partir do Capital Humano e do Empreendedorismo, Universidade da Beira Interior.

- Franco, M. & Hasse, H. (2009), Entrepreneurship: na organizational learning approach, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(4), pp. 628-641.
- Franke, N. & Luthje, C. (2004), Entrepreneurial intentions of business students: a benchmark study, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.
- Gimeno et al. (1997), Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firm, *Administrative Science*, 42, 750-783.
- Grilo, I. & Irigoyen, J.M. (2006), Entrepreneurship in the EU: To wish and not to be, *Small Business Economics*, 26, 305-318.
- Hallak, R., Brown, G. & Lindsay, N. (2011), The Place Identity - Performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modeling analysis, *Tourism Management*, 33, 143-154.
- Hegarty, C. & Jones, C. (2008), Graduate entrepreneurship: more than child's play, *Education & Training*, 50(7), 626-637.
- Kirby, D. & Ibraim, N. (2010), Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: provisional results from an experiment in Egypt, *International Entrepreneurship Management*, 7, 181-193.
- Kolvereid, L. (1996), Prediction of employment status choice intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 47-56.
- Liao, J. & Gartner, W. (2006), The Effects of Pre-venture Plan Timing and Perceived Environmental Uncertainty on the Persistence of Emerging Firms, *Small Business Economics*, 27, pp. 23-40.
- Lüthje, C. & Franke, N. (2003), The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT, *R & D Management*, 33(2), 135-147.
- Birks, D. & Malhotra, N. (2006), *Marketing Research: an applied approach*, Pearson Education Limited.
- Maroco, J. (2007), *Análise Estatística com utilização do SPSS*, Edições Sílabo.

- Matthews, C. H. & Moser, S. (1995), "Family Background and Gender, Implications for Interest in Small Firm Ownership", *Entrepreneurship and Regional Development* 7(3), 365-377.
- McGee, J., Peterson, M. Mueller, S. & Sequeira, J. (2009), Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Raposo, M. et al (2008), Propensity to firm creation: empirical research using structural equations, *International Entrepreneurship Management Journal*, 4, pp. 485-504.
- Report on Entrepreneurship in Higher Education - European Commission*, (2008), disponível em: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/entr_highed_en.pdf [consultado em 01/06/2012].
- Reynolds, P. D. (1997), Who Starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms-in-Gestation, *Small Business Economics*, 9, 449-462.
- Reynolds *et al.* (2004), The Prevalence of Nascent Entrepreneurs in the United States: Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, *Small Business Economics*, 23(4), pp. 263-284.
- Schindehutte, M.; Morris, M. & Kocak, A. (2008), Understanding Market-Driving Behavior: The Role of Entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 46(1), pp. 4-26.
- Souitaris, *et al.* (2007), Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources, *Journal of Business Venturing*, 22, 566-591.
- Tornikoski, E. (2009), Legitimizing behaviors and firm emergence: a resource dependence perspective, *International Entrepreneurial Management Journal*, 5, 121-138.
- Urban, B. (2012), The Venture Creation Process, Entrepreneurial Self-Efficacy and Competitiveness: A focus on Technology Enterprises, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, 7(3), pp. 66-83.

