

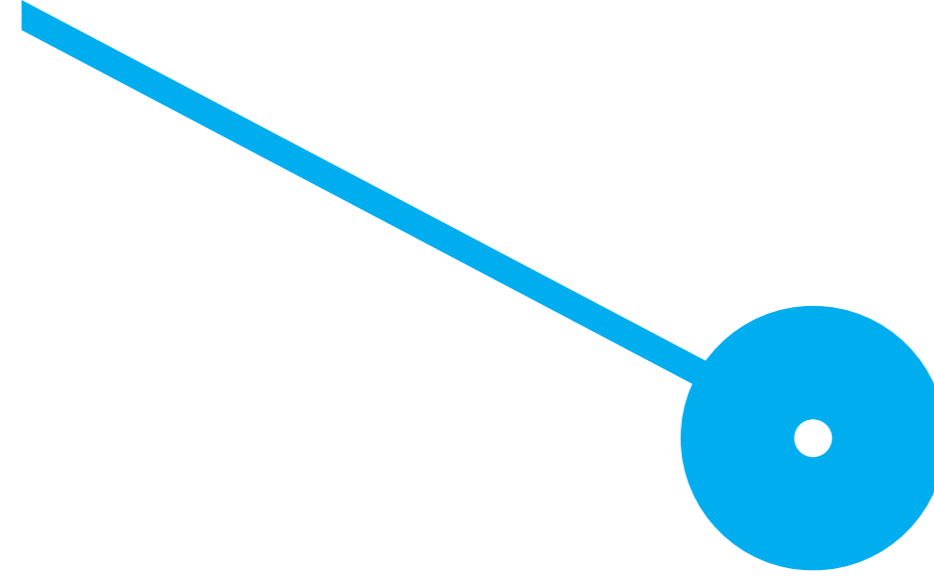
Intenção Empreendedora
Internacional e Cognição: um
estudo exploratório entre
potenciais empreendedores
David João da Cunha Gomes

10/2020

David João da Cunha Gomes - Intenção Empreendedora
Internacional e Cognição: um estudo exploratório entre
potenciais empreendedores

Intenção Empreendedora
Internacional e Cognição: um
estudo exploratório entre
potenciais empreendedores
David João da Cunha Gomes

10/2020





—
MESTRADO

GESTÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

Intenção Empreendedora Internacional e Cognição: um estudo exploratório entre potenciais empreendedores

David João da Cunha Gomes
Miguel González-Loureiro
Bozidar Vlacic

Nota Biográfica

David João da Cunha Gomes nasceu a 27 de Fevereiro de 1993, em Guimarães. No ano letivo de 2016/2017 concluiu a Licenciatura em Ciências Empresariais no IPP – Instituto Politécnico do Porto – Escola Superior de Tecnologia e Gestão. No último ano curricular da Licenciatura, ingressou simultaneamente no primeiro ano curricular do Mestrado, devido à necessidade de expandir a sua formação académica e o conhecimento no âmbito da Gestão de Empresas, de forma a ficar preparado para o mercado laboral e os desafios constantes e exigentes inerentes a esta área.

Agradecimentos

Foram dois anos de trabalho, dedicação e complicações. Decidi terminar a dissertação porque se tratava de um objetivo pessoal que não poderia de maneira nenhuma não ser atingido. Mas devo muito a várias pessoas que me ajudaram durante este percurso.

Agradeço aos meus orientadores, o Prof. Dr. Miguel González-Loureiro e o Prof. Dr. Bozidar Vlacic. Apesar de estarem longe, estiveram sempre disponíveis. Tiraram-me dúvidas, estimularam a minha aprendizagem e capacidade de trabalho, mas acima de tudo confiaram em mim e nunca desistiram. Um agradecimento também ao Prof. Dr. Vítor Braga, que foi sempre prestável e preocupado em estabelecer o elo de ligação com os orientadores.

Deixo um agradecimento aos meus amigos pelos momentos de descontração, à minha família, pais e irmão, em especial à minha mãe. Sempre me motivou a continuar e transmitiu uma mensagem de encorajamento em todo o processo. Agradeço, também, à Gualter Osorio & Ca, Lda por facilitar nos horários sempre que foi necessário.

Por fim, um agradecimento especial à Sara. Sempre que precisei, esteve lá. Apoiou, foi exigente quando foi necessário, mas acima de tudo, esteve sempre lá com dedicação e carinho.

A todos que me ajudaram neste percurso de formação académica, o meu sincero obrigado!

Resumo

Com o aumento da competitividade e exigência do ambiente empresarial internacional, torna-se necessário ter um maior conhecimento de quais as motivações/impedimentos que os alunos do Ensino Superior encontram para empreender o seu negócio e, especificamente, para que o projeto tenha carácter internacional.

Neste sentido, a investigação tem por objetivo aprofundar o conhecimento dos aspetos concretos da TCP – Teoria do Comportamento Planeado de Ajzen (1991) que mais influenciam na IEI – Intenção Empreendedora Internacional e ampliar o modelo estudado mediante a consideração da influência dos Sistemas Cognitivos nessa mesma intenção.

A componente cognitiva tem-se revelado fundamental no estudo do empreendedorismo. O estudo da forma como o uso ponderado de ambos o sistema cognitivo do indivíduo facilita ou inibe a sua capacidade ou intenção de empreender e enfrentar os diferentes desafios de todo o processo de empreendedorismo tem ganho relevância ao longo do tempo. Este estudo exploratório junta todas essas componentes e é realizado entre potenciais empreendedores.

A análise quantitativa efetuada tem por base os resultados do inquérito focado na vertente internacional do empreendedorismo, efetuado a 70 estudantes de Licenciaturas e Mestrados da Área de Gestão de várias escolas do IPP-Instituto Politécnico do Porto.

Os resultados mostram a baixa intenção empreendedora internacional dos alunos e a preferência pelo uso do Sistema-C. Provam as relações referidas pela TCP e analisam a influência dos sistemas cognitivos nos antecedentes da intenção.

Os resultados estão de acordo com os estudos efetuados nesta área e provam que a inclusão da componente cognitiva adiciona informação significativa para a explicação da variabilidade da IEI.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Empreendedorismo Internacional, Intenção empreendedora internacional, Teoria do Comportamento Planeado, Sistemas cognitivos, Ensino Superior.

Abstract

With the increasing competitiveness and demand of the international business environment, it becomes necessary to have a greater knowledge of what are the motivations / impediments that higher education students need to undertake their business and, specifically, so that the project has an international character.

In this sense, this research aims to deepen the knowledge of the concrete aspects of the Ajzen (1991) TPB - Theory of Planned Behavior that most influence the IEI - International Entrepreneurial Intention and expand the model studied by considering the influence of Cognitive Systems in that same intention.

The cognitive component has proved to be fundamental in the study of entrepreneurship. The study of how the weighted use of both cognitive systems facilitates or inhibits his ability or intention to undertake and face the different challenges of the whole process of entrepreneurship has gained relevance over time. This exploratory study brings all these components together, and is carried out among potential entrepreneurs.

The quantitative analysis carried out is based on the results of the survey focused on the international aspect of entrepreneurship carried out on 70 university students with Bachelor's and Master's degrees in the Management Area of several schools of the IPP-Instituto Politécnico do Porto.

Results show the low international entrepreneurial intention of students and the preference for using the C-System. Prove the relationships referred to by TPB, and analyze the influence of cognitive systems on the antecedents of intention.

Results are in line with the studies carried out in this area and prove that the inclusion of the cognitive component adds significant information to explain the variability of the IEI.

Keywords: Entrepreneurship, International Entrepreneurship, International Entrepreneurial Intention, Theory of Planned Behavior, Cognitive systems, University students

Índice de Conteúdos

Nota Biográfica.....	I
Agradecimentos.....	II
Resumo.....	III
Abstract.....	IV
Índice de Tabelas.....	VII
Índice de Figuras.....	VII
Índice de Abreviaturas.....	VIII
1. Introdução.....	1
2. Revisão da Literatura.....	3
2.1 Empreendedorismo.....	3
2.1.1 Perceção de Oportunidade.....	5
2.1.2 Empreendedorismo Internacional.....	7
2.1.3 Internacionalização.....	9
2.2 Teoria do Comportamento Planeado (TCP).....	11
2.2.1 Antecedentes da Intenção.....	13
2.2.2 Crenças.....	14
2.2.3 Intenção Empreendedora.....	15
2.2.4 Revisão da Literatura no âmbito da Intenção Empreendedora dos alunos do Ensino Superior.....	16
2.3 Cognição Empreendedora.....	19
2.3.1 Cognição.....	20
2.3.2 Estilos Cognitivos.....	21
2.3.3 Cognição Empreendedora.....	25
2.3.4 Intuição Empreendedora.....	27
2.3.5 Perspetiva comportamental e cognitiva da Internacionalização.....	30
3. Metodologia.....	32
3.1 Principais Hipóteses e Modelo Teórico.....	32

3.1.1 O Impacto do raciocínio cognitivo na ARC.....	33
3.1.2 O Impacto do raciocínio cognitivo nas NSP	34
3.1.3. O Impacto do raciocínio cognitivo na CCP	35
3.1.4. Influência puramente mediadora dos Sistemas Cognitivos na IEI através da ARC, NSP e CCP	36
3.2. Amostra e Variáveis	38
3.3. Instrumento e procedimento de recolha de dados: Inquérito.....	44
3.4. Adequabilidade de Dados	45
4. Resultados.....	46
4.1. Análise Fatorial.....	48
4.2. Adequabilidade de dados, modelo interno e modelo externo.....	49
4.3. Framework e comparação de resultados	50
4.4. Efeitos totais, diretos e indiretos.....	54
4.5. Análise das Hipóteses propostas.....	55
5. Conclusões, limitações e futuras investigações	57
5.1. Conclusões.....	57
5.2. Limitações.....	60
5.3. Futuras Investigações.....	61
Referências	62
Anexos.....	73

Índice de Tabelas

Tabela 1– Definições de Sistema Intuitivo e Sistema Analítico.....	23
Tabela 2 – Dados da Amostra.....	38
Tabela 3 – Itens usados para medir ARC.....	39
Tabela 4 – Itens usados para medir NSP.....	40
Tabela 5– Itens usados para medir CCP.....	41
Tabela 6– Itens usados para medir IEI.....	42
Tabela 7 – Itens usados para medir IEC.....	43
Tabela 8 – Adequação dos dados, avaliação do modelo externo e validade discriminante.....	45
Tabela 9 – Análise Fatorial Confirmatória.....	48
Tabela 10– Estatística descritiva e Matriz de correlação.....	49
Tabela 11– Resultados da Análise de Regressão.....	50
Tabela 12– Resultados de vários estudos.....	51
Tabela 13– Efeitos totais, diretos e indiretos.....	54

Índice de Figuras

Figura 1– Teoria do Comportamento Planeado (Ajzen,1991).....	12
Figura 2– Tipos de Estilos Cognitivos.....	24
Figura 3 – Modelo TCP.....	37
Figura 4 – Processo estatístico para a construção do modelo.....	47
Figura 5 – Análise do Caminho.....	53

Índice de Abreviaturas

TCP – Teoria do Comportamento Planeado

ARC – Atitude em Relação ao Comportamento

NSP – Normas Sociais Percebidas

CCP – Controlo Comportamental Percebido

EUA – Estados Unidos da América

IEI – Intenção Empreendedora Internacional

IE – Intenção Empreendedora

ESTG – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

IPP – Instituto Politécnico do Porto

P.e – Por exemplo

PLS-SEM – Partial Least Squares Structural Equation Modeling

CR – Composite Reliability

AVE – Average Variance Extracted

HTMT – Heterotrait-Monotrait (rácio de correlações)

H – Hipótese de Investigação

1. Introdução

O empreendedorismo é um pilar da economia atual e da sua dinâmica, assim como a intenção empreendedora dos agentes envolvidos em todo o ecossistema empresarial. A área de estudo do empreendedorismo foi definida por Shane e Venkataraman (2000), sendo o exame científico de como, por quem, e com que efeitos as oportunidades para criar bens e serviços futuros são descobertas, avaliadas e exploradas.

