

Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico
Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto

Ano Lectivo 2010/2011

Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e
Gestão: uma comparação entre países

Manuela Alexandra de Almeida Marques

Junho 2011

Orientação: Aurora A.C. Teixeira

Agradecimentos

Ao longo de todos estes meses em que estive envolvida na elaboração da dissertação de Mestrado, tive a oportunidade de contar com o apoio de diversas pessoas que, directa ou indirectamente, contribuíram para sua realização.

Em primeiro lugar, quero agradecer à minha orientadora, Professora Aurora Teixeira, pelos seus conhecimentos, apoio, dedicação e, acima de tudo, paciência em todos os momentos menos fáceis. Foi uma honra e um prazer poder ter a oportunidade de aprender com alguém tão singular.

Em segundo lugar, ao Director do Mestrado, o Professor João José, pela excelente proposta de orientadora e por todo o trabalho desenvolvido neste mestrado ao longo destes dois últimos anos.

Um agradecimento especial a Todd Davey pela permissão na utilização dos dados recolhidos pela sua equipa da Münster University of Applied Sciences (MUAS).

Gostaria, igualmente, de agradecer à minha família e ao meu namorado todo o apoio prestado durante todo este processo.

E, finalmente, a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para este trabalho e que não se encontram aqui mencionados.

Resumo

Tal como refere o GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), um país empreendedor é todo aquele que providencia oportunidades de negócio e infraestruturas para auxiliar os novos empreendedores e impulsionar os seus negócios. No entanto, entre as grandes limitações à actividade empreendedora, o GEM destaca a insuficiente educação empreendedora e métodos de ensino eficazes.

O presente estudo teve como objectivo aferir quais são os determinantes do empreendedorismo estudantil. Não obstante a já vasta literatura nesta área, em regra os estudos existentes focam um país/uma universidade, medindo o empreendedorismo apenas por um único indicador (designadamente, a intenção empreendedora). Tentando preencher estas lacunas, a presente dissertação analisa os determinantes do empreendedorismo estudantil para uma amostra alargada de (cerca de 1500) estudantes do 1º ano de Economia e Gestão inscritos em universidades de 12 países de 4 continentes. Adicionalmente, para além de considerar as ‘intenções empreendedoras’ considera também o empreendedorismo efectivo, em sentido estrito (criou empresas) e lato (criou ou estar a dar passos para criar empresas) como ‘medidas’ do empreendedorismo estudantil.

Recorrendo a técnicas de estimação econométrica logísticas, concluímos que os determinantes mais importantes do empreendedorismo estudantil são diversos, dependendo da ‘medida’/proxy utilizada para o empreendedorismo estudantil. Em concreto, no caso do empreendedorismo efectivo (ter criado ou ter dados passos para criar empresas), para além dos determinantes demográficos emergem como significativos factores relacionados com o contexto, mais especificamente a experiência profissional e de empreendedorismo dos estudantes e o país de origem da universidade em que estão inscritos. No caso das ‘intenções’ empreendedoras, e em contraste com o empreendedorismo efectivo, os determinantes de índole psicológica (risco, criatividade, necessidade de realização) emergem como bastante significativos.

É interessante relevar o facto dos estudantes Irlandeses, comparativamente com os seus homólogos Portugueses, demonstrarem um maior índice empreendedor efectivo. Quanto às intenções empreendedoras, há evidência estatística suficiente para afirmar que os estudantes portugueses tendem, em média, a ser mais empreendedores do que os seus homólogos Finlandeses, Alemães ou dos Emirados Árabes Unidos. Por último, os estudantes de Universidades do continente Africano, apesar de revelarem menores índices de empreendedorismo efectivo em sentido estrito (criar empresas), tendem a ser mais empreendedores do que os Europeus ao nível do empreendedorismo efectivo em sentido lato e das intenções empreendedoras.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Estudantes; Países.

Abstract

As referred in the GEM (Global Entrepreneurship Monitor), an entrepreneurial country is the one that provides business opportunities and infrastructure to help new entrepreneurs boosting their businesses. Among the major constraints to entrepreneurial activity, GEM highlights the insufficient entrepreneurial education and effective teaching methods.

The present study aimed to assess the determinants of student entrepreneurship. Despite the now extensive literature in the area, existing studies generally focus on one country / one university measuring entrepreneurship by a single indicator (namely, entrepreneurial intentions). Trying to fill these gaps, this dissertation analyzes the determinants of student entrepreneurship using an enlarged sample (about 1500) of 1st year students of Economics and Management enrolled at universities located in 12 countries spread over four continents. Additionally, in addition to considering the “entrepreneurial intentions”, it also considers the effective entrepreneurship both in *strictu* (to establish firms) and *latu* (to establish or took steps to establish firms) sense as “measures” of student entrepreneurship.

Using logistic econometric estimation techniques, we conclude that the most important determinants of student entrepreneurship are diverse, depending on the “measure” / proxy used. Specifically, in the case of effective entrepreneurship (to establish or took steps to establish firms), in addition to the demographic determinants some factors associated to the context emerged as statistically and positively related with entrepreneurship, most specifically students’ work and entrepreneurial experience and country of origin of the university where the students are enrolled. In the case of entrepreneurial “intents”, and in contrast to the effective entrepreneurship, determinants of psychological nature (risk, creativity, and need for achievement) emerged as very significant.

It is interesting to note that the Irish students, compared with their Portuguese counterparts, show a higher rate of effective entrepreneurship. Regarding entrepreneurial intents, there is sufficient statistical evidence to argue that Portuguese students tend to be, on average, more entrepreneurial led than their Finnish, Germans or UAE counterparts. Finally, students of the universities located in the African continent, despite lower rates of effective entrepreneurship in *strictu* sense tend to be more entrepreneurial led than the Europeans in terms of effective entrepreneurship in *latu* sense and entrepreneurial intentions.

Keywords: Entrepreneurship; Students; Countries

Índice de conteúdos

Agradecimentos	i
Resumo	ii
Abstract	iii
Índice de conteúdos	iv
Índice de Quadros	v
Índice de Figuras	vi
Introdução	1
Capítulo 1. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil. Uma Revisão de Literatura	4
1.1. Considerações iniciais	4
1.2. O conceito de Empreendedorismo.....	4
1.3. Determinantes das atitudes empreendedoras.....	7
1.4. Atitudes empreendedoras dos estudantes: evidência empírica.....	13
Capítulo 2. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil num conjunto alargado de países. Considerações metodológicas	19
2.1. Considerações iniciais	19
2.2. População-alvo	19
2.3. Descrição do Inquérito	19
2.4. Especificação econométrica e variáveis <i>proxies</i>	21
2.5. Breve caracterização dos dados.....	26
Capítulo 3. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil num conjunto alargado de países. Resultados empíricos	27
3.1. Considerações iniciais	27
3.2. Análise descritiva exploratória	27
3.3. Determinantes do empreendedorismo estudantil: uma análise econométrica	30
Conclusão	34
Referências	37
Anexos	47

Índice de Quadros

Quadro 1: Definição de Empreendedorismo.....	7
Quadro 2: Determinantes das Atitudes Empreendedoras.....	11
Quadro 3: Determinantes das Atitudes Empreendedoras dos estudantes	14
Quadro 4: Definição das proxies para as variáveis relevantes.....	24
Quadro 5: Número de estudantes, de cada país, que responderam ao inquérito	26
Quadro 6: Estimativas dos coeficientes de correlação de Pearson	29
Quadro 7: Determinantes do empreendedorismo estudantil (estimativas do modelo logístico).....	31

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo Estrutural de Intenção Empreendedora	8
---	---

Introdução

Nas últimas décadas, o empreendedorismo tem sido considerado um factor fundamental no desenvolvimento da economia de um país, concorrendo de forma clara para a criação de novos negócios ou de novas oportunidades de negócio em empresas já existentes (Global Entrepreneurship Monitor Portugal – GEM, 2004; Miller *et al.*, 2009).

O empreendedorismo é definido pelo Projecto GEM Portugal (2004: 1) como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos”.

A criação de novas empresas gera vantagens que passam pelo investimento na economia local, criação de emprego, promoção da competitividade e desenvolvimento de ferramentas de negócio inovadoras GEM Portugal (2004: 11). O empreendedorismo tem sido considerado uma forma de promoção do crescimento económico e a criação de emprego (Lee *et al.*, 2006). Desta forma, ao longo dos últimos anos, a política pública tem aumentado os seus esforços no sentido de promover / estimular actividades empreendedoras (Lüthje e Franke, 2003), uma vez que estas actividades são consideradas *inputs* para a inovação.

Segundo Binotto *et al.* (2004), ninguém nasce empreendedor, sendo que as competências empreendedoras podem ser aprendidas, desenvolvidas e aperfeiçoadas. Na argumentação destes investigadores, o empreendedorismo é um fenómeno cultural, fortemente relacionado com o processo educacional, capaz de levar à criação de empresas voltadas para o desenvolvimento local e regional, destacando-se neste processo o papel das instituições de ensino superior.

As autoridades de política acreditam que elevados níveis de empreendedorismo podem ser alcançados através da educação (Comissão Europeia, 2006), especialmente a educação direccionada para o empreendedorismo. Adicionalmente, a crescente concorrência internacional com base na criatividade, agilidade e inovação exacerbou ainda mais o interesse no empreendedorismo ao nível mundial (Lee *et al.*, 2006).

Neste contexto, um vasto conjunto de programas e serviços (e.g. competições de planos de negócio, centros de educação e disciplinas para o empreendedorismo) foram criados

com o intuito de proporcionar melhores infraestruturas para os novos empreendimentos (Lüthje e Franke, 2003). Parte desses programas é dirigida aos estudantes, como futuros empresários (Lüthje e Franke, 2003). É inegável que a ideia de se tornarem empresários está a tornar-se cada vez mais atraente para os estudantes uma vez que é vista como uma forma valiosa de integrar o mercado de trabalho sem perder a sua independência (Martínez *et al.*, 2007). Estudos existentes (e.g., Scott e Twomey, 1988; Rosa e McAlpine, 1991; Lüthje e Franke, 2003, 2004; Gürol e Atsan, 2006; Teixeira e Davey, 2010) enfatizam a propensão empreendedora dos estudantes como fonte de potenciais empreendedores. Em concreto, Wang e Wong (2004) comprovaram que a escolaridade tem uma grande influência na atitude e nas aspirações dos indivíduos.

Não obstante existirem inúmeros estudos sobre o empreendedorismo e respectivas determinantes (e.g., Greenberger e Sexton, 1988; Learned, 1992; Naffziger *et al.*, 1994; Brandstätter, 1997), os estudos que focam as atitudes ao empreendedorismo entre estudantes são ainda relativamente escassos (e.g., Teixeira e Davey, 2010; Aghazamani e Roozikhah, 2010; Paço *et al.*, 2011; Teixeira e Forte, 2011). Adicionalmente, grande parte destes estudos versa sobre países individualmente considerados, Canadá – Bauder, 2008; Estados Unidos da América – Kabongo e McCaskey, 2011; Espanha - Liñán *et al.*, 2011; Israel – Yemini e Haddad, 2010; Malásia – Pihie e Bagheri, 2011; Portugal – Teixeira e Davey, 2010; Turquia – Naktiyok *et al.* 2010; ou comparações entre um nível relativamente reduzido de países: Alemanha, França e Polónia – Packham *et al.* 2010; França e Alemanha – Klapper e Tegtmeier 2010; Alemanha e Portugal – Franco *et al.*, 2010.

No presente estudo, aferimos os determinantes das atitudes empreendedoras em doze países distintos, envolvendo realidades de diferentes continentes como África (África do Sul, Quênia, Uganda), Ásia (Emirados Árabes Unidos), Europa (Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Irlanda, Polónia, Portugal, Reino Unido) e Oceania (Austrália). A análise comparativa das diferentes realidades/países permite averiguar em que medida as atitudes empreendedoras dos estudantes universitários diferem entre países e se as tradicionais variáveis determinantes do empreendedorismo estudantil (individuais e contextuais) diferem, em termos de impacto, de país para país.

O estudo é baseado numa amostra de 1497 alunos do primeiro ano do curso de Economia e Gestão, uma vez que esta área e a de engenharia são as que estão mais conotadas com o empreendedorismo (Lüthje e Franke, 2003). A opção por alunos do 1º ano tem por objectivo compreender quais as necessidades que estes estudantes poderão ter em termos de aquisição de qualificações direccionadas para o empreendedorismo.

A dissertação está organizada da seguinte forma. O primeiro capítulo compreende uma revisão da literatura, incluindo o conceito de empreendedorismo e as determinantes das atitudes empreendedoras dos estudantes universitários. O segundo capítulo apresenta em detalhe a metodologia utilizada na recolha de dados, bem como a representatividade da amostra obtida. O terceiro capítulo apresenta os resultados empíricos, combinando uma análise descritiva exploratória com a estimação do modelo logístico da propensão ao empreendedorismo por parte dos estudantes do 1º ano de Economia e Gestão nos diversos países em análise. Em Conclusões são destacados os principais resultados da investigação e enunciadas as limitações da mesma.

Capítulo 1. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil. Uma Revisão de Literatura

1.1. Considerações iniciais

O objectivo deste capítulo é analisar a literatura existente sobre empreendedorismo e empreendedorismo estudantil, sendo que no caso deste último, se detalha os conceitos de atitudes empreendedoras e metodologias usados pelos diferentes autores para a quantificação e explicação desta variável.

Na secção seguinte, e no sentido de contextualizar a temática, apresentamos os vários conceitos de empreendedorismo (Secção 1.2.). Posteriormente, na Secção 1.3, sintetizamos quais as determinantes das atitudes empreendedoras dos estudantes e, na Secção 1.4., resumimos os principais contributos empíricos a este nível.

1.2. O conceito de Empreendedorismo

Ao longo do século XX o termo Empreendedorismo, definido internacionalmente como *Entrepreneurship*, ganhou peso no meio económico e empresarial. A sua definição tem conhecido diferentes critérios e dimensões (cf. Quadro 1).

Nos anos 30, o economista Shumpeter (1934) realça o espírito inovador como a chave do empreendedorismo. Segundo este, o empreendedorismo surge como uma actividade inovadora que permite novas combinações, tais como: (a) introdução de novos bens, ou nova qualidade dos bens, (b) introdução de novos métodos de produção, (c) abertura de novos mercados, (d) conquista de novas fontes de fornecimento de matérias-primas ou de bens semi-acabados, (e) construção de novas organizações em qualquer indústria. Na mesma linha de inovação, o conceito de empreendedorismo é, ainda, entendido por Virtanen (1997) como um processo dinâmico, cujo objectivo principal é o de criar valor no mercado, através da exploração das inovações económicas. Assim, o empreendedor contribui também para o alavancar do seu negócio, ao criar valor e ao explorar processos inovadores. Também, Gaspar (2009) sintetiza a importância do empreendedorismo, em quatro itens. Segundo este investigador, o empreendedorismo é: a) uma importante fonte de criação de emprego; b) desempenha um papel fundamental na introdução de inovações na economia e constitui-se como o mecanismo que leva a economia da própria sociedade a evoluir e a progredir; c) uma opção de carreira para

uma parte importante da força de trabalho; e, d) tem um impacto muito importante no desenvolvimento regional e no crescimento das economias.

O empreendedorismo foi ainda entendido como um processo gerador de riqueza resultante do assumir de riscos inerentes às obrigações das carreiras dos indivíduos, do dispêndio de tempo ou do valor acrescentado a alguns produtos e/ou serviços (Ronstadt, 1984). Brockhaus (1987) adiciona ao conceito de empreendedorismo factores como a incerteza e o risco, as competências de gestão e o oportunismo criativo.

Para Bygrave e Hofer (1991) e Bygrave (1993), todas as funções e actividades relacionadas com a detecção de oportunidades e a criação de empreendimentos capazes de realizar estas oportunidades compõem o empreendedorismo. Para os autores, este é um processo dinâmico e holístico, que abarca variáveis antecedentes, compreende descontinuidade, tem início com um acto de vontade humana, acontece ao nível de empresários individuais, acarreta mudança, é o único, e o estado inicial das variáveis influencia significativamente os resultados finais. Outros autores também referem a oportunidade como uma das principais características, tais como, Venkataraman (1997), que refere que o empreendedorismo depende da relação entre a existência de oportunidades lucrativas e a presença de indivíduos empreendedores, consistindo, ainda, na avaliação das fontes de oportunidades e na relação daqueles indivíduos com a tripla vertente da descoberta, apreciação e exploração; Wennekers e Thurik (1999), que defendem que o processo de empreendedorismo não é influenciado pelo grau de incerteza ou pelos obstáculos que poderão surgir no seu decurso. O empreendedorismo depende da vontade e aptidão dos indivíduos de, individualmente ou em conjunto, dentro ou fora das organizações existentes, detectarem e explorarem novas oportunidades económicas, desenvolvendo as suas ideias e difundindo-as no mercado. E, de acordo com Grebel *et al.* (2003), a ideia de que o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na criação de novos empregos, na divulgação de novas tecnologias e na competitividade internacional é corroborada pelos economistas. O empreendedorismo concorre, de forma determinante, para a união entre sistemas tecnológicos e para a exploração de oportunidades de negócio latentes no mercado. Outros também se referem ao pensamento, motivação e capacidade necessários "para entrar e competir num mercado já existente, para alterar ou mesmo criar um novo mercado" (European Commission, 2003: 5). Seguindo a mesma óptica da oportunidade,

para Audretsch e Keilbach (2004), definir empreendedorismo implica considerar dois critérios: o primeiro, traduz-se no estado do conhecimento e na capacidade dos indivíduos reconhecerem as oportunidades económicas existentes no mercado, que podem ser concretizadas com a criação de uma nova empresa; o segundo, traduz-se no comportamento económico e na criação da nova empresa, da maneira a agregar o valor económico ao conhecimento.

Hisrich (2000) assume o empreendedorismo como um fenómeno económico, composto por indivíduos, empresa e envolvente, dependendo o seu sucesso da conjugação destes elementos. Para este autor o elemento empresa engloba a orientação estratégica, a atitude competitiva, o nível de tecnologia disponível e o recurso a redes de informação. A envolvente, por sua vez, exerce influência em quatro aspectos: a turbulência, a complexidade, a hostilidade e a liberalidade. O sucesso do empreendimento é avaliado com base nos resultados conseguidos no crescimento das vendas, nas tendências de emprego e na satisfação podendo ter duas dimensões distintas: sucesso económico e satisfação do empreendedor.

O empreendedorismo tem sido visto como uma importante alternativa de emprego (Castillo *et al.*, 2008). Para estes autores, o empreendedorismo não é uma nova profissão, sendo antes a construção de um novo significado para a inserção profissional, uma vez que combina a necessidade de integrar o conhecimento de diferentes áreas com a experiência e a prática.

Embora a definição das qualidades pessoais de um empreendedor, conforme determinado pela Comissão Europeia, se refira apenas à "combinação de assunção de riscos, da criatividade e / ou inovação, com uma boa gestão" (Comissão Europeia, 2003: 6), a literatura aponta para uma gama muito maior e mais ampla de características. Os investigadores discutem uma série de características pessoais de um "empreendedor típico". Estas características pessoais incluem, entre outras, a orientação para a acção, um locus de controle interno, uma tolerância para a ambiguidade, risco calculado ou moderado a tomar, o compromisso, o optimismo, o oportunismo, a criatividade, a inovação, independência, ou uma combinação destas características (Brockhaus e Horwitz, 1986; Ho and Koh, 1992; Jennings, 1994; Lambing and Kuhl, 1997; Kuratko and Hodgetts, 1998; Stevenson *et. al*, 1999; Scarborough and Zimmerer, 1999; Timmons, 1999; Bhide, 2000; Liang and Dunn, 2002).

Quadro 1: Definição de Empreendedorismo

	Definição	Estudo
Inovação	O empreendedor é o inovador que implementa a mudança nos mercados através da criação de novas combinações. (...)	Schumpeter (1934)
	Um processo dinâmico, cujo objectivo principal é o de criar valor no mercado, através da exploração das inovações económicas (...)	Virtanen (1997)
	O empreendedorismo é: a) uma importante fonte de criação de emprego; b) desempenha um papel fundamental na introdução de inovações na economia e constitui-se como o mecanismo que leva a economia a própria sociedade a evoluir e a progredir; (...)	Gaspar (2009)
Risco	Processo gerador de riqueza resultante do assumir de riscos inerentes às obrigações das carreiras dos indivíduos, (...)	Ronsdalt (1984)
	Adiciona ao conceito de empreendedorismo factores como a incerteza e o risco , as competências de gestão e o oportunismo criativo.	Brockhaus (1987)
Oportunidade	Todas as funções e actividades relacionadas com a detecção de oportunidades e a criação de empreendimentos capazes de realizar estas oportunidades compõem o empreendedorismo. (...)	Bygrave e Hofer (1991); Bygrave (1993)
	O empreendedorismo depende da relação entre a existência de oportunidades lucrativas (...)	Venkataraman (1997)
	(...) O empreendedorismo depende da vontade e aptidão dos indivíduos de, individualmente ou em conjunto, dentro ou fora das organizações existentes, detectarem e explorarem novas oportunidades económicas, desenvolvendo as suas ideias e difundindo-as no mercado.	Wennekers e Thurik (1999)
	(...) O empreendedorismo concorre, de forma determinante, para a união entre sistemas tecnológicos e para a exploração de oportunidades de negócio latentes no mercado.	Grebel <i>et al.</i> (2003)
	Definir empreendedorismo implica considerar dois critérios: o primeiro, traduz-se no estado do conhecimento e na capacidade dos indivíduos reconhecerem as oportunidades económicas existentes no mercado, que podem ser concretizadas com a criação de uma nova empresa; (...)	Andretsch e Keilbach (2004)
Atitude	(...) Para este autor o elemento empresa engloba a orientação estratégica, a atitude competitiva, o nível de tecnologia disponível e o recurso a redes de informação. A envolvente, por sua vez, exerce influência em quatro aspectos: a turbulência, a complexidade, a hostilidade e a liberalidade. (...)	Hisrich (2000)
Inserção Profissional	O empreendedorismo não é uma nova profissão, mas é a construção de um novo significado para a inserção profissional (...)	Castillo <i>et al.</i> (2008)
Motivação	Outros também se referem ao pensamento, motivação e capacidade necessários "para entrar e competir num mercado já existente, para alterar ou mesmo criar um novo mercado".	European Commission (2003, p. 5)
Criatividade	"Mistura de assunção de riscos, da criatividade e / ou inovação, com uma boa gestão".	European Commission (2003, p. 6)

1.3. Determinantes das atitudes empreendedoras

A atitude empreendedora tem sido definida como a percepção pessoal para o valor, benefício e favorecimento do empreendedorismo, que muito afecta a intenção de criar um novo empreendimento (Ajzen, 2002). Neste sentido, alguns autores têm abordado as atitudes empreendedoras de duas formas. Por um lado, a atitude empreendedora é um sentimento de cada indivíduo, pensamentos e conotações para o empreendedorismo (Schultz e Oskamp, 1996; Ajzen, 1991). Nesta abordagem, a atitude empreendedora é considerada como uma função do valor da crença e favorecimento do

empreendedorismo, que é sobretudo uma construção unidimensional. Por outro lado, definem a atitude empreendedora como um conceito multidimensional que abrange quatro factores-chave de personalidade, incluindo a necessidade de realização, o controle pessoal sobre a inovação e auto-estima (Robinson *et al.*, 1991).

A literatura existente mostra que prever o comportamento empreendedor através do modelo de personalidade ou características demográficas não se revela muito explicativo (Frese, 2000). O uso destas características baseou-se no pressuposto de que os indivíduos que possuem características semelhantes a um empreendedor comum comportam-se de forma empreendedora. Por outro lado, modelos intencionais têm vindo a ser sugeridos como uma melhor alternativa para prever a actividade empresarial (Krueger e Carsrud, 1993). As intenções são concebidas como antecedentes imediatos do comportamento real (Ajzen, 1991). Modelos baseados na intenção atraíram de forma considerável a atenção dos autores porque oferecem uma grande oportunidade para aumentar a compreensão e a capacidade de previsão do empreendedorismo (Krueger *et al.*, 2000).

As intenções subjacentes ao empreendedorismo podem ser enquadradas num modelo que reúne as características demográficas e psicológicas do indivíduo e o contexto (cf. Figura 1). Face às oportunidades existentes, estas intenções poder-se-ão materializar em acções de empreendedorismo efectivo (e.g., criação de negócio com objectivos de lucro ou de valor social) (Teixeira e Davey, 2010).

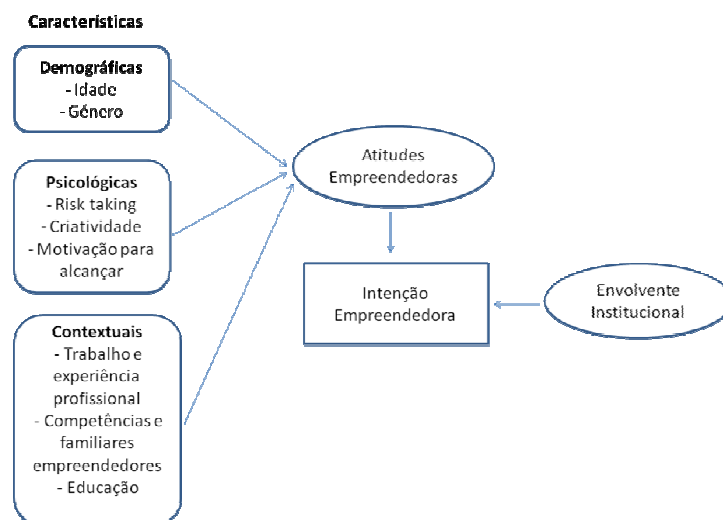


Figura 1: Modelo Estrutural de Intenção Empreendedora

Fonte: Adaptado de Shapero (1982)

As teorias que estão na base deste modelo são as teorias comportamentais (Teixeira e Davey, 2010) que estão relacionadas com as características demográficas (idade e género) e psicológicas (*risk taking*, criatividade e motivação para alcançar), e as teorias contextuais (Teixeira e Davey, 2010) (trabalho e experiência profissional, competências e familiares empreendedores e a educação).

Partilhamos a opinião de Krueger (1996) de que as intenções são de facto construídas, mesmo quando parecem surgir espontaneamente. Intenções empreendedoras, nas quais as principais características iniciais são enraizadas, são cruciais para a compreensão do processo de empreendedorismo. Estas são a força motriz por trás da criação de um novo empreendimento ou a criação de novos valores numa empresa já existente (Bird, 1988).

A literatura relevante na actividade empresarial revela que há um interesse consistente na identificação dos factores que levam um indivíduo a tornar-se um empresário (Martínez *et al.*, 2007). Estes estudos revelam que existem vários factores semelhantes, os mais frequentes dos quais são idade, género, formação profissional, experiência profissional e educacional e perfis psicológicos (Delmar e Davidsson, 2000). Amplamente falando, e como referido anteriormente, três factores são usados para medir intenções empreendedoras: dados demográficos, traços de personalidade (Robinson, 1987) e factores contextuais (Naffziger *et al.*, 1994).

Os dados demográficos (por exemplo o género e idade) podem ser usados para caracterizar os (potenciais) empreendedores, mas a consideração destas características não aumenta a capacidade de prever ou não se uma pessoa é susceptível de começar um negócio (Hatten e Ruhland, 1995). O segundo método utilizado para avaliar as intenções empreendedoras envolve a análise de traços de personalidade como a criatividade, assunção do risco, e motivação para alcançar (Teixeira, 2008). Vários autores (por exemplo, Naffziger *et al.*, 1994) argumentam que a decisão de se comportar de forma empreendedora é baseada sobretudo em características pessoais e diferenças individuais. Não obstante, a interacção entre as características pessoais (risco, criatividade e necessidade de realização), e outras percepções importantes dos factores contextuais (trabalho e experiência profissional, região e o papel do modelo), competências e familiaridade com o empreendedorismo (experiência empresarial, conhecimento, percepção e interesse), a educação formal (ano de escolaridade, grau,

tipo de ensino superior instituição), e do tipo de curso e áreas de estudo, pode ser fundamental para avaliar o potencial empreendedor dos estudantes (Teixeira e Forte, 2011).

Factores como a competência e preferências dos indivíduos, as oportunidades proporcionadas pelo meio envolvente podem determinar, assim, os níveis de empreendedorismo de uma determinada sociedade. Porém, estes factores são também influenciados pelo desempenho da economia, pelo nível de tecnologia disponível, pela cultura, pela natureza das instituições e das variáveis demográficas da sociedade (Hofstede *et al.*, 2004). Nesta linha de argumentação, Trigo (2002) defende que o empreendedorismo não pode ser entendido como um fenómeno simples e unidimensional. Antes, é influenciado pela personalidade do indivíduo, pelos seus comportamentos, do mesmo modo que é influenciado pelo contexto.

Variáveis como as características de personalidade, o nível educacional, o passado familiar e a experiência profissional dos indivíduos, foram consideradas por diversos estudos para avaliar a propensão ao empreendedorismo (Van Praag, 1996; De Wit e Van Winden, 1991; Evans e Leighton, 1989, citados in Verheul *et al.*, 2001).

Existem assim três grupos de variáveis que podem influenciar a propensão para o empreendedorismo por parte de um indivíduo (cf. Tabela 1): (1) Demográficas - variáveis sócio-demográficas como a idade e o género; (2) Psicológicas - situação que os indivíduos vivem no momento presente, as suas percepções, capacidades para iniciar um novo negócio, percepção das oportunidades existentes no mercado, medo de falhar; (3) Contextuais - efeito do nível educacional, da importância do rendimento familiar sobre a actividade empreendedora e da actividade laboral corrente dos indivíduos; ligações a outros empreendedores e percepção das perspectivas económicas para a família e a economia.

A estrutura etária de uma população pode influenciar os níveis de empreendedorismo, dado existir diferentes níveis de disponibilidade para criar uma empresa nos diferentes grupos etários (Verheul *et al.*, 2001). A idade dos indivíduos pode, por sua vez, influenciar factores determinantes na propensão para o empreendedorismo, são eles as atitudes perante o risco, a experiência profissional, e conseqüentemente, o capital humano e outros aspectos não pecuniários (Holtz-Eakin *et al.* (1994). De forma

contrária, Blau (1987, citado por Cowling e Taylor, 2001), afirma que a idade dos indivíduos não tem influência na propensão para o empreendedorismo.

Quadro 2: Determinantes das Atitudes Empreendedoras

Grupo de determinantes	Determinantes	Estudos
Demográficas	Idade Género	Pushkarskaya (2008); Delmar e Davidsson (2000); Hatten e Ruhland (1995); Reynolds <i>et al.</i> (2001); Davidsson e Reynolds (2005)
Psicológicas	Criatividade Assunção do risco Motivação para alcançar	Teixeira (2008)
Contextuais	Formação profissional Experiência profissional Educação	Delmar e Davidsson (2000); Reynolds <i>et al.</i> (2001); De (2001); Rees e Shah (1986); Paço <i>et al.</i> (2010); (Verheul <i>et al.</i> , 2001); Teixeira (2008)
	Oportunidades de mercado	Hofstede <i>et al.</i> (2004); Reynolds <i>et al.</i> (2001); Noorderhaven, <i>et al.</i> (2003)
	Contexto familiar - ligações a outros empreendedores	Reynolds <i>et al.</i> (2001)

No que respeita ao género, para Verheul e Thurik (2001) homens e mulheres actuam de forma diferente no que diz respeito ao empreendedorismo. Referem como principais diferenças o modo como financiam os seus negócios, consequência dos diferentes estilos de gestão existentes entre os géneros, o tipo de negócios escolhido e as experiências vividas como empreendedores. Estes autores expõem, ainda, as diferenças existentes entre homens e mulheres no que toca à educação: os homens com maior formação nas áreas tecnológicas e as mulheres com maior formação nas áreas económicas, administrativas e comerciais.

Brush (1992) recolheu evidência de que os homens estão mais inclinados para negócios empresariais do que mulheres com formação semelhante. Uma grande quantidade de estudos mostrou que as mulheres enfrentam mais dificuldades no processo de se aventurarem em novos negócios do que os seus colegas do género masculino. Em particular, as mulheres empresárias enfrentam mais dificuldade em obter capital para iniciar ou financiar os seus negócios (Fay e Williams, 1993) ou ter financiamento de *business angels* (Becker-Blease e Sohl, 2007), têm um menor grau de capital humano e financeiro (ensino e experiência profissional) investidos no arranque da nova entidade (Boden e Nucci, 2000). Consequentemente, vários estudos realizados em diferentes países concluíram que a taxa de sucesso objectivo para as mulheres empresárias é muito menor e estas enfrentam um ritmo mais lento de crescimento, lucros baixos, e as vendas

baixas (Brush *et al.*, 2006; Welter *et al.*, 2006). A possível razão para essa dificuldade enfrentada pelas mulheres empreendedoras pode ser os estereótipos geralmente realizados contra estas, que entram em tal tipo de actividades (Marlow e Patton, 2005). A investigação também suporta a percepção generalizada de que ser um empreendedor é uma característica puramente masculina dos membros da sociedade (Ahl, 2006; Lewis, 2006). Numerosos estudos revelaram que estes tipos de estereótipos relativos ao género influenciam intenções de homens e mulheres para envolver e desenvolver actividades empresariais como a sua carreira (Gupta *et al.*, 2008).

A família, ou contexto familiar, é mais uma das variáveis que concorrem para a propensão ao empreendedorismo. O facto de algum membro da família ser empreendedor ou possuir meios para ajudar outro membro a empreender, são aspectos muito relevantes para Reynolds *et al.* (2001), uma vez que muito do capital para financiar novas empresas parte de familiares e amigos. Os mesmos autores também salientam a importância desta característica para o empreendedorismo, uma vez que a situação actual de um indivíduo e as percepções, inclusivé de um empresário conhecido, que consegue ver oportunidades de negócios e possui habilidades para começar um novo, tem, da mesma forma, medo do fracasso, já que consegue ter percepção em relação às perspectivas económicas para a família e da economia. Aqueles que esperam que as perspectivas económicas para a sua família "melhorem" também são mais propensos a estarem envolvidos na actividade empresarial do que aqueles que esperam que se mantenham "estáveis ou piores".

Para além do contexto familiar, a propensão ao empreendedorismo é despoletada, quer pelo desenvolvimento económico de um país, quer pelo ciclo de negócios, pois a estes dois factores estão subjacentes os recursos e as oportunidades de mercado (Noorderhaven *et al.*, 2003; Teixeira e Forte, 2011).

O nível educacional dos indivíduos também é determinante na propensão para o empreendedorismo, sendo que indivíduos com níveis de educação mais elevados tendem a ter uma melhor performance, adicionando o facto de terem mais informações sobre oportunidades latentes no mercado e de estarem melhor preparados para concretizá-las (Rees e Shah, 1986). De acordo com a OCDE (1998 a, citado por Verheul *et al.*, 2001), as capacidades empreendedoras dos indivíduos podem ser desenvolvidas nas universidades, sempre que estas ofereçam cursos que versem o tema

empreendedorismo e incorporem nos seus cursos disciplinas que foquem o assunto. Na mesma linha, Paço *et al.* (2010) argumentam que a educação em empreendedorismo promove o crescimento de novos negócios, impulsionando o espírito empreendedor.

1.4. Atitudes empreendedoras dos estudantes: evidência empírica

A literatura sobre as atitudes empreendedoras dos estudantes evidencia (cf. Quadro 3) que apesar das primeiras estarem relacionadas com as características demográficas, a idade e o género, as características psicológicas, a criatividade, a assunção ao risco e a motivação para alcançar, e em certa medida as contextuais, formação e experiência profissional, a educação, as oportunidades de mercado e as ligações a outros empreendedores, emergem como mais relevantes.

Relativamente às características demográficas, concretamente a idade e o género, autores como Teixeira e Forte (2011), no seu estudo sobre as intenções empreendedoras de 2431 estudantes universitários portugueses e Teixeira e Davey (2010) num outro estudo sobre a propensão ou intenções empreendedoras de 4413 estudantes universitários também portugueses, referem que ambas são relevantes no que diz respeito às intenções empreendedoras dos estudantes. Estes estudos revelam que, tudo o resto constante, as mulheres têm menos propensão ao empreendedorismo que os homens. Ainda relativamente ao género, Ali *et al.* (2010), no seu estudo sobre atributos empreendedores de 521 estudantes universitários paquistaneses referem que este não surge como relevante uma vez que não produz qualquer efeito significativo, ao contrário do que referem Mueller e Dato-on (2011) no seu estudo intercultural (comparação entre estudantes de Espanha e EUA) sobre a orientação do papel do género e a auto-eficácia empreendedora. Estes referem que a auto-eficácia é muito influenciada pelo género e que as competências ou competências fortes estão mais relacionadas com o género masculino ao contrário das competências simples, associadas ao género feminino. Van der Zwan *et al.* (2010), no seu estudo sobre a escala empreendedora, o género e o desenvolvimento regional realizado em trinta e dois países europeus, três asiáticos e nos EUA, com uma amostra de 26168 indivíduos que não são estudantes, consideraram a distinção entre cinco níveis de relação no processo empreendedor (escala empreendedora), “nunca considerou iniciar uma empresa”, “pensou em iniciar uma empresa”, “deu passos para começar uma empresa”, “gere uma empresa há menos de três anos” e “gere uma empresa há mais de três anos”.

Quadro 3: Determinantes das Atitudes Empreendedoras dos estudantes

Grupo de determinantes	Determinantes	Estudos	País (es)	Nº estudante s (amostra)	Variável dependente – empreendedorism o potencial e/ou efectivo*	Metodologia	Sinal e significâ ncia
Demográficas	Idade	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	+
		Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		+
	Género (1: Masculino; 0: Feminino)	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	-
		Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		-
		Ali <i>et al.</i> (2010)	Paquistão	521	Potencial		-
		Mueller e Dato-on (2011)	EUA e Espanha	179	Potencial		0
	van der Zwan <i>et al.</i> (2010)	27 UE; 5 fora EU; EUA; 3 Ásia	26.168	Efectivo e Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	+	
Psicológicas	Criatividade	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	+
		Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		+
	Assunção do Risco	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	+
		Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		+
	Motivação para alcançar	Teixeira e Davey (2010)	Portugal	4413	Efectivo e Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	+
	Auto-eficácia	Naktiyok (2009)	Turquia	245			+
		Ali <i>et al.</i> (2010)	Paquistão	521			+
		Mueller e Dato-on (2011)	EUA e Espanha	179	Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	+
Pihie e Bagheri (2011)		Malásia	2574			+	
Contextuais	Experiência Profissional	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	0
		Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		+
	Educação	Teixeira e Davey (2010)	Portugal	4413	Efectivo e Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	+
		Paço <i>et al.</i> (2011)		74	Potencial		Análise Quantitativa Exploratória
	Oportunidades de mercado	Lanero <i>et al.</i> (2011)	Espanha	800	Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	+
		Naktiyok (2009)	Turquia	245	Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	
Role models/ Ligações a outros empreendedores	Pihie e Bagheri (2011)	Malásia	2574				
	Teixeira e Forte (2011)	Portugal	2431	Potencial	Análise Quantitativa de Causalidade	0	
	Teixeira e Davey (2010)		4413	Efectivo e Potencial		0	
	van der Zwan <i>et al.</i> (2010)	27 UE; 5 fora EU; EUA; 3 Ásia	26.168	Efectivo e Potencial	Análise Quantitativa Exploratória	+	

Nota: +(-)[0] – positivamente (negativamente) significativo em termos estatísticos [sem significância estatística]; * Empreendedorismo Potencial=intenção empreendedora; Empreendedorismo efectivo=Deu passos para a criação de uma empresa ou criou uma empresa

Estes autores concluíram que os homens são duas vezes mais propensos a considerar uma carreira empreendedora. No entanto, no que se refere aos dois primeiros níveis, “pensar em criar uma empresa” e “dar passos para criar uma empresa”, os homens são tão propensos a serem empreendedores como as mulheres. A diferença entre os géneros apenas se acentua em níveis posteriores, ou seja, passar dos passos à criação de uma jovem empresa e/ou já ser gerente de uma.

No que respeita às características psicológicas, Teixeira e Forte (2011) e Teixeira e Davey (2010) definem criatividade como a criação e implementação de novas ideias e soluções criativas, a assunção do risco como a capacidade/apetência que os estudantes têm para arriscar na criação de uma empresa que envolva mais ou menos riscos e a motivação para alcançar, como a necessidade de conseguir atingir determinados objectivos. Consideram que são importantes porque emergem como factores para explicar a propensão empreendedora efectiva e potencial dos estudantes.

Ainda relativamente a características psicológicas, Naktiyok (2009), Ali *et al.* (2010), Mueller e Dato-on (2011) e Pihie e Bagheri (2011) referem como relevante a auto-eficácia. Naktiyok (2009), realizou um estudo sobre a auto-eficácia e a intenção empreendedoras, realizado na Turquia, com uma amostra de 245 estudantes universitários, e compara os resultados obtidos nesta com os obtidos na Coreia e nos EUA. Este define a auto-eficácia como a estimativa cognitiva das capacidades dos indivíduos para mobilizar recursos, actividades e motivação que é necessária para controlar os eventos nas suas vidas e é medida através da capacidade de “desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado”, “recursos humanos críticos”, “lidar com desafios inesperados”, “definir um objectivo central”, “construir um ambiente inovador”, “relacionar-se com investidores” e “ter intenção empreendedora”. Uma vez considerada a intenção empreendedora a variável dependente, e as restantes dimensões da auto-eficácia variáveis independentes, este estudo concluiu que quatro dessas dimensões, mais concretamente, “desenvolver um novo produto e oportunidades de mercado”, “construir um ambiente inovador”, “definir um objectivo central” e “lidar com desafios inesperados”, são muito relevantes para a intenção empreendedora. Quando comparados os estudantes turcos com os norte-americanos, os turcos têm uma percepção mais negativa relativamente a todas as dimensões da auto-eficácia. No

entanto, quando comparados os turcos com os coreanos, os turcos têm uma percepção mais positiva relativamente a todas as dimensões da auto-eficácia que os coreanos. Apesar das características culturais não promoverem o empreendedorismo, as grandes e moderadas relações entre as dimensões da auto-eficácia e a intenção empreendedora mostram que o conceito de auto-eficácia pode ser útil na determinação de factores que afectam a intenção empreendedora. Da mesma forma, Ali *et al.* (2010) definem a auto-eficácia mas, neste caso, esta é medida através da “ligação entre o quanto estudam e as notas que tiram”, “traçar metas para direccionar os objectivos”, “trabalhar muito é algo que gosto de fazer” e “quando confrontado com um problema posso encontrar várias soluções”. Na sua pesquisa estes autores concluíram que uma grande parte dos estudantes indicou atitudes positivas em relação à auto-eficácia. Na mesma linha, Mueller e Dato-on, (2011) definem a auto-eficácia como a crença de uma pessoa nas suas capacidades para realizar uma tarefa específica (Bandura, 1977) e esta é medida através de cinco tarefas distintas, a procura, o planeamento, o armazenamento, a implementação e a composição. Concluíram que, quando comparado o género feminino com o masculino nos EUA, os resultados não são relevantes relativamente a estas características. Por outro lado, quando realizada a mesma comparação em Espanha, a diferença entre ambos os géneros no que respeita ao planeamento de tarefas, a diferença é significativa. Em relação às diferenças entre as categorias de orientação do papel do género, nos EUA independentemente da cultura e para os homens e mulheres, uma orientação de estereótipo masculina está associada a níveis mais elevados de auto-eficácia do que uma orientação feminina estereotipada, a tarefa procura é relevante para níveis elevados de auto-eficácia, bem como o armazenamento, a implementação e a composição, apesar de não tão notórias. Desta forma, surge a procura, o armazenamento e a composição como relevantes.

Analisando a orientação da atitude e a auto-eficácia empreendedoras de 2574 estudantes de uma escola secundária na Malásia, Pihie e Bagheri (2011), definem a atitude empreendedora como percepções pessoais para o valor, benefício e favorecimento do empreendedorismo que afecta fortemente a sua auto-eficácia na criação de novas empresas e a auto-eficácia como a força das percepções dos indivíduos para a sua capacidade de realizar com êxito uma tarefa específica. Os autores medem a auto-eficácia como Naktiyok (2009), ou seja, através da capacidade dos estudantes de “lidar

com desafios inesperados”, “desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado” e “recursos humanos críticos”, “construir um ambiente inovador”, “imitar relacionamentos com investidores”, “definir um objectivo”, e a “orientação da atitude empreendedora”, e concluíram que estes apresentavam percepções moderadas em todas as dimensões de auto-eficácia.

Como características contextuais, surge a experiência profissional, a educação, as oportunidades de mercado e os *role models*/ligações a outros empreendedores. No que respeita à experiência profissional, Teixeira e Forte (2011) referem no seu estudo que esta característica não surge como relevante mas, Teixeira e Davey (2010) referem o contrário, ou seja, a experiência profissional é notavelmente importante para explicar a atitude empreendedora dos estudantes. Por outro lado, a educação é referida por Teixeira e Davey (2010), por Paço *et al.* (2011) e Lanero *et al.* (2011) como sendo um dos factores mais importantes no que respeita à intenção e atitudes empreendedoras. Teixeira e Davey (2010) referem que esta tem uma grande influência nas atitudes empreendedoras e que mais pessoas se poderiam tornar empreendedoras se integrassem processos de educação nesse sentido. Paço *et al.* (2011), analisando os comportamentos e intenções empreendedoras de 74 estudantes portugueses concluíram que as atitudes são um factor muito importante mas que a educação, sendo uma característica contextual, é um dos factores chave para o desenvolvimento de competências relacionadas com o empreendedorismo. Esta conclusão é apoiada por Lanero *et al.* (2011) que através do seu estudo sobre o impacto da educação empreendedora nas universidades europeias, envolvendo 800 estudantes espanhóis, concluíram que a educação tem um efeito positivo na viabilidade empreendedora o que, por sua vez, afecta o comportamento e intenção empreendedores. As oportunidades de mercado são referidas como características contextuais relevantes por Naktiyok (2009) e Pihie e Bagheri (2011) uma vez que surgem como directamente associadas a outras dimensões da auto-eficácia empreendedora, referidas anteriormente. Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011) apontam, ainda, como característica contextual relevante o papel dos *role models*/ligações a outros empreendedores uma vez que, com os seus estudos, concluíram que o facto de os estudantes terem empreendedores na família ou amigos e se relacionarem com empreendedores motivam e explicam as intenções empreendedoras dos estudantes.

Atendendo às características demográficas, nomeadamente a idade, estudos apontam-na como positiva e significativa em termos estatísticos quer para o empreendedorismo potencial, quer para o efectivo, como referem Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011). No entanto, relativamente ao género, os estudos referidos divergem. Para Teixeira e Davey (2010), Teixeira e Forte (2011) e Ali *et al.* (2010) o género apresenta-se como negativamente significativo em termos estatísticos, o que significa que os homens possuem maior intenção empreendedora. Para Mueller e Dato-on (2011) não tem significância estatística e para van der Zwan *et al.* (2010) surge como positivamente significativo em termos estatísticos para o empreendedorismo efectivo, para o empreendedorismo potencial surge como negativamente significativo.

Relativamente às características psicológicas, como a criatividade, a assunção do risco e a motivação para alcançar, estas surgem como positivamente significativas nos estudos de Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011). Apesar de não se mostrarem significativas relativamente à criação da empresa, por outro lado, são muito significativas no que respeita à intenção empreendedora e ao dar passos na criação da empresa. A auto-eficácia, à semelhança do que acontece com as características psicológicas anteriores, surge como positiva e com significância estatística em todos os estudos referidos, designadamente os de Naktiyok (2009), Ali *et al.* (2010), Mueller e Dato-on (2011) e Pihie e Bagheri (2011).

No que refere às características contextuais, a experiência profissional tem diferentes resultados nos estudos apresentados, ou seja, no estudo de Teixeira e Forte (2011), esta característica não tem significância estatística, enquanto no estudo de Teixeira e Davey (2010) tem significância e emerge como positivamente relacionada com as atitudes empreendedoras. A educação surge como uma característica positiva e com significância estatística em todos os estudos referidos, Teixeira e Davey (2010), Paço *et al.* (2011) e Lanero *et al.* (2011). Em relação às oportunidades de mercado, apesar de serem referidas nos estudos apresentados, designadamente em Naktiyok (2009) e Pihie e Bagheri (2011), não é perceptível qual a significância que possuem. Por fim, os *role models*/ligações a outros empreendedores, aparecem sem significância estatística nos estudos de Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011), mas com significância estatística e positivas no estudo de van der Zwan *et al.* (2010).

Capítulo 2. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil num conjunto alargado de países. Considerações metodológicas

2.1. Considerações iniciais

Este capítulo tem como objectivo explicar a metodologia utilizada, o processo de recolha de dados junto da população-alvo, para posterior análise e aferição da propensão ao empreendedorismo estudantil.

Na secção seguinte, indica-se qual a população-alvo do inquérito (Secção 2.2.), a descrição do mesmo (Secção 2.3.) e uma breve caracterização da amostra obtida (Secção 2.4.).

2.2. População-alvo

A população-alvo deste estudo é a dos alunos do primeiro ano do curso de Economia e Gestão de um conjunto de universidades seleccionadas por conveniência para o efeito do presente estudo.

Optou-se por estudantes de economia e gestão dado que esta área e a de engenharia são as que estão mais conotadas com o empreendedorismo (Lüthje e Franke, 2003).

As universidades envolvidas pertencem a realidades de quatro diferentes continentes: África (África do Sul, Quênia, Uganda), Ásia (Emirados Árabes Unidos), Europa (Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Irlanda, Polónia, Portugal, Reino Unido) e Oceania (Austrália), englobando, no total, doze países.

A análise comparativa das diferentes realidades/países permite averiguar em que medida as atitudes empreendedoras dos estudantes universitários podem diferir entre países e se as tradicionais variáveis determinantes do empreendedorismo estudantil (individuais e contextuais) diferem, em termos de impacto, de país para país.

2.3. Descrição do Inquérito

Como referido na revisão de literatura, as motivações para a actividade empreendedora diferem entre alunos com diferentes factores demográficos, psicológicos e contextuais. Como resultado, o estudo pretende ainda testar se os factores demográficos, como a idade e o género, bem como factores contextuais relacionados com a experiência

profissional, a existência de um modelo e a influência do país, têm influência sobre a motivação e atitudes dos alunos para o empreendedorismo.

Para a realização deste inquérito foi utilizado um método descritivo e quantitativo. Enquanto uma pesquisa exploratória e causal explora circunstâncias, uma pesquisa descritiva retrata pormenores específicos de uma situação, contextos sociais e relações. Com o objectivo de ilustrar o *status quo* das atitudes dos alunos para o empreendedorismo, foi utilizada uma concepção quantitativa. Refletindo sobre as questões de investigação, bem como sobre a abordagem internacional, um questionário em papel foi identificado como sendo o método de pesquisa mais adequado. O inquérito em papel foi utilizado de forma a atingir uma elevada cobertura e a permitir a entrega e o levantamento, uma vez que estes poderiam ser dados directamente aos alunos e recolhidos ao mesmo tempo. Em cada país existiu uma universidade associada que recolheu, junto dos estudantes, os inquéritos realizados.¹

O objectivo específico do inquérito foi, como referido anteriormente, realizar um levantamento das atitudes empreendedoras dos estudantes do primeiro ano de economia e gestão nos vários países. Essa motivação para o empreendedorismo dos alunos foi dividida em três medidas do “potencial empreendedor”. Duas das três variáveis estão relacionadas com a propensão empreendedora efectiva dos alunos, ao passo que a terceira se relaciona com a intenção empreendedora. As medidas para a propensão empreendedora são:

- Propensão Empreendedora Efectiva I – Inclui apenas os alunos que criaram empresas (“1” valor atribuído nos casos em que o aluno já tenha criado empresas)
- Propensão Empreendedora Efectiva II – Os alunos que criaram empresas e/ou deram passos para iniciar um negócio (“1” valor atribuído no caso de o aluno já ter criado empresa ou ter dado passos para a criação de empresas)
- Intenção Empreendedora – Os estudantes foram questionados directamente sobre as intenções, sendo esta a opção mais provável para a sua futura carreira, numa escala de “1” – empregado para “5” – ter a minha própria empresa, (se o estudante

¹ As universidades e respectivos pontos de contactos estão listados em Anexo I. O processo foi coordenado por Todd Davey a quem agradecemos a cedência da base de dados que nos permitiu apresentar esta análise.

responder 4 ou 5, a variável de intenção empreendedora assume o valor 1 e 0, no caso contrário).

O inquérito contém 18 questões.² O primeiro grupo de questões (Q.1 e Q.2) é de carácter geral com o intuito de testar a imagem que os alunos têm do empreendedorismo. O segundo grupo (Q.3-Q.11) também é de carácter geral mas, desta vez, para testar a familiaridade dos estudantes com a criação de novas empresas. O terceiro grupo (Q.12-Q.15), tem como objectivo testar o interesse dos estudantes na criação de uma nova empresa. Por fim, o grupo quatro possui a informação demográfica e de contexto (Q.16–Q.18).

A todas as questões, à excepção das Q.3-Q.5, Q.7-Q.10, bem como o grupo da informação demográfica, os alunos responderam utilizando uma escala de Likert (1–5), através da qual os inquiridos especificam o seu nível de concordância com cada afirmação. As questões Q.7-Q.10 são quantitativas e às que pertencem ao grupo de informação demográfica e de contexto foi dada uma importância especial, devido à comparação realizada com as anteriores.

Na secção seguinte detalham-se com mais pormenor as variáveis proxies do modelo ‘teórico’.

2.4. Especificação econométrica e variáveis *proxies*

Dada a natureza da variável dependente (“o estudante criou/deu passos/tem intenção de criar (1) ou não (0) uma empresa”), que assume apenas dois valores (0 e 1), as especificações econométricas adequadas passam pela regressão logística (Maroco, 2010). Assim, a análise deste estudo será conduzida no contexto do enquadramento geral dos modelos probabilísticos.

$Prob(\text{ocorre evento } j) = Prob(Y=j) = F[\text{efeitos relevantes: parâmetros}]$.

em que

$Y = 1$ se o estudante criou/deu passos para/tem intenção de criar uma empresa.

$Y = 0$ em caso contrário.

² Em Anexo II consta o inquérito ministrado.

Para explicar o empreendedorismo estudantil existe um conjunto de factores que potencialmente determinam os resultados, pelo que:

$$Prob(Y=1) = F(X, \beta)$$

$$Prob(Y=0) = 1 - F(X, \beta)$$

O vector **X** inclui um conjunto de factores, tais como factores de índole demográfica, psicológica e de contexto (cf. Capítulo 1). O conjunto de parâmetros β reflecte o impacto das alterações de **X** na probabilidade do estudante ser ‘empreendedor’ (nas suas diversas perspectivas).

No modelo de regressão logística, os parâmetros são estimados usando o método da máxima verosimilhança. Em concreto, para testar se factores como, por exemplo, o risco ou a criatividade são determinantes significativos do ‘empreendedorismo’ estudantil, utiliza-se a estimação da regressão logística geral com as seguintes especificações:

$$Prob(\text{Empreendedor}) = \frac{1}{1 + e^{-Z}}$$

$$Z = \beta_0 + \underbrace{\beta_1 \text{Género} + \beta_2 \text{Idade}}_{\text{características demográficas}} +$$

$$+ \underbrace{\beta_3 \text{Risco} + \beta_4 \text{Criatividade} + \beta_5 \text{Necessidade_realização}}_{\text{características psicológicas}} +$$

$$+ \underbrace{\beta_6 \text{Exp_prof} + \beta_7 \text{Exp_Activ_Emp} + \beta_8 \text{Conhec_emp} + \beta_9 \text{Consc_emp} + \beta_{10} \text{Interesse_emp}}_{\text{Competências / Familiaridade_Empreendedorismo}}$$

$$+ \underbrace{\beta_{11} \text{Role_Model} + \beta_{12} \text{Países}}_{\text{características de contexto}}$$

As definições das *proxies* para as variáveis são detalhadas no Quadro 4.

Optou-se por se proceder a um ajustamento da equação logística para o modelo reescrito em termos dos *odds* do evento ocorrer,³ o que ajuda a interpretar de forma mais clara e directa os coeficientes da função logística. Nesse caso, obtém-se o modelo logístico da seguinte forma:

³ odds – rácio Prob (Empreendedor) / Prob (Não_Empreendedor)

$$\log\left(\frac{\text{Prob}(\text{Empreendedor})}{\text{Prob}(\text{N\~{a}o_Empreendedor})}\right) = \beta_0 + \underbrace{\beta_1 \text{G\~{e}nero} + \beta_2 \text{Idade}}_{\text{características demográficas}} + \underbrace{\beta_3 \text{Risco} + \beta_4 \text{Criatividade} + \beta_5 \text{Necessidade_realiza\~{c}o}}_{\text{características psicológicas}} + \underbrace{\beta_6 \text{Exp_prof} + \beta_7 \text{Exp_Activ_Emp} + \beta_8 \text{Conhec_emp} + \beta_9 \text{Consc_emp} + \beta_{10} \text{Interesse_emp}}_{\text{Competências / Familiaridade_Empreendedorismo}} + \underbrace{\beta_{11} \text{Role_Model} + \beta_{12} \text{Países}}_{\text{características de contexto}} + \varepsilon_i$$

Uma maneira de interpretar o coeficiente logístico seria a alteração no rácio de *odds* associada a uma alteração unitária na variável independente:

$$\frac{\text{Prob}(\text{Empreendedor})}{\text{Prob}(\text{N\~{a}o_Empreendedor})} = e^{\beta_0 + \underbrace{\beta_1 \text{G\~{e}nero} + \beta_2 \text{Idade}}_{\text{características demográficas}} + \underbrace{\beta_3 \text{Risco} + \beta_4 \text{Criatividade} + \beta_5 \text{Necessidade_realiza\~{c}o}}_{\text{características psicológicas}} + \underbrace{\beta_6 \text{Exp_prof} + \beta_7 \text{Exp_Activ_Emp} + \beta_8 \text{Conhec_emp} + \beta_9 \text{Consc_emp} + \beta_{10} \text{Interesse_emp}}_{\text{Competências / Familiaridade_Empreendedorismo}} + \underbrace{\beta_{11} \text{Role_Model} + \beta_{12} \text{Países}}_{\text{características de contexto}} + \varepsilon_i}$$

Neste caso, e elevado a β_i ($i = 1, \dots, 12$) é o factor pelo qual os *odds* se alteram quando a i^{th} variável independente aumenta em uma unidade. Quando β_i é positivo, este factor será superior a 1, o que significa que os *odds* aumentaram e que o factor influencia de forma positiva o empreendedorismo estudantil; se β_i é negativo, este factor será inferior a 1, o que significa que os *odds* reduziram, ou seja, o factor influencia de forma negativa o empreendedorismo estudantil; quando β_i é igual a 0, o factor será igual a 1, o que significa que os *odds* se mantêm inalterados, pelo que o factor não mostra o impacto sobre o empreendedorismo estudantil.

O ε representa o termo aleatório.

No caso em que a estimativa de β_3 emerge como positiva e significativa para os níveis convencionais de significância estatística (ou seja, 1%, 5% ou 10%), isto significa que, em média, todos os outros factores permanecendo constantes, os estudantes com maior propensão ao risco teriam uma maior propensão ao empreendedorismo.

Neste estudo foram utilizadas três variáveis dependentes para medir o potencial empreendedor dos estudantes, duas que medem o empreendedorismo efectivo, uma em sentido estrito e outra em sentido lato e a terceira que mede as intenções empreendedoras. As medidas de empreendedorismo efectivo foram calculadas através de variáveis dummy que tomam o valor 1, se o estudante já tiver criado uma empresa (empreendedorismo em sentido estrito) e 0 no caso contrário, por outro lado assume o valor 1, se o estudante já tiver criado uma empresa ou tiver dado passos para criar uma (empreendedorismo em sentido lato) e 0 no caso contrário. A variável de intenção

empreendedora foi avaliada directamente perguntando aos estudantes, numa escala de 1 (empregado) a 5 (tenho a minha própria empresa), qual seria a opção mais provável para a sua carreira futura. Se o estudante respondeu 4 ou 5, a variável de intenção empreendedora toma o valor 1, caso contrário toma o valor 0. A medida do potencial empreendedor dos estudantes através destas três formas distintas permitiu fazer uma avaliação utilizando alguns factores que podem determinar as atitudes dos estudantes de forma distinta e significativa.

De acordo com o modelo estrutural de intenção empreendedora (Figura 1), as atitudes dos estudantes podem ser influenciadas por três grupos de determinantes: demográficas (género e idade), psicológicas (risco, criatividade e necessidade de realização), e de contexto (trabalho e experiência profissional, competências e familiaridade com empreendedores e educação). O Quadro 4 detalha como foram construídas as proxies.

Quadro 4: Definição das proxies para as variáveis relevantes

		Definição da variável/proxy
Dependente	Propensão empreendedora efectiva I – criou empresa	A variável dummy toma o valor 1 se o estudante já tiver criado uma empresa (empreendedorismo em sentido estrito), caso contrário toma o valor 0.
	Propensão empreendedora efectiva II – criou empresa ou deu passos para	A variável dummy toma o valor 1, se o estudante tiver criado uma empresa ou tiver dado passos para criar uma (empreendedorismo em sentido lato), caso contrário toma o valor 0.
	Intenção empreendedora	A variável de intenção empreendedora foi directamente avaliada perguntando aos estudantes, numa escala de 1 (empregado) a 5 (tenho a minha própria empresa), qual seria a opção mais provável para a sua carreira futura. Se o estudante respondeu 4 ou 5, a variável de intenção empreendedora toma o valor 1, caso contrário toma o valor 0.
Demográficas	Género (feminino=1; masculino=0)	A variável dummy toma o valor 1 se o estudante é do sexo feminino, caso contrário toma o valor 0.
	Idade (ln)	Variável numérica, em logaritmo, da idade do estudante.
Psicológicas	Risco	A variável “risco” é a soma de três variáveis dummy calculadas com base nas respostas dadas pelos estudantes no questionário. A primeira dummy toma o valor 1 quando o estudante respondeu 1 (discordo completamente) ou 2 (discordo) à afirmação “Não se deve começar uma empresa quando existe o risco de poder falhar”, caso contrário toma o valor 0. A segunda dummy toma o valor 1 quando o estudante respondeu 1 (discordo completamente) ou 2 (discordo) à afirmação “Segurança no trabalho/estabilidade do emprego/rendimento estável”, quando perguntou “Porque preferes ser um empregado em vez de seres empregado por conta própria?”. A terceira dummy toma o valor 1 quando o estudante respondeu 1 (discordo completamente) ou 2 (discordo) à afirmação “Não é tão arriscado como ser trabalhador por conta própria” quando perguntou “Porque preferes ser empregado em vez de empregado por conta própria?”. Depois somamos as três variáveis dummy e recalculamos uma nova variável dummy, que toma o valor 1 quando a soma das variáveis toma o valor 2 e 3, caso contrário toma o valor 0.

(...)

		Definição da variável/proxy
	Criatividade	A variável “criatividade” é uma variável dummy que toma o valor 1 quando o estudante respondeu 4 (concordo) ou 5 (concordo totalmente) à afirmação “Eu tenho uma ideia que pode ser uma oportunidade de negócio”.
	Psicológicas	
	Necessidade de realização	A variável “necessidade de realização” é a soma de duas variáveis dummy calculadas com base em respostas dadas pelos estudantes no questionário. A primeira dummy toma o valor 1 quando o estudante respondeu 4 (concordo) ou 5 (concordo completamente) à afirmação “Realização pessoal”, e 0 no caso contrário, quando perguntou “Porque preferes ser empregado por conta própria em vez de empregado?”. A segunda dummy toma o valor 1 quando o estudante respondeu 4 (concordo) ou 5 (concordo completamente) à afirmação “Independência pessoal/gestão do próprio tempo” quando perguntou “Porque preferes ser empregado por conta própria em vez de empregado?”. Depois somamos as duas variáveis dummy e recalculamos uma nova variável dummy que toma o valor 1 quando a soma das variáveis é 2 e 0 no caso contrário.
	Experiência profissional (ln)	Variável numérica, em logaritmo, da experiência profissional dos estudantes (1:não tem experiência; 2:estagiário; 3:trabalho em part-time; 4:trabalho em full-time à menos de 1 ano; 5: trabalho em full-time à mais de 1 ano).
	Experiência em actividades empreendedoras (ln)	A experiência em actividades empreendedoras é uma variável numérica, calculada em logaritmo, que resultou da soma das pontuações (1-5) obtidas das respostas às seguintes afirmações: “Trabalhei para mim mesmo como adolescente, e.g. entregando jornais, sendo babysitting, cortador de relva, etc.”; “Fui freelancer ou empregado por conta própria”; “Eu segui de perto ou ajudei membros da família que começaram empresas”; “Eu segui de perto ou ajudei amigos ou conhecidos que começaram empresas”.
	Competências/Familiaridade com empreend.	O conhecimento de assuntos relacionados com empreendedorismo é uma variável numérica, calculada em logaritmo, que resultou da soma das pontuações (1-5) obtidas das respostas às seguintes afirmações: “Eu conheço técnicas para descobrir o que o mercado quer”; “Eu entendo o tipo de questões que os empresários enfrentam em introduzir uma ideia no mercado”; “Eu posso criar um plano de negócios e um conceito de negócio”; “Eu sei como financiar legalmente um novo conceito de negócio”.
		Consciencialização acerca de assuntos relacionados com empreendedorismo (ln)
	Interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo (ln)	O interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo é uma variável numérica, calculada em logaritmo, que resultou da soma das pontuações (1-5) obtidas das respostas às seguintes afirmações: “Começar uma nova empresa a partir de uma ideia”, “Empreendedorismo usando investigação”, “Empreendedorismo dentro de uma empresa já existente”, em resposta à seguinte questão: “Quão interessado estás num dos seguintes tópicos durante os teus estudos?”.
Contexto	Role model (familiares próximos empreendedores)	É uma variável dummy que toma o valor 1 quando o estudante escolheu 4 (concordo) ou 5 (concordo totalmente) em resposta às afirmações “Os meus amigos e familiares próximos trabalham como empregados por conta própria/são empregadores”, quando lhes perguntou “Porque preferias ser empregado por conta própria em vez de empregado?”.
	Países	Dummies para cada país/bloco de países (default= Portugal/Europa)

2.5. Breve caracterização dos dados

Das 18 universidades convidadas, 12 participaram neste estudo. Do continente Africano participaram universidades da África do Sul, Quênia e Uganda com, 276, 57 e 96, respostas, respectivamente (cf. Quadro 5). Da Ásia, concretamente, Emirados Árabes Unidos, obtivemos 118 respostas. No que diz respeito ao continente Europeu, e do qual foi obtido o maior número de respostas, estas provieram da Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Irlanda, Polónia, Portugal e Reino Unido com, respectivamente, 126, 148, 92, 184, 51, 224 e 54. Resta a Oceania, especificamente, a Austrália com 65 respostas.

Quadro 5: Número de estudantes, de cada país, que responderam ao inquérito

Continente	País	Nº Estudantes	% total
Africano	África do Sul	276	18.4
	Quênia	57	3.8
	Uganda	96	6.4
Asiático	Emirados Árabes Unidos	118	7.9
Europeu	Alemanha	126	8.4
	Eslovénia	148	9.9
	Finlândia	92	6.1
	Irlanda	184	12.3
	Polónia	51	3.4
	Portugal	224	15
	Reino Unido	54	3.6
Oceania	Austrália	65	4.3
Inválidos		6	0.4
Total		1497	100.0

Capítulo 3. Propensão ao Empreendedorismo Estudantil num conjunto alargado de países. Resultados empíricos

3.1. Considerações iniciais

Este capítulo tem como objectivo dar a conhecer os resultados empíricos encontrados.

Na secção seguinte, indica-se a análise descritiva exploratória (Secção 3.2.) e as determinantes do empreendedorismo estudantil: uma análise econométrica (Secção 3.3.).

3.2. Análise descritiva exploratória

Tendo como referência base a estimativa do coeficiente de Pearson, as variáveis dependentes indicam-nos que, em média, criar empresas (empreendedorismo em sentido estrito), está positiva e significativamente relacionado com o dar passos para criar ou criar empresas (empreendedorismo em sentido lato). No entanto, não parece existir relação entre o empreendedorismo em termos efectivos (*strictu sensu*) e as intenções empreendedoras. De facto, os resultados das estimativas do coeficiente de Pearson (cf. Quadro 6) demonstram que apesar da correlação entre empreendedorismo em sentido estrito e lato ser forte e positiva ($\hat{\rho} = 0.636$), a correlação entre empreendedorismo efectivo e intenção empreendedora é praticamente inexistente ($\hat{\rho} = 0.026$). Tal indicia que os determinantes do empreendedorismo efectivo não serão à partida idênticos aos das intenções empreendedoras.

Em termos bi-variáveis, criar empresas tende a estar positiva (e significativamente) correlacionado com idade, experiência (profissional e de empreendedorismo), conhecimentos de assuntos de empreendedorismo e ter familiares próximos empreendedores. Os estudantes que criaram ou deram passos para criar empresas são, em média mais velhos, com perfis pró-risco, criativos e com necessidade de realização. Adicionalmente, tendem a revelar maiores níveis de experiência (profissional e de empreendedorismo), conhecimento e consciencialização sobre assuntos relacionados com empreendedorismo. De forma análoga aos estudantes que criaram e tencionam no fim dos seus cursos ser empresários são tendencialmente homens e com familiares próximos empreendedores. Os estudantes com intenções empreendedoras tendem, em

contraste com os que criaram ou deram passos para criar empresas, a revelar elevados níveis de interesse por assuntos relacionados com o empreendedorismo.

Assim, verificamos que, em média, estudantes do sexo feminino e mais novos tendem a ter criado menos empresas (i.e., a ser menos empreendedores em sentido estrito) do que os seus colegas do sexo masculino e mais seniores. No entanto, estudantes com experiência profissional, experiência em actividades empreendedoras, com conhecimentos de assuntos relacionados com o empreendedorismo e com familiares próximos empreendedores, mostram-se mais empreendedores em sentido estrito.

Em sentido lato, ou seja, ter criado ou dado passos para criar empresas, são também estudantes do sexo feminino, mais novos, com maiores competências associadas ao empreendedorismo e com familiares próximos empresários os mais propensos ao empreendedorismo. Em contraste, as variáveis psicológicas (risco, criatividade e necessidade de realização) emergem como positiva e significativamente relacionadas com o empreendedorismo em sentido lato, denotando que, em média, estudantes com maior assunção do risco, criatividade e necessidade de realização tendem a ter criado ou dado passos para criar empresas em maior extensão que os restantes colegas.

Relativamente às intenções empreendedoras, destaca-se, novamente, o género feminino como sendo menos empreendedor. Tendem a possuir mais elevadas intenções empreendedoras, em média, os estudantes pro-risco, criativos, com necessidade de realização, com competências e interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo e com familiares próximos empreendedores.

Observando as estimativas do coeficiente de correlação entre as variáveis independentes, concluímos que os estudantes do sexo masculino, para além de terem mais idade possuem maior assunção do risco e maior criatividade, bem como mais experiência em actividades empreendedoras, consciencialização e interesse acerca de assuntos relacionados com o empreendedorismo. Estudantes com maior necessidade de realização possuem, tal como estudantes mais criativos, maior experiência em actividades empreendedoras, conhecimento, consciencialização e interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo. Noutro sentido, estudantes com maior experiência profissional possuem mais experiência em actividades empreendedoras mas menos consciencialização e interesse acerca de assuntos relacionados com empreendedorismo.

Quadro 6: Estimativas dos coeficientes de correlação de Pearson

	Médias	1.a.	1.b.	1.c.	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Variável dependente															
1.a. Empreendedorismo em sentido estrito (criou empresas)	0.031	1.000	0.636***	0.026	-0.071***	0.206***	-0.008	0.061	0.030	0.101***	0.124***	0.062**	0.026	-0.002	0.075***
1.b. Empreendedorismo em sentido lato (criou empresas ou deu passos para)	0.074	1.000	0.090***	0.090***	-0.109***	0.224***	0.103***	0.108***	0.051*	0.108**	0.233***	0.125***	0.080***	0.032	0.052*
1.c. Intenções empreendedoras (pensa em ser empreendedor)	0.391	1.000	0.090***	0.090***	-0.107***	-0.017	0.123***	0.204***	0.140***	0.014	0.124***	0.146***	0.114***	0.178***	0.135***
Demográficas															
2. Género (Fem=1)	0.562	1.000	0.074**	0.074**	0.107**	-0.050*	-0.018	-0.016	-0.018	-0.016	-0.060*	-0.009	-0.046*	-0.085**	0.050*
3. Idade (ln)	3.000	1.000	0.030	0.030	0.066**	0.013	0.093***	0.139***	0.013	0.093***	0.139***	0.028	0.139***	-0.033	0.009
4. Risco	0.187	1.000	0.127***	0.127***	0.041	-0.012	0.096***	0.030	0.031	0.069**	0.031	0.031	0.031	0.069**	0.021
Psicológicas															
5. Criatividade	0.490	1.000	0.187***	0.187***	-0.006	0.181***	0.253***	0.241***	0.239***	0.239***	0.239***	0.239***	0.239***	0.239***	0.155***
6. Necessidade de realização	0.679	1.000	-0.009	-0.009	0.074***	0.151***	0.124***	0.197***	0.197***	0.197***	0.197***	0.197***	0.197***	0.197***	0.145***
Experiência															
7. Experiência profissional (ln)	0.725	1.000	0.112***	0.112***	-0.013	0.012	-0.089**	-0.050*	-0.050*	-0.050*	-0.050*	-0.050*	-0.050*	-0.050*	-0.050*
8. Experiência em actividades empreendedoras (ln)	2.313	1.000	0.339***	0.339***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.354***	0.262***
Competências															
9. Conhecimento de assuntos relacionados com empreendedorismo (ln)	2.577	1.000	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.394***	0.178***
10. Consciencialização acerca de assuntos relacionados com empreendedorismo (ln)	1.686	1.000	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.300***	0.163***
Contexto															
11. Interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo (ln)	2.444	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.132***
12. Role model (familiares próximos empreendedores)	0.317	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Legenda: estatisticamente ***(**)[*] significativa a 1%(5%)[10%]

Já os estudantes com mais experiência em actividades empreendedoras possuem um elevado conhecimento, consciencialização e interesse sobre assuntos relacionados com o mesmo. A existência de *role models* emerge, em geral, como uma variável muito importante e positivamente relacionada (com excepção do caso da experiência profissional).

Entre as variáveis independentes, as correlações não são de tal maneira elevadas (i.e. $\rho > 0.60$) que coloque problemas de multicolinearidade. Daí que todas as variáveis independentes são incluídas nos modelos.

3.3. Determinantes do empreendedorismo estudantil: uma análise econométrica

Como referido anteriormente, estimamos 6 modelos distintos (cf. Quadro 7), considerando países e blocos de países para cada uma das variáveis dependentes em análise: 1) empreendedorismo efectivo em sentido estrito (criou uma empresa) (Modelos 1 e 2); 2) empreendedorismo efectivo em sentido lato (criou uma empresa ou deu passos para) (Modelos 3 e 4); e 3) intenção empreendedora (“Vê-se como empregado por conta própria ou a criar uma empresa como a opção mais provável para a sua carreira futura”) (Modelos 5 e 6).

Conforme se comprova pelas estatísticas da qualidade de ajustamento (teste de Hosmer e Lameshow e percentagem de observações da variável dependente correctamente estimadas), os modelos estimados são de boa qualidade. De facto, aceita-se, para um $p\text{-value} > 0.01$, a hipótese nula do teste de Hosmer e Lameshow de que os modelos representam a realidade bem. Adicionalmente, nos quatro primeiros modelos mais de 90% das observações da variável dependente são correctamente estimadas (66% no caso dos Modelos 5 e 6).

É interessante notar que todas as variáveis independentes ‘explicam’ os diferentes tipos de empreendedorismo, bem como as intenções empreendedoras. No entanto, reflectindo o que se observou na análise das correlações, de modelo para modelo, as variáveis explicativas surgem com níveis distintos de significância estatística (e.g., Idade, Risco, Criatividade).

Quadro 7: Determinantes do empreendedorismo estudantil (estimativas do modelo logístico)

		EE		EL		IE	
		Países	Blocos de Países	Países	Blocos de Países	Países	Blocos de Países
Demográficas	2. Género (Fem=1)	-0.908**	-0.771**	-0.704**	-0.772***	-0.350***	-0.339***
	3. Idade (ln)	7.047***	5.225***	5.207***	3.979***	-0.737	-0.878*
Psicológicas	4. Risco	-0.547	-0.472	0.543**	0.563**	0.364**	0.455***
	5. Criatividade	0.619	0.626*	0.337	0.388	0.537***	0.565***
	6. Necessidade de realização	0.034	0.233	0.135	0.239	0.269*	0.330**
Experiência	7. Experiência profissional (ln)	2.086**	1.587**	1.736***	1.247**	0.591*	0.350
	8. Experiência em actividades empreendedoras (ln)	0.951	1.539**	2.617***	2.776***	0.209	0.177
Competências	9. Conhecimento de assuntos relacionados com empreendedorismo	0.601	1.341	1.023	1.242*	0.455	0.481*
	10. Consciencialização acerca de assuntos relacionados com empreendedorismo	0.013	-0.894	-0.551	-0.715*	-0.081	-0.025
	11. Interesse sobre assuntos relacionados com empreendedorismo	-1.005	-0.627	-0.778	-0.620	0.814***	0.902***
Familiar	12. Role model (familiares próximos empreendedores)	1.049**	0.805**	-0.095	-0.076	0.470***	0.396***
Contexto	África do Sul	-0.010		0.944		-0.162	
	Quênia	0.721	-1.027**	1.129	0.522*	0.350	0.237**
	Uganda	-16.447		1.791**		0.630**	
Países	Emirados Árabes Unidos	1.429	-0.245	1.766**	0.977**	-0.480*	-0,286
	Alemanha	-1.325		-1.435		-0.715**	
	Eslovénia	1.120		0.353		0.119	
Europa	Finlândia	0.617		0.329		-0.968***	
	Irlanda	3.559***		2.113***		-0.254	
	Polónia	-15.800		-0.464		0.039	
Oceania	Reino Unido	-0.056		0.952		-0.289	
	Austrália	0.953	-0.202	0.426	-0.077	-0.128	0.103
	Constante	-29.652	-25.033	-26.955	-23.322	-2.523	-2.493
	N	1313	1313	1313	1313	1313	1313
	Empreendedores	41	97	514	97	514	97
	Outros	1272	1216	799	1216	799	1216
<i>Qualidade ajustamento</i>							
	Teste Hosmer e Lemeshow	0.974	0.045	0.686	0.186	0.379	0.141
	% correctas	97.0	96.8	93.0	93.1	66.0	66.2

Legenda: estatisticamente ***(**)[*] significativa a 1%(5%)[10%]. As células cinza é para evidenciar as estimativas

Analisando a tabela anterior, os determinantes demográficos surgem como relevantes no empreendedorismo efectivo (em sentido estrito e em sentido lato e Modelos de 1-4), do que podemos concluir que, tudo o resto constante, em média, possuem maior propensão à criação de empresas ou a dar passos para criar empresas os estudantes do sexo masculino e mais velhos. No que concerne às intenções empreendedoras, o género apresenta a mesma relação mas desta feita são os estudantes mais novos que revelam maior intenção empreendedora (cf. Modelo 6).

No que respeita aos determinantes psicológicos, estes surgem como relevantes sobretudo para as intenções empreendedoras (Modelos 5 e 6), em que se constata que independentemente do sexo, idade, experiência e países de localização das universidades onde os estudantes estão inscritos, estudantes mais criativos, com necessidade de realização e pró-risco, tendem em média a desejar com maior veemência a se tornar empreendedores após conclusão dos respectivos cursos. O risco surge também como um determinante positivo e importante para o empreendedorismo efectivo em sentido lato. No que respeita ao empreendedorismo em sentido estrito (criar empresas), apenas a característica criatividade aparece positiva e significativamente associada (no Modelo 2).

A experiência profissional, e em menor extensão a experiência em actividades empreendedoras, surge como um determinante mais relevante no caso do empreendedorismo efectivo (Modelos 1-4). Assim, os estudantes com mais experiência profissional e em actividades empreendedoras tendem em média a criar ou a dar passos para criar empresas.

As competências dos estudantes não emergem na nossa análise como determinantes fundamentais do empreendedorismo estudantil. Apenas a variável ‘interesse em assuntos relacionados com o empreendedorismo’ surge como positiva e significativamente associada às intenções empreendedoras reflectindo o facto de, *ceteris paribus*, estudantes com maior interesse nestes assuntos tendem, em média, a revelar maiores intenções empreendedoras. O conhecimento sobre assuntos relacionados com o empreendedorismo é também uma variável importante nas intenções empreendedoras (Modelo 4) e empreendedorismo efectivo em sentido lato (Modelo 6).

Ainda relativamente aos determinantes de contexto, o papel dos familiares próximos empreendedores surge como significativo quer no empreendedorismo efectivo (em sentido estrito – criar empresas), quer nas intenções empreendedoras denotando a importância crítica do contexto familiar para a criação ou intenção de criação de empresas.

Finalmente, numa vertente mais global de contexto – os países onde as universidades dos estudantes respondentes se localizam -, a evidência estatística com base nos dados recolhidos indicia que, em média, tudo o resto constante, os estudantes Irlandeses, comparativamente aos estudantes Portugueses, evidenciam uma maior propensão ao empreendedorismo efectivo em sentido estrito (criar empresas). Mais especificamente, o odds (rácio criar empresas/não criar empresas) do empreendedorismo efectivo é 8 ($e^{2.113}$) a 35 ($e^{3.559}$) vezes maior no caso dos estudantes Irlandeses face aos seus homólogos portugueses. No caso do empreendedorismo efectivo em sentido lato (criar empresas ou dar passos para), constatamos que, em média, os estudantes Irlandeses, dos Emirados Árabes Unidos e do Uganda apresentam uma maior propensão ao empreendedorismo do que os estudantes Portugueses.

Quando controlamos por blocos de países ou continentes (Modelos 2, 4 e 6), em vez de países individualmente considerados, destacam-se os estudantes das universidades do continente Africano como tendo menor propensão ao empreendedorismo efectivo em sentido estrito (criar empresas) quando comparados com os estudantes das universidades do continente Europeu. Em contraste, quando consideramos o empreendedorismo em sentido lato (criar empresas ou dar passos para) ou intenções empreendedoras, os estudantes Africanos surgem como os mais empreendedores. Em termos de intenções, os estudantes da Oceania e da Ásia não parecem ser diferentes dos Europeus.

Conclusão

Tem sido assinalável a crescente dinâmica ao nível dos estudos de natureza científica sobre empreendedorismo, designadamente com abordagens ligadas à economia e gestão (Lipper, 1987; Hatten e Ruhland, 1995). Como resultado destes estudos, vários perfis de ‘empreendedor’ têm vindo a ser traçados e a identificação de atitudes específicas de empreendedores têm sido aferidas. Em concreto, os estudos sugerem que o empreendedor é um indivíduo que cria a sua própria empresa a partir de uma oportunidade, e que os factores ambientais como a concorrência, os recursos, as incubadoras e as políticas governamentais, bem como os factores de natureza sociológica, nomeadamente o contexto familiar, são fulcrais nesse processo (Bygrave, 2004).

No que respeita ao empreendedorismo estudantil, os diversos estudos referem que os determinantes demográficos (idade e género), psicológicos (risco, criatividade e motivação para alcançar) e de contexto (experiência profissional, educação, oportunidades de mercado e *role models*) são explicativos das atitudes e intenções empreendedoras. No entanto, os resultados destes estudos diferem. Por exemplo, no que respeita aos determinantes demográficos, a idade é importante na explicação das atitudes e intenção empreendedoras (empreendedorismo efectivo e potencial) em Teixeira e Forte (2011) e Teixeira e Davey, 2010), enquanto relativamente ao género, uns defendem que é relevante (van der Zwan *et al.*, 2010) enquanto outros (Teixeira e Forte, 2011; Teixeira e Davey, 2010; Ali *et al.*, 2010 e Mueller e Dato-on, 2011) não encontram evidência quanto à sua relevância. Não obstante, em geral o que se conclui dos estudos existentes é que são os homens que se destacam por terem maior intenção empreendedora. Relativamente aos determinantes psicológicos (risco, criatividade e motivação para alcançar), estes surgem como explicativos mas apenas para as intenções empreendedoras, não para o empreendedorismo efectivo (Teixeira e Davey, 2010; Teixeira e Forte, 2011). Os determinantes de contexto apresentam resultados semelhantes aos demográficos, ou seja, a experiência profissional surge como relevante no estudo de Teixeira e Davey (2010), ao contrário do que acontece no estudo de (Teixeira e Forte, 2011), no que respeita às atitudes empreendedoras. A educação emerge como relevante em todos os estudos (Teixeira e Davey, 2010; Paço *et al.*, 2011 e Lanero *et al.*, 2011). Por fim, o papel dos *role models* surge como relevante no estudo

de van der Zwan *et al.* (2010), em contraste ao que acontece nos estudos de Teixeira e Davey (2010) e Teixeira e Forte (2011).

No presente estudo foi utilizado uma amostra de 1497 alunos do primeiro ano do curso de Economia e Gestão, de diferentes Universidades localizadas em países de quatro continentes distintos: África (África do Sul, Quênia, Uganda), Ásia (Emirados Árabes Unidos), Europa (Alemanha, Eslovénia, Finlândia, Irlanda, Polónia, Portugal, Reino Unido) e Oceania (Austrália), englobando, no total, doze países.

A evidência recolhida sugere que todas as variáveis são (em maior ou menor grau) importantes na explicação do empreendedorismo efectivo, assim como das intenções empreendedoras. A análise comparativa das diferentes realidades/países permitiu averiguar em que medida as atitudes empreendedoras dos estudantes universitários podem diferir entre países e se as tradicionais variáveis determinantes do empreendedorismo estudantil (individuais e contextuais) diferem, em termos de impacto, quando se controla para o país ou continente de origem da universidade.

Com base na estimação das regressões logísticas foi possível concluir que em termos de empreendedorismo efectivo, quer em sentido estrito, quer em sentido lato, os determinantes demográficos (género e idade), a experiência profissional e em actividades empreendedoras e os determinantes de contexto surgem como significativos para a propensão ao empreendedorismo dos estudantes. No entanto, quando comparamos o empreendedorismo efectivo com as intenções empreendedoras, para além destes três determinantes, destacam-se, os determinantes psicológicos. Analisando as restantes características de contexto especificamente o papel dos *role model* (familiares próximos empreendedores), os países e os respectivos continentes, podemos concluir que estas variáveis são muito importantes na avaliação da propensão ao empreendedorismo fazendo toda a diferença. Estudantes que possuem familiares próximos empreendedores revelam maior propensão ao empreendedorismo em sentido estrito e intenção empreendedora. No que respeita aos países, os estudantes Irlandeses revelam ter maior propensão ao empreendedorismo em sentido estrito comparativamente a Portugal, o que significa que aqueles estudantes criam mais empresas que os Portugueses. Em sentido lato destacam-se os estudantes Irlandeses, dos Emirados Árabes Unidos e os do Uganda como os que mais criam ou dão passos para

criar novas empresas comparativamente com os estudantes portugueses. Em contraste, os estudantes da Finlândia, Alemanha e Emirados Árabes Unidos são, comparativamente com os portugueses, os que revelam menores intenções de criar empresas. Ao nível dos continentes, destacam-se os estudantes do continente Africano como tendo menor propensão ao empreendedorismo efectivo em sentido estrito do que os Europeus, mas maior propensão em sentido lato e intenções empreendedoras.

O presente estudo confirma que existem grandes diferenças entre o empreendedorismo efectivo em sentido estrito, em sentido lato e as intenções empreendedoras. Ou seja, os factores que os determinam não são necessariamente os mesmos, evidenciando assim as limitações dos estudos que limitam a análise do empreendedorismo estudantil às intenções empreendedores. Em concreto, quando comparamos o empreendedorismo efectivo em sentido estrito com o empreendedorismo em sentido lato, os determinantes que se destacam como mais relevantes são os demográficos (idade e género) e os de contexto (experiência, *role models*, países e continentes). Nas intenções empreendedoras, destacam-se particularmente os determinantes psicológicos.

A relevância dos países (e continentes) na explicação do empreendedorismo estudantil tenderá a reflectir questões de curricula e formação inerentes às organizações/universidades, assim como culturais inerentes ao próprio país. O presente estudo, no entanto, não permitiu distinguir estes dois aspectos o que constitui uma (enorme) limitação mas também uma pista de investigação futura altamente desafiante. Adicionalmente, a inclusão de outros cursos que não apenas economia e gestão traria certamente maior riqueza ao estudo do empreendedorismo estudantil.

Referências

- Aghazamani, A. e Roozikhah, E. (2010), “Entrepreneurial Characteristics among University Students: A Comparative Study between Iranian and Swedish University Students”, *European Journal of Social Sciences*, 18(2): 304-310.
- Ahl, H. (2006), “Why research on women entrepreneurs needs new directions.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30: 595–621.
- Ajzen, I. (1991), “The theory of planned behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50: 179 – 211.
- Ajzen, I. (2002), “Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior”, *Journal of Applied Social Psychology*, 32: 665-683.
- Ali, A.; Topping, K.J. e Tariq, R.H. (2010), “Entrepreneurial attributes among postgraduate students of a Pakistani university”, *US-China Education Review*, 7(5): 66-77.
- Audretsch, D.B. e Keilbach, M. (2004), “Entrepreneurship capital and economic performance”, *Regional Studies*, 38(8): 949-959.
- Bandura, A. (1977), *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 28(3): 12-29.
- Bauder, H., (2008), “Explaining attitudes towards self-employment among immigrants: A Canadian case study”, *International Migration*, 46 (2): 109-133.
- Becker-Blease, J. R., e Sohl, J. E. (2007), “Do women-owned businesses have equal access to angel capital?”, *Journal of Business Venturing*, 22: 503–521.
- Bhide, AV. (2000), *The Origin and Evolution of New Businesses*, Oxford: Oxford University Press.
- Binotto, E.; Büllau, H. e Roese, A. (2004), “Empreendedorismo e a cultura empreendedora: Um estudo de caso no Rio Grande do Sul”, *Anais do XXIII ENANPAD*. Salvador, BA: ANPAD.
- Bird, B.J. (1988) “Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention”, *Academy of Management Review*, 13(3): 442-453.

- Blau, D., (1987), “A Time-Series Analysis of Self-Employment in the United States”, *Journal of Political Economy*, 95(3): 445-467.
- Boden, R. J., Jr., e Nucci, A. R. (2000), “On the survival prospects of men’s and women’s new business ventures”, *Journal of Business Venturing*, 15: 347–362.
- Brandstätter, H. (1997), “Becoming an entrepreneur – a question of personality structure?”, *Journal of Economic Psychology*, 18: 157-177.
- Brockhaus, R.H., e Horwitz, P.S. (1986), “The psychology of the entrepreneur”. In D. Sexton & R.L. Smilor (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, 25-48. Cambridge, MA: Ballinger.
- Brockhaus, R.H. (1987), “Entrepreneurial folklore”, *Journal of Small Business Management*, 25(3): 1-6.
- Brush, C.G. (1992), “Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4): 5–30.
- Brush, C.G.; Carter, N.M.; Gatewood, E.J.; Greene, P.G. e Hart, M.M (Eds) (2006), *Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses: A Global Research Perspective*. Cheltenham, UK : Edward Elgar Publishinf Ltd.
- Bygrave, D.W. e Hofer C.W. (1991), “Theorizing about entrepreneurship”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2): 13-22.
- Bygrave, D.W. (1993). “Theory building in the entrepreneurship paradigm”, *Journal of Business Venturing*, 8: 255-280.
- Bygrave, D.W. (2004), “The Entrepreneurial Process” in Bygrave and Zacharakis, eds., *The Portable MBA in Entrepreneurship*, 3rd Edition John Wiley and Sons: Hoboken, NJ.
- Castillo, P.; Venegas, C.; Leiva, Y.; Bennett, S.; Ortiz, E. e Neto, B. (2008), “Una Innovación pedagógica para la formación de universitarios emprendedores”, *Rev. FAE, Curitiba*, 11(2): 113-126.
- Cowling, M. e Taylor, M. (2001), “Entrepreneurial women and men: two different species?”, *Small Business Economics*, 16(3), 167.

- COM (2003), Comissão Europeia, *Green Paper - Entrepreneurship in Europe*, Brussels, 21.1.2003
- COM (2006), Comissão Europeia, *Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem*, Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, Bruxelas
- Davidsson, P. e Reynolds P. D. (2005), “Entrepreneurship Research Innovator, Coordinator, and Disseminator”, *Small Business Economics*, 24: 351-358.
- De, D. (2001), “Fostering entrepreneurship in Europe”. In A. Lundstrom e L. Stevenson (eds), Swedish Foundation for Small Business Research.
- Delmar, F., e Davidsson, P. (2000), “Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 12: 1–23.
- Evans, D.S. e Leighton, L.S. (1989), “Some empirical aspects of entrepreneurship”, *The American Economic Review*, 79 (3), 519-535.
- Fay, M., e Williams, L. (1993). “Gender bias and the availability of business loans”, *Journal of Business Venturing*, 8: 363–376.
- Franco, M.; Haase, H. e Lautenschläger, A. (2010), “Student’s entrepreneurial intentions: Na inter-regional comparison”, *Education and Training*, 52 (4): 260-275.
- Frese, M. (2000), *Success and Failure of Micro Business Owners in Africa: A Psychological Approach*. Quorum Books, Westport, CT.
- Gaspar, F. (2009), *O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso*, Edições Sílabo, Lisboa.
- GEM (2004), *Projecto GEM Portugal 2004, Global Entrepreneurship Monitor*, in <http://www.gemconsortium.org/>, acedido em 14/12/2010.
- Grebel, T.; Pyka, A. e Hanusch, H. (2003), “An Evolutionary Approach to the Theory of the Entrepreneur”, *Industry and Innovation*, 10: 493-514.
- Greenberger, D.B. e Sexton, D.L. (1988), “An Interactive Model of new Venture Formation”, *Journal of Small Business Management*, 26 (3): 1 – 7.

- Gupta, V. K.; Turban, D. B. e Bhawe, N. M. (2008), “The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions”, *Journal of Applied Psychology*, 93: 1053–1061.
- Gürol, Y. e Atsan, N. (2006), “Entrepreneurial characteristics amongst university students: some insights for enterprise education and training in Turkey”, *Education and Training*, 48(1): 25-39.
- Hatten, T.S. e Ruhland, S.K. (1995), “Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program”, *Journal of Education for Business*, 70(4): 224–227.
- Hisrich, R.D. (2000), Entrepreneurial dimensions: the relationship of individual, venture, and environmental factors to success. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 24(4): 79-80.
- Ho, T.S. e Koh, H.C. (1992), “Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore”. *Entrepreneurship, Innovation and Change*, 1: 243-254.
- Hofstede, G.; Noorderhaven, N.G.; Thurik, A.R; Uhlaner, L.M.; Wennekers, A.R.M. e Wildeman, R.E. (2004), *Culture’s role in entrepreneurship: selfemployment out of dissatisfaction*, CASBEC, Erasmus University of Rotterdam.
- Holtz-Eakin, D.; Joulfaian, D. e Rosen, H.S. (1994), “Entrepreneurial decision and liquidity constraints”, *The Rand Journal of Economics*; 25(2): 334-347.
- Jennings, D. (1994), *Multiple Perspectives of Entrepreneurship*, Cincinnati, South-Western Publishing Company.
- Kabongo, J.D. e McCaskey, P.H. (2011), “An examination of entrepreneurship educator profiles in business programs in the United States”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(1): 27-42.
- Klapper, R. e Tegtmeier, S. (2010), “Innovating entrepreneurial pedagogy: Examples from France and Germany”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4): 552-568.

- Krueger, N. e Carsrud, A. (1993), “Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(1): 315-330.
- Krueger, N. F. (1996), “Nurturing Entrepreneurial Potential”, paper presented at the USASBE Conference, Atlanta, January.
- Krueger, N.; Reilly, M. e Carsrud, A. (2000), “Competing models of entrepreneurial intentions”, *Journal of Business Venturing*, 15: 411–432.
- Kuratko, D. e Hodgetts, R. (1998), *Entrepreneurship A Contemporary Approach*, 4th Edition, Fort Worth, The Dryden Press.
- Lambing, P. e Kuehl, C. (1997), *Entrepreneurship*, New Jersey, Prentice-Hall, Inc., pp. 12 e 13.
- Lanero, A.; Vázquez, J.L.; Gutiérrez, P. e Garcia, M.P. (2011), “The impact of entrepreneurship education in European universities: in intention-based approach analyzed in the Spanish area”, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, pp. 1-20.
- Learned, K.E. (1992), “What happened before the organization? A model of organization formation”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1): 39 – 47.
- Lee, S.; Lim, S.; Pathak, R.; Chang, D. e Li, W. (2006), “Influences on attitudes toward entrepreneurship: A multi-country study”, *Entrepreneurship Management*, 2: 351-366.
- Lewis, P. (2006), “The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship.” *Gender, Work and Organization*, 13: 453–469.
- Liang, C. e Dunn, P. (2002), “The Impact of Starting a New Venture on the Entrepreneurs and Their Families: Expectations, Reality, and Willingness to Start Again”, *Journal of Business & Entrepreneurship*, 14(1), 1-16. (The Best Article Award in 2002)

- Liñán, F.; Urbano, D. e Guerrero, M. (2011), “Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3,4): 187-215.
- Lipper, A. (1987), “If Constructively Creative Divergent Thinking Equals Entrepreneur... How Can We Help Make More of Them”, *In Journal of Creative Behavior*, 21(3): 214-218.
- Lüthje, C. e 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 – 148.
- Lüthje, C. e Franke, N. (2004), “Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study”, *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3): 269 - 288.
- Marlow, S. e Patton, D. (2005), “All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29: 717–735.
- Maroco, J. (2010), *Análise Estatística com utilização do SPSS*, 3ª Edição, Lisboa: Edições Sílabo.
- Martínez, D.; Mora J.-G. e Vila, L. (2007), “Entrepreneurs, the self-employed and employees amongst young European higher education graduates”, *European Journal of Education*, 42(1):92–117.
- Miller B.; Bell J.; Palmer M.; Gonzalez A. e Petroleum P. (2009), “Predictors of entrepreneurial intentions: a quasi-experiment comparing students enrolled in introductory management and entrepreneurship classes”, *Journal of Business and Entrepreneurship* 21(2): 39–62.
- Mueller, S.L. e Dato-on, M.C. (2011), “A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, pp. 1-20.
- Naffziger, D.W.; Hornsby, J.S. e Kuratko, D.F. (1994), “A proposed research model of entrepreneurial motivation”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3): 29 – 42.

- Naktiyok, A.; Karabey, C.N. e Gulluce, A.C. (2009), “Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case”, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 6: 419-435.
- Naktiyok, A.; Nur Karabey, C. e Caglar Gukkuce, A. (2010), “Entrepreneurial selfefficacy and entrepreneurial intention: The Turkish case”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4): 419-435.
- Noorderhaven, N.; Thurik, R.; Wennekers, S. e Van Stel, A. (2003), “Self employment across 15 european countries: the role of dissatisfaction”, *SCALES – paper N200223*, Scientific Analysis of Entrepreneurship and SME, EIM.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (1998), *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OECD.
- Paço, A.; Ferreira, J.; Raposo, M.; Rodrigues, R. e Dinis, A. (2010), “Universities`s entrepreneurship education and regional development: a stakeholders`approach”, 2nd Research Exchange, Workshop on Technological and Innovation Management, Università Degli Studi di Padova, March 17, Padua, Italy. Publicação do NECE (Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais)
- Paço, A.; Ferreira, J.; Raposo, M.; Rodrigues, R. e Dinis, A. (2011), “Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students”, *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1): 20-38.
- Packham, G.; Jones, P.; Miller, C.; Pickernell, D. e Thomas, B. (2010), “Attitudes towards entrepreneurship education: A comparative analysis”, *Education and Training*, 52(8): 568-586.
- Pihie, Z.A.L. e Bagheri, A. (2011), “Malay Secondary School Students` Entrepreneurial Attitude Orientation and Entrepreneurial Self-efficacy: A Descriptive Study”, *Journal of Applied Sciences*, 11(2): 316-322.
- Pushkarskaya, H. (2008), "Gender Differences in Determinants of Entrepreneurial Intentions in a Rural Setting". *Innovative Marketing*, 4(1): 103-113.
- Rees, H. e Shah, A. (1986), “An empirical analysis of self-employment in the U.K.” *Journal of Applied Econometrics*, 1(1): 95-108.

- Reynolds, P.D.; Camp, S.M.; Bygrave, W.D.; Autio, E. e Hay, M. (2001), “Global Entrepreneurship Monitor”. London Business School e Babson College (02 Abril 02).
- Robinson, P.B. (1987), *Prediction of Entrepreneurship Based on Attitude Consistency Model*, unpublished doctoral dissertation, Brigham Young University, in *Dissertation Abstracts International*, Vol 48, 2807B.
- Robinson, P.B.; Huefner, J. e Hunt, H.K. (1991), “Entrepreneurial Research on Student Subjects Does Not Generalize to Real World Entrepreneurs”, *Journal of Small Business Management*, 29(2): 42-50.
- Ronstadt, R.C. (1984), *Entrepreneurship*, Dover, MA, Lord Publishing.
- Rosa, P. e McAlpine, A. (1991), “Graduate Career Orientation towards Enterprise”, in Davies, L. and Gibb, A.A. (eds.), *Recent Research in Entrepreneurship*, pp. 73–105. Aldershot: Gower.
- Scarborough, N. e Zimmerer, T. (1999), *Effective Small Business Management*, 6th Edition, New Jersey, Prentice-Hall, Inc.
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Scott, M.G. e Twomey, D.F. (1988), “The Long-Term Supply of Entrepreneurs: students career aspirations in relation to entrepreneurship”, *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Schultz, P.W. e Oskamp, S. (1996), “Effort as a moderator of the attitude-behavior relationship: General environmental concern and recycling”, *Social Psychological Quarterly*, 59(4): 375-383.
- Shapiro, A. (1982), “Some Social Dimensions of Entrepreneurship”. In C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Stevenson, H.; Grousbeck, I.; Roberts, M. e Bhidé, A. (1999), *New Business Ventures and the Entrepreneur*, 5th Edition, Boston, Irwin McGraw-Hill.

- Teixeira, A.A.C. (2008), “Entrepreneurial potential in chemistry and pharmacy courses: results from a large survey”, *Journal of Business Chemistry*, 5(2): 48–63.
- Teixeira, A.A.C. e Davey, T. (2010), “Attitudes of Higher Education students to new venture creation: a preliminary approach to the Portuguese case”, *Industry and Higher Education*, 24(5): 323-341.
- Teixeira, A.A.C. e Forte. R.P. (2011), “Unbounding entrepreneurial intents of university students: a multidisciplinary perspective”, forthcoming in *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Timmons, J (1999), *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*, Boston.
- Trigo, V.M. (2002), *Entre o estado e o mercado*, Tese de Doutorado em Gestão, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (I.S.C.T.E.).
- Van Praag, M. (1996), *Determinants of Successful Entrepreneurship*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Van der Zwan, P.; Verheul, I. e Thurik, A. R. (2010), “The entrepreneurial ladder, gender, and regional development”, *Small Business Economics*, 1-17.
- Venkataraman, S. (1997), “The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor’s perspective”. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* (3: 119-138). Greenwich, CT: JAI Press.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D. e Thurik, R. (2001). “An eclectic theory of entrepreneurship”, Tinburgen Institute Discussion Paper, 30(3): 1-48.
- Verheul, I. e Thurik, R. (2001), “Start-up capital: Does gender matter?” *Small Business Economics*, 16(4): 329.
- Virtanen, M. (1997), “The role of different theories in explaining entrepreneurship”, Helsinki School of Economics and Business Administration”, Small Business Center, Finland, 1-14.
- Wang, C.K. e Wong, P. (2004), “Entrepreneurial interest of university students in Singapore”, *Technovation*, 24: 163 – 172.

- Welter, F.; Smallbone, D. e Isakova, N. (2006), *Enterprising women in transition economies*. Aldershot, UK: Ashgate.
- Wennekers, A.R.M. e Thurik, A.R. (1999), “Linking entrepreneurship and economic growth”, *Small Business Economics*, 13: 27–55.
- Wit, G. e van Winden, F.A.A.M. (1991), “An m-sector, n-group behavioral model of self employment”, *Small Business Economics* 3(1): 49-66.
- Yemini, M. e Haddad, J. (2010), “Engineer-entrepreneur: Combining technical knowledge with entrepreneurship education-The Israeli case study”, *International Journal of Engineering Education*, 26(5): 1220-1229.

Anexos

Anexo 1: Amostra das entidades respondentes

Continente	País	Universidades	Nº Estudantes	% total
Africano	África do Sul	Nelson Mandela Metropolitan	276	18.4
	Quénia	Nairobi	57	3.8
	Uganda	Makerere	96	6.4
Asiático	Emirados Árabes Unidos	Dubai	118	7.9
Europeu	Alemanha	Münster	126	8.4
	Eslovénia	Maribor	148	9.9
	Finlândia	Lathi	92	6.1
	Irlanda	Dublin	184	12.3
	Polónia	Krakau	51	3.4
	Portugal	Porto	224	15
	Reino Unido	Coventry	54	3.6
Oceania	Austrália	Adelaide	65	4.3
Inválidos			6	0.4
Total			1497	100.0

Anexo 2: Inquérito

Inquérito sobre atitudes empreendedoras e criação de novas empresas

Estudo internacional para avaliar as atitudes de estudantes do primeiro ano do curso de Economia e Gestão

Empreendedorismo é a atitude mental e o processo para criar e desenvolver a actividade económica... numa nova empresa ou numa já existente. GREEN PAPER, Empreendedorismo na Europa, 2003

Perguntas gerais para testar a imagem que têm do empreendedorismo (Circule opção)

1. Quanto é que concorda com o seguinte: Empreendedorismo...	Discordo					Concordo
a) Contribui para o aumento e criação de emprego	1	2	3	4	5	
b) É crucial para a competitividade" de uma economia	1	2	3	4	5	
c) Desbloqueia potencial pessoal	1	2	3	4	5	
d) Auxilia os interesses da sociedade em geral	1	2	3	4	5	
e) Contribui para um aumento da riqueza dos pobres	1	2	3	4	5	

(Circule opção)

2. Um empreendedor é alguém que:	Discordo					Concordo
a) Tem um QI alto	1	2	3	4	5	
b) Tem ideias radicais para um novo negócio	1	2	3	4	5	
c) Tem capacidade de detectar o potencial de uma ideia	1	2	3	4	5	
d) Possui seu próprio capital (dinheiro)	1	2	3	4	5	
e) Está disposto a operar dentro das regras	1	2	3	4	5	
f) Está disposta a trabalhar dentro de seus recursos actuais	1	2	3	4	5	
g) Tem paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência	1	2	3	4	5	
h) Considera os interesses da sociedade em suas tomadas de decisão	1	2	3	4	5	
i) Está disposta a assumir grandes riscos em uma ideia nova	1	2	3	4	5	
j) É uma pessoa respeitável	1	2	3	4	5	

Perguntas gerais para testar a sua familiaridade com a criação de novo empreendimento

3. Quando ouve a palavra "empreendedor", qual a pessoa que vem ao seu pensamento? _____
4. Quando ouve a palavra "empreendedora", qual a empresa que vem-lhe à cabeça? _____
5. Alguma vez criou a sua empresa (assinale uma das seguintes).

- Não e não tenho interesse em fazê-lo
- Não, mas imagino-me a criar uma empresa
- Não, mas eu tenho uma ideia que acredito que poderia ser bem sucedida
- Actualmente, estou a pensar nisso
- Eu tenho tomado medidas para iniciar uma empresa
- Sim, eu tenho empresa/s criada/s

(Circule Opção)

- | 6. Por favor, indique até que ponto você concorda ou discorda com as seguintes afirmações | Discordo | | | | | Concordo |
|---|----------|---|---|---|---|----------|
| a) Eu conheço técnicas para descobrir o que o mercado quer | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| b) Eu entendo o tipo de questões que levam um empreendedor a lançar uma ideia no mercado | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| c) Eu posso criar um plano de negócios e um conceito de negócio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| d) Eu sei como financiar um novo conceito de negócio legalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
7. Quais lhe parecem ser as hipóteses de sucesso de uma nova empresa? (mais de 5 anos? _____%)
8. Com que idade média acha que um empreendedor cria a sua empresa? ____
9. Qual a percentagem de empresários pensa que existe? Masculino __% Feminino __%
10. Qual o capital médio inicial (dinheiro) que acha que o empreendedor precisa para iniciar a sua empresa? US\$ _____

(Circule Opção)

- | 11. Por favor, indique até que ponto você concorda ou discorda com as seguintes afirmações | Discordo | | | | | Concordo |
|---|----------|---|---|---|---|----------|
| a) Eu regularmente leio livros / artigos sobre empreendedorismo / inovação | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| b) Eu participo regularmente em conferências, palestras, workshops sobre empreendedorismo e/ou inovação | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| c) Eu no passado já entreguei jornais, fiz babysitting, tratei de relvas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| d) Tenho sido um freelancer ou trabalhador por conta própria | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |

e) Tenho seguido de perto ou assistida família membros que iniciaram empresas	1	2	3	4	5
f) Tenho seguido de perto amigos ou conhecidos que criaram a empresas	1	2	3	4	5
g) Uma ou mais dessas empresas de e) e f) foi a falência	1	2	3	4	5
h) "Não se deve começar um negócio quando há um risco de poder falhar "	1	2	3	4	5

Perguntas gerais para testar o seu interesse na criação de uma nova empresa.

(Circle Opção)

12. Está interessado num dos seguintes tópicos enquanto estuda?	Não interessa				Sim interessa
a) Começar um novo negócio a partir de uma idéia	1	2	3	4	5
b) Empreendedorismo através de pesquisa	1	2	3	4	5
c) Empreendedorismo dentro de uma empresa já existente.	1	2	3	4	5

13. Suponha que pode escolher entre ser um empregado ou iniciar seu próprio negócio.

(Circle Opção)

(i) Porque que prefere ser ser <u>empregado</u> , em vez de <u>empregado por conta própria</u> ?	Discordo				Concordo
a) Ser um empregado é a opção mais adequada para o meu futuro profissional	1	2	3	4	5
b) Segurança no emprego / estabilidade do emprego / ordenado estável	1	2	3	4	5
c) Segurança social e/ou benefícios de seguro	1	2	3	4	5
d) Não é tão arriscado como ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
e) Demasiado trabalho quando somos empregados por	1	2	3	4	5

conta própria						
f)	Burocracia / barreiras administrativas	1	2	3	4	5
g)	Falta de uma idéia empreendedora	1	2	3	4	5
h)	Falta de recursos financeiros para ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
i)	Gravidade e/ou irreversibilidade da decisão	1	2	3	4	5
j)	Falta de conhecimento/familiaridade com o facto de ser empregado por conta própria	1	2	3	4	5
k)	Tem colegas/demasiado sozinhos por serem empregados por conta própria	1	2	3	4	5
(ii) Por que prefere ser <u>empregado por conta própria</u> ao em vez de <u>empregado</u> ?		Discordo		(Circule Opção)		Concordo
a)	Independência pessoal / Gestão próprio tempo	1	2	3	4	5
b)	Família / amigos são empregados por conta própria	1	2	3	4	5
c)	Eu tenho uma idéia que pode ser uma oportunidade de negócio	1	2	3	4	5
d)	É uma “coisa normal para se fazer”	1	2	3	4	5
e)	Não há necessidade de se adaptar a um ambiente de negócios em particular	1	2	3	4	5
f)	Trabalho mais interessante	1	2	3	4	5
g)	Possibilidades de auto-realização	1	2	3	4	5
h)	Mais prestígio do que ser um empregado	1	2	3	4	5
i)	Melhores perspectivas de rendimentos	1	2	3	4	5
j)	Falta de oportunidades de emprego atraentes	1	2	3	4	5
k)	Para evitar as incertezas relacionadas ao emprego (por exemplo, estar desempregado)	1	2	3	4	5
l)	Ter o meu próprio negócio é a opção mais adequada para a minha futura profissão	1	2	3	4	5

14. Como vê o seu futuro mediante a seguinte escala: (por favor coloque um circulo na resposta).

	Ser um empregado	1	2	3	4	5	Ter o meu próprio negócio			
15. O meu interesse na criação de novas empresas seria melhorado se a Universidade:								Discordo	(Circle Opção)	Concordo
a) Criar consciencialização de empreendedorismo como uma possível escolha da carreira		1	2	3	4	5				
b) Fornecer ideias aos alunos para iniciar uma nova empresa		1	2	3	4	5				
c) Oferecer um estudo de bacharelato ou mestrado em empreendedorismo		1	2	3	4	5				
d) Oferecer um projecto de trabalho focado em empreendedorismo		1	2	3	4	5				
e) Organizar conferências/workshops sobre empreendedorismo		1	2	3	4	5				
f) Colocar os estudantes em contacto com a rede necessária para começar uma nova empresa		1	2	3	4	5				
g) Permitir que empresas geridas por alunos usem instalações da universidade		1	2	3	4	5				
h) Proporcionar aos alunos os meios financeiros necessários para iniciar uma nova empresa		1	2	3	4	5				
i) Colocar estudantes empreendedores em contacto uns com os outros		1	2	3	4	5				
j) Outros (especificar)		1	2	3	4	5				

Informações demográficas

16. Idade: _____ -

17. Género: Masculino Feminino

18. Experiência profissional (pode marcar um ou mais respostas)

Nenhuma

Estágio

Part-time

Emprego a tempo inteiro, menos de 1 ano

Emprego a tempo inteiro, mais de um ano

Outros, especifique: _____

19. Universidade _____

20. País _____

21. Escolaridade _____

22. Ano em que começou os estudos _____