

**M** **MESTRADO**

GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES - GESTÃO DE UNIDADES DE SAÚDE

# Intenção Empreendedora no P. Porto: Estudantes de Saúde vs Outras Áreas Académicas

Sandra Madalena Martins do Nascimento

## **Intenção Empreendedora no P. Porto: Estudantes de Saúde vs Outras Áreas Académicas**

### **Autor**

Sandra Madalena Martins do Nascimento

### **Orientador**

Professor Doutor, com Agregação/Rui Assunção Esteves Pimenta/ REQUIMTE/LAQV; ESS,  
Polytechnic of Porto; Centre for Health Studies and Research of the University  
Coimbra/Centre for Innovative Biomedicine and Biotechnology (CEISUC/CIBB) (PORTUGAL)

*Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em **Gestão das Organizações**– Ramo: **Gestão de Unidades de Saúde** pela **Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto**.*

## **Agradecimentos**

"Mas, pela Graça de Deus, sou o que sou."

(1 Coríntios 15,10)

Início estes agradecimentos reconhecendo que nenhuma etapa desta jornada teria sido possível sem a Graça de Deus, que me sustentou, guiou e fortaleceu em todos os momentos.

Ao Professor Rui Pimenta, meu orientador, expresso a mais sincera gratidão por ter acolhido este trabalho com tanto carinho e, com imensa paciência, tê-lo conduzido até o seu bom porto.

À minha irmã, Ana Paula Nascimento, toda a minha profunda gratidão por uma entrega sem limites – neste trabalho e em toda a minha vida. A sua contribuição foi, e é, fundamental. Quando pensei em desistir, foi quem me levantou, me animou e acreditou por mim. Tem sido um verdadeiro pilar em todos os momentos da minha vida.

Ao Ilídio Pereira, o meu sincero reconhecimento pelo apoio inestimável na utilização do software para a Análise Fatorial Confirmatória.

Aos colegas que contribuíram para a aplicação dos questionários, o meu muito obrigado pela disponibilidade e generosidade.

Ao meu pai, deixo um agradecimento póstumo, com profundo carinho, pela importância que sempre deu à busca do saber e à retidão nas escolhas – valores que levo comigo, como guia para a vida.

À minha mãe, agradeço pela fé inabalável e pela coragem que me transmite a cada passo, pela força silenciosa que me sustenta.

Ao meu marido, José Magalhães, meu companheiro de caminho, agradeço pela força serena, pelo amor constante e pelo coração firme que me acompanhou em cada passo. Contigo, cada desafio torna-se mais suportável, e cada vitória, mais significativa.

À Maria, minha filha, o meu tesouro mais precioso, obrigada por seres o meu maior desafio e, a minha maior inspiração. É por ti, e contigo, que todos os dias procuro ser melhor.

## Resumo

Num contexto de incerteza e rápidas mudanças de paradigma, o crescimento económico e social depende cada vez mais de atitudes empreendedoras. O Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), desenvolvido por Liñán e Chen (2009) e posteriormente validado para o contexto português por Oliveira et al. (2016), tem sido amplamente utilizado para avaliar a intenção empreendedora entre estudantes do ensino superior.

Sendo a validação de instrumentos um processo contínuo, é importante confirmar a estrutura fatorial do QIE em diferentes níveis académicos. O presente estudo tem como objetivo apresentar a análise fatorial confirmatória da versão portuguesa do QIE aplicada a estudantes do Instituto Politécnico do Porto (P. PORTO). Este estudo analisa também a intenção empreendedora entre estudantes do P. Porto, comparando os da área de formação de saúde com os de outras áreas académicas e investigando a influência da existência de familiares com negócio próprio.

No total, participaram no estudo 337 estudantes do P. PORTO. A recolha de dados foi realizada através da aplicação do QIE. Foi realizada uma análise fatorial confirmatória da versão portuguesa do QIE aplicada aos estudantes do P. PORTO e também foi realizada uma análise de variância a dois fatores (*two-way* ANOVA), permitindo avaliar o impacto da área de formação (saúde ou outras áreas) e da presença de familiares empreendedores na intenção empreendedora dos estudantes.

Os resultados da análise confirmatória mostram que o modelo apresenta um bom ajustamento global e fornecem evidência adicional que apoia a validade da estrutura fatorial do QIE proposta por Oliveira et al. (2016). Os resultados também revelaram não existir evidência de uma influência estatisticamente significativa da presença de familiares com negócio próprio. No entanto, verificou-se que a área académica tem um efeito significativo, com os estudantes das áreas da saúde a demonstrarem níveis mais baixos de intenção empreendedora.

**Palavras-chave:** Intenção empreendedora; Questionário da Intenção Empreendedora (QIE); área de formação académica; familiares com negócio próprio; análise de variância a dois fatores

## Abstract

In the context of uncertainty and rapid paradigm shifts, economic and social development increasingly depends on entrepreneurial mindsets. The Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ), originally developed by Liñán and Chen (2009) and later validated for the Portuguese context by Oliveira et al. (2016), has been widely used to assess entrepreneurial intention among higher education students.

Given that instrument validation is an ongoing process, it is essential to confirm the EIQ's factor structure across different academic levels. This study presents the confirmatory factor analysis of the Portuguese version of the EIQ applied to students from the Polytechnic Institute of Porto (P. Porto). It further examines entrepreneurial intention among these students, comparing those enrolled in health-related academic disciplines with students from other domains, and investigates the influence of having entrepreneurial family members. A total of 337 P. Porto students participated in the study, with data collected through the application of the EIQ. Confirmatory factor analysis was conducted, followed by a two-way ANOVA to evaluate the effects of academic discipline (health vs. non-health) and the presence of entrepreneurial family members on entrepreneurial intention.

The results demonstrate a good overall model fit, providing additional evidence supporting the factorial structure previously reported by Oliveira et al. (2016). The findings also indicated no statistically significant effect of having family members who own a business. However, academic discipline showed a significant influence, with students in health-related areas reporting lower levels of entrepreneurial intention.

**Keywords:** Entrepreneurial intention; Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ); academic discipline; entrepreneurial families; two-way ANOVA.

## Índice

Índice de tabelas.....	VII
Índice de figuras .....	VIII
Lista de siglas .....	IX
<b>1. Introdução .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Fundamentação teórica .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Objetivos da pesquisa .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Estrutura do trabalho .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Enquadramento teórico.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Princípios essenciais do empreendedorismo: origem e evolução .....</b>	<b>6</b>
<b>2.2. Contribuição da educação para o desenvolvimento do empreendedorismo .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3. Intenção empreendedora e teorias subjacentes .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4. Intenção empreendedora, a área de formação, família com negócio próprio .....</b>	<b>18</b>
<b>3. Materiais e Métodos .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1. Descrição da pesquisa .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2. Instrumento de medida: Questionário da Intenção Empreendedora .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2.1. Validade e Fiabilidade do QIE .....</b>	<b>23</b>
<b>3.3. População e Amostra .....</b>	<b>24</b>
<b>3.4. Variáveis .....</b>	<b>25</b>
<b>3.5. Métodos da recolha da informação .....</b>	<b>26</b>
<b>3.6. Procedimentos éticos .....</b>	<b>27</b>
<b>3.7. Tratamento estatístico dos dados .....</b>	<b>27</b>
<b>4. Resultados e Discussão .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1. Caraterização da amostra .....</b>	<b>30</b>
<b>4.2. Consistência interna, análise fatorial confirmatória do QIE na amostra em estudo</b>	<b>36</b>
<b>4.3. Relações entre dimensões: Correlações de Spearman .....</b>	<b>38</b>
<b>4.4. A intenção empreendedora e os fatores influenciadores.....</b>	<b>39</b>
<b>4.4.1. A intenção empreendedora consoante a área de formação e familiares com</b>	
<b>negócio próprio.....</b>	<b>39</b>
<b>4.4.1.1 A intenção empreendedora e a área de formação .....</b>	<b>40</b>

<b>4.4.1.2 A intenção empreendedora e familiares que têm negócio próprio .....</b>	<b>42</b>
<b>5. Conclusão.....</b>	<b>45</b>
<b>5.1. Principais Conclusões .....</b>	<b>45</b>
<b>5.2. Limitações do estudo .....</b>	<b>46</b>
<b>5.3. Sugestões para trabalhos futuros.....</b>	<b>47</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>48</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>59</b>

## **Índice de tabelas**

Tabela 1-Definições das dimensões do modelo da intenção empreendedora de acordo com os autores.....	17
Tabela 2- As Variáveis (Dimensões) e os Itens do QIE.....	22
Tabela 3-Medidas Estatísticas Sumárias das variáveis independentes .....	30
Tabela 4- Distribuições de resposta dos itens e as principais estatísticas descritivas (isto é, média, desvio padrão, média normalizada) dos 16 itens.....	32
Tabela 5 – Estatísticas descritivas das dimensões do QIE e ITAP .....	35
Tabela 6-Correlações de Spearman entre as dimensões do QIE e a ITAP .....	38
Tabela 7-Medidas Estatísticas Sumárias e ANOVA para Intenção Empreendedora Consoante Área de Formação.....	41
Tabela 8-Medidas Estatísticas Sumárias e ANOVA para Intenção Empreendedora Consoante Familiares com Negócio Próprio .....	43

## **Índice de figuras**

**Figura1- Evolução histórica do empreendedorismo.....6 e 7**

**Figura 2-Modelo teórico adaptado da Teoria da Ação Planeada (TAP) (Ajzen, 1991) .. 19**

**Figura 3-Modelo estrutural resultante da AFC .....37**

## **Lista de siglas**

**AFC** -Análise Fatorial Confirmatória

**CFI** -Comparative Fit Index

**DPO** -Data Protection Officer

**DWLS** -Diagonally Weighted Least Squares

**IE** -Pontuação total da Intenção Empreendedora

**ITAP** -Pontuação total Intenção empreendedora do modelo TAP

**IAPMEI** -Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.

**IES** -Instituições de Ensino Superior

**GEM** -Global Entrepreneurship Monitor

**ODS** -Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**PNEE** -Plano Nacional de Educação para o Empreendedorismo

**P. PORTO**- Instituto Politécnico do Porto

**QIE** -Questionário da Intenção Empreendedora

**RMSEA**- Root Mean Square Error of Aproximation

**TAP** -Teoria da Ação Planeada

**TLI** -Tucker-Lewis Index

**ANOVA**-Análise de variância a dois fatores

**SEM** -Modelação de equações estruturais

## 1. Introdução

### 1.1. Fundamentação teórica

O empreendedorismo é um campo dinâmico e interdisciplinar, cuja compreensão exige uma abordagem holística que integre perspetivas económicas, sociais, tecnológicas e culturais.

Nas últimas décadas, o empreendedorismo tem se afirmado como um campo de estudo e prática cada vez mais relevante, especialmente por causa dos seus impactos positivos no desenvolvimento económico sustentável (Dhahri et al., 2021; Landström, 2020).

Com a emergência da valorização da sustentabilidade, tal como preconizado nos objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS), as empresas adoptam novas formas de atuação que oferecem vantagens competitivas (Comparin, 2017).

Diversos estudos mostram que a atividade empreendedora desempenha um papel crucial na criação de empregos, na melhoria dos padrões de vida, na transformação estrutural das sociedades, no avanço do conhecimento, na inovação tecnológica, no aumento da competitividade e na promoção da inovação (Cardella et al., 2020; Ndofirepi, 2020).

Neste contexto, o empreendedorismo é visto não apenas como uma forma de criar valor económico, mas também como um motor de transformação social e cultural, capaz de oferecer soluções inovadoras para os desafios que enfrentamos hoje. A sua relevância vai além do mundo dos negócios, tornando-se em uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento sustentável das comunidades (Sarkar, 2014).

O crescente interesse académico e empresarial neste tema mostra que, o empreendedorismo é um catalisador essencial para o avanço económico e social (Acs, 2006; Carlsson et al., 2007; Urbano et al., 2019).

No contexto europeu, políticas públicas têm sido implementadas para fomentar o empreendedorismo, nomeadamente através de programas de financiamento, incubadoras, aceleradoras e redes de apoio (Comissão Europeia, 2012). Em Portugal, iniciativas como o *Start-up* Portugal e o Programa Nacional de Empreendedorismo (PNE) têm contribuído para o desenvolvimento de um ecossistema empreendedor mais robusto (Governo da República Portuguesa, 2021; IAPMEI, 2025).

Pode-se afirmar que o termo "empreendedorismo" tem ganhado cada vez mais destaque no discurso político e económico em Portugal e na Europa. Isso deve-se, em grande parte, ao baixo crescimento económico, bem como às elevadas taxas de desemprego que marcaram estas últimas décadas. Diversos autores, referem que estas condições são propícias a estimular o empreendedorismo como caminho para o crescimento económico e emprego, sendo este último, em muitos casos, o autoemprego (Beck et al., 2008; Carree e Thurik, 2005, 2010).

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2024), essa ideia também é reforçada ao mostrar que, nas mais de 50 economias analisadas, o ato de empreender continua a ser impulsionado por uma combinação de fatores estruturais, culturais e individuais, refletindo uma realidade que é complexa.

O relatório destaca ainda a crescente relevância de dimensões como a sustentabilidade, a digitalização e a inteligência artificial na conceção de novos modelos de negócio (Hill et al., 2025). A digitalização e a globalização trouxeram novos desafios e oportunidades para o empreendedorismo.

O surgimento de plataformas digitais, *fintechs*, *healthtechs* e *startups* de base tecnológica tem transformado profundamente o panorama empresarial (Nambisan et al., 2019). A literatura recente destaca o papel da inteligência artificial, *blockchain* e outras tecnologias emergentes na criação de novos modelos de negócio (Giones e Brem, 2017).

Além disso, o GEM salienta também a importância de aprimorar a educação empreendedora em todo o mundo. Isso não se resume apenas à criação de novas empresas, mas também à introdução de produtos e serviços inovadores no mercado.

Criar um ambiente que favoreça o empreendedorismo e a inovação não é mais uma escolha, mas sim uma necessidade estratégica para o desenvolvimento económico de qualquer país (Direção-Geral das Atividades Económicas, 2016). É crucial identificar oportunidades, estimular a inovação e gerar valor.

No contexto do ensino superior, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na formação de futuros empreendedores, dotando-os de conhecimentos, competências e recursos necessários para lançar e gerir seus próprios negócios (Drucker & Maciariello, 2014; Fayolle e Gailly, 2015).

No sector da saúde, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental na procura de soluções inovadoras e eficazes para os desafios enfrentados pelo sistema de saúde a

nível global. Com a crescente complexidade dos problemas de saúde e as restrições orçamentais, torna-se urgente adotar abordagens empreendedoras que possam catalisar a transformação e aprimorar a prestação de cuidados de saúde, e por este motivo é necessário que os profissionais de saúde tenham competências empreendedoras (Castro et al., 2023).

O Politécnico do Porto (P. PORTO), conhecido pela sua forte ligação ao mercado de trabalho e à inovação, tem investido significativamente na promoção do espírito empreendedor entre os seus estudantes, considerando-o uma competência essencial para o desenvolvimento económico e social (Parreira et al., 2018; Pereira et al., 2017; Silva e Nobre, 2018).

No contexto atual, marcado por rápidas e imprevisíveis mudanças, o conceito de intenção empreendedora é considerado fundamental e central nas pesquisas que estudam o comportamento empreendedor.

Compreender as implicações da intenção empreendedora no desenvolvimento económico é crucial tanto para a política como para os profissionais.

A investigação sobre a intenção empreendedora entre estudantes do ensino superior tem-se consolidado como um tema de crescente interesse e relevância (Oliveira et al., 2016; Silveira et al., 2017).

A sustentabilidade pode ser um catalisador da intenção empreendedora, sobretudo quando integrada nos valores pessoais dos estudantes (Fialho et al., 2019).

Teruel-Sanchez et al. (2025) demonstram que valores como responsabilidade ambiental e ética reforçam significativamente a predisposição para empreender, promovendo uma atitude empreendedora orientada para a criação de valor económico, social e ambiental.

Esta análise permite identificar as competências que os estudantes já possuem, bem como aquelas que necessitam de desenvolver (Marcon et al., 2021).

As informações obtidas são essenciais para orientar a conceção de programas educativos e de apoio, como incubadoras e aceleradoras, que visam uma preparação mais eficaz dos estudantes para o mercado de trabalho e para a criação dos seus próprios negócios.

Além disso, a análise da intenção empreendedora constitui uma ferramenta valiosa para a adaptação de currículos e políticas educativas, garantindo que a formação oferecida esteja alinhada com as necessidades, expectativas e aspirações dos estudantes.

## 1.2. Objetivos da pesquisa

A distinção entre estudantes de saúde e os demais é especialmente relevante devido às características únicas desse campo, que muitas vezes são percebidas como menos propícias para o empreendedorismo.

O setor de saúde é constantemente desafiado a encontrar novas soluções para problemas complexos, desde o desenvolvimento de novos tratamentos até a melhoria da gestão dos serviços (Castro et al., 2023).

A intenção empreendedora pode incentivar estudantes de saúde a procurar novas abordagens e criar soluções inovadoras, desde a implementação de novas tecnologias até a criação de modelos de negócios que atendam melhor às necessidades dos pacientes.

A influência de familiares com negócios próprios é um fator relevante que deve ser considerado na análise (Carr e Sequeira, 2007; Schmidt et al., 2007).

A exposição a ambientes empreendedores desde cedo pode fornecer uma vantagem competitiva aos estudantes, moldando suas atitudes e intenções de maneira mais positiva (Adekiya e Ibrahim, 2016). Programas que envolvem familiares empreendedores em atividades educacionais podem amplificar este efeito positivo (Carvalho et al., 2019).

Considerando a Teoria da Ação Planeada de Ajzen (1991), como base teórica, a qual identifica a intenção como o melhor preditor do comportamento individual, e reconhecendo que a intenção empreendedora pode ser entendida como a predisposição ou determinação de um indivíduo para iniciar um novo negócio ou projeto empresarial.

O presente estudo pretende explorar e comparar a intenção empreendedora dos estudantes da área da saúde com a dos restantes estudantes do P. PORTO e, simultaneamente, analisar a influência da existência de familiares com negócio próprio.

Partindo do pressuposto de que o processo de validação de instrumentos não é estático, mas sim contínuo e dinâmico (Neves e Faria, 2006), este trabalho procura igualmente acrescentar evidência adicional de validação do Questionário da Intenção Empreendedora (QIE), instrumento adotado neste estudo (Espírito Santo, 2017).

## 1.3. Estrutura do trabalho

O presente trabalho encontra-se estruturado em cinco pontos, organizados de forma a garantir uma leitura sequencial, lógica e coerente. O Ponto 1 apresenta uma



contextualização inicial da temática, clarificando a relevância do estudo no âmbito do empreendedorismo e explicitando os objetivos da investigação. Neste ponto descreve-se ainda a estrutura global da dissertação, facilitando a compreensão do percurso analítico seguido.

O Ponto 2 corresponde ao enquadramento teórico e desenvolve os principais conceitos e fundamentos associados ao empreendedorismo, à intenção empreendedora e às teorias que a sustentam, com particular destaque para a Teoria da Ação Planeada. São igualmente analisadas as evidências relativas ao papel da educação no fomento do empreendedorismo e exploradas as relações entre a intenção empreendedora, a área de formação académica e a existência de familiares com negócio próprio, permitindo fundamentar as hipóteses e expectativas do estudo.

O Ponto 3 descreve de forma detalhada os materiais e métodos utilizados, incluindo o delineamento do estudo, a caracterização da amostra, o instrumento de recolha de dados – o Questionário da Intenção Empreendedora (QIE) – e os procedimentos de validação e análise estatística adotados.

O Ponto 4 apresenta os resultados obtidos e procede à respetiva análise e discussão, articulando-os com a literatura existente e destacando os contributos e implicações empíricas do estudo.

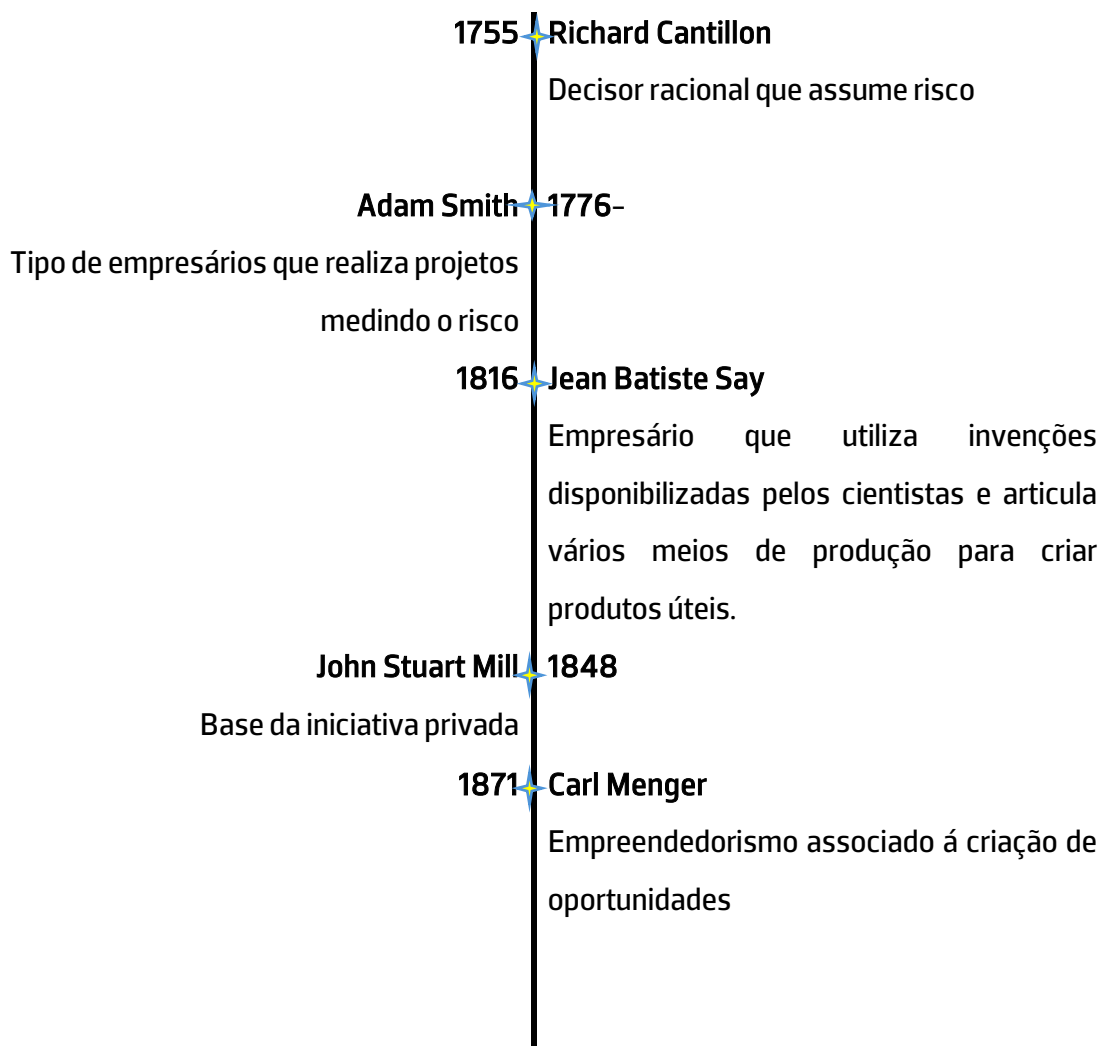
Por fim, o Ponto 5 expõe as conclusões gerais da investigação, identifica as suas principais limitações metodológicas e conceptuais e apresenta recomendações para futuros trabalhos que possam aprofundar ou complementar as temáticas abordadas.

## 2. Enquadramento teórico

### 2.1. Princípios essenciais do empreendedorismo: origem e evolução

A compreensão do conceito de empreendedorismo como campo de estudo remonta a séculos atrás. Ao longo da história, a sua definição passa quase sempre pela referência às atitudes perante o meio envolvente e à capacidade de resposta a esse meio, no sentido de construir soluções que acrescentem valor à sociedade.

Na **figura 1**, apresenta-se a evolução histórica do conceito, desde o século XVIII até ao início do século XXI, ilustrando as principais linhas de pensamento e os autores que a influenciaram.



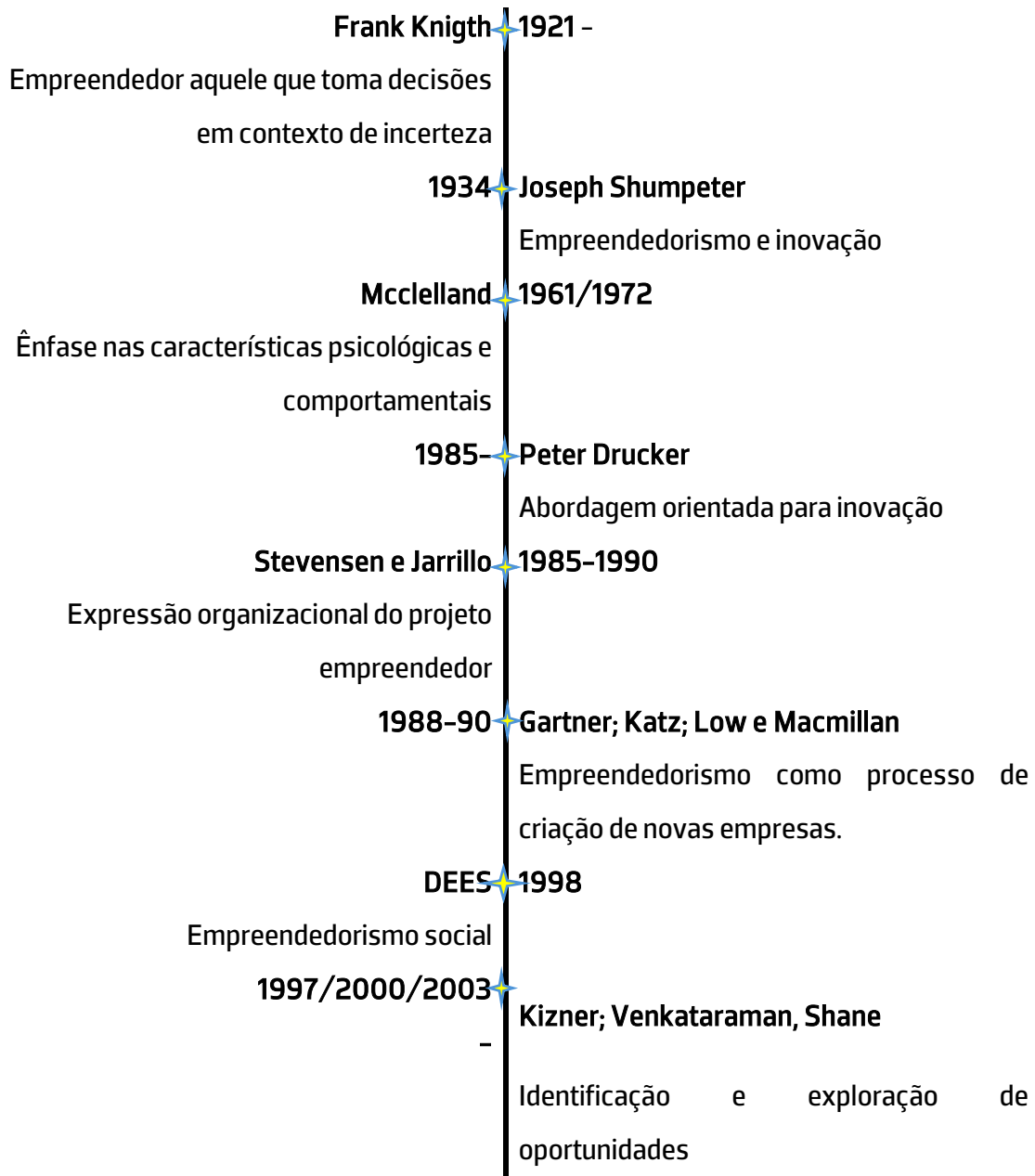


Figura 1- Evolução histórica do empreendedorismo

De seguida, faz-se a exposição dos nomes de cada autor evidenciando como as suas perspetivas contribuíram para a construção e consolidação do conceito do empreendedorismo.

– Richard Cantillon (século XVIII)

É considerado um dos primeiros teóricos do empreendedorismo. Na sua obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, Cantillon (1755) descreve o empreendedor como alguém que assume riscos ao comprar a preços certos e vender a preços incertos, destacando o papel do empreendedor na incerteza dos mercados.

– Adam Smith (século XVIII)

Ajudou a desenvolver o conceito de empreendedorismo, ao observar a função do empresário como o agente responsável por gerir projetos económicos, tomar decisões estratégicas e avaliar riscos dentro do contexto do mercado.

– Jean-Baptiste Say (século XIX)

O economista francês aprofundou a concepção de empreendedorismo ao descrever o empreendedor como o indivíduo que combina e organiza os fatores de produção – terra, trabalho e capital – de forma a criar valor económico. Para Say (1803) o empreendedor não gera apenas recursos, mas desempenha um papel ativo na criação de riqueza.

A sua abordagem destaca a função organizacional e estratégica do empreendedor, reconhecendo-o como um elemento central na dinâmica de desenvolvimento das economias modernas.

– John Stuart Mill (século XIX)

Na sua obra, *Principles of Political Economy*, salientou a função do empreendedor como um dos suportes do desenvolvimento da iniciativa privada. Mill (1848) reconheceu que, o progresso económico não depende apenas do capital ou do trabalho, mas do dinamismo de indivíduos que tinham a capacidade de organizar, coordenar e assumir riscos na condução das atividades produtivas. A figura do empreendedor começa, assim, a ser entendida não já só como comerciante ou proprietário, mas como um agente ativo na transformação da estrutura produtiva.

– Carl Menger (século XIX)

Segundo Menger, o valor dos bens é determinado de forma subjetiva. O autor define o empreendedor como o agente que, fundamentado em percepções individuais de utilidade e escassez, identifica e aproveita oportunidades não reconhecidas por outros agentes económicos. O empreendedorismo concentra-se na descoberta de métodos inovadores para gerar valor e criar oportunidades (Menger, 1871).

– Frank Knight (início do século XX)

Foi pioneiro ao distinguir entre risco – situações em que as probabilidades podem ser calculadas – e incerteza, que envolve eventos imprevisíveis e não quantificáveis. Para Knight (1921), o verdadeiro empreendedor é aquele que opera em contextos de incerteza genuína, assumindo decisões em cenários onde não existem garantias ou previsões seguras. Ele argumentou que os lucros empresariais surgem precisamente como recompensa pela coragem e capacidade de tomar decisões em ambientes incertos, contribuindo de forma significativa para a compreensão do papel do empreendedor na economia.

– Joseph Schumpeter (século XX)

A visão de Schumpeter marcou uma viragem teórica ao associar o empreendedorismo à inovação e à destruição criativa, considerando o empreendedor como o principal agente de mudança económica.

– McClelland (século XX)

Desenvolveu uma abordagem inovadora sobre o perfil do empreendedor, focando nas características psicológicas e comportamentais que distinguem indivíduos com maior propensão ao empreendedorismo. A sua teoria, conhecida como *Teoria das Necessidades*, destaca a necessidade de realização (*need for achievement*) como traço central do comportamento empreendedor. McClelland argumenta que o comportamento empreendedor não é necessariamente inato, mas pode ser desenvolvido e estimulado através de formação e experiências específicas (McClelland, 1961).

- Peter Drucker (século XX),

Um dos pensadores modernos mais influentes, redefiniu o empreendedorismo como uma prática sistemática de inovação. Drucker (1985) via o empreendedor como um agente de mudança, capaz de transformar ideias em oportunidades e oportunidades em negócios sustentáveis. Em sua obra *Innovation and Entrepreneurship*, Drucker propôs que o empreendedorismo deveria ser ensinado e praticado como uma disciplina, destacando sua importância estratégica para organizações e economias (Drucker, 1985)

- Gartner (1989, 1990), Katz e Gartner (1988) e Low e MacMillan (1988)

Contribuíram de forma significativa para o desenvolvimento do conceito de empreendedorismo ao propor uma abordagem orientada para o processo de criação de novas empresas, em oposição à ênfase exclusiva nas características individuais dos empreendedores (Gartner, 1989; Katz e Gartner, 1988; Low e MacMillan, 1988).

- J. Gregory Dees (1998)

É considerado um dos pioneiros do empreendedorismo social, especialmente pelo ensaio *The Meaning of "Social Entrepreneurship"* (1998), onde define o empreendedor social como um agente de mudança que utiliza inovação e responsabilidade para gerar valor social, além do económico (Dees, 1998)

- Israel Kirzner (1997), S. Venkataraman (2000) e Scott Shane (2003)

Desempenharam um papel importante ao desenvolver uma abordagem que coloca a identificação e exploração de oportunidades no centro do empreendedorismo. Kirzner (1997) apresentou o conceito de *entrepreneurial alertness*, vendo o empreendedor como alguém atento a desequilíbrios de mercado e capaz de encontrar oportunidades de lucro ainda não percebidas. Essa ideia destaca como o empreendedor contribui para coordenar o processo económico, mesmo sem inovar.

Shane (2003) sugeriu que o empreendedorismo deve ser visto como o estudo da ligação entre pessoas e oportunidades, ressaltando que nem todos percebem ou aproveitam as mesmas oportunidades, o que traz uma dimensão cognitiva e contextual ao tema.

Mais tarde, aprofundou essa visão ao mostrar como fatores como conhecimento prévio, motivações pessoais e contexto influenciam a identificação, avaliação e exploração de oportunidades.

Juntos, esses autores ajudaram a mudar o foco da teoria do empreendedorismo, passando das características pessoais para os processos dinâmicos de interação entre o indivíduo e o ambiente.

Estas contribuições históricas moldaram a base teórica do empreendedorismo, influenciando abordagens contemporâneas que o consideram um processo dinâmico de criação de valor, inovação e transformação social.

A evolução do conceito reflete a crescente complexidade das economias e a necessidade de compreender o papel do empreendedor em diferentes contextos históricos e culturais.

A origem etimológica do termo “empreendedorismo” remonta ao verbo francês *“entreprendre”*, que significa “empreender” ou “assumir riscos”. Inicialmente associado a atividades militares e, posteriormente, passou a ser utilizado e associado à criação e gestão de novos negócios. O conceito evoluiu para abranger um conjunto mais vasto de atividades relacionadas com a identificação, avaliação e exploração de oportunidades para a criação de valores (Alvarez e Barney, 2007; Kuratko et al., 2015; Shane e Venkataraman, 2000).

Uma das definições mais influentes foi proposta por Schumpeter e Nichol (1934), que conceberam o empreendedorismo como um processo de “destruição criativa”, no qual os empreendedores introduzem inovações que rompem com o status quo e reconfiguram a estrutura económica existente. Empreender é, por natureza, um ato de inovação.

Desde então, diversas abordagens teóricas têm sido desenvolvidas com o objetivo de compreender e explicar a complexidade do fenómeno empreendedor.

Devido a essa complexidade intrínseca, a definição de empreendedorismo pode variar significativamente conforme a localização geográfica e a perspetiva do autor, refletindo as diversas contribuições da psicologia e da sociologia para a sua compreensão (Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo, 2018).

Este conceito abrange uma variedade de dimensões que vão além da simples criação de novos negócios, incluindo a capacidade de identificar oportunidades e, promover mudanças inovadoras em diferentes contextos e setores (Shane e Venkataraman, 2000).

O empreendedorismo pode ser analisado sob diferentes prismas: económico, psicológico, sociológico e institucional. Por exemplo, Baumol, (1996) distingue entre empreendedorismo produtivo, improdutivo e destrutivo, salientando que o contexto institucional determina o tipo de atividade empreendedora predominante numa sociedade. O empreendedorismo envolve a capacidade de assumir riscos calculados, mobilizar recursos e ser proativo na procura de oportunidades.

Além disso, o empreendedorismo social tem ganho destaque, com autores como Dees (1998) a defender que os empreendedores sociais são agentes de mudança que procuram soluções inovadoras para problemas sociais e ambientais.

Este tipo de empreendedorismo revela-se particularmente pertinente no âmbito dos ODS definidos pelas Nações Unidas, ao promover iniciativas orientadas para o impacto social positivo e a sustentabilidade.

A definição de empreendedorismo adotada pelo GEM – o ato de iniciar e gerir um novo negócio – permite uma abordagem abrangente que contempla tanto o empreendedor por necessidade como o empreendedor por oportunidade. Esta distinção é fundamental para compreender os diferentes perfis e motivações que sustentam a atividade empreendedora, desde a procura por autonomia e realização pessoal até à resposta a contextos de escassez de emprego.

A revisão da literatura sobre empreendedorismo e intenção empreendedora tem evoluído significativamente nas últimas décadas, acompanhando as transformações sociais, tecnológicas e económicas que caracterizam o século XXI, Baker e Welter (2020).

## **2.2. Contribuição da educação para o desenvolvimento do empreendedorismo**

A educação, em diferentes níveis, desempenha um papel central no desenvolvimento do empreendedorismo, ao dotar os indivíduos de conhecimentos, competências e atitudes essenciais para a criação e gestão de negócios inovadores.

A valorização da literacia empreendedora desde o ensino básico até ao ensino superior tem sido reconhecida como uma estratégia determinante para promover o crescimento económico, a inovação e a empregabilidade jovem.

Em Portugal, o primeiro programa estruturado de educação para o empreendedorismo foi lançado em 2006, com a criação do Plano Nacional de Educação

para o Empreendedorismo (PNEE), sob a coordenação da Direção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular do Ministério da Educação (Teixeira, 2012).

Esta iniciativa visava fomentar práticas empreendedoras nas escolas do ensino básico e secundário, promovendo desde cedo uma cultura de iniciativa, criatividade e autonomia (Educação, 2007).

No ensino superior, a educação para o empreendedorismo adquire um papel ainda mais relevante, ao preparar os estudantes para enfrentar os desafios do mercado de trabalho, seja pela criação de negócios próprios, seja pela capacidade de inovar dentro de organizações existentes (Sousa, 2014).

As Instituições de Ensino Superior (IES) assumem, nesse contexto, uma função estratégica, disponibilizando programas de formação empreendedora que promovem o desenvolvimento de competências técnicas, comportamentais e estratégicas, fundamentais para transformar ideias em projetos sustentáveis (Fayolle e Gailly, 2015; Lackéus, 2014; Pereira et al., 2017). Diversos estudos têm sublinhado a relevância da formação académica na promoção da intenção empreendedora.

Nabi et al. (2017) e Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2018) por exemplo, destacam a importância da educação formal na construção de atitudes e competências empreendedoras.

Do mesmo modo, Raharjo et al. (2023) evidenciam o contributo da educação empreendedora para o reforço da autoeficácia, do conhecimento e da predisposição para empreender.

Neste sentido, estudos realizados no contexto português reforçam esta tendência. Nascimento et al. (2025) analisaram a intenção empreendedora entre estudantes do ensino superior, com base num questionário da Intenção empreendedora (QIE), instrumento validado, demonstrando a influência do percurso académico na predisposição para empreender.

Existe um crescente número de estudos que relacionam o nível de formação com o desenvolvimento de competências empreendedoras, contribuindo para a compreensão do papel transformador da educação superior neste domínio. Programas de mentoring, *bootcamps* e competições de ideias são estratégias eficazes para estimular o espírito empreendedor (Lackéus, 2014).

Paralelamente, a inclusão de conteúdos empreendedores em áreas tradicionalmente menos associadas ao empreendedorismo, como a área da saúde, tem vindo a ser apontada como uma estratégia eficaz para promover uma perceção mais homogénea das oportunidades empreendedoras entre estudantes de diferentes áreas disciplinares (Castro et al., 2023).

Por outro lado, o empreendedorismo académico tem vindo a assumir um papel cada vez mais relevante na criação de empresas de base científica e tecnológica, com forte capacidade de inovação, internacionalização e escalabilidade (Saleh e Rajappa, 2019). Contudo, a emergência destas iniciativas depende da existência de ambientes institucionais favoráveis, capazes de integrar as IES em ecossistemas empreendedores regionais, nacionais e internacionais, promovendo redes de colaboração eficazes (Parreira et al., 2017; Siegel e Wright, 2015).

Em síntese, a literatura evidencia de forma consistente que a educação, particularmente no ensino superior, constitui um vetor fundamental para o desenvolvimento de atitudes e intenções empreendedoras.

O investimento em programas formativos, políticas educativas adequadas e ambientes institucionais estimulantes pode potenciar significativamente o empreendedorismo como motor de inovação e desenvolvimento.

### **2.3. Intenção empreendedora e teorias subjacentes**

A intenção empreendedora tem despertado um interesse crescente na literatura científica. Ao ser considerada um dos principais preditores do comportamento empreendedor tem sido objecto de numerosas investigações, sendo que, uma parte significativa da literatura se centra particularmente na análise deste fenómeno entre estudantes do ensino superior (Do Nascimento Silva et al., 2022; Krüger et al., 2019; Marcon et al., 2021; Nascimento et al., 2025; Parreira et al., 2018).

Para Bird (1988), a intenção empreendedora representa um estado mental no qual a atenção do indivíduo está voltada para um objetivo específico, orientado para a realização de uma meta.

Nesse contexto, a criação de uma empresa, produto ou serviço é precedida por uma fase intencional, na qual a atenção, a experiência e a ação são direcionadas para a construção de um conceito de negócio.

Diversos modelos teóricos têm sido desenvolvidos para explicar os fatores que influenciam essa intenção.

Entre os mais relevantes destacam-se a

- Teoria da Ação Planeada (Ajzen, 1991),
- o Modelo de Evento Empreendedor (Shapero e Sokol, 1982) e a
- Teoria da Autoeficácia (Bandura, 1997).

Estes modelos constituem os principais pilares teóricos neste campo de estudo, ao evidenciarem a influência de fatores como as atitudes individuais, as normas sociais percebidas e o sentido de controlo comportamental na formação da intenção empreendedora.

Tais abordagens fornecem um arcabouço conceitual robusto que permite compreender como e por que indivíduos decidem enveredar pelo caminho do empreendedorismo, sendo particularmente úteis na análise de contextos educacionais e na formulação de políticas de promoção da atividade empreendedora.

O modelo de Shapero e Sokol (1982) defende que a formação da intenção empreendedora depende essencialmente de dois fatores principais: a atratividade percebida, que resulta do sistema de valores e do contexto social do indivíduo, e a viabilidade percebida, relacionada com o apoio financeiro e a existência de parceiros potenciais. Segundo este modelo, é necessário um evento catalisador para que o indivíduo rompa com a inércia e avance para a ação empreendedora.

Por sua vez, a Teoria da Autoeficácia de Bandura (1997), inserida no âmbito da Teoria Social Cognitiva, enfatiza o papel das crenças que os indivíduos desenvolvem acerca da sua própria capacidade de obter sucesso em determinadas tarefas. A percepção de autoeficácia influencia diretamente os pensamentos, as emoções, os comportamentos e os níveis de motivação, sendo reconhecida como um fator determinante na predisposição para a ação empreendedora.

Segundo Ajzen (1991), a Teoria da Ação Planeada (TAP) sustenta que a intenção é determinada por três componentes: atitudes em relação ao comportamento, normas subjetivas e controlo comportamental percebido ou autoeficácia empreendedora. Esta teoria tem sido amplamente utilizada para explicar a formação da intenção empreendedora, ao considerar que o comportamento empreendedor é precedido por um planeamento consciente e deliberado, sendo considerada o primeiro passo no processo de

empreendedorismo, antecedendo a ação efetiva de criação de um negócio (Ajzen, 1991, 2011).

Sumariamente pode dizer-se que, a intenção empreendedora é influenciada por vários fatores, incluindo:

1. Características Pessoais: Traços de personalidade como necessidade de realização, autoconfiança e tolerância ao risco podem aumentar a probabilidade de alguém ter uma intenção empreendedora;
2. Conhecimento e Competências: Educação, experiência prévia em negócios, e competências específicas (como gestão e liderança) também desempenham um papel crucial;
3. Atitudes e Crenças: A perceção de oportunidades no mercado, a atitude em relação ao empreendedorismo, e as crenças sobre a própria capacidade de ter sucesso como empreendedor;
4. Ambiente e Contexto: Fatores externos como o apoio governamental, a disponibilidade de financiamento, a cultura local e a rede de contatos influenciam significativamente a intenção empreendedora.

Com base na literatura, a **Tabela 1** apresenta as definições relativas aos construtos/dimensões do modelo da Intenção Empreendedora de acordo com os autores.

**Tabela 1-Definições das dimensões do modelo da intenção empreendedora de acordo com os autores**

<b>Construtos</b>	<b>Conceito</b>	<b>Autores</b>
Atitude	Nível de avaliação sobre uma ação do indivíduo seja negativa ou positiva. Refere-se à ação que se faz a partir de um comportamento.	(Ajzen 1991,2011; Krueger et al., 2000; Liñán e Chen, 2009; Oliveira et al., 2016)
Normas subjetivas	São normas impostas pela sociedade que definem o comportamento dos indivíduos, podendo atuar como pressão social sobre as suas ações.	(Ajzen, 1991,2011; Liñán e Chen, 2009; Oliveira et al., 2016; Tornikoski e Maalaoui, 2019)
Controlo Percebido (Autoeficácia empreendedora)	Engloba a perceção do indivíduo sobre a sua capacidade de realizar um determinado comportamento, ou seja, são fatores de personalidade dos indivíduos.	(Ajzen,1991,2011; Bandura,1997; Liñán & Chen, 2009; Oliveira et al.,2016)
Intenção empreendedora	Esforço empreendido para garantir a perpetuação de um comportamento. Quanto mais intenso for o comportamento, mais forte será a atitude associada.	(Ajzen, 1991; Liñán e Chen, 2009; Schlaegel e Koenig, 2014; Schaefer et al., 2018)

A literatura científica sobre intenção empreendedora tem demonstrado que a TAP se destaca como o principal referencial teórico para a compreensão e previsão da intenção empreendedora (Krüger et al., 2019; Oliveira et al., 2016),

De acordo com a TAP, a intenção empreendedora representa o esforço que o indivíduo está disposto a realizar para concretizar um comportamento empreendedor e ela tem sido usada para investigar comportamentos em diversas áreas, como saúde, educação e meio ambiente ajudando a entender como as intenções se traduzem em ações concretas e como fatores cognitivos e sociais influenciam nossos comportamentos (Ajzen, 2011; Armitage e Conner, 2010; Liñán e Chen, 2009).

## 2.4. Intenção empreendedora, a área de formação, família com negócio próprio

Estudos comparativos internacionais revelam diferenças significativas na intenção empreendedora em função do género, cultura e área de formação (Entrialgo e Iglesias, 2016; Shinnar et al., 2012).

A intenção empreendedora dos indivíduos é influenciada por múltiplos fatores, entre os quais se destacam a área de formação académica e o contexto familiar (Birchler e Teixeira, 2018).

Relativamente aos estudantes da área da saúde, Krauss et al. (2018) demonstraram que estudantes provenientes de áreas como gestão, economia e engenharia apresentam níveis mais elevados de intenção empreendedora, em comparação com os da área da saúde, devido à maior exposição a conteúdos práticos e à promoção de competências como a resolução de problemas e a autoeficácia.

No que respeita ao contexto familiar, segundo Laspita et al. (2012), os pais influenciam significativamente a intenção empreendedora dos seus filhos, tendo evidenciado que a presença de modelos empreendedores na família aumenta a perceção de viabilidade e desejabilidade do empreendedorismo, funcionando como um estímulo motivacional e reduzindo o medo do fracasso (Schmidt et al., 2007).

A relação com a família, a sua descendência empreendedora ou contato com parentes empreendedores pode instigar nesses jovens o desejo de criarem o seu próprio negócio.

De forma complementar, numa investigação com estudantes do ensino superior português, Carvalho et al. (2019) concluíram que, aqueles que possuem familiares empresários demonstram maior vontade de serem trabalhadores autónomos, sentem-se mais capazes de criar uma empresa, têm mais ideias de negócio e maior propensão para as implementar. Além disso, estes estudantes apresentam níveis mais elevados de potencial empreendedor, sobretudo nas dimensões cognitivas e emocionais associadas à tomada de decisão e à autoconfiança (Parreira et al., 2017). Assim, tanto a formação académica orientada para o empreendedorismo como a vivência familiar empresarial – especialmente quando experienciada de forma ativa – constituem fatores determinantes na formação da intenção empreendedora dos indivíduos (Cardella et al., 2020).

### 3. Materiais e Métodos

#### 3.1. Descrição da pesquisa

Um qualquer trabalho de investigação tem como ponto fulcral a resposta a uma questão, e pode escolher vários tipos de recolha de dados para essa resposta. Recorreu-se ao questionário justificando-se esta escolha por ser facilmente distribuído para uma grande amostra de estudantes do P. PORTO de forma rápida e eficiente, permitindo recolher dados de uma variedade de estudantes em diferentes áreas de formação, o que é crucial para uma análise abrangente da intenção empreendedora no P. PORTO.

A recolha de dados quantitativos sobre a intenção empreendedora dos estudantes permite uma análise estatística dos dados, como por exemplo, comparações entre grupos.

Por último, o questionário pode ser facilmente replicado em estudos futuros, permitindo que outros investigadores testem e comparem resultados.

#### 3.2. Instrumento de medida: Questionário da Intenção Empreendedora

O Questionário de Intenção Empreendedora (QIE) é um instrumento padronizado amplamente utilizado em estudos académicos para medir a intenção empreendedora, com base nos princípios teóricos da Teoria da Ação Planeada (TAP) (Ajzen, 1991, 2011) conforme a **Erro! A origem da referência não foi encontrada.**

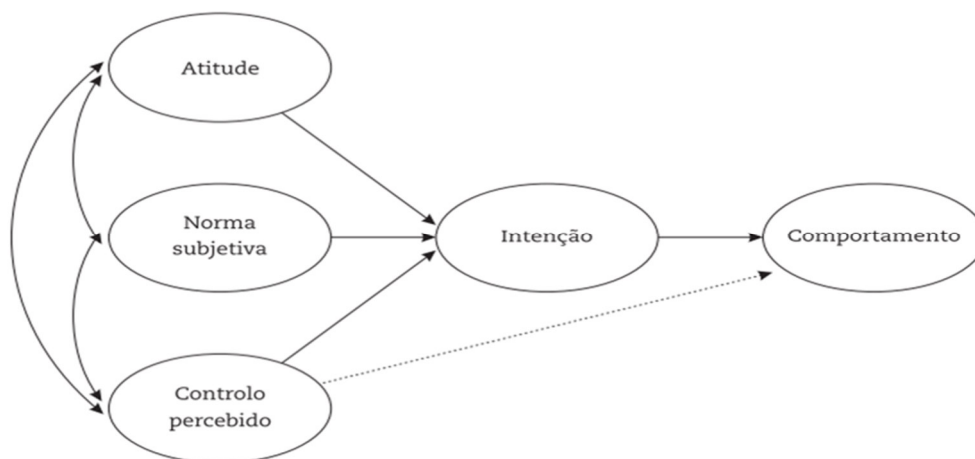


Figura 2-Modelo teórico adaptado da Teoria da Ação Planeada (TAP) (Ajzen, 1991)

Desenvolvido por Liñán e Chen (2009) com o objetivo de superar limitações de instrumentos anteriores, como os propostos por Thompson (2009), que se baseavam em itens únicos ou não abrangiam todas as dimensões relevantes.

O QIE foi posteriormente validado em diversos países, o que reforça a sua robustez metodológica. A sua ampla adoção na investigação científica, demonstra a sua eficácia e aceitação como ferramenta válida para avaliar as intenções empreendedoras dos indivíduos (Liñán e Chen, 2009; Oliveira et al., 2016).

O QIE permite investigar a influência de experiências passadas, tanto pessoais como observadas, bem como de variáveis socioeconómicas no desenvolvimento da intenção empreendedora. Através de uma série de questões, os participantes indicam o seu grau de concordância com várias afirmações relacionadas com a criação de um negócio (Oliveira et al., 2016).

O questionário recolhe dados sociodemográficos e é ainda composto pela variável latente intenção empreendedora (composta por 20 itens), no formato de resposta tipo *Likert* de sete pontos.

As quatro dimensões do QIE são as seguintes:

(a) Atitude face ao comportamento empreendedor–

As atitudes desempenham um papel fundamental moldando a avaliação individual de um comportamento específico. Esta dimensão avalia a perceção positiva ou negativa do indivíduo em relação ao empreendedorismo, incluindo questões sobre a atratividade e o desafio percebido na criação de uma empresa. Explora o significado atribuído à criação de um negócio (itens A1 a A6) e o grau de desejabilidade das situações propostas (itens B1 a B6). Numa escala de *Likert* de sete pontos, a escala de resposta varia entre 1 (“totalmente improvável”) e 7 (“totalmente provável”) (Oliveira et al., 2016).

(b) Normas subjetivas–

As normas subjetivas traduzem a pressão e a influência social que afetam o processo da tomada de decisão de um indivíduo. Esta dimensão representa a componente normativa do modelo, considerando a influência das opiniões e

expectativas de pessoas significativas (como familiares e amigos) sobre a decisão de empreender. Avalia tanto as crenças normativas (itens C1 a C3) como a motivação para acomodar-se à opinião dos outros (itens D1 a D3), numa escala de *Likert* de sete pontos, de 1 (“nada de acordo”) a 7 (“totalmente de acordo”) (Oliveira et al., 2016).

(c) Autoeficácia empreendedora–

Esta dimensão mede a confiança do indivíduo na sua capacidade para executar tarefas relacionadas com a criação e gestão de um negócio, como identificar oportunidades, desenvolver estratégias e gerir recursos. A perceção da facilidade ou dificuldade em realizar estas tarefas é avaliada através dos itens E1 a E6. Numa escala de *Likert* de sete pontos de 1 (“totalmente ineficaz”) a 7 (“totalmente eficaz”) (Oliveira et al., 2016).

(d) Intenção Empreendedora:

Esta dimensão avalia a intenção de criar um negócio ou uma empresa. A intenção consiste na avaliação de um indivíduo numa dimensão de probabilidade subjetiva que envolve uma relação entre o próprio indivíduo e a ação. (Oliveira et al., 2016). A intenção empreendedora é avaliada através de cinco afirmações, (F1 a F5), numa escala de resposta tipo *Likert* desde 1 “nada” a 7 “totalmente”. Uma pessoa que tem uma intenção forte de realizar um comportamento específico é mais propensa a realmente executá-lo (Ajzen, 2011).

O modelo agrupa-se em quatro dimensões: Atitude pessoal, Normas Subjetivas, Autoeficácia Empreendedora e Intenção Empreendedora.

A descrição é efetuada na **Tabela 2** a seguir.

**Tabela 2–As Variáveis (Dimensões) e os Itens do QIE**

Dimensões	Itens do QIE
Atitude pessoal	Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens;
	A carreira de empresário é atraente;
	Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa;
	Grande satisfação em ser empreendedor;
	Entre as várias opções, prefiro ser empresário;
	Elevados rendimentos económicos;
Normas subjetivas	A minha família direta;
	Os seus amigos;
	Os seus colegas.
Controlo Percebido (Autoeficácia empreendedora)	Definir a minha ideia de negócio e a estratégia de uma nova empresa;
	Manter sob controlo o processo de criação de uma nova empresa;
	Negociar e manter relações favoráveis com potenciais investidores e bancos;
	Reconhecer oportunidades no mercado para novos produtos e/ou serviços;
	Ter relações com pessoas chave de forma a obter capital para criar uma nova empresa;
	Criar e pôr em funcionamento uma nova empresa
Intenção empreendedora	É muito provável que consiga criar uma empresa um dia;
	Estou disposto/a a esforçar-me no que seja necessário para ser empresário;
	Tenho sérias dúvidas se algum dia chegarei a criar uma empresa;
	Estou decidid(o)a a criar uma empresa no futuro;
	O meu objetivo profissional é ser empresário/a.

A utilização generalizada do QIE na investigação sobre empreendedorismo atesta a sua eficácia e aceitação no meio académico e científico como uma ferramenta fiável para medir as intenções empreendedoras dos participantes (Liñán & Chen, 2009; Oliveira et al., 2016).

Em suma, as intenções são preditores significativos do comportamento e o QIE foi concebido com base nestes princípios teóricos, sendo que as perguntas incluídas no questionário visam capturar os fatores determinantes da intenção empreendedora, conforme preconizado pela Teoria da Ação Planeada.

### 3.2.1. Validade e Fiabilidade do QIE

O Questionário da Intenção Empreendedora (QIE) é constituído por um conjunto de itens estruturados que avaliam diferentes variáveis psicológicas relacionadas com a intenção empreendedora, nomeadamente atitudes face ao empreendedorismo, normas subjetivas e percepção de controlo comportamental (autoeficácia empreendedora). Estes itens foram concebidos para captar, de forma sistemática e rigorosa, a predisposição dos participantes para considerar o empreendedorismo como uma escolha profissional desejável e viável.

Originalmente o instrumento foi desenvolvido por Liñán e Chen (2009). Para o contexto português a validação foi conduzida especificamente por Oliveira et al. (2016). Estes autores realizaram um processo metodologicamente robusto de tradução, adaptação cultural e validação psicométrica, assegurando que o QIE mantivesse validade conceptual e precisão estatística quando aplicado à população portuguesa.

O estudo de validação liderado por Oliveira et al. (2016) envolveu 326 estudantes universitários do norte de Portugal e compreendeu várias etapas fundamentais: tradução e retro tradução (back-translation), realização de grupos focais para avaliar clareza e pertinência dos itens, análise da consistência interna através do coeficiente alfa de Cronbach e análises fatoriais exploratórias e confirmatórias para examinar e testar a estrutura fatorial do instrumento adaptado.

Durante este processo, alguns itens foram removidos por apresentarem cargas fatoriais reduzidas, resultando numa versão final ajustada composta por 16 itens.

A validação conduzida por Oliveira et al. (2016) demonstrou que o QIE apresenta boas propriedades psicométricas no contexto português, evidenciando elevados níveis de fiabilidade e validade preditiva. As subescalas alcançaram coeficientes alfa de Cronbach entre 0,77 e 0,92, refletindo uma boa consistência interna.

Os autores procederam ainda à validação cruzada com diferentes amostras, confirmando a robustez metodológica do instrumento e a sua aplicabilidade em distintos contextos académicos.

Adicionalmente, a modelação por equações estruturais realizada por Oliveira et al. (2016) comprovou a adequação do modelo teórico ao contexto português, com apenas alguns itens a revelarem ajustamentos necessários. No conjunto, o trabalho destes autores estabeleceu a versão portuguesa do QIE como um instrumento válido e fiável para medir a intenção empreendedora em estudantes universitários.

No presente estudo, utiliza-se precisamente a versão validada por Oliveira et al. (2016), assegurando a comparabilidade dos resultados e a fidelidade metodológica face às recomendações dos autores da adaptação portuguesa.

O QIE é composto por itens formulados de forma positiva e negativa. Antes da análise, os itens com formulação negativa foram invertidos, de modo a assegurar que todas as respostas fossem interpretadas na mesma direção. Assim, pontuações mais elevadas indicam níveis mais altos de intenção empreendedora.

Calcularam-se as pontuações totais das dimensões do QIE. Calculou-se também a pontuação total da intenção empreendedora segundo o modelo TAP.

Considera-se que existe uma intenção empreendedora positiva quando a pontuação total é superior ao valor de referência 4 (Pimenta, 2011).

### **3.3. População e Amostra**

Para Fortin e Salgueiro (2009), a população-alvo diz respeito a toda a população na qual o pesquisador está interessado.

É formada pelos elementos que cumprem os critérios de seleção, definidos antecipadamente, e para os quais o investigador deseja fazer generalizações.

Define também amostra como um subconjunto de uma população e refere que a mesma deve ser representativa da população visada, isto é, as características da população devem estar presentes na amostra selecionada.

A população-alvo deste estudo é constituída por todos os estudantes, de todos os ciclos de estudo matriculados no P. PORTO, durante o ano letivo de 2024/2025.

A amostra é representativa, aleatória retirada da população amostral a partir de uma tabela de números aleatórios e com dimensão igual a 337.

A dimensão da amostra foi definida de forma a exceder o mínimo requerido para a aplicação da ANOVA, garantindo uma potência de, pelo menos, 0,95 e um nível de significância de 0,05.

O cálculo da dimensão necessária da amostra foi realizado através do software *G\*Power 3.1.9.7*. Determinou-se que a amostra deve incluir, no mínimo, 210 participantes para assegurar a validade das conclusões do estudo.

O erro amostral associado é de 5,4%.

### **3.4. Variáveis**

No decorrer da investigação e para que através dos dados se possam confirmar as hipóteses, é necessário primariamente definir-se as variáveis a medir.

Para Fortin (2009), as variáveis são qualidades, propriedades ou características de objetos, pessoas ou situações que são estudadas numa investigação e podem assumir diferentes valores para exprimir graus, quantidades e diferenças.

As variáveis emergem das questões de investigação. A sua operacionalização é uma etapa crucial para o sucesso da investigação, devendo o investigador definir as variáveis especificando o modo como estas serão observadas e medidas durante o estudo. Resumindo as variáveis, devem ser definidas com clareza, objetividade e de forma operacional, para impedir o risco de invalidar a pesquisa.

Uma variável dependente é aquela em que o investigador tem interesse em explicar, compreender ou prever e que sofre o efeito da variável independente.

No presente estudo, foram definidas como variáveis dependentes a pontuação total da Intenção Empreendedora (IE), isto é, uma das dimensões do QIE e a pontuação total da

Intenção empreendedora do modelo TAP (ITAP) que envolve as outras três dimensões do QIE.

A variável independente surge como contributo, causa ou elemento determinante da variável dependente, permitindo descrever ou explicar as suas características. Assim, consideramos variáveis independentes a área de formação e familiares com negócio próprio, etc.

### **3.5. Métodos da recolha da informação**

O processo de recolha de dados consiste em recolher de forma sistemática a informação desejada junto dos participantes, com a ajuda dos instrumentos de medida escolhidos para esse fim (Fortin & Salgueiro, 2009).

O instrumento de recolha de dados neste caso, foi aplicado no ano letivo 2024–2025, através do link <https://forms.office.com/e/pZJEMDWm1C> disponibilizado pelo secretariado da presidência do P. PORTO, sem intercorrências.

A recolha de dados foi efetuada através de um questionário, o QIE. A escolha pela utilização do questionário como instrumento de recolha de dados no presente estudo assenta em diversas justificações de ordem metodológica e prática.

Em primeiro lugar, os questionários revelam-se particularmente eficazes na obtenção de informação junto de um número elevado de participantes num espaço temporal reduzido, permitindo, assim, uma abrangência amostral extensa.

Para além disso, constituem um meio padronizado de recolha de dados, assegurando a uniformidade na formulação das perguntas e, por conseguinte, na natureza das respostas, o que favorece a posterior análise estatística.

O questionário mostra-se especialmente indicado para a obtenção de conhecimento sobre uma população enquanto coletivo, incluindo as suas condições e modos de vida, comportamentos, valores e opiniões.

Esta abordagem revela-se adequada à análise de fenómenos sociais cuja compreensão se considera mais aprofundada através da recolha direta de dados junto dos indivíduos envolvidos, permitindo simultaneamente a auscultação de um número expressivo de participantes (Quivy e Campenhoudt, 2008).

### 3.6. Procedimentos éticos

Qualquer investigação pode suscitar questões de ordem ética e moral, sendo imperativo considerar esses aspetos de forma rigorosa. Isto inclui a qualidade dos procedimentos, a escolha apropriada das técnicas a utilizar, a pertinência e validade dos resultados para o avanço do conhecimento, bem como a obrigação de divulgar os resultados obtidos (Resnik, 2018).

O link para o estudo foi disponibilizado online e divulgado apenas após a obtenção de autorização do *Data Protection Officer* (DPO) do P. PORTO e da Comissão de Ética.

Os participantes foram devidamente informados sobre os objetivos do estudo, sendo a sua participação totalmente voluntária.

Para utilizar o QIE validado para Portugal, foi solicitada e obtida autorização do autor da validação para o caso português (Oliveira et al., 2016).

### 3.7. Tratamento estatístico dos dados

Todos os dados recolhidos foram inseridos e tratados no software IBM SPSS® Statistics, versão 29.0 e no Jamovi, versão 2.6.

A análise estatística foi conduzida de forma a responder adequadamente aos objetivos do estudo, recorrendo a técnicas estatísticas apropriadas à natureza dos dados e ao desenho da investigação.

Numa primeira fase, procedeu-se à análise estatística descritiva, com o objetivo de caracterizar a amostra e descrever o comportamento das variáveis em estudo.

Para variáveis independentes categóricas, foram calculadas as frequências absolutas (n) e relativas (%). Foram calculadas medidas de tendência central (média) e de dispersão (desvio padrão) para a variável dependente intenção empreendedora.

As distribuições das respostas aos itens, juntamente com as principais estatísticas descritivas (média, desvio padrão) para os 16 itens, também foram analisadas.

Esta etapa permitiu uma compreensão preliminar dos dados e, forneceu indicações sobre a adequação dos pressupostos necessários para análises inferenciais subsequentes.

Seguidamente foram calculadas as correlações Spearman entre as dimensões e a pontuação total, uma vez que estas não seguem a distribuição normal, e a consistência interna, no caso da amostra em estudo, tendo sido calculado o alfa de Cronback.

Um valor superior a 0,70 é geralmente considerado aceitável para demonstrar que os itens do instrumento estão a medir de forma consistente o mesmo constructo (Streiner, 2003). Especificamente, um alfa de Cronbach entre 0,70 e 0,90 sugere uma boa consistência interna. Valores abaixo de 0,70 indicam consistência inadequada (Streiner, 2003; Tang et al., 2014).

A validade de constructo, entendida como a capacidade do instrumento para captar um conceito que não é diretamente mensurável (isto é, fatores latentes), foi avaliada por meio de uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) utilizando o método de estimação *diagonally weighted least squares* (DWLS).

O método DWLS é adequado para modelos com dados ordinais, como os itens em escala de *Likert*, e fornece estimativas robustas dos parâmetros do modelo e dos índices de ajustamento.

Este método é frequentemente utilizado na modelação de equações estruturais (SEM) para avaliar a validade da estrutura fatorial (Gallucci e Jentschke, 2021).

Assim, foi realizada a AFC para confirmar a estrutura fatorial do QIE por meio da modelação de equações estruturais no caso português.

Na AFC para analisar o ajustamento do modelo, recorreu-se à análise do qui-quadrado ( $\chi^2$ ), sendo que os valores não significativos ( $p > 0.05$ ) indicam que o modelo proposto se ajusta aos dados.

No entanto, dada a sensibilidade desse teste ao tamanho da amostra, pois em amostras grandes é comum que o teste seja significativo mesmo quando o modelo é aceitável e, aos desvios da normalidade dos dados (Lévy-Mangin e Varela, 2006; Maroco, 2021; Schreiber et al., 2006), é necessário ter em consideração outros índices de ajustamento, como o *Comparative Fit Index*, (CFI) o *Tucker-Lewis Index* (TLI) e o *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA).

Um ajustamento aceitável é conseguido quando são obtidos valores superiores ou iguais 0,90 para o TLI, e superiores ou iguais a 0,95 para o CFI (um ajustamento perfeito seria o valor 1), e menores que 0,06 para o RMSEA, contudo, valores até 0,08 representam uma

razoável aproximação à população, valores superiores a 0,10 são indicação de uma aproximação inadequada (Hu e Bentler, 1999).

Posteriormente, para responder aos nossos objetivos, foi utilizada a análise de variância a dois fatores, *two-way* ANOVA com o objetivo de avaliar o efeito simultâneo de duas variáveis independentes dicotómicas sobre a variável dependente “intenção empreendedora” Maroco (2021)

Os fatores considerados foram:

- 1) a área académica de pertença (áreas da saúde vs. outras áreas)
- 2) e a existência de antecedentes familiares com atividade empresarial (familiares com negócio próprio vs. sem familiares com negócio próprio).

Foi também calculada a medida do efeito ( $\eta^2$  parcial), de forma a avaliar a magnitude da contribuição de cada fator para a variabilidade observada na variável dependente.

Antes da aplicação da análise de variância, foram verificados os pressupostos subjacentes à sua utilização, nomeadamente a normalidade, através do teste de *Kolmogorov-Sminov*, e a homogeneidade das variâncias, por meio do teste de *Levene*.

Tendo sido verificados os pressupostos necessários, procedeu-se à análise de variância a dois fatores, considerando-se a interação entre os dois fatores em estudo.

Os resultados obtidos na ANOVA foram interpretados com base no valor-p associado a cada efeito principal e à interação. Um nível de significância de 0,05 foi adotado para todas as análises.

## 4. Resultados e Discussão

### 4.1. Caracterização da amostra

A caracterização geral da amostra (**Tabela 3**) foi realizada com base nos dados recolhidos na primeira secção do questionário. Procede-se, assim, à caracterização dos estudantes que participaram do estudo, garantindo uma descrição detalhada do perfil dos participantes. A amostra deste estudo foi constituída por 337 estudantes do P. PORTO, provenientes de diferentes escolas e áreas de formação académica.

A caracterização sociodemográfica incluiu variáveis pessoais (idade e sexo), académicas (ciclo de estudos e área de formação) e de contexto familiar (existência de familiares com negócio próprio). Espera-se, com este enquadramento inicial, otimizar a compreensão dos resultados obtidos, facilitando a análise subsequente dos dados. Os dados encontram-se sintetizados na **Tabela 3**.

**Tabela 3-Medidas Estatísticas Sumárias das variáveis independentes**

Variável	Categorias	Frequências	
		n	%
Idade	Entre 18-25	252	74,8
	Entre 26-32	26	7,7
	Entre 33-40	17	5
	Entre 41-48	24	7,1
	Superior a 48	18	5,3
Total		337	100
Sexo	Masculino	106	31,5
	Feminino	231	68,5
Total		337	100
Área de formação	Área da saúde	201	59,6
	Área da não saúde	136	40,4
Total		337	100
Familiares com negócio próprio	Sim	177	52,5
	Não	160	47,5
Total		337	100
Ciclo de estudos	Graduados(licenciatura)	247	73,3
	Pós-graduados	90	26,7
Total		337	100

n- frequência absoluta; %-frequência relativa

#### (a) Idade

A faixa etária predominante na amostra é de 18 a 25 anos, compreendendo 74,8% dos participantes. Esta faixa etária está tipicamente associada a estudantes de licenciatura que estão a iniciar suas carreiras académicas e profissionais. As outras faixas etárias são menos representadas.

#### (b) Sexo

Observou-se uma predominância de estudantes do sexo feminino. A amostra é composta por 106 indivíduos do sexo masculino (31,5%) e 231 indivíduos do sexo feminino (68,5%).

#### (c) Área de formação

Verificou-se maior representação de estudantes da área da Saúde (59,6%), sendo os restantes provenientes de áreas não Saúde (40,4%), o que permitirá analisar diferenças entre contextos com distintos níveis de exposição ao empreendedorismo. Esta distribuição é importante porque diferentes áreas de formação podem influenciar a perceção e a intenção empreendedora de maneiras distintas.

#### (d) Familiares com negócio próprio

Quanto ao enquadramento familiar mais de metade da amostra (52,5%) possui familiares com negócio próprio, o que pode influenciar a intenção empreendedora dos participantes. A presença de familiares empreendedores pode proporcionar exemplos práticos e modelos de sucesso, além de um ambiente de apoio que fomenta a intenção de empreender. Este dado é crucial para entender a dinâmica familiar na formação da intenção empreendedora, sugerindo que a exposição precoce ao empreendedorismo pode ter um impacto significativo nas aspirações dos estudantes.

#### (e) Ciclo de estudos

A maioria dos participantes (73,3%) está inscrita em cursos de licenciatura (graduados), seguido por 26,7% em estudos pós-graduados.

A caracterização da amostra revela uma predominância de estudantes do sexo feminino, jovens, entre 18 e 25 anos, inscritos em cursos de licenciatura.

Uma grande parte dos estudantes tem familiares com negócio próprio, o que pode indicar uma influência no desenvolvimento da intenção empreendedora.

A diversidade nas áreas de formação permite uma análise abrangente das diferentes dimensões do QIE, refletindo a variedade dos contextos académicos e profissionais dos participantes. Cada área de formação traz consigo um conjunto único de competências e perspectivas que podem influenciar a maneira como os estudantes percebem e se preparam para o empreendedorismo. Compreender essas nuances pode ajudar a desenvolver programas educacionais mais direcionados e eficazes que atendam às necessidades específicas de cada grupo.

Para complementar a caracterização da amostra, apresentam-se na **Tabela 4** as estatísticas descritivas dos itens do QIE (16 itens), assegurando uma primeira visão sobre a distribuição das respostas e adequação psicométrica dos itens.

**Tabela 4- Distribuições de resposta dos itens e as principais estatísticas descritivas (isto é, média, desvio padrão, média normalizada) dos 16 itens**

Item	M	DP	MN	1	2	3	4	5	6	7
A1	5,4	1,3	1,07	1(0,3%)	10(3%)	17(5%)	48(14,2%)	75(22,3%)	108(32%)	78(23%)
A2	4,8	1,6	0,5	17(5%)	18(5,3%)	26(7,7%)	63(18,7%)	79(23,4%)	86(25,5%)	48(14,2%)
A3	5,7	1,2	1,42	2(0,6%)	4(1,2%)	17(5%)	33(9,8%)	65(19,3%)	119(35,3%)	97(28,8%)
A6	5,2	1,5	0,8	9(2,7%)	12(3,6%)	21(6,2%)	55(16,3%)	79(23,4%)	82(24,3%)	79(23,4%)
NS1	5,7	1,3	1,31	3(0,9%)	6(1,8%)	14(4,2%)	34(10,1%)	67(19,9%)	112(33,2%)	101(30%)
NS2	5,4	1,3	1,08	4(1,2%)	6(1,8%)	22(6,5%)	35(10,4%)	91(27%)	107(31,8%)	72(21,4%)
AE1	4,3	1,6	0,19	15(4,5%)	26(7,7%)	70(20,8%)	66(19,6%)	72(21,4%)	65(19,3%)	23(6,8%)
AE2	4,3	1,5	0,2	15(4,5%)	33(9,8%)	55(16,3%)	83(24,6%)	71(21,1%)	57(16,9%)	23(6,8%)
AE3	4,3	1,6	0,19	16(4,7%)	32(9,5%)	57(16,9%)	75(22,3%)	70(20,8%)	60(17,8%)	27(8%)
AE4	4,5	1,6	0,31	13(3,9%)	25(7,4%)	53(15,7%)	71(21,1%)	78(23,1%)	67(19,9%)	30(8,9%)
AE5	4,3	1,6	0,19	19(5,6%)	32(9,5%)	47(13,9%)	78(23,1%)	68(20,2%)	61(18,1%)	32(9,5%)
AE6	4,3	1,6	0,19	17(5,0%)	34(10,1%)	53(15,7%)	72(21,4%)	80(23,7%)	52(15,4%)	29(8,6%)
IE1	3,7	1,9	-0,1	42(12,5%)	58(17,2%)	69(20,5%)	66(19,6%)	35(10,4%)	38(11,3%)	29(8,6%)
IE2	4,0	1,9	0	43(12,8%)	34(10,1%)	68(20,2%)	53(15,7%)	50(14,8%)	53(15,7%)	36(10,7%)
IE4	3,4	1,9	-0,3	61(18,1%)	67(19,9%)	66(19,6%)	54(16%)	23(6,8%)	35(10,4%)	31(9,2%)
IE5	3,2	1,9	1,07	85(25,2%)	68(20,2%)	58(17,2%)	44(13,1%)	24(7,1%)	27(8,0%)	31(9,2%)

M-média; DP-Desvio padrão; MN-Média normalizada

A distribuição das respostas pelos itens do QIE revelaram variação em termos das dimensões do QIE. Relativamente aos itens correspondentes à dimensão:

– Atitude (A1, A2, A3, A6)

Observa-se uma distribuição crescente no número de respostas dos estudantes à medida que aumenta a categoria de resposta da escala utilizada, o que demonstra que a maioria apresenta uma perceção bastante positiva em relação ao empreendedorismo. De facto, as médias são todas superiores ao valor de referência (4) logo as médias normalizadas são todas positivas, variando entre 0,5 e 1,4 (ver tabela 4).

Estes dados indicam que os estudantes valorizam o empreendedorismo e tendem a reconhecê-lo como uma opção desejável, em consonância com estudos que destacam a atitude como um dos principais determinantes da intenção empreendedora (Ajzen, 1991; Liñán e Fayolle, 2015).

– Norma Subjetiva (NS1, NS2)

No caso dos itens da dimensão norma subjetiva, verifica-se igualmente uma distribuição crescente, indicando que grande parte dos estudantes é influenciada pelas opiniões de outros, pelo meio social, de forma consistente, relativamente ao empreendedorismo. Mais uma vez, as médias são superiores ao valor de referência (4), logo as médias normalizadas são valores positivos de 1,3 e 1,08 (ver tabela 4).

Estes resultados sugerem que o contexto social exerce influência sobre os estudantes, reforçando a ideia de que a perceção das opiniões de familiares, amigos e colegas pode funcionar como incentivo para considerar o empreendedorismo (Krueger, Reilly e Carsrud, 2000).

– Autoeficácia (AE1, AE2, AE3, AE4, AE5, AE6)

Já nos itens referentes a esta dimensão, a distribuição é mais uniforme, exceto nos extremos, que apresentam baixa frequência de respostas. Isso sugere que a confiança dos estudantes na sua capacidade de executar tarefas relacionadas com a criação e gestão de um negócio não é nem muito alta nem muito baixa.

De facto, a média situa-se aproximadamente em 4 (ver tabela 4). As médias normalizadas são muito baixas, próximas de zero (0,19 a 0,31), sugerindo que, embora não haja perceção negativa, a confiança na capacidade de empreender é apenas ligeiramente acima da média de referência, revelando uma perceção moderada. Embora não revelem perceções negativas, estes resultados sugerem que os estudantes ainda não se sentem plenamente confiantes na sua capacidade de executar tarefas relacionadas com a criação e gestão de um negócio.

Este dado é particularmente relevante, uma vez que a literatura aponta a autoeficácia como um fator determinante para transformar atitudes positivas em comportamentos empreendedores efetivos (Bandura, 1997; Zhao et al., 2005).

– Intenção Empreendedora (IE1, IE2, IE4, IE5)

Por fim, nos itens associados à Intenção Empreendedora registaram valores da média, em alguns casos, abaixo do valor de referência 4 (ver tabela 4) revelando que a intenção de criar um negócio não é elevada. Com médias normalizadas nulas ou negativas (entre -0,42 e 0,0), observa-se uma distribuição inicialmente crescente e posteriormente decrescente.

Este resultado evidencia uma discrepância importante: embora os estudantes apresentem perceções positivas em termos de atitude e sejam influenciados socialmente, isso não se traduz numa intenção clara de empreender.

Estes resultados confirmam a complexidade do processo de formação da intenção empreendedora, que não depende apenas de atitudes e normas sociais, mas também de níveis elevados de autoeficácia e de fatores contextuais, como oportunidades percebidas e apoio institucional (Shane e Venkataraman, 2000; Liñán e Chen, 2009).

Após a análise item a item, apresenta-se na **Tabela 5** uma síntese das estatísticas descritivas por dimensão do QIE e do ITAP, permitindo uma interpretação global do perfil empreendedor dos estudantes do P. PORTO.

**Tabela 5 – Estatísticas descritivas das dimensões do QIE e ITAP**

Dimensão	Média	Desvio padrão
Atitude(A)	5,3	1,2
Norma Subjetiva (NS)	5,5	1,2
Autoeficácia Empreendedora (AE)	4,3	1,4
Intenção Empreendedora (IE)	3,5	1,7
Intenção TAP(ITAP)	4,9	1

Observa-se que a dimensão Atitude apresenta o valor da média mais elevado, seguida da Norma Subjetiva, refletindo percepções tendencialmente favoráveis dos estudantes relativamente ao empreendedorismo.

A dimensão Autoeficácia evidencia maior variabilidade ( $DP = 1,4$ ), sugerindo níveis distintos de confiança na capacidade de empreender entre os participantes.

Por sua vez, a Intenção Empreendedora regista valores mais moderados e com uma dispersão superior ( $DP = 1,7$ ), indicando que, embora exista um grupo de estudantes que considera o empreendedorismo como uma possibilidade futura, uma parte igualmente expressiva revela menor predisposição ou ainda incerteza quanto a essa opção.

Estes resultados revelam que as percepções positivas em relação ao empreendedorismo não se traduzem, de forma homogénea, na intenção de empreender, podendo esta ser influenciada por fatores adicionais como a percepção de suporte social ou com o seu próprio nível de preparação.

Em síntese, os resultados permitem caracterizar a amostra como constituída por estudantes com uma predisposição empreendedora moderada, que poderá ser reforçada por oportunidades formativas adequadas ao desenvolvimento de competências e atitudes favoráveis ao empreendedorismo.

Concluída a caracterização sociodemográfica e psicológica da amostra, segue-se a análise da fiabilidade e da adequação da estrutura fatorial do QIE na presente amostra.

## 4.2. Consistência interna, análise fatorial confirmatória do QIE na amostra em estudo

Para avaliar a consistência interna das medidas, calculou-se o alfa de Cronbach.

A consistência interna global do QIE, avaliada através do coeficiente alfa de Cronbach, é muito boa ( $\alpha = 0,94$ ), indicando elevada homogeneidade entre os itens do instrumento. As subescalas da Atitude e da Norma Subjetiva apresentam valores de 0,86 e 0,82, respetivamente, considerados bons.

As dimensões da Intenção Empreendedora e da Autoeficácia apresentam valores de 0,94 e 0,95, indicando muito boa consistência interna.

Todos os coeficientes são superiores ao valor de referência de 0,70 (Nunnally, 1994), sustentando a fiabilidade do instrumento na amostra em estudo.

Para avaliar a validade fatorial do QIE, foi realizada uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) com estimação DWLS, dado o desvio à normalidade univariada e multivariada.

A qualidade do ajustamento global do modelo QIE foi avaliada com os índices de ajustamento, TLI, CFI e RMSEA.

O TLI = 0,93 e o CFI = 0,95 excederam os limiares recomendados de 0,90 para um bom ajustamento sugerindo um ajustamento satisfatório do modelo (Hu e Bentler, 1999). Embora o RMSEA = 0.095 [0.084–0.106] não tenha atingido os limiares ideais (RMSEA < 0.08), o modelo foi ainda assim considerado aceitável com base nos fortes valores de TLI e CFI, em conformidade com as orientações de Hu e Bentler (1999).

O modelo resultante da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), apresentado na **Figura 3**, integra simultaneamente a estrutura de medida e as relações estruturais entre as dimensões do QIE.

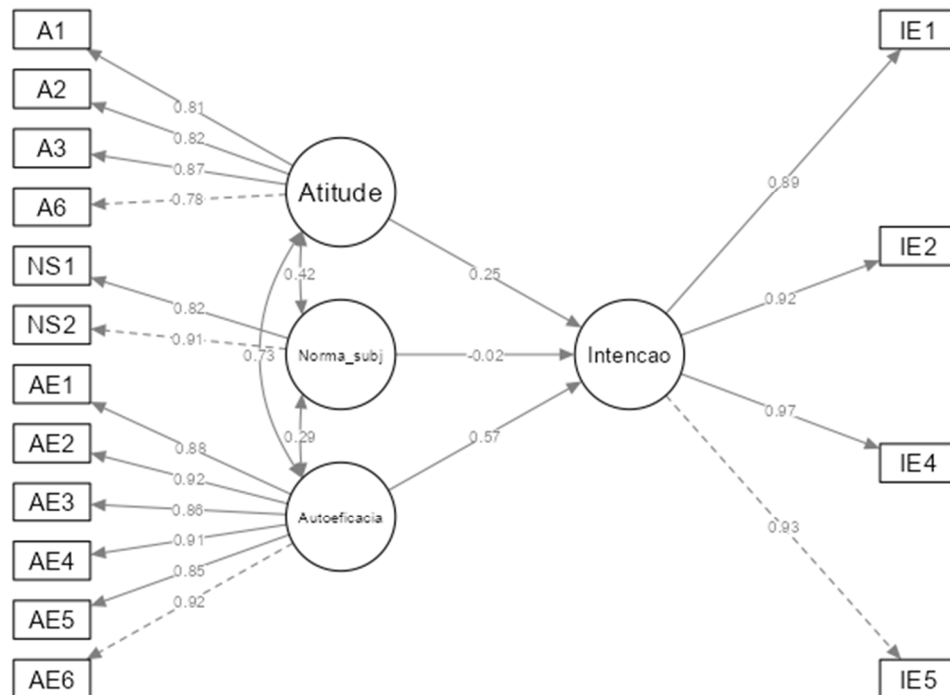


Figura 3–Modelo estrutural resultante da AFC

Observa-se que a maior parte das cargas fatoriais padronizadas ( $\beta$ ) são superiores ao valor mínimo recomendado de 0,60 (Hair et al., 2006), e que as trajetórias entre as dimensões seguem o padrão teórico previsto pela TAP (Ajzen, 1991).

Os coeficientes estruturais revelaram que a Atitude e a Autoeficácia exercem os efeitos mais fortes sobre a Intenção Empreendedora, enquanto a Norma Subjetiva apresentou uma influência mais reduzida, embora positiva.

A leitura conjunta das cargas e coeficientes demonstra que os estudantes com perceções mais positivas acerca do empreendedorismo e com maior confiança nas suas capacidades são também aqueles que manifestam níveis mais elevados de intenção empreendedora, em linha com a Teoria do Ação Planeada (Ajzen, 1991).

Estes resultados confirmam a estrutura fatorial do QIE proposta por Oliveira et al. (2016) no contexto dos estudantes do P. PORTO, fornecendo assim evidências adicional da validade do instrumento.

### 4.3. Relações entre dimensões: Correlações de Spearman

Pretendeu-se igualmente analisar o grau de associação entre a Intenção Empreendedora, as restantes dimensões do QIE e a ITAP, recorrendo ao coeficiente de Spearman. Na **Tabela 6** encontram-se representados os coeficientes de correlação de Spearman.

**Tabela 6- Correlações de Spearman entre as dimensões do QIE e a ITAP**

	Atitude (A)	Norma Subjetiva (NS)	Autoeficácia Empreendedora (AE)	Intenção empreendedora (IE)	Intenção TAP (ITAP)
Atitude (A)	1	0,35*	0,64*	0,58*	0,83*
Norma Subjetiva (NS)		1	0,26*	0,21*	0,46*
Autoeficácia Empreendedora (AE)			1	0,69*	0,93*
Intenção empreendedora (IE)				1	0,7*
Intenção TAP (ITAP)					1

\* $p < 0,05$

Relativamente à relação entre a Intenção Empreendedora segundo o modelo TAP (ITAP) e as dimensões avaliadas, verifica-se a existência de associações positivas e estatisticamente significativas ( $p < 0,01$ ) entre a ITAP e todas as dimensões do QIE, o mesmo ocorrendo para a Intenção Empreendedora (IE).

Observa-se, contudo, que as correlações entre a ITAP e as dimensões são mais elevadas (isto é, mais próximas de 1) do que as verificadas entre a IE e as mesmas dimensões, sugerindo uma relação mais consistente entre a ITAP e os fatores de base do modelo.

A dimensão Norma Subjetiva evidencia uma correlação fraca com as restantes dimensões e com a ITAP, o que indica que a perceção de apoio social exerce um impacto mais limitado na intenção de empreender.

Em contrapartida, as dimensões Autoeficácia Empreendedora e Atitude apresentaram os valores mais elevados de correlação com a ITAP, tendência que se mantém também para a IE.

Por fim, destaca-se a correlação forte entre IE e ITAP ( $\rho = 0,70$ ;  $p < 0,001$ ), evidenciando a coerência conceptual entre ambas as medidas de intenção empreendedora e reforçando a validade convergente do modelo aplicado à amostra do P. PORTO.

Estes resultados reforçam a importância das perceções pessoais – nomeadamente a atitude e a autoeficácia – como principais determinantes da intenção empreendedora, em consonância com o que é preconizado pela TAP.

#### **4.4. A intenção empreendedora e os fatores influenciadores**

##### **4.4.1. A intenção empreendedora consoante a área de formação e familiares com negócio próprio**

Para comparar a intenção empreendedora dos estudantes da área da saúde com a dos restantes estudantes do P. PORTO, bem como analisar se esta varia em função da existência de familiares com negócio próprio, foi realizada uma análise de variância a dois fatores (ANOVA), tendo como variáveis dependentes, por um lado, a pontuação total da intenção empreendedora (IE) e, por outro, a pontuação total da intenção empreendedora segundo o modelo TAP (ITAP) (Ajzen, 1991, 2011).

Antes da aplicação da análise de variância a dois fatores, foi verificado o pressuposto da normalidade relativamente à pontuação total da IE, bem como para a pontuação total da ITAP. Os resultados evidenciaram que a pontuação total relativa à intenção empreendedora, em ambos os casos analisados, não apresenta uma distribuição normal.

Não obstante, procedeu-se à análise de variância a dois fatores, dado que, esta técnica estatística é considerada robusta à violação do pressuposto da normalidade, especialmente quando se trata de amostras de grande dimensão, como é o caso do presente estudo (Maroco, 2021).

Antes da aplicação da análise de variância, foi também verificado o pressuposto de homogeneidade das variâncias, através do teste de *Levene*, cujos resultados indicaram que

este pressuposto foi cumprido em ambos os casos (IE:  $p = 0,156$ ; ITAP:  $p = 0,164$ ), permitindo assim a realização da ANOVA a dois fatores.

Os resultados revelaram que, tanto para a pontuação total da IE como para a pontuação total do modelo ITAP, não se verificou um efeito de interação significativo entre os fatores “área de formação” e “familiares com negócio próprio” (ITAP:  $p = 0,514$ ; IE:  $p = 0,273$ ).

Assim, conclui-se que os efeitos principais de cada um dos fatores, podem ser analisados de forma independente, uma vez que não há evidência estatística de que a combinação dos dois influencie de forma diferenciada a variável dependente.

#### 4.4.1.1 A intenção empreendedora e a área de formação

Apresentam-se e discutem-se os resultados da análise de variância a dois fatores (*two-way* ANOVA), aplicada à pontuação total da IE e à intenção empreendedora avaliada segundo o modelo TAP, considerando apenas o efeito principal do fator “área de formação”, ou seja, comparando os estudantes provenientes das áreas da saúde com os estudantes de outras áreas científicas do P. PORTO.

Esta análise independente justifica-se pela ausência de significância estatística identificada previamente, permitindo a análise individual do impacto da área de formação na intenção empreendedora.

A **Tabela 7** apresenta os resultados das estatísticas descritivas e da análise de variância a dois fatores (ANOVA) referentes à pontuação total da IE e à ITAP, considerando o efeito principal do fator “área de formação”, isto é, a comparação entre estudantes das áreas da saúde e os estudantes das restantes áreas científicas do P. PORTO.

Os resultados permitem analisar se a área de formação influencia significativamente as médias das duas variáveis em estudo. A ANOVA evidencia esse efeito ao comparar os grupos, independentemente de outros fatores.

**Tabela 7-Medidas Estatísticas Sumárias e ANOVA para Intenção Empreendedora Consoante Área de Formação**

Variável dependente	Saúde			Não saúde			ANOVA		
	Média	MN	DP	Média	MN	DP	F (1,333)	(p)	( $\eta^2$ )
Intenção empreendedora (IE)	3,24	-0,48	1,59	4,05	0,03	1,84	17,00	<0,001	0,049
Intenção Empreendedora (ITAP)	4,72	0,70	1,03	5,05	0,92	1,14	6,87	0,009	0,02

n-Saúde=201; n-não Saúde=136; DP-Desvio Padrão MN-Média Normalizada;  $\eta^2$ -Medida do Efeito

A análise dos dados evidenciou diferenças significativas entre os estudantes das áreas da Saúde e das restantes áreas no que se refere tanto à IE como à ITAP. Relativamente à IE, os estudantes da área da Saúde apresentaram uma média inferior à do grupo da área da Não Saúde.

A ANOVA confirmou uma diferença estatisticamente significativa, com um tamanho do efeito de  $\eta^2=0,049$ , indicando um efeito pequeno a moderado.

A média normalizada negativa observada neste grupo (área saúde) indica, ainda que, a sua intenção empreendedora se situa abaixo do valor de referência, enquanto os estudantes da área não saúde se posicionam ligeiramente acima desse valor.

No caso da ITAP, também se verificaram diferenças estatisticamente significativas entre os grupos, com um tamanho do efeito ( $\eta^2$ ) de 0,02, considerado pequeno.

A média obtida pelo grupo da área da Saúde foi inferior à verificada no grupo da área Não Saúde, o qual apresentou uma média ligeiramente superior.

Estes dados indicam que, mesmo considerando os determinantes teóricos propostos por Ajzen (1991) – atitude, norma subjetiva e autoeficácia empreendedora – os estudantes da área da Saúde revelam níveis inferiores de intenção empreendedora relativamente aos estudantes da área da Não-Saúde.

Em suma, os resultados sugerem que os estudantes da área da Saúde manifestam, em média, uma intenção empreendedora significativamente mais baixa do que os seus pares de outras áreas.

Este padrão é consistente com investigações anteriores que evidenciam uma menor predisposição para o empreendedorismo em cursos tradicionalmente mais orientados para práticas clínicas e institucionalizadas, como é o caso da área da saúde (Krauss et al., 2018).

A menor pontuação do grupo da Saúde poderá refletir um contexto académico e profissional menos propício ao desenvolvimento de competências e oportunidades empreendedoras, ao contrário de áreas como a Gestão, Engenharia ou Tecnologias, onde a cultura empreendedora está mais enraizada e valorizada.

Estes resultados evidenciam um potencial de desenvolvimento da intenção empreendedora no grupo da Saúde, desde que enquadrado em contextos que promovam competências empreendedoras, reforcem crenças de autoeficácia e fomentem a perceção de apoio social e institucional.

#### **4.4.1.2 A intenção empreendedora e familiares que têm negócio próprio**

A **Tabela 8** apresenta os resultados das estatísticas descritivas e da análise de variância a dois fatores, *two-way* ANOVA, referentes à pontuação total da IE e à da ITAP considerando o efeito principal do fator “familiares com negócio próprio”, isto é, a comparação entre estudantes do P. Porto que tem familiares com negócio próprio com os estudantes que não têm familiares com negócio próprio.

Os dados apresentados possibilitarão avaliar se a existência de ter familiares com negócio próprio influencia significativamente as médias de IE e ITAP entre os estudantes do P. Porto.

A análise de variância a dois fatores evidencia o efeito principal desse fator, independentemente de outras variáveis em estudo. Assim, observa-se se há diferenças estatisticamente relevantes entre os grupos comparados, indicando em que medida a experiência familiar no empreendedorismo pode refletir em competências individuais. Os valores de médias e desvios padrão ajudam a compreender a direção e a magnitude dessas

diferenças. Esta análise contribui para sustentar a discussão sobre a importância do contexto familiar no desenvolvimento de atitudes empreendedoras.

**Tabela 8-Medidas Estatísticas Sumárias e ANOVA para Intenção Empreendedora Consoante Familiares com Negócio Próprio**

Variável dependente	Familiares com Negócio Próprio			Familiares Sem Negócio Próprio			ANOVA	
	Média	MN	DP	Média	MN	DP	F (1,333)	(p)
<b>Intenção empreendedora (IE)</b>	3,72	-0,16	1,75	3,39	-0,35	1,72	2,72	0,1
<b>Intenção Empreendedora (ITAP)</b>	4,88	0,85	1,03	4,82	0,71	1,15	0,28	0,598

n-Familiares c/ Negócio Próprio=177; n- Familiares s/ Negócio Próprio =160; DP-Desvio Padrão; MN-Média Normalizada

A análise de variância a dois fatores indicou que não se verificam diferenças estatisticamente significativas na Intenção Empreendedora entre os grupos, estudantes com e sem familiares que possuem negócio próprio.

Os dados revelam uma ligeira diferença entre os dois grupos: os estudantes com familiares empreendedores apresentaram uma média ligeiramente superior relativamente aos estudantes sem esse enquadramento familiar.

A análise da média normalizada mostra que ambos os grupos se situam abaixo do valor de referência, sendo que os estudantes com familiares com experiência empresarial se encontram mais próximos deste valor, o que poderá indicar uma leve predisposição acrescida para o comportamento empreendedor.

No que se refere à ITAP, os resultados seguiram a mesma tendência. As médias entre os dois grupos foram muito próximas, com os estudantes com familiares empreendedores a registarem média ligeiramente superior à dos estudantes sem esse enquadramento familiar.



Em suma, estas diferenças podem sugerir uma ligeira vantagem para os estudantes com familiares com experiência empresarial – na medida em que apresentam valores médios ligeiramente mais elevados de intenção empreendedora (4,88 versus 4,82) – contudo, os resultados não alcançaram significância estatística.

Assim, não é possível afirmar que a variável "ter familiares com negócio próprio" exerça um impacto efetivo sobre a intenção empreendedora entre o grupo dos estudantes. Embora diversos estudos na literatura apontem para uma influência de modelos familiares empreendedores e o desenvolvimento de intenções empreendedoras (Carr e Sequeira, 2007; Carvalho et al., 2019; Filho et al., 2015; Laspita et al., 2012).

Neste estudo, essa influência não se revelou estatisticamente significativa. Este padrão poderá indicar que a mera presença de modelos familiares empreendedores, por si só, não constitui um fator determinante para o desenvolvimento da intenção empreendedora. É plausível que essa influência seja mediada ou moderada por outras variáveis relevantes.

## 5. Conclusão

### 5.1. Principais Conclusões

Os resultados deste estudo fornecem evidências adicionais que apoiam a validade da estrutura fatorial do QIE proposta Oliveira et al. (2016).

Este trabalho permitiu ainda analisar a intenção empreendedora entre estudantes do Politécnico do Porto, considerando dois fatores principais: a área de formação e a existência de familiares com negócio próprio.

Os resultados revelaram diferenças estatisticamente significativas entre estudantes das áreas da saúde e de outras áreas, sendo os primeiros os que apresentaram níveis mais baixos de intenção empreendedora, tanto na medida geral como segundo o modelo da Teoria da Ação Planeada.

Este padrão sugere que o contexto académico da área da saúde poderá não favorecer, de forma natural, o desenvolvimento de competências empreendedoras. Por outro lado, a variável “familiares com negócio próprio” não demonstrou impacto estatisticamente significativo na intenção empreendedora.

Estes resultados indicam que a influência familiar pode não ser suficiente por si só, sendo necessário considerar outros fatores mediadores, como experiências práticas, aspetos psicológicos e o próprio contexto educativo, para compreender plenamente a formação da intenção empreendedora.

Mais ainda, a sustentabilidade pode representar uma via promissora para reforçar a intenção empreendedora, sobretudo em contextos onde esta se revela menos expressiva, como é o caso das áreas da saúde.

Tal como demonstrado por Teruel-Sanchez et al. (2025) a integração de valores sustentáveis – como a responsabilidade social, a ética e a preocupação ambiental – potencia a predisposição para empreender, ao alinhar o propósito individual com o impacto coletivo.

Assim, a promoção de uma cultura empreendedora ancorada na sustentabilidade poderá não só estimular a criação de valor económico, mas também contribuir para a formação de profissionais mais conscientes e comprometidos com os desafios sociais e ambientais.

Para além destes resultados, o presente estudo oferece um contributo relevante para a literatura ao evidenciar as especificidades da intenção empreendedora no contexto dos estudantes da saúde em Portugal, um grupo ainda pouco explorado, mas de grande importância num setor onde a inovação é essencial.

Do ponto de vista prático, os resultados poderão servir de base ao desenvolvimento de políticas e programas educativos que promovam competências empreendedoras, em particular na área da saúde, através da integração de metodologias pedagógicas inovadoras, projetos interdisciplinares e maior contacto com ecossistemas de inovação.

Por fim, este trabalho abre novas linhas de investigação, sugerindo a realização de estudos longitudinais, bem como a exploração de fatores contextuais adicionais, de modo a aprofundar a compreensão das condições que potenciam ou limitam a formação da intenção empreendedora em diferentes áreas de formação.

## 5.2. Limitações do estudo

Apesar da relevância dos resultados obtidos, é necessário reconhecer que este estudo possui limitações que devem ser consideradas na interpretação e na generalização dos dados.

### 1) Amostra restrita

A amostra foi composta exclusivamente por estudantes do Politécnico do Porto, restringindo a generalização dos resultados para outras instituições de ensino superior, bem como para contextos nacionais e internacionais.

### 2) Composição da amostra

A amostra apresentou predominância de estudantes jovens, principalmente entre 18 e 25 anos, do sexo feminino e provenientes da área da saúde. Essas características podem ter influenciado as percepções e intenções empreendedoras, não representando a diversidade de outras populações estudantis.

### 3) Horizonte temporal

Trata-se de um estudo transversal, realizado num único momento, o que impossibilita a avaliação da evolução das intenções empreendedoras ao longo do tempo. Alterações, mudanças no contexto económico, social ou educativo poderiam alterar os resultados caso o inquérito fosse aplicado novamente após dois ou três anos.

Portanto, a interpretação dos resultados deve considerar essas limitações, o que ressalta a necessidade de investigações futuras.

### 5.3. Sugestões para trabalhos futuros

Futuras investigações deverão incluir estudos longitudinais e a aplicação de inquéritos em diferentes momentos temporais, com o objetivo de analisar a evolução das percepções e intenções empreendedoras ao longo do tempo.

A ampliação da amostra, incluindo estudantes de outras instituições de ensino superior, tanto nacionais quanto internacionais, permitirá maior comparabilidade e generalização dos resultados obtidos neste estudo.

A diversidade etária também é relevante para analisar como diferentes etapas da vida influenciam a intenção empreendedora. Estudantes mais jovens tendem a assumir mais riscos e explorar novas oportunidades, enquanto estudantes mais velhos possuem experiências e conhecimentos que podem moldar suas intenções e atitudes de maneira distinta em relação ao empreendedorismo. Portanto, futuras investigações deverão avaliar a intenção empreendedora em uma amostra composta por alunos menos jovens.

## Referências Bibliográficas

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1), 97–107.  
<https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students: The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116–132.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127.  
<https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.  
<https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Armitage, C., & Conner, M. (2010). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471–499.  
<https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781351110631>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.

- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24, 53–61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3–22.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., Laeven, L., & Levine, R. (2008). Finance, firm size, and growth. *Journal of Money, Credit and Banking*, 40(7), 1379–1405. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4616.2008.00164.x>
- Birchler, E. A., & Teixeira, A. (2018). A intenção empreendedora de estudantes e os fatores que a influenciam. *Revista de Negócios*, 22(2), 7–22. <https://doi.org/10.7867/1980-4431.2017v22n2p7-22>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*. Fletcher Gyles.
- Cardella, G. M., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2020). Entrepreneurship and family role: A systematic review of a growing research. *Frontiers in Psychology*, 10, 2939. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02939>
- Carlsson, B., Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Braunerhjelm, P. (2007). The knowledge filter, entrepreneurship, and economic growth. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1022922>

- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>
- Carree, M., & Thurik, R. (2010). The impact of entrepreneurship on economic growth. In *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 557–594). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9\\_20](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-1191-9_20)
- Carvalho, C., Mendes Mónico, L., Silva, I., & Parreira, P. (2019). A influência dos familiares empresários no potencial empreendedor dos estudantes. *Psychologica*, 62(1), 207–231. [https://doi.org/10.14195/1647-8606\\_62-1\\_11](https://doi.org/10.14195/1647-8606_62-1_11)
- Castro, R., Pereira, A., Araújo, C., Santos, J., & Costa, V. (2023). O crescimento do empreendedorismo em saúde. *Revista Amor Mundi*, 4, 121–127. <https://doi.org/10.46550/amormundi.v4i8.324>
- Comparin, J. (2017). Empreendedorismo e sustentabilidade: Um estudo de caso. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 4, 50–76. <https://doi.org/10.18256/2359-3539/reit-imed.v4n1p50-76>
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of “social entrepreneurship”*. Kauffman Center.
- Dhahri, S., Slimani, S., & Omri, A. (2021). Behavioral entrepreneurship for achieving the SDGs. *Technological Forecasting and Social Change*, 165, 120561. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120561>
- Direção-Geral das Atividades Económicas. (2016). *Empreendedorismo*. <https://www.dgae.gov.pt>

Do Nascimento Silva, L., Barroso, E., Teixeira, L., & Oliveira Júnior, M. (2022).

Empreender ou não? *Revista de Gestão e Secretariado*, 13(1), 94–119.

<https://doi.org/10.7769/gesec.v13i1.1253>

Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.

Drucker, P., & Maciariello, J. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.

Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship

education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4),

1209–1232. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4>

Espirito Santo, H. (2017). Editorial: A validade nos instrumentos de avaliação. *Revista*

*Portuguesa de Investigação Comportamental e Social*, 3(1), 1–4.

<https://doi.org/10.7342/ismt.rpics.2017.3.1.49>

Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education. *Journal of*

*Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>

Fialho, C., Nunes, A., & Gai, M. (2019). Intenção empreendedora com

sustentabilidade: Moda ou tendência? *Caderno de Administração*, 26, 41–57.

<https://doi.org/10.4025/cadadm.v26i2.37964>

Filho, A., Teixeira, R., & Olave, M. (2015). Influência familiar na criação de negócios.

*Revista FAE*, 6, 107–127. [https://doi.org/10.15603/2176-](https://doi.org/10.15603/2176-9583/refae.v6n2p107-127)

[9583/refae.v6n2p107-127](https://doi.org/10.15603/2176-9583/refae.v6n2p107-127)

Fortin, M. F., & Salgueiro, N. (2009). *O processo de investigação* (5.ª ed.). Lusociência.

Gallucci, M., & Jentschke, S. (2021). *SEMLj: jamovi SEM analysis*. Jamovi.

Gartner, W. B. (1989). “Who is an entrepreneur?” Is the wrong question.

*Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47–68.

<https://doi.org/10.1177/104225878901300406>

Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44–51.

Governo da República Portuguesa. (2021). *Aliança das Nações Europeias para o Empreendedorismo*. <https://www.portugal.gov.pt>

Guzmán-Alfonso, C., & Guzmán-Cuevas, J. (2012). Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management*, 25(5), 721–735. <https://doi.org/10.1108/09534811211254608>

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis*. Technometrics.

Hill, S., Boutaleb, F., Coduras, A., Friedl, C., Guerrero, M., Ionescu-Somers, A., Menipaz, E., Meyer, N., Sahasranamam, S., Samsami, M., Shay, J., & Zbierowski, P. (2025). *GEM 2024/2025 Global Report*. GEM Consortium.

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance models. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1–55.

IAPMEI. (2025). *StartUP Portugal*. <https://www.iapmei.pt>

Jamovi. (2024). *The jamovi project* (Version 2.6). <https://www.jamovi.org>

Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), 429–441.

Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.

- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin.
- Krauss, C., Franco, J. P., Bonomo, A., Mandirola, N., & Platas, A. L. (2018). Intención emprendedora en estudiantes de ciencias de la salud. *Enfermería: Cuidados Humanizados*, 7(1).
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 411–432.
- Krüger, C., Bürger, R. E., & Minello, I. F. (2019). Educação empreendedora. *Revista Economia & Gestão*, 19(52), 61–81.
- Kuratko, D., Morris, M., & Covin, J. (2015). *Corporate entrepreneurship*. Wiley.
- Lackéus, M. (2014). Emotion-based assessment in entrepreneurship education. *International Journal of Management Education*, 12, 374–396.
- Landström, H. (2020). *The evolution of entrepreneurship as a scholarly field*. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 16(2), 65–243.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414–435.
- Lévy-Mangin, J. P., & Varela, J. (2006). *Modelización con estructuras de covarianzas*. Netbiblo.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Entrepreneurial intention instrument. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139–161.

- Marcon, D., Silveira, A., & Frizon, J. (2021). Fatores condicionantes da intenção empreendedora. *Revista FACES Journal*, 20, 64–81.
- Maroco, J. (2021). *Análise estatística com o SPSS Statistics* (8.ª ed.). ReportNumber.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Menger, C. (1871). *Principles of economics*. Free Press.
- Mill, J. S. (1848). *Principles of political economy*. Parker.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of entrepreneurship. *Research Policy*, 48(8), 103773.
- Nascimento, S., Nascimento, A. P., Alves, S., & Pimenta, R. E. (2025). Entrepreneurial intention. *INTED Proceedings*, 3885–3889.  
<https://doi.org/10.21125/inted.2025.0983>
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and goal intentions. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, 2.
- Neves, S. P., & Faria, L. (2006). Escala da autoeficácia académica. *Psicologia*, 20(2), 45–68.
- Nunnally, J. (1994). *Teoria psicométrica* (3.ª ed.). McGraw-Hill.
- Oliveira, B. M. F. (2016). *Estudio de la intención emprendedora en Portugal* [Tese de doutoramento]. UNED.

- Oliveira, B. M. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A., & Soares, V. J. S. (2016).  
Entrepreneurial intention scale adaptation. *Revista Avaliação Psicológica*,  
15(2), 187–196.
- Parreira, P., Alves, M., Sampaio, H., Paiva, T., Mónico, L., & Humberto, J. (2018).  
*Competências empreendedoras no ensino superior politécnico*. Instituto  
Politécnico de Viseu. <https://events.ipv.pt/cidei>
- Parreira, P., Carvalho, C., Mónico, L., & Santos, A. (2017). Escala Oportunidades e  
Recursos para Empreender. *Revista Psicologia: Organizações e Trabalho*, 17(4),  
269–278.
- Pereira, M. T., Baylina, P., & Pedrosa, R. (2017). Entrepreneurship education. *SEFI  
Annual Conference Proceedings*.
- Pimenta, R. A. E. (2011). *Cultura e atitudes face à estatística* [Tese de doutoramento].  
Universidade Católica Portuguesa.
- Quivy, R., & Van Campenhoudt, L. (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*.  
Gradiva.
- Raharjo, I. B., Ausat, A. M. A., Risdwiyanto, A., Gadzali, S. S., & Azzaakiyyah, H. K.  
(2023). Entrepreneurship education and self-efficacy. *Journal on Education*,  
5(4), 11566–11574.
- Resnik, D. (2018). Research ethics. *Encyclopedia of Life Sciences*, 1–10.  
<https://doi.org/10.1002/9781444367072.wbiee001.pub2>
- Saleh, M. A. K., & Rajappa, M. (2022). Entrepreneurship ecosystem: Perspective of  
Yemen. *International Journal of Management and Enterprise Development*,  
21(3), 221–236. <https://doi.org/10.1504/IJMED.2022.120543>

- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e inovação* (3.<sup>a</sup> ed.). Escolar Editora.
- Say, J. B. (1803). *Tratado de economia política*. J.-M. Tremblay.
- Schaefer, R., Nishi, J. M., Grohmann, M. Z., Löbler, M. L., & Minello, I. F. (2018). Valores pessoais e intenção empreendedora. *Revista Economia & Gestão*, 17(47), 123–141.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Schmidt, S., Bohnenberger, M. C., & Freitas, E. C. (2007). A influência da família na formação empreendedora. *EnANPAD 2007*, 1–15.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting SEM results. *Journal of Educational Research*, 99(6), 323–338.
- Schumpeter, J. A., & Nichol, A. J. (1934). Robinson's economics of imperfect competition. *Journal of Political Economy*, 42(2), 249–259.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship*. Edward Elgar.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). Promise of entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent et al. (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493.
- Siegel, D. S., & Wright, M. (2015). Academic entrepreneurship rethink. *British Journal of Management*, 26(4), 582–595.

- Silva, A., & Nobre, N. (2018). Students' entrepreneurial propensity. *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 7(1).
- Silveira, A., Ferreira, C. C., Silvente, G. A., & Carneiro da Cunha, J. A. (2017). Approaches of entrepreneurial intention. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6(2), 263–290.
- Sousa, L. (2014). Empreendedorismo no ensino superior politécnico. *Egitania Scientia*, 1, 102–127.
- Streiner, D. L. (2003). Coefficient alpha. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), 99–103.
- Tang, W., Cui, Y., & Babenko, O. (2014). Internal consistency. *Journal of Psychology and Behavioral Science*, 2(2), 205–220.
- Teixeira, C. M. M. (2012). *Educação para o empreendedorismo* [Dissertação de mestrado]. Universidade de Coimbra.
- Teruel-Sanchez, R., Briones-Peñalver, A. J., Bernal-Conesa, J. A., & de Nieves-Nieto, C. (2025). Values of the entrepreneur. *Journal of International Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1007/s10843-025-00381-0>
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 669–694.
- Tornikoski, E., & Maalaoui, A. (2019). Critical reflections on TPB. *International Small Business Journal*, 37(5), 536–550.
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. B. (2019). Entrepreneurial activity and economic growth. In *Institutions, Entrepreneurship, and Economic Performance* (pp. 85–106). Springer.

Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). Entrepreneurial activity and national economic growth. *Small Business Economics*, 24, 311–321.

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). Self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.

## Anexos


### Inquérito-Questionário Intenção Empreendedora- QR CODE

P.PORTO ESCOLA SUPERIOR DE SAÚDE

# Questionário sobre INTENÇÃO EMPREENDEDORA dos/as Estudantes do P.Porto

[https://forms.office.com/e/pZJEMDWm1C?  
origin=lprLink](https://forms.office.com/e/pZJEMDWm1C?origin=lprLink)

A ser respondido por cada estudante.



### Inquérito-Questionário Intenção Empreendedora-

## Questionário Intenção Empreendedora\_QIE

Caro participante

O presente questionário, "Intenção empreendedora em estudantes universitários: adaptação e validação de uma escala" foi devidamente autorizada a sua utilização pela autora.

O meu nome é Sandra Nascimento, docente no IPP e a realização deste trabalho de investigação é feito no universo do Politécnico do Porto-IPP.

No contexto de incerteza e mudança rápida de paradigmas, o crescimento económico social passa por atitudes empreendedoras e é crucial identificar as intenções empreendedoras ou a ausência delas, nos estudantes de um qualquer ciclo de estudos (graduados e pós-graduados) do IPP, e ainda, em estudantes da área da saúde com os restantes.

O preenchimento tem uma duração média de 3 minutos.

O inquérito é constituído por 17(dezassete) questões sendo todas de resposta obrigatória com exceção de 1 (uma).

Este questionário respeita totalmente a liberdade de escolha de cada participante. A sua participação é voluntária, existindo a possibilidade de, a qualquer momento, o participante deixá-lo sem qualquer consequência.

Relativamente à proteção dos seus dados, é cumprido o estipulado no Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD), estando assegurada a segurança, proteção, anonimato e confidencialidade de todos os dados facultados pelos participantes, nunca lhe será pedido o preenchimento de dados pessoais.

Os dados são acedidos apenas pela investigadora e permanecerão na plataforma office365 forms até ao encerramento do questionário. O encerramento do questionário será efectuado após a recolha de uma amostra aleatória estratificada de 200 estudantes das diferentes escolas do IPP.

Este inquérito encontra-se alojado no Office365 Forms, sendo assim instalados no sistema informático de quem responde, 22 cookies (vinte e dois), com um prazo de vigência mínimo de um mês e máximo de um ano, um mês e quatro dias. Pode recorrer às ferramentas internas do seu browser para eliminar estes cookies, se assim o desejar.

Caso tenha alguma dúvida, poderá entrar em contacto com a autora a partir do email: [smn@ess.ipp.pt](mailto:smn@ess.ipp.pt)

Agradeço, desde já, a sua participação.  
Muito obrigado pela sua disponibilidade.

\* Obrigatória

1. Sexo \*

- Homem
- Mulher

2. Qual é a sua idade? \*

- entre 18-25
- entre 26-32
- entre 33-40
- entre 41-48
- superior a 48

3. É estudante do Politécnico do Porto? \*

- Sim
- Não



4. É estudante de que ciclo de estudos? \*

- CTeSP
- Licenciatura
- Pós-graduação
- Mestrado
- Outro

5. Qual a sua área de formação? \*

- Artes e Design
- Artes de Espetáculo
- Gestão, Contabilidade, Administração e/ou Solicitadoria
- Engenharias e Tecnologias
- Saúde
- Hotelaria e Turismo
- Outras

6. Está a realizar os seus estudos na área da saúde? \*

Sim

Não

7.

Indique o seu local de nascimento: \*

Portugal

Outros países da união europeia

Fora da união europeia

8. A que grupo sócio económico acha que pertence? \*

Baixo

Médio -Baixo

Médio

Médio- Alto

Alto

9. Tem alguém da sua família que seja ou tenha um negócio próprio? \*

- Sim
- Não

10. Coloque em que medida, numa escala de 1 a 7, a sua intenção de seguir as seguintes trajetórias profissionais. \*

	Nada interessado 1	2	Levemente Interessado 3	4	5	Totalmente Interessado 6	7
I1 criar a sua própria empresa (ser empreendedor)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I2 Desenvolver a sua carreira profissional numa empresa privada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I3 Trabalhar na função pública (ser funcionário do Estado)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
I4 Colaborar com uma organização sem fins lucrativos (por ex ONG)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Criar uma nova empresa (ser empreendedor) para si é... \*

	Totalmente Improvável 1	2	Levemente Provável 3	4	5	Totalmente Provável 6	7
A1-Enfrentar novos desafios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A 2-Criar emprego para outras pessoas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A 3-Ser criativo e inovador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A 4- Ter altos rendimento financeiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A 5-Assumir riscos calculados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A 6- Ser o meu próprio chefe (independência)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Agora deve assinalar até que ponto são desejáveis para Si e na sua vida em geral... \*

	Nada desejável	1	2	Levemente desejável	3	4	5	Totalmente desejável	6	7
B1-Enfrentar novos desafios.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B2-A criação de emprego para outras pessoas.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B 3-A criatividade e inovação.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B 4- Elevados rendimentos económicos.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B5-Assumir riscos calculados.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
B 6- Ser independente(o seu próprio chefe).	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Por favor, indique até que ponto seria capaz de realizar eficazmente as seguintes tarefas: \*

	Totalmente ineficaz	1	2	Levemente eficaz	3	4	5	Totalmente eficaz	6	7
E1- Definir a minha ideia de negócio e a estratégia de uma nova empresa.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E2- Manter sob controlo o processo de criação de uma nova empresa.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E 3- Negociar e manter relações favoráveis com potenciais investidores e bancos.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E 4- Reconhecer oportunidades no mercado para novos produtos e/ou serviços.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E 5- Ter relações com pessoas chave de forma a obter capital para criar uma nova empresa.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
E6- Criar e por em funcionamento uma nova empresa.	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Por favor, pense agora nos seus familiares e amigos próximos. Em que medida estariam de acordo se decidisse ser empreendedor e criar a sua própria empresa? \*

	Nada de acordo 1	2	Levemente de acordo 3	4	5	Totalmente de acordo 6	7
C1-A minha família direta(pai,mãe,irmãs, irmãos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C2-Meus amigos/amigas íntimos/as.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C3-Os meus colegas e as minhas colegas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Como valoriza a opinião destas pessoas relativamente a este assunto? Considero-a... \*

	Nada importante 1	2	Levemente importante 3	4	5	Muito importante 6	7
D1-A da minha família direta(pai,mãe,irmãs, irmãos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D2- A dos meus amigos/amigas íntimos/as.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
D3- A dos meus colegas e as minhas colegas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Por favor, assinalo o grau de intenção de levar a cabo as ações das seguintes afirmações: \*

	Nada 1	2	Levemente 3	4	5	Totalmente 6	7
F1-É muito provável que consiga criar uma empresa um dia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F2-Estou disposto/a a esforçar-me no que seja necessário para ser empresário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F3- Tenho sérias dúvidas se algum dia chegarei a criar uma empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
F4-Estou decidido/a a criar uma empresa no futuro.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Se decidisse criar a sua própria empresa, fazia-o principalmente por: \*

F5-O meu objectivo profissional é ser empresário/a.	2	3	4	5	6	7	8	9	10
tiva									
								Aproveitar uma oportunidade de negócio	

Este conteúdo não foi criado nem é aprovado pela Microsoft. Os dados que submeter serão enviados para o proprietário do formulário.

**P.PORTO**

ESCOLA  
SUPERIOR  
DE SAÚDE



**M**

**MESTRADO EM GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES**

RAMO: GESTÃO DE UNIDADES DE SAÚDE