Seja qual for o processo de empreendedorismo, é fulcral o papel do empreendedor, assim como toda a sua componente cognitiva. O estilo cognitivo, segundo Kickul, Gundry, Barbosa, & Simms (2010), intuitivo ou analítico, influenciando o tipo de abordagem e decisão do indivíduo, poderá afetar conseqüentemente o processo de decisão estratégico da organização em que ele está envolvido. De acordo com a perspectiva da cognição de Acedo e Florin (2006) na internacionalização, as decisões dependem da compreensão de como os empreendedores percebem as oportunidades de internacionalização.

O estudo exploratório foca-se apenas na variante do empreendedorismo internacional que pode ser caracterizado como a descoberta, promulgação, avaliação e exploração de oportunidades – além das fronteiras nacionais – para criar futuramente bens e serviços (Oviatt and McDougall, 2005). De realçar, que a internacionalização trata-se de um dos principais aspetos do comportamento estratégico de uma empresa (Suarez & Mesa, 2012).

Num mundo empresarial cada vez mais exigente, essa mesma intenção empreendedora de iniciativa pessoal, a busca pela melhoria contínua e a proatividade podem-se tornar características diferenciadoras da concorrência e fatores relevantes no sucesso empresarial. Os autores Frese & Fay (2001) defendem empiricamente que a iniciativa pessoal está correlacionada com o sucesso empresarial, tal como com a intenção empresarial – um conceito usado na pesquisa do empreendedorismo que inclui alta intenção de autonomia, agressividade competitiva, risco, proatividade e inovação, o que se mostrou relacionado com o sucesso empresarial em vários estudos.

A intenção empreendedora será estudada ao abrigo da Teoria do Comportamento Planeado – TCP de Ajzen (1987, 1991), intenção essa, que no mercado de trabalho pode ser um fator impulsor para o processo de internacionalização de uma empresa.

Pode-se definir como contributo inovador deste estudo a inclusão de aspetos cognitivos e a teoria do Processo Dual, que explica como os indivíduos tomam decisões na análise da intenção empreendedora internacional dos alunos de Gestão do Ensino Superior.

Para Andersson (2000), o processo de internacionalização resulta da ação empreendedora de um indivíduo. Este estudo selecionou potenciais empreendedores, tendo em conta que a sua intenção empreendedora poderá ser fundamental para o sucesso da empresa a que pertençam ou na criação de uma. Espera-se aprofundar o conhecimento analisando até que ponto os aspetos cognitivos influenciam na sua intenção de empreender internacionalmente no âmbito da TCP.

O presente estudo tem como objetivos principais:

- I. Revisão da literatura da interseção entre os temas empreendedorismo internacional e cognição empreendedora;
- II. Aprofundamento do conhecimento dos aspetos concretos da TCP que mais influenciam na intenção empreendedora internacional e análise da influência dos sistemas cognitivos;
- III. Comparação dos resultados com investigações anteriores a potenciais empreendedores.

O estudo será suportado por uma investigação empírica que consiste na seleção de uma amostra aleatória de estudantes de Licenciaturas e Mestrados da área da Gestão das várias escolas do IPP. Este estudo terá por base a realização de um inquérito focado na vertente internacional do empreendedorismo e posterior análise dos dados através do software SmartPLS v3.

A presente dissertação divide-se em cinco secções. A primeira é relativa à introdução e aos objetivos do estudo. A segunda apresenta a revisão da literatura, onde são desenvolvidos os vários temas em análise e as ligações entre eles. A terceira, é relativa à metodologia do estudo, onde são apresentadas as principais hipóteses de investigação, o modelo teórico e o inquérito. É explicado de que forma modelamos através de um sistema de equações estruturais usando o método "Partial Least Squares". Na quarta secção, são apresentados os resultados e a análise das hipóteses propostas. Na quinta secção, as conclusões, limitações ao estudo e possíveis investigações a desenvolver sobre os temas estudados.

2. Revisão da Literatura

2.1 Empreendedorismo

Entende-se por empreendedorismo, o processo de iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, assim como o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto (seja ele técnico, científico ou empresarial) (Lee & Peterson, 2000). É definido como “a descoberta, avaliação e exploração de futuros bens e serviços” (Eckhardt & Shane, 2003). E segundo (Schumpeter, 1934), empreendedor é a pessoa capaz de converter uma nova ideia ou invenção numa inovação de sucesso.

Um empreendedor é definido por Baron & Ward (2004), como um indivíduo que reconhece ou descobre uma oportunidade de criar algo (por exemplo, um novo produto ou serviço, novo mercado, nova produção ou matéria-prima ou nova maneira de organizar as tecnologias existentes) e, em seguida, usa vários meios para explorar ou desenvolver esta oportunidade.

O empreendedorismo é a “sala de máquinas” da economia (Mitchell, 2005). O seu papel cada vez mais fulcral no ecossistema empresarial, torna-o um conceito a ter em conta por todos os empresários e estudantes de Gestão. Cada vez mais, o empreendedorismo ganha um papel fulcral e torna-se um fator significativo para o crescimento e desenvolvimento socioeconômico, uma vez que fornece milhões de oportunidades de emprego, oferece uma variedade de bens e serviços de consumo e geralmente, aumenta a prosperidade nacional e a competitividade (Lee & Peterson, 2000).

O processo de empreendedorismo consiste em três etapas pontuadas por episódios de tomada de decisão em momentos cruciais:

- a) Reconhecimento de oportunidade (Baron, 2006);
- b) Avaliação de oportunidades (Keh, Foo, & Lim, 2002);
- c) Exploração de oportunidades (Shane e Venkataraman, 2000).

Segundo Sadler-Smith (2016), na primeira etapa os empreendedores precisam de conhecimento prévio suficiente para poder combinar ideias existentes de maneiras novas e criativas na descoberta de novas oportunidades. Na segunda, os empreendedores precisam dos recursos cognitivos e afetivos para poder avaliar a viabilidade e o potencial de criação de valor de uma oportunidade descoberta. Por fim, os empreendedores devem ter habilidades motivacionais, cognitivas e sociais, habilidades e recursos para conseguir explorar novas descobertas viáveis.

O processo de tomada de decisão de internacionalizar é complexo e repleto de incertezas e riscos (Vlacic, González-Loureiro & Eduardsen, 2019).

Quase todas as teorias económicas de empreendedorismo são teorias da firma. As teorias da firma tendem a desvalorizar o papel do empreendedor, ou seja, da pessoa “que faz acontecer”. Sarasvathy (2004), tenta explicar o empreendedorismo com a existência/sobrevivência da empresa ou com a performance da empresa. A literatura que se foca no aspeto psicológico do empreendedor, relaciona as suas variáveis (atributos, comportamento, cognição...) com a existência, sobrevivência e performance da empresa, ao invés da realização das aspirações e objetivos individuais do empreendedor. O mesmo autor enumera 3 razões para que se altere o foco no estudo do empreendedorismo:

- a) As teorias da firma tendem a não distinguir a empresa do empreendedor;
- b) As teorias da firma tendem a assumir a homogeneidade dos objetivos do empreendedor;
- c) As teorias da firma tendem a basear-se em suposições de oportunismo tanto no nível de análise individual como da empresa.

O autor conclui que “As teorias da firma dominam na educação atual, mas são inadequadas na função de informar e perceber o empreendedorismo da maneira como uma análise cognitiva baseada na ciência permite.”

Opinião corroborada por (Baron & Ward, 2004) que afirma que usamos o termo sucesso empresarial num sentido muito geral, para referir várias medidas amplamente aceites como sucesso empreendedor tais como, medidas de sobrevivência, crescimento e lucratividade de novos empreendimentos.

Os empreendedores operam em ambientes caracterizados por altos níveis de risco, pressão de tempo, intenso compromisso pessoal e profundo envolvimento emocional (Baron 2008). Segundo (Grégoire, Corbett, & McMullen, 2011) é provável que a ação empreendedora seja motivada por mais do que retornos financeiros, sendo possível que normas socioculturais ou sistemas de crenças complementem ou suplementem incentivos económicos para moldar a quantidade e o tipo de empreendedorismo visto pelos indivíduos nas organizações ou países.

Inerente ao processo de empreendedorismo, analisa-se a iniciativa pessoal. Trata-se de um comportamento de trabalho caracterizado por uma natureza auto-iniciante, uma abordagem proativa e pela persistência na superação de dificuldades que surgem (Frese & Fay, 2001). Pode-se dizer, que se distingue de uma abordagem mais passiva, caracterizada pelo comodismo e falta de resiliência.

A componente cognitiva tem revelado cada vez mais um papel fundamental quanto ao estudo do empreendedorismo. O estudo da forma como o estilo cognitivo do indivíduo facilita ou inibe a sua capacidade ou intenção de empreender, tem ganho relevância ao longo do tempo. O estudo de Kickul, Gundry, Barbosa, & Simms (2010), mede dois estilos cognitivos (intuitivo e analítico) e os resultados indicaram que as intenções intuitivas dos estudantes em relação ao empreendedorismo são mais bem explicadas pelas suas crenças de auto-eficácia na fase de identificação da oportunidade no processo de empreender. As intenções dos estudantes analíticos em relação ao empreendedorismo dependem mais fortemente das suas crenças de auto-eficácia em relação ao planeamento, triagem de recursos e etapas de implementação do processo de empreender. O estudo da vertente cognitiva do empreendedorismo pode resultar em melhores medidas e estratégias que se possam aplicar.

Segundo Grégoire, Corbett, & McMullen (2011), o empreendedorismo fornece importantes benefícios socioeconômicos e o conhecimento dos efeitos que determinados fatores cognitivos e dinâmicas têm sobre o empreendedorismo permite a elaboração de políticas relevantes, práticas de consultoria e / ou estratégias educacionais.

Nos próximos sub-capítulos são apresentadas três temáticas do âmbito do empreendedorismo – a perceção de oportunidade, o empreendedorismo internacional e a internacionalização.

2.1.1 Perceção de Oportunidade

Não há empreendedorismo se não houver uma oportunidade (Short et al. 2010), e a perceção dessa mesma oportunidade é um passo fundamental do ato de empreender.

Os empresários devem ter as habilidades e recursos motivacionais, cognitivos e sociais para ter capacidade de explorar novas descobertas viáveis. Uma implicação subjacente é que um empreendedor eficaz deve ser capaz de não apenas perceber (ou seja, reconhecer) aquelas oportunidades que têm valor comercial potencial, mas também discriminar (ou seja, avaliar) entre aquelas oportunidades que têm um valor potencial que vale a pena investir e aquelas que não têm (Sadler-Smith, 2016).

Jose Oyson & Whittaker (2015), distinguem dois tipos de oportunidades: as baseadas no conhecimento, que são também impulsionadas pela lógica e razão e as baseadas na imaginação, que são impulsionadas pelas emoções e crenças.

A descoberta de oportunidade, é apenas um processo cognitivo que pode envolver processos mentais como o reconhecimento, percepção, identificação, conhecimento e imaginação (Jose Oyson & Whittaker, 2015). Quando a oportunidade se apresenta, os empreendedores precisam de usar o processamento intuitivo (devido à alta incerteza, pressão de tempo ou envolvimento emocional profundo) (Baron, 2008) e o raciocínio analítico (porque precisam de justificar decisões a investidores, parceiros ou funcionários) (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015).

O reconhecimento de oportunidades é frequentemente visto como um aspeto central do empreendedorismo e da cognição empresarial (Baron & Ward, 2004). Reconhecimento esse, que pode envolver a percepção de conexões entre mudanças aparentemente não relacionadas em fatores tecnológicos, económicos, políticos e sociais – uma espécie de reconhecimento de padrões. Para perceber tais elos, os indivíduos devem possuir estruturas de conhecimento que lhes permitam fazê-lo (Markman & Baron, 2003).

Há a possibilidade também, segundo Jose Oyson & Whittaker (2015), da descoberta da oportunidade ser espontânea e não planeada. Em alguns casos, os empreendedores não estavam deliberadamente à procura de descobrir oportunidades, mas depararam-se com elas sem planeamento ou intenção. Segundo o mesmo autor, relativamente às oportunidades internacionais, a imaginação pode desempenhar um papel importante, a descoberta de oportunidades internacionais pela imaginação difere da descoberta baseada no conhecimento de várias maneiras. Empreendedores que imaginam oportunidades internacionais, criam mentalmente as peças e elementos que faltam nas oportunidades. De acordo com o estudo de Shane (2000) feito a 8 empreendedores que descobriram oportunidades empreendedoras, o conhecimento prévio de um mercado específico aumenta a probabilidade de descobrir uma oportunidade nesse mercado. Todavia, para os empreendedores que imaginam as oportunidades, não são as informações sobre as mesmas que são fundamentais, mas sim as imagens mentais que eles são capazes de criar. Aspirações, sonhos e ganhos potenciais (não necessariamente financeiros ou económicos) são cruciais (Jose Oyson & Whittaker, 2015).

Para Jose Oyson & Whittaker (2015), caracterizar a descoberta de uma oportunidade como uma escalada de uma montanha pode ser impreciso porque a descoberta pode preceder a escalada. O autor distingue duas definições cruciais no âmbito da percepção de oportunidades: uma oportunidade descoberta e uma oportunidade criada. Segundo o mesmo autor, para explorar e

internacionalizar uma oportunidade descoberta, têm de a transformar numa oportunidade empreendedora concreta. A descoberta pode ser um processo cognitivo espontâneo e não planeado, mas a criação trata-se de um processo intencional e deliberado que envolve ação cognitiva e empreendedora. O aspeto cognitivo da criação envolve reunir mentalmente os três elementos da oportunidade empreendedora: clientes, produtos e recursos, enquanto a ação empreendedora pode implicar conhecer potenciais clientes, fazer chamadas, estabelecer contatos, interagir com clientes ou discutir opções de colaboração com potenciais parceiros internacionais. Ação empreendedora que (Addleson, 1995) afirma tratar-se do “resultado da superação da paralisia causada pela incerteza que precede o ato empreendedor”. As decisões são muitas vezes uma função da experiência e dependem fortemente do comportamento passado pelo empreendedor.

De um modo geral, uma perspetiva de “conectar os pontos” no reconhecimento de oportunidades é bastante otimista: sugere que os empreendedores possam aprender, por meio de treino apropriado, a ser mais hábeis nessa tarefa (Baron, 2006).

2.1.2 Empreendedorismo Internacional

O aceleração da descoberta, avaliação, criação e exploração de oportunidades internacionais pelas empresas estudadas, especialmente no segundo milénio, sugere uma mudança acentuada do ambiente internacional atual. Esta dinâmica atual resulta da ubiquidade da Internet, baixos custos de transporte, globalização, liberalização económica e cadeias de valor globais (Jose Oyson & Whittaker, 2015), contrastando com o ambiente internacional das décadas anteriores, caracterizado por grandes barreiras, elevados custos de transporte, tecnologias antiquadas e comunicação lenta.

O estudo do processo de empreender internacionalmente agrega vários termos e dinâmicas que se foram alterando ao longo do tempo juntamente com as mudanças no panorama empresarial global. Segundo Zahra & George (2002), o termo “empreendedorismo internacional” apareceu primeiro num artigo de Morrow (1988), onde destacava os recentes avanços tecnológicos e consciência cultural que parecia abrir mercados estrangeiros antes inexplorados para novos empreendimentos.

Os autores – Zahra and George (2002, p. 261) propuseram o empreendedorismo internacional (EI) como o processo de descobrir e explorar criativamente oportunidades que estão fora dos mercados domésticos de uma empresa na busca de vantagens competitivas.

Nas últimas duas décadas, o empreendedorismo internacional foi conceitualizado como uma atividade focada em oportunidades (Oviatt e McDougall, 2005). Cada vez mais, as empresas olham para os mercados internacionais como uma forma de reduzir a sua dependência dos mercados domésticos (Musteen & Ahsan, 2013) e é importante entender o que lhes permite aventurarem-se nos mercados estrangeiros (Dai, Maksimov, Gilbert, & Fernhaber, 2014).

O estudo de Jose Oyson & Whittaker (2015), deu origem a várias conclusões no âmbito das oportunidades internacionais antecedentes ao empreendedorismo internacional. De acordo com o autor, o caso de estudo demonstra que a descoberta de oportunidades internacionais é baseada maioritariamente no conhecimento do empreendedor de oportunidades internacionais, que foi adquirido através das suas redes de contactos, conhecimento dos mercados estrangeiros e consultas/questões/solicitações aos clientes e distribuidores estrangeiros. Esta conclusão, demonstra o papel crucial das redes de contactos. Mainela, Puhakka, & Sipola (2018), referem que as oportunidades não são apenas uma questão da construção cognitiva do indivíduo, mas também da capacidade da comunidade manter crenças coletivas de oportunidades que direcionem a atividade do empreendedorismo internacional. Assim como Johanson J, Vahlne JE (2009), que reconhecem que fazer parte de uma rede eficaz e conhecimento prévio pode acelerar muito o processo de empreendedorismo internacional.

Segundo Butler, Doktor, & Lins (2010), uma questão-chave no âmbito da oportunidade internacional é perceber a razão pela qual os indivíduos nos países de origem não são os que agem sobre essas oportunidades, cuja lógica sugere que eles estão mais bem posicionados. Esta questão é especialmente importante porque a pesquisa indica que as empresas locais geralmente têm níveis mais altos de desempenho do que as empresas estrangeiras.

Assim, quando os habitantes locais começam a imitar a empresa estrangeira, podem de facto ter níveis mais altos de desempenho. Esta performance deve-se a um fator preponderante – custos associados a processos judiciais mais baixos (Mezias, 2002). Isso significa, que embora seja possível que uma empresa local e uma empresa estrangeira notem uma oportunidade específica ao mesmo tempo, o local pode não agir por medo de fracassar (Shepherd, 2003) e devido ao estigma associado a essa falha em certas culturas (Begley & Tan, 2001). Contudo, a descoberta ao acaso e a imaginação podem também desempenhar um papel importante na descoberta de oportunidades internacionais.

De acordo com Butler & Doktor (2010), a criatividade é a característica do empreendedor que integra e otimiza os processos cognitivos para produzir sucesso, razão pela qual desempenha um papel importante no apoio ao empreendedorismo internacional. O empreendedor internacional de sucesso, segundo Shepherd, D (2003), "(...) age em grande parte, em função da criatividade em gerar ideias, inteligência analítica na avaliação da qualidade dessas ideias, inteligência prática na implementação das mesmas e persuasão dos outros a valorizar e seguir as suas ideias."

2.1.3 Internacionalização

Vlacic et al. (2019) defendem que o padrão de internacionalização em evolução das PME's, define-se pelas decisões sobre o modo de entrada na internacionalização (Schellenberg, Harker, & Jafari, 2017), o momento da internacionalização (Zucchella, Palamara, & Denicolai, 2007) e a seleção do mercado externo (Morschett, Swobodac, & Schramm-Klein, 2010). Segundo Puig, González-Loureiro, & Ghauri (2014), o processo que o gestor segue para tomar essas decisões pode mudar ao longo do tempo à luz da experiência adquirida durante o processo ou dependendo das mudanças contextuais. Quando o empreendimento inicia o seu padrão de internacionalização, é difícil mudar e essa escolha geralmente traduz-se na diferença entre o sucesso e o fracasso de uma empresa ao internacionalizar.

Para Andersson (2000), o empreendedor é a peça fundamental do processo de internacionalização, visto que não seria suficiente dispor de recursos e oportunidades, se a internacionalização não fosse desejada e realizada por pessoas com comportamento empreendedor.

Os motivos da internacionalização também são relevantes. De acordo com os princípios da teoria da perspectiva de Kahneman e Tversky (1979), os gestores que tomam as decisões tendem a adotar um comportamento mais arriscado para evitar perdas potenciais ao invés de aproveitar os ganhos potenciais. Se o gestor decidir internacionalizar devido à estagnação do mercado interno, a decisão incluirá preponderantemente opções de sobrevivência. Essa será uma situação para evitar possíveis perdas, o que implicará a aceitação de decisões mais arriscadas. Por outro lado, se o gestor procurar expandir as suas atividades internacionalmente para aproveitar vantagens específicas da empresa, a organização tenderá a avaliar opções menos arriscadas. Esta é uma decisão que envolve a busca de ganhos potenciais.

A escola do processo de internacionalização oferece o modelo de Uppsala como a teoria mais saliente nas últimas décadas. Com base nos seus estudos com empresas suecas, Johanson & Vahlne (1977) mostraram que as atividades iniciais de internacionalização eram direcionadas a mercados fisicamente perto e utilizavam os modos de entrada com menos comprometimento, como a exportação. Explicaram que as empresas aprendem e aumentam o seu conhecimento do mercado externo ao longo do tempo, principalmente através da experiência e só então, comprometem-se mais e expandem para mercados mais distantes do ponto de vista psíquico.

O modelo de Uppsala considera que quem toma a decisão de internacionalização apresenta aversão ao risco ao abordar novos mercados internacionais. Essa aversão ao risco é afetada pelas lacunas relativamente à concorrência estrangeira, de terceirização, pela distância cultural e psíquica entre o país doméstico e o estrangeiro, bem como pela incerteza e conhecimento do mercado externo, que finalmente determina a escolha de um compromisso gradual dos mercados internacionais como a opção menos arriscada (Johanson & Vahlne, 1977; 2009).

Porém, nem toda a internacionalização é do tipo tradicional. No ambiente atual, existe muita integração regional e global do comércio e da produção e a aceleração das mudanças tecnológicas possibilitam e facilitam uma internacionalização mais rápida, conhecidas na literatura frequentemente por *Born Globals* (McDougall, Oviatt, & Shrader, 2003).

Segundo McDougall, Shane & Oviatt (1994), estas empresas saltam etapas incrementais e / ou são internacionais praticamente desde início, detendo certos ativos valiosos, usam alianças e redes de contactos para controlar uma percentagem relativamente grande de ativos vitais e têm recursos exclusivos que garantem uma vantagem sustentável que é transferível para um local estrangeiro. A adoção de padrões de internacionalização acelerados ou precoces implica uma atitude mais empreendedora, mais inclinada a aceitar o que a maioria qualificaria como altos níveis de risco percebido (Cesinger, Fink, Madsen, & Kraus, 2012).

Na perspectiva de Forsgren & Björkman (2000), a internacionalização explica-se pelos laços cognitivos e sociais que se formam entre os atores que mantêm relacionamentos dos negócios, relacionamentos específicos com atores envolvidos no processo de internacionalização e não apenas através dos fatores económicos. Os relacionamentos são usados pelas empresas como pontes para entrada noutros mercados. Opinião apoiada por Georgiou, Freeman & Edwards (2005), que afirmam que a rede de contatos influencia o empreendedorismo internacional das empresas e consequente internacionalização, especialmente nas micro e pequenas empresas, tendo em conta a sua limitação de recursos e conhecimento para iniciar um processo de internacionalização.

Sendo o estudo relativo a potenciais empreendedores, interessa elaborar um quadro geral do tema do empreendedorismo internacional e da sua importância num processo de internacionalização, no âmbito dos seus decisores e intervenientes principais – os empreendedores. Como é referido por Andersen (1997), as teorias sobre a internacionalização não respondem a todas as perguntas necessárias para um bom entendimento do processo, já que a internacionalização é um movimento complexo e muitos outros fatores devem ser incluídos para ampliar a compreensão sobre ele. Dessa forma, o autor salienta a figura do empreendedor como imprescindível dentro do processo de internacionalização. Para ele, nem os processos de estratégia, nem os de internacionalização começariam sem que o empreendedor agisse.

2.2 Teoria do Comportamento Planeado (TCP)

A intenção empreendedora será estudada ao abrigo da Teoria do Comportamento Planeado (TCP) de Ajzen (1991). A TCP foi desenvolvida com a pretensão de prever e explicar o comportamento humano em contextos particulares (Ajzen 1991). Segundo Carsrud & Krueger (1993) este modelo (Figura 1) foi formulado com base na premissa de que o ser humano é um ser racional e que faz uso sistemático da informação disponível aquando da tomada de decisão relativa à execução ou não de determinado comportamento.

De acordo com Ajzen (1991), um fator central na TCP é a intenção do indivíduo de executar um determinado comportamento. Supõe-se que as intenções capturam os fatores motivacionais que influenciam um comportamento, são indicações de quanto as pessoas estão dispostas a tentar, de quanto esforço planeiam fazer para realizar o comportamento. Como regra geral, quanto mais forte a intenção de se envolver num comportamento, mais provável deve ser o desempenho do mesmo.

Ajzen (1991) refere que os traços de personalidade estão implicados no comportamento humano, mas a sua influência em ações e situações específicas é largamente atenuada pela presença de outros fatores. A teoria do comportamento planeado apresenta três determinantes conceptualmente independentes da intenção (antecedentes da intenção): atitude em relação ao comportamento (ARC), normas sociais percebidas (NSP) e controlo comportamental percebido (CCP).

A TCP postula que o comportamento é uma função de informações ou crenças relevantes para o comportamento. Sendo assim, são distinguidos três tipos de crenças salientes: crenças comportamentais que supostamente influenciam atitudes em relação ao comportamento, crenças normativas que constituem os determinantes subjacentes às normas subjetivas e crenças de controlo que fornecem a base para percepções de controlo comportamental.

De realçar, o fato de Ajzen (1991) assumir que do ponto de vista psicológico, mais interessante do que o controlo real, é a percepção do controlo comportamental e o seu impacto sobre intenções e ações. Nesse sentido, o construto CCP desempenha um papel importante na teoria do comportamento planeado, sendo que se refere à percepção das pessoas da facilidade ou dificuldade de executar o comportamento. Opinião corroborada por Armitage & Connor (2001), que concluíram que o CCP pode influenciar tanto a intenção como o comportamento.

De acordo com a TCP, o Controlo Comportamental Percebido, juntamente com a intenção comportamental, pode ser usado diretamente para prever a realização comportamental. Mantendo a intenção constante, o esforço despendido para realizar um comportamento de forma bem-sucedida provavelmente aumentará com o Controlo Comportamental Percebido. Por exemplo, mesmo que dois indivíduos tenham intenções igualmente fortes de aprender a esquiar e ambos tentem fazê-lo, a pessoa que está confiante de que pode dominar essa atividade tem mais chances do que a pessoa que duvida da sua capacidade.” (Ajzen, 1991, pag.184).

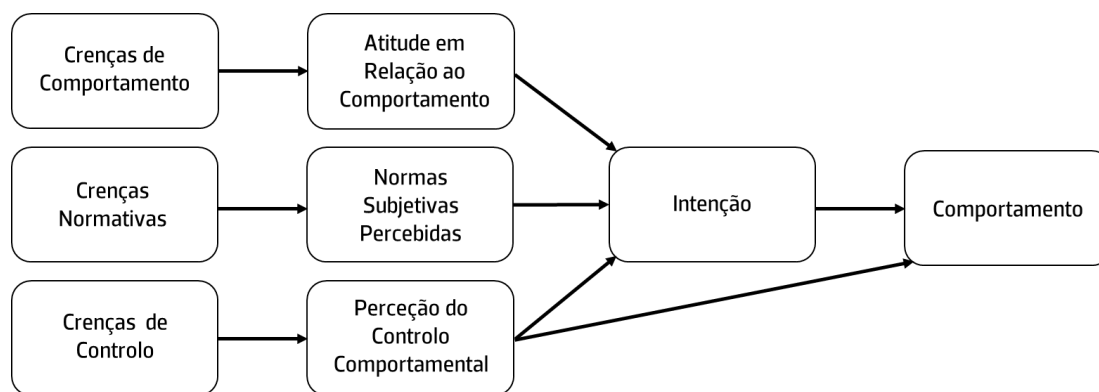


Figura 1– Teoria do Comportamento Planeado (Ajzen,1991).

Com o objetivo de compreender na totalidade a Teoria de Ajzen, nos próximos sub-capítulos são apresentados vários componentes que constituem a mesma, antecedentes da intenção, crenças e intenção empreendedora. Por fim, será realizada uma breve revisão da literatura de vários estudos a alunos do Ensino Superior que utilizam a TCP como ferramenta integrante no tratamento e análise dos dados.

2.2.1 Antecedentes da Intenção

A TCP identifica três antecedentes da intenção. Dois refletem a percepção de desejo de realizar o comportamento: atitude pessoal em relação ao comportamento e normas sociais percebidas. O terceiro, controlo comportamental percebido reflete percepções de que o comportamento é pessoalmente controlável.

Ajzen (1991) explica-as da seguinte forma:

– **Atitude em Relação ao Comportamento:** refere-se ao grau em que uma pessoa tem uma avaliação favorável ou desfavorável do comportamento em questão. Segundo Krueger, Reily, & Carsrud (2000), é semelhante à expectativa e explora as percepções de deseabilidade de realizar o comportamento. Essa atitude depende de expectativas e crenças sobre os impactos pessoais resultantes do comportamento.

– **Normas Subjetivas Percebidas (fator social):** referem-se à pressão social percebida para executar ou não executar o comportamento. Krueger et al. (2000), definem as NSP como percepções sobre o que as pessoas importantes do círculo familiar e social pensam sobre realizar um comportamento específico. Essas crenças normativas são ponderadas pela força da motivação para concordar/consentir com eles.

– **Controlo Comportamental Percebido:** relativo à facilidade ou dificuldade percebida de executar o comportamento e supõe-se que reflita a experiência passada, bem como impedimentos e obstáculos previstos. Krueger et al. (2000) acrescentam que reflete a viabilidade percebida de realizar o comportamento pelo que, está relacionada a percepções de competência situacional (auto-eficácia).

Regra geral, quanto mais favorável a atitude e a norma subjetiva em relação a um comportamento e quanto maior o controlo comportamental percebido, mais forte deve ser a intenção do indivíduo de executar o comportamento em consideração. Espera-se, que a importância relativa da atitude, norma subjetiva e controlo comportamental percebido na predição da intenção varie entre comportamentos e situações. Ajzen (1991) refere ainda, que em algumas aplicações, pode-se descobrir:

- Apenas atitudes têm um impacto significativo nas intenções;
- Atitudes e controlo comportamental percebido são suficientes para explicar as intenções;
- Os três preditores fazem contribuições independentes.

2.2.2 Crenças

Fiel ao seu objetivo de explicar o comportamento humano e não apenas predizê-lo, a teoria do comportamento planejado lida com os antecedentes de atitudes, normas subjetivas e controle comportamental percebido (Ajzen, 1991). O mesmo autor, refere que da mesma forma que não se questiona a ideia de que as atitudes são influenciadas pelas crenças em relação a essa mesma atitude, tem que se ter em atenção de que é altamente provável que comunicações persuasivas direcionadas, isto é, determinadas crenças normativas ou crenças de controle influenciarão posteriormente, as suas normas subjetivas percebidas e o controle comportamental percebido.

São distinguidos três tipos de crenças salientes por Ajzen (1991), crenças comportamentais que supõem influenciar atitudes em relação ao comportamento, crenças normativas que constituem os determinantes subjacentes de normas subjetivas e crenças de controle que fornecem a base para percepções de controle comportamental.

- **Crenças comportamentais:** no caso de atitudes em relação a um comportamento, cada crença vincula o comportamento a um determinado resultado ou a algum outro atributo, como o custo pela realização do comportamento. Como os atributos que passam a ser vinculados ao comportamento já são avaliados positiva ou negativamente, automaticamente e simultaneamente adquirimos uma atitude em relação ao comportamento. Dessa maneira, aprendemos a favorecer comportamentos que acreditamos ter consequências amplamente desejáveis e formamos atitudes desfavoráveis em relação a comportamentos que associamos a consequências principalmente indesejáveis.
- **Crenças normativas** preocupam-se com a probabilidade de indivíduos ou grupos importantes de referência aprovarem ou desaprovarem o desempenho de um determinado comportamento.
- **Crenças de controle** podem-se basear em parte na experiência passada com o comportamento, mas geralmente também serão influenciadas por informações de segunda mão sobre o comportamento, pelas experiências de conhecidos e amigos e por outros fatores que aumentam ou reduzem a dificuldade percebida de executar o comportamento em questão. Quanto mais recursos e oportunidades as pessoas acreditam possuir e quantos menos obstáculos ou impedimentos anteciparem, maior deve ser o controle percebido sobre o comportamento.

O mesmo autor, sugere que a base subjacente das crenças fornece as descrições detalhadas necessárias para obter informações substantivas sobre os determinantes de um comportamento. É ao nível das crenças que se pode aprender sobre os fatores únicos que induzem uma pessoa a envolver-se no comportamento de interesse e a levar outra a seguir um curso de ação diferente.

2.2.3 Intenção Empreendedora

A intenção empreendedora será estudada ao abrigo da TCP, que tem como fator central, a intenção individual de realizar um determinado comportamento, neste caso a “intenção de empreender internacionalmente”. Os modelos empresariais de intenção que aplicam o TCP tornaram-se marcos teóricos validados que mostraram aplicabilidade em diferentes contextos (Fayolle,2013).

Segundo Ajzen (1991), presume-se que as intenções que se prendam com os fatores motivacionais, influenciem um comportamento – indicações de quanto as pessoas estão dispostas a tentar, de quanto esforço planeiam fazer, com o objetivo de realizar o comportamento. Como regra geral, quanto maior a intenção de desenvolver um comportamento, mais provável é a sua execução. As intenções envolvem um processo cognitivo ativo, que serve para canalizar crenças, perceções e outros fatores exógenos na intenção de agir depois na própria ação.

As intenções são o melhor indicador único de qualquer comportamento planeado, incluindo o empreendedorismo (Krueger et al., 2000). Dessa forma, os modelos de intenções preverão melhor o comportamento do que qualquer variável individual (p.e, personalidade) ou situacionais (p.e, situação de emprego).

O conceito de intenção empreendedora sofreu alterações ao longo do tempo e ainda está por definir na sua totalidade. A ideia de que o comportamento seria o resultado de diferenças das características de indivíduos para indivíduos, ao invés do resultado do processo cognitivo, tem sido ultrapassada (Randolph-Seng, et al., 2015).

Segundo Lan & Wu (2010), os indivíduos apenas empreendem quando demonstram nível suficiente de intenção em relação ao empreendedorismo. Além disso, vale a pena estudar a intenção empreendedora porque é um preditivo confiável do comportamento empreendedor.

Opinião corroborada por Koe (2016) que acredita que a intenção empreendedora precede qualquer comportamento empreendedor.

Ao especificar as intenções empreendedoras como uma condição necessária do comportamento empresarial, o empreendedorismo começou a ser visto como uma forma única de processamento de informações (Randolph-Seng, et al., 2015). O empreendedorismo é um processo complexo que envolve várias etapas, uma delas é a formação da intenção empreendedora (Hisrich et. al 2013).

A intenção empreendedora é o primeiro passo em direção ao comportamento empreendedor (Krueger & Carsrud, 1993) e desempenha um papel importante na decisão de criar uma empresa (Liñán & Chen, 2009).

A intenção empreendedora fornece uma imagem de como a pessoa está direcionada para o meio ambiente, desenvolve ideias e identifica oportunidades, analisa ameaças e as possibilidades de superá-las. No geral, é a vontade de iniciar um empreendimento (Castellano, Maalaoui, Safraou, & Reymond, 2014).

De acordo com Krueger et al. (2000), as intenções são, na literatura de psicologia social e empreendedorismo, a melhor forma de prever o comportamento planeado, particularmente quando esse comportamento é raro, difícil de observar ou envolve atrasos imprevisíveis, que é o caso do empreendedorismo.

A intenção precede a ação e, portanto, oferece um meio de prever o início de novos empreendimentos. Estudar a intenção, bem como os parâmetros que a influenciam, pode levar à identificação de ações que podem ser implementadas para apoiar o empreendedorismo (Castellano, Maalaoui, Safraou, & Reymond, 2014). Como tal, é necessário examinar mais detalhadamente a intenção empreendedora dos jovens adultos (Koe, 2016).

2.2.4 Revisão da Literatura no âmbito da Intenção Empreendedora dos alunos do Ensino Superior

Foi elaborada uma análise ao estado da arte no âmbito de estudos sobre a intenção empreendedora dos alunos do Ensino Superior. Analisaram-se sete trabalhos científicos, tendo como objetivo a recolha dos dados através de inquéritos aos alunos (Anexo 1).

Foram escolhidos estudos que analisaram a intenção empreendedora dos alunos do Ensino Superior.

De todos os artigos analisados, o estudo de Autio, Keeley, Klofsten, Parker, & Hay (2001), representa a amostra maior. Foram obtidas respostas de 3445 estudantes, maioritariamente da área Tecnológica de três países: Finlândia, Suécia e Estados Unidos da América. Tinha como objetivo analisar fatores que influenciavam a intenção empreendedora entre estudantes universitários, através da aplicação da TCP de Ajzen. Demonstrou a robustez da abordagem da intenção em diferentes ambientes culturais e concluiu que o controlo percebido do comportamento surge como o antecedente mais determinante da intenção empreendedora. O antecedente da intenção empreendedora que teve menos influência foram as normas sociais.

Outro artigo analisado que aprofunda o estudo da TCP de Ajzen é o de Soria-Barreto, Honores-Marin, Gutiérrez-Zepeda, & Gutiérrez-Rodríguez (2017). Obteve respostas de 351 estudantes de Gestão de Empresas no Chile e na Colômbia e inclui três variáveis adicionais, nomeadamente: ambiente universitário, educação empreendedora e intenção empreendedora prévia, mediadas pelo modelo TCP. Os resultados mostram que a educação empreendedora fortalece o controlo percebido do comportamento e, com ela, apesar de maneira diferenciada, a intenção empreendedora de homens e mulheres. O ambiente universitário afeta a intenção empreendedora através da atitude em relação ao empreendedorismo e, por fim, a experiência de trabalho relaciona-se de forma negativa com a intenção empreendedora através de normas subjetivas. Isto é, a partir do momento em que os jovens estão vinculados como trabalhadores dependentes, não se interessam mais por criar a sua própria empresa no futuro. Com isso, a experiência de trabalho seria um inibidor da intenção empreendedora. De reportar também, o fato da pesquisa ser realizada em países em vias de desenvolvimento da América do Sul, sendo que a maior parte da literatura sobre Intenção Empreendedora foi feita em países desenvolvidos.

O estudo de Castellano, Maalaoui, Safraou, & Reymond (2014), também foi realizado em dois países, obtendo respostas de 614 alunos de licenciaturas de várias áreas, de dez universidades de França e seis dos EUA. O principal objetivo visava procurar enriquecer a compreensão das intenções empreendedoras, estudando a influência da intuição e dos estilos cognitivos em estudantes em dois contextos (e países) diferentes.

Conclui, que tanto o desejo por empreender, quanto a viabilidade desempenham um papel na explicação da intenção empreendedora neste contexto. Analisa os alunos tendo em conta a preferência do sistema cognitivo usado, sendo que conclui que os alunos com preferência pela intuição tiveram uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e maior intenção empreendedora. Por outro lado, aqueles com preferência pela deliberação tiveram maior controlo percebido.

O estudo de Sommer (2013), também analisou a influência do estilo cognitivo e da Experiência Internacional na Autoeficácia Empresarial Internacional e na Intenção Empreendedora

Internacional, assim como o papel da Educação Acadêmica neste contexto, inquirindo 111 estudantes da Albstadt-Sigmaringen University em Baden-Württemberg, na Alemanha. Os resultados confirmaram a suposição de que a Experiência Internacional e a Auto-eficácia Empreendedora afetam de forma positiva e significativa a Intenção Empreendedora Internacional. Quanto à influência do estilo cognitivo dos alunos na auto-eficácia empreendedora internacional e na Intenção Empreendedora Internacional, os resultados não facultaram nenhuma confirmação.

A influência dos estilos cognitivos, também foi abordada no estudo de (Pachura & Spaarb, 2015), mais concretamente, estendendo a abordagem tradicional de domínio geral para medir diferenças individuais de confiança na intuição e/ou deliberação, adotando uma perspectiva de domínio específico. Foram obtidas 149 respostas de alunos da Universidade de Basileia, na Suíça. Os autores concluíram, que existe uma variabilidade substancial no modo de atuação no processo de tomada de decisão. É importante, não só a forma como a natureza do problema é percebida e qual o estilo de decisão que tende a usar, mas também a sua proficiência para um problema específico de tomada de decisão. A tendência dos indivíduos para usar a intuição para tomar decisões num domínio específico, pode estar correlacionada com a quantidade de conhecimentos que eles têm nesse domínio.

No Paquistão, foi realizado um estudo por Yousaf, Shamim, Siddiqui, & Raina, (2015) a 170 estudantes universitários de Gestão, com o objetivo de estudar a influência dos atributos empreendedores, normas subjetivas e desejo percebido nas intenções empreendedoras. Os resultados apontaram para uma influência significativa destes fatores no desenvolvimento das intenções dos alunos de se tornarem empreendedores. Curiosamente, as habilidades e capacidades existentes do aluno não provam ser um preditor significativo das suas intenções de se tornarem empreendedores. Concluem que no Paquistão, sendo um país em desenvolvimento, a responsabilidade do Ensino Superior é criar interesse entre os estudantes sobre o empreendedorismo, enquanto a responsabilidade do Estado é oferecer oportunidades aos jovens recém-licenciados para iniciar os seus próprios negócios.

Por fim, analisou-se a pesquisa de Koe (2016), relacionada com a abordagem do nível de intenção empreendedora dos estudantes universitários e a influência da orientação empresarial individual na intenção empreendedora. A amostra é composta por 176 estudantes de licenciatura de uma universidade pública com estatuto de “universidade empreendedora” na Malásia. Os resultados indicaram que os estudantes universitários demonstraram intenção em relação a empreender. Além disso, a intenção empreendedora dos estudantes universitários foi afetada positivamente pela sua proatividade e inovação. Contudo, a capacidade de assumir riscos não foi um fator influente nessa mesma intenção. O autor afirma que as instituições de Ensino Superior devem prestar muita atenção ao elaborar o seu plano de educação para o empreendedorismo. Especificamente, o ensino

do empreendedorismo deve-se focar no aprimoramento da capacidade de Orientação Empreendedora Individual dos alunos e no aumento da sua Intenção Empreendedora.

Os sete estudos escolhidos têm em comum o fato de se debruçarem sobre a intenção empreendedora dos alunos do Ensino Superior e apresentarem amostras superiores a 100 inquiridos. Dividem-se em dois grupos: uns estudam a influência dos estilos cognitivos na intenção empreendedora e outros aplicam a TCP para estudar essa mesma intenção dos alunos do Ensino Superior.

Esta revisão da literatura, mostrou que existem evidências de diferenças individuais confiáveis na tendência de usar um modo de decisão intuitivo ou analítico. Os alunos com preferência pela intuição tiveram uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e maior intenção empreendedora. Já os alunos com preferência pelo estilo analítico, tiveram maior controlo comportamental percebido. De referir, que os resultados confirmam a suposição de que a experiência internacional afeta de forma positiva e significativa a IEI.

Os estudos que aplicaram a TCP para estudar a Intenção Empreendedora mostraram que o Modelo de Ajzen é indicado para a análise da temática do empreendedorismo entre os alunos do Ensino Superior. Descobriu-se ainda, que a educação empreendedora e o ambiente universitário podem ser fundamentais para gerar intenção empreendedora entre os estudantes. Os resultados mostram que a educação empreendedora fortalece o controlo comportamental percebido e o ambiente universitário afeta a intenção empreendedora através da atitude em relação ao empreendedorismo. Como vários estudos apontam, as normas sociais percebidas indicam fraca influência na intenção empreendedora. Concluiu-se, que a responsabilidade dos educadores é iniciar a educação empreendedora ao nível do Ensino Superior para criar interesse no empreendedorismo entre os estudantes, enquanto a responsabilidade de quem formula as políticas é oferecer oportunidades aos jovens recém-formados para iniciar os seus próprios negócios.

2.3 Cognição Empreendedora

Depois de abordada a teoria relativa ao empreendedorismo e o modelo da Teoria do Comportamento Planeado que servirá de base ao estudo, falta a análise da vertente cognitiva do empreendedorismo e a sua dinâmica com os restantes elementos do estudo.

De acordo com Carballo, Sánchez, & Gutiérrez (2011), a abordagem cognitiva é caracterizada pelo estudo de certos tipos de cognição que, entre outros aspetos, podem ajudar a explicar o comportamento empreendedor, o sucesso nos negócios, a definição de empreendedores e a distingui-los de outros indivíduos.

Neste capítulo, são apresentados elementos pertencentes ao estudo da cognição empreendedora: a cognição, os estilos cognitivos e a intuição empreendedora. Por fim, é apresentada uma perspetiva comportamental e cognitiva da Internacionalização.

2.3.1 Cognição

A cognição pode ser definida como todos os processos pelos quais as informações sensoriais são transformadas, reduzidas, elaboradas, armazenadas, recuperadas e usadas Neisser (1967). Para (Grégoire, Cornelissen, Dimov, & van Burg, 2015) não chega argumentar ou mostrar que o que as pessoas pensam e sentem influencia o seu comportamento. É mais esclarecedor perceber como, quando e por que razão tais cognições e emoções mudam.

Segundo Carballo, Sánchez, & Gutiérrez (2011), há dois aspetos principais que podem ser diferenciados na literatura cognitiva: o estudo de estruturas cognitivas e o estudo de processos cognitivos. Estruturas cognitivas representam e contêm conhecimento, enquanto processos cognitivos relacionam-se com a maneira pela qual esse conhecimento é recebido e usado.

Os autores Akinci & Sadler-Smith (2013) fazem a distinção entre as duas principais teorias relativas às diferenças individuais na preferência de processamento analítico (racional) e intuitivo (experimental) – perspetiva unitária e perspetiva dual.

- **Perspetiva unitária:** intuição e análise são vistas como extremos opostos de um mesmo *continuum*;

- **Perspetiva dual:** investigadores normalmente concordam que são necessários dois modos de processar a informação – automático e controlado (Hodgkinson & Sparrow 2002). Segundo Akinci & Sadler-Smith (2013), a perspetiva dual propõe que a intuição e a análise sejam construtos independentes e distintos, portanto permite a possibilidade de a análise e a intuição não funcionarem em oposição (ao contrário do modelo unitário), mas sim poderem ocorrer simultaneamente, de forma paralela ou de forma sucessiva.

Assim, o empreendedorismo é definido como algo relacionado a indivíduos ou equipes que criam produtos / serviços para outras pessoas, o estudo da cognição é cada vez mais usado na literatura para ajudar a estabelecer os fenômenos associados ao empreendedorismo.

Exemplo disso, refere Mitchell et al. (2004), são as dúvidas que esta disciplina explora, "Como é que as pessoas pensam?" ou "Quais são os mecanismos cognitivos através dos quais adquirimos, transformamos e usamos informações?", que fornecem uma base rica para a compreensão da cognição humana. Ferramentas valiosas que os investigadores/estudiosos da área do empreendedorismo podem usar para entender melhor os empreendedores. Conclusão defendida por Baron & Ward (2004), afirmando que "os métodos e medidas usadas na ciência cognitiva podem ser muito úteis para os investigadores no campo da cognição empreendedora".

Segundo Mitchell R. , Busenitz, Bird, & Gaglio (2007), as explicações do comportamento, especialmente o comportamento cognitivo, são específicas do domínio (contexto), sendo assim, pode-se esperar que os padrões de cognição empresarial que são estudados variem dependendo do objetivo ou problema do indivíduo. Pode-se concluir, que a cognição apesar de se tratar de um elemento fundamental no estudo do empreendedorismo é específica de um contexto ou pessoa, o que torna o seu estudo difícil. De forma a perceber a sua importância e complexidade, são apresentados de seguida elementos do âmbito da cognição: estilos cognitivos, a intuição e a relação da cognição com o ato de internacionalizar.

2.3.2 Estilos Cognitivos

O termo "estilo cognitivo" refere-se às diferenças individuais na representação, organização e processamento de informações durante o pensamento (Messick, 1984) e na consequente tomada de decisão (Vlacic et al., 2019).

O estilo cognitivo é definido pelo modo como as pessoas percebem os estímulos ambientais e como organizam e usam as informações do ambiente para orientar as suas ações (Sanchez, Gutiérrez, & Carballo, 2011).

Segundo Akinci & Sadler-Smith (2013), existem diferenças individuais nas preferências pelo processamento: este pode ser analítico (racional) ou intuitivo (experimental).

Bird (1988), argumentou que a "intencionalidade empreendedora" é impulsionada por dois processos complementares:

- **Processos racionais** – analíticos e orientados para causas e efeitos, estruturam a intenção e a ação (empreendedora). Esses processos psicológicos fundamentam os planos formais de negócios, a análise de oportunidades, a aquisição de recursos, o estabelecimento de metas e o comportamento direcionado a metas mais observáveis.
- **Pensamento intuitivo** – holístico e contextual enquadra e estrutura a intenção e a ação de um empreendedor. Inspirado pela visão, palpite, visão ampliada dos recursos inexplorados e um sentimento do potencial da empresa (Bird, 1988).

Segundo Evans (2008), estudos no âmbito do processamento duplo "abundam na psicologia cognitiva e social" e Sadler-Smith (2016), acrescenta que o mesmo acontece na área da Gestão, o que coloca os psicólogos organizacionais e os investigadores de Gestão, na posição privilegiada de poder reorganizar as ideias de Bird (1988) em termos de uma teoria genérica de processo duplo. De referir também, que as pessoas pensam e processam as informações de maneira diferente e essas diferenças são usadas pelos investigadores cognitivos para identificar ou caracterizar empreendedores (Sanchez, Gutiérrez, & Carballo, 2011).

Epstein (1994) propõe "duas maneiras fundamentalmente diferentes de conhecer", caracterizadas por "sistema racional" (correspondente ao sistema 2) e "sistema experimental" (correspondente ao sistema 1). O segundo está "associado aos sentimentos e à experiência", o primeiro ao "intelecto" (Epstein, 1994, p. 710). A integração dos estilos de processamento analítico (conhecimento) e intuitivo (criativo) é necessária para processar informações (Hodgkinson & Sparrow, 2002).

A Tabela 1 apresenta uma revisão da literatura referente às várias definições e atributos do Sistema Intuitivo e do Sistema Analítico.

Artigo	Sistema 1 "Intuitivo"	Sistema 2 "Analítico"
Epstein (1994)	Holístico; Automático, sem esforço; Afetivo; Conexões associativas; Processamento rápido; Mais resistente à mudança.	Analítico; Intencional; Esforço; Racional; Conexões lógicas; Comportamento mediado por avaliação consciente; Processamento mais lento; Menos resistente à mudança.
(Bouckenooghe, Van den Broeck, Cools, & Vanderheyden, 2005)	Holístico, sintético, criativo, aberto à experiência, capaz de integrar diversas informações simultâneas.	Racional, Lógico, Crítico, Tende a reter fatos e detalhes.
Lieberman (2007)	Operação mais rápida; Aprendizagem mais lenta; Espontâneo; Sensorial.	Operação mais lenta; Rápida aprendizagem; Intencional; Afetados por carga cognitiva.

Tabela 1– Definições de Sistema Intuitivo e Sistema Analítico.

O autor Sadler-Smith (2013), elaborou um artigo que teve como objetivo contribuir para a pesquisa de avaliação de estilos, considerando a questão de "como as diferenças individuais no processamento intuitivo (experiential) e analítico (racional) podem ser avaliadas de maneira eficiente e eficaz nas configurações organizacionais?". Foram utilizados dados de uma população de polícias e funcionários de um grande estabelecimento policial no Reino Unido. Trata-se de uma análise interessante, tendo em conta a especificidade da profissão de Polícia. Segundo Akinci & Sadler-Smith (2013), o trabalho de Polícia, em comum com muitas tarefas, exige que os encarregados do cargo, tanto nas funções de operacional como administrativo, façam julgamentos sociais complexos sob pressão do tempo e com informações limitadas em circunstâncias dinâmicas (por exemplo, reconhecendo intuitivamente comportamentos e situações atípicas). Essas são precisamente as situações nas quais o processamento intuitivo é necessário (Klein, 2003). No entanto, há muitos aspectos nas suas funções que exigem processamento racional de informações analíticas (por exemplo, inquirição e evidência). A capacidade de alternar entre esses dois modos de processamento provavelmente será um atributo útil dos operacionais e administrativos.

O mesmo autor afirma, que o valor do Processo Dual reside no facto de que apesar de a intuição e a análise representarem construções ideológicas distintas, permite a possibilidade de a intuição e a análise não funcionarem em oposição, mas sim como resultado das intervenções de ambas.

Opinião defendida também por Herman (1994), que afirma que as pessoas não têm necessariamente um estilo cognitivo dominante, podem combinar estilos diferentes.

Além disso, os indivíduos podem ser divididos em quatro tipos nos processos de avaliação e seleção: versátil (alta análise, baixa intuição); intuitivo (alta intuição, baixa análise); analítico (alta análise, baixa intuição) ou indiferente (baixa análise, baixa intuição).

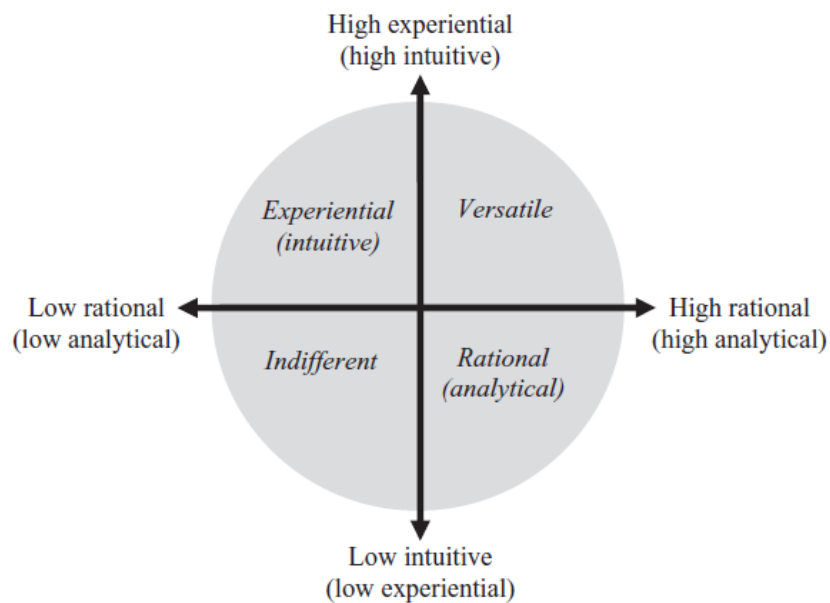


Figura 2- Tipos de Estilos Cognitivos.

Empresários com sistemas cognitivos bem treinados e níveis altos de uso de ambos (sistema-X e sistema-C), terão uma representação mais precisa do ambiente e estarão menos expostos a preconceitos decorrentes de uma interpretação incorreta que os seus sistemas cognitivos possam fazer (Kahneman, 2003).

Desta forma, a capacidade de quem toma a decisão de entender a incerteza e a complexidade ambiental está ligada às suas capacidades cognitivas e à representação ambiental que elaboram (Levy, Beechler, Taylor, & Boyacigiller, 2007). A Teoria do Processo Dual sugere que as limitações humanas influenciam percepções, avaliações (interpretações) e decisões (identificando

ações apropriadas) sobre problemas organizacionais e moldam escolhas estratégicas e comportamentos do empreendimento em causa (Evans, 2008), no que foi rotulado como racionalidade limitada.

Consequentemente, as decisões são tomadas pela interação dos dois sistemas cognitivos ao processar informações e a julgar estímulos externos que finalmente moldam a decisão do indivíduo e o comportamento subsequente (Evans, 2008).

2.3.3 Cognição Empreendedora

A cognição empreendedora é parte integrante do estudo do processo de empreendedorismo, sendo que “origina ferramentas que permitem investigar assuntos pouco estudados como a natureza das estruturas de conhecimento dos empreendedores ou os seus modos de pensamento, assim como fatores que influenciem aspetos-chave do processo de empreendedorismo”- (Baron & Ward, 2004).

Segundo Mitchell R. K., et al. (2002) a cognição empreendedora é definida como a maneira pela qual os empreendedores abordam o entendimento das decisões em ambientes organizacionais.

Apesar dos avanços substanciais, a pesquisa sobre a ligação entre empreendedorismo, afeto e cognição permanece caracterizada por uma multiplicidade de abordagens teóricas, métodos, variáveis e medidas (Grégoire, Cornelissen, Dimov, & van Burg, 2015).

O estudo da cognição empreendedora tem como base termos e conclusões da Psicologia Cognitiva, p.e, medidas do processo cognitivo que são usadas para esse estudo, identificadas por Baron & Ward (2004): tempo de reação, examinação de estruturas conceituais, preparação, medidas de memória, tomada de decisão e raciocínio, criatividade, medidas comportamentais e neuro-psicológicas.

Carballo, Sánchez, & Gutiérrez (2011), elaboraram uma revisão de estudos que abordam os aspetos cognitivos do empreendedorismo, concluindo que:

- A principal ênfase está nos processos e estruturas cognitivas dos indivíduos (crenças, processamento de informações, estilos cognitivos, entre outros.), para explicar o comportamento empreendedor e os próprios empresários. O comportamento

empreendedor é influenciado por processos mentais, isto é, os mecanismos pelos quais um indivíduo adquire, processa e usa informações;

- Mesmo quando argumentos cognitivos são usados para explicar empreendedores, parâmetros comportamentais são frequentemente abordados para definir empreendedores porque consideram os empreendedores como caçadores de oportunidades, fundadores e / ou proprietários / gestores;
- Os empresários usam modelos mentais para identificar e inventar novos produtos e serviços e obter os recursos necessários para a criação ou desenvolvimento de negócios.

A abordagem cognitiva utiliza os aspectos cognitivos dos empreendedores para estudar e até explicar o seu comportamento, que está relacionado à identificação de oportunidades para a criação de empresas e ao crescimento dos negócios (Carballo, Sánchez, & Gutiérrez, 2011). O papel dos sistemas cognitivos nas fases do processo de empreendedorismo (reconhecimento, avaliação e exploração de oportunidades) é caracterizado por Sadler-Smith (2016) da seguinte forma:

- 1) No reconhecimento da oportunidade, o sistema cognitivo intuitivo tem o papel de reconhecer espontaneamente sinais importantes no ambiente e a sua recombinação de formas novas e criativas;
- 2) Na avaliação da oportunidade, o sistema cognitivo intuitivo avalia a oportunidade reconhecida através de respostas afetivas intuitivas (“sentimentos instintivos”, “palpites”) ou evitando comportamentos. Tanto no reconhecimento, como na avaliação da oportunidade é mais relevante o papel do sistema cognitivo intuitivo, uma vez que essas fases baseiam-se no reconhecimento de padrões (Baron & Ensley, 2006), no processamento heurístico (Vaghely & Julien, 2010), análise ativa, pensamento divergente e “ligando pontos” (Tang, Kacmar e Busenitz, 2012);
- 3) Na exploração da oportunidade, os empreendedores têm maior probabilidade de confiar no sistema cognitivo analítico (Schenkel, Matthews & Ford, 2009) e em fatores contextuais, como redes sociais e implantação de capital relacional (De Carolis, Litzky e Eddleston, 2009), posse de recursos e construção de redes de contatos com empreendedores (Smith, Mitchell, & Mitchell, 2009) e familiaridade e capacidade de usar uma “linguagem de organização” (Autio, George & Alexy, 2011);
- 4) No contexto da cognição empreendedora internacional, Dutta e Thornhill (2008), afirmam que os indivíduos predominantes do Sistema-C são de natureza consciente e racional, de forma a que tendem a seguir uma abordagem gradual ao comportamento de risco – ou seja,

selecionam escolhas racionais. A tomada de decisão racional consome mais tempo e requer uma pesquisa de mercado extensa antes de entrar em mercados estrangeiros, exigindo uma análise aprofundada em cada etapa do processo de tomada de decisão, a fim de evitar qualquer potencial ambiguidade. Por outro lado, indivíduos com alta dependência do seu Sistema-X, são mais propensos a encontrar oportunidades de negócios, observando sugestões ambientais e usando os “atalhos mentais” baseados na experiência (Kickul et al. 2009). Segundo Vlacic et al. (2019), o uso destes “atalhos mentais” tem como objetivo lidar com decisões complexas, neste caso, a internacionalização. Avaliam os potenciais mercados através de variáveis, dando uma importância diferente a cada uma delas. Quando o Sistema-X intervém, essa importância é fortemente baseada em emoções, nos conhecimentos adquiridos no passado e, intuitivamente, os gestores fazem a avaliação à luz da sua experiência passada.

Pode-se concluir, que a cognição está intrínseca ao processo de empreendedorismo, de identificação e exploração de uma oportunidade, o que reflete a importância do seu estudo. Tal como referem Carballo, Sánchez, & Gutiérrez, (2011) compreender a cognição empreendedora representa um campo potencial e produtivo de pesquisa.

2.3.4 Intuição Empreendedora

A maioria das definições considera que a intuição não provém apenas do pensamento consciente, o que despoleta uma sensação de “saber” sem saber porquê (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015). Intuições são “julgamentos afetivamente carregados que surgem por meio de associações rápidas, inconscientes e holísticas” (Dane e Pratt 2007, p. 40).

A intuição é uma forma de processar informação que é amplamente inconsciente, associativa, rápida e contextualmente dependente (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015). Trata-se também, de uma fonte de conhecimento distinta de um modo de raciocínio mais lógico, analítico ou racional, e que 'envolve apreensão imediata na ausência de raciocínio' (Evans 2010). No geral, os autores definem a intuição de forma similar, tal como Sadler-Smith (2004), afirmando que se refere a uma preferência estável pela maneira de processar informações, que

pode ser descrita como "divergente, simultânea, sensível e holística, e que é distinta de uma maneira mais analítica de processar informações."

Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett (2015), afirmam que a intuição está associada às seguintes características específicas:

- É amplamente aceite que ao contrário dos processos analíticos baseados em regras, os processos intuitivos são associativos e holísticos. Essa dimensão holística liga a intuição à percepção e ao reconhecimento de padrões (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015). Segundo Witteman & Glöckner (2010) a intuição é resultado da aprendizagem em associação, levando-os a introduzir o rótulo 'intuição associativa';
- Sentimentos, emoções e afetos apontam claramente para uma ligação com a intuição (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015). Já Dane e Pratt (2009) descrevem a intuição como 'julgamentos com carga afetiva'.

Por fim, muita da literatura relativa à intuição refere que a experiência e o conhecimento desempenham um papel vital no processamento intuitivo e vinculam a intuição à experiência e ao conhecimento específico do domínio (Epstein 2010).

Embora alguns estudiosos afirmem que a intuição é 'a semente de qualquer ação empreendedora' (Dutta & Crossan, 2005), segundo Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett (2015), ainda foi dedicada pouca atenção ao estudo do papel da intuição no processo empreendedor, podendo dever-se, em parte, à natureza não consciente da intuição, o que dificulta que os empreendedores relatem com segurança o seu uso. Opinião apoiada por Sadler-Smith (2016), que considera a intuição empreendedora um modelo importante, mas pouco teorizado e estudado em psicologia do trabalho e organizacional.

Intuição empreendedora é definida por Dane & Pratt (2007), como o reconhecimento e avaliação, influenciados afetivamente, de uma oportunidade de empreendimento que surge como resultado de um processamento associativo involuntário, rápido e inconsciente.

O facto de a intuição ser mais eficaz em ambientes com condições de incerteza leva a crer que desempenhe um papel determinante no empreendedorismo (Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett, 2015). A literatura de Psicologia e Gestão indica que a intuição é mais prevalente e mais eficaz em ambientes incertos (Khatri and Ng 2000). Ideia apoiada por (Burke &

Miller, 1999), que afirmam que as intuições manifestam-se sob condições de incerteza, dinamismo e pressão de tempo (Burke & Miller, 1999).

Os autores Chaston and Sadler-Smith (2012), descobriram que a preferência de um empreendedor pela intuição melhorou significativamente a capacidade empreendedora da empresa, mas apenas em mercados intensamente competitivos, sugerindo que os empreendedores intuitivos são mais adequados a níveis mais altos de incerteza do que empreendedores analíticos. A intuição empreendedora é particularmente útil em situações que envolvem a identificação de ideias e oportunidades empreendedoras, especialmente onde existem poucos ou nenhum precedente sobre o qual modelar as decisões (Dane e Pratt 2009).

Para Baldacchino, Ucbasaran, Cabantous, & Lockett (2015), o artigo de Mitchell, Friga, & Mitchell (2005) é, sem dúvida, aquele que fornece a definição mais elaborada de intuição empreendedora. Mitchell, Friga, & Mitchell (2005), defendem que a 'intuição empreendedora' está inerentemente ligada à identificação de oportunidades e trata-se 'do processo dinâmico pelo qual as cognições empreendedoras interagem com a competência do domínio (por exemplo, cultura, indústria, circunstâncias específicas, tecnologia) para trazer à consciência uma oportunidade de criar valor'. Sugere ainda, que a intuição empreendedora envolve uma interação entre formas conscientes (mais analíticas) e não-conscientes (mais intuitivas) de processamento de informações.

Baldacchino (2013), demonstrou que a intuição não opera isoladamente, mas está posicionada firmemente ao lado da análise dentro de uma estrutura abrangente de processo duplo da cognição humana. Constatou, que a intuição estava positivamente relacionada ao número e à inovação de oportunidades identificadas. No entanto, a identificação de oportunidades altamente inovadoras exigia uma estratégia cognitiva versátil, que incluía processamento analítico e intuição. A versatilidade cognitiva é caracterizada por altos níveis de intuição e análise, bem como a capacidade de alternar entre elas conforme necessário (Hodgkinson e Clarke 2007). No estudo de Baldacchino (2013) são identificadas duas conclusões quanto à estratégia cognitiva versátil:

- Os empreendedores experientes não usaram a intuição isoladamente, mas complementaram com a análise;
- Os empreendedores experientes eram mais intuitivos e versáteis cognitivamente do que os menos experientes, independentemente do nível de incerteza associado à tarefa.

Apesar da imprensa vocacionada para os negócios estar repleta de exemplos de empreendedores que justificam os seus sucessos com o "instinto" (Mehta, 2013), a intuição empreendedora eficaz depende não apenas de uma mentalidade especializada, mas também das

cognições criativas necessárias para reconhecer lacunas, identificar novas possibilidades e "conectar os pontos" para identificar novas oportunidades de negócios (Tang et al., 2012).

2.3.5 Perspetiva comportamental e cognitiva da Internacionalização

Os autores argumentam que a inclusão da Teoria do Processo Dual, juntamente com o modelo de tomada de decisão em três etapas (opções-avaliação-escolha), ajudará a aumentar a compreensão dos padrões observados de internacionalização e explicará como a cognição empreendedora influencia as decisões estratégicas sobre quando, onde e como internacionalizar (Vlacic et al., 2019).

Segundo Vlacic et al. (2019) empreendedores com níveis de raciocínio cognitivo alto e treinado, terão uma representação mais precisa do ambiente e dos desafios, estando menos expostos a distorções decorrentes de qualquer sistema cognitivo. O Sistema-X sobrestima a capacidade do empreendedor de manter o comportamento internacional sob controlo. Por outro lado, o Sistema-C enfatiza a cautela e a aversão ao risco.

O sistema-X fornece a primeira impressão no processo de tomada de decisão, o que permite reduzir a complexidade e a incerteza, restringindo o número de opções disponíveis. O Sistema-C é o principal responsável pela avaliação posterior, examinando analiticamente as opções, embora o Sistema-X intervenha na definição da importância das variáveis críticas. Consequentemente, a escolha final que o empreendedor pode fazer é fortemente determinada pela maneira como ele combina os dois sistemas cognitivos após a percepção dos estímulos ambientais.

Segundo Kahneman & Klein (2009), uma condição importante para o desenvolvimento de sistemas cognitivos qualificados baseia-se na validade do ambiente e na disponibilidade de tempo suficiente para aprender, em particular no caso do raciocínio experimental (Sistema-X). A validade ambiental refere-se à clareza do processo de desenvolvimento da cognição e se o ambiente oferece oportunidades e tempo suficiente para aprender. O processo de desenvolvimento de habilidades é um processo duradouro de aquisição de conhecimento, essencialmente a partir da experiência.

De acordo com a validade percebida, os sistemas cognitivos avaliam se as oportunidades de negócios são favoráveis nesse ambiente para desenvolver uma nova atividade (Sadler-Smith,

2016). Isso significa, que o nível de desafios ambientais, ou seja, a representação mental que o gestor tem das ameaças, oportunidades e complexidade do plano de internacionalização, afetará a escolha da estratégia das PME em termos de velocidade, amplitude, metas, local e modo de entrada na internacionalização.

No caso das PME's, e como afirmado por Acedo e Florin (2006), o principal determinante do grau de internacionalização, é a percepção de risco por parte do gestor e não as características da empresa.

Fatehi e Ghadar (2014), descobriram que a mentalidade do gestor que toma a decisão (ou seja, capacidade cognitiva) afeta o caminho que a empresa segue no processo de internacionalização.

Os autores Vlacic et al. (2019) defendem que se o empreendedor perceber o ambiente anfitrião como altamente válido, ele tenderá a replicar o modelo de negócios já aplicado no mercado doméstico. Isso ajuda a explicar, por que razão é mais provável que padrões acelerados ou precoces de internacionalização ocorram nas indústrias globais: o gestor tenderá a pensar que não há diferenças substanciais entre os mercados.

3. Metodologia

Neste capítulo é descrita a metodologia de investigação da dissertação. Apresentam-se nos pontos seguintes, as hipóteses de investigação e a caracterização dos participantes no estudo através de métodos de estatística descritiva. É explicado o procedimento da recolha de dados e a descrição do tratamento de dados efetuado.

3.1 Principais Hipóteses e Modelo Teórico

As hipóteses de investigação foram elaboradas, partindo da complementação da Teoria do Comportamento Planeado de Ajzen (1991) com a Teoria do Processo Dual, de forma a explicar como se processam as informações para tomar decisões. Foi escolhida a TCP para estudar a influência dos sistemas cognitivos na intenção empreendedora internacional, ao invés de uma alternativa como o modelo de empreendedorismo de Shapero (1982), uma vez que a maioria dos trabalhos de investigação sobre as intenções empreendedoras de alunos universitários regem-se por esta teoria, como por exemplo, Kickul J. , Gundry, Barbosa, & Whitcanack (2009); Liñán & Chen (2009); García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruiz-Rosa, & Gutiérrez-Taño (2016), o que permite ter um termo de comparabilidade.

As intenções serão indicações do nível de esforço que os indivíduos estão dispostos a pôr em prática de forma a levar a cabo um dado comportamento. No caso deste estudo, o comportamento refere-se a empreender internacionalmente.

O modelo de investigação inclui três construtos como antecedentes da intenção, já referidos anteriormente: atitude em relação ao comportamento, normas sociais percebidas e controlo comportamental percebido. Segundo Vlacic et al. (2019), o primeiro refere-se ao facto do indivíduo considerar positivo o comportamento (neste caso empreender internacionalmente), o segundo a sua perceção do ato ser bem considerado e reconhecido entre a sua rede de amigos e relações sociais e, por fim, se ele percebe que tem capacidade e controlo para empreender internacionalmente. Salienta-se que o alvo é a intenção empreendedora internacional entre estudantes de Gestão do Ensino Superior.

As proposições defendem que os indivíduos percebem de maneira diferente, dependendo do peso que dão a cada sistema cognitivo (intuitivo/analítico), ao interpretarem a informação do ambiente em que se encontram. Assume-se que a cognição representada pelos sistemas

cognitivos, precede os três antecedentes da intenção e a interpretação é o resultado do uso de ambos os sistemas cognitivos. O construto alvo é a intenção de iniciar e desenvolver empreendedorismo internacional – IEI (Intenção Empreendedora Internacional).

3.1.1 O Impacto do raciocínio cognitivo na ARC

O primeiro construto é a Atitude em Relação ao Comportamento. Segundo Krueger, Reily, & Carsrud (2000), no empreendedorismo, o comportamento trata-se do ato de criar e desenvolver uma nova empresa e as intenções são a melhor forma de prever qualquer comportamento planejado, incluindo o empreendedorismo. Ajzen (1991,p.188) define a ARC como o “(...) grau em que uma pessoa tem uma avaliação favorável ou desfavorável do comportamento em questão.”

Os alunos universitários segundo Sommer (2010), normalmente consideram que criar uma empresa internacional é uma tarefa muito exigente e com um resultado que apresenta alto nível de incerteza. Para Molaei, Zali, Mobaraki, & Farsi (2014), os estudantes universitários com um sistema cognitivo intuitivo têm mais ideias para iniciar um negócio e são mais ricos em conteúdo.

No estudo de Dutta & Thornhill (2008), sobre o papel da cognição na evolução das intenções do empreendedor quanto ao crescimento da empresa, conclui-se que quando as condições competitivas se revelam mais favoráveis do que as expectativas iniciais, os empreendedores que são mais influenciados pelo Sistema-X, aumentam significativamente as suas intenções de crescimento da empresa.

Do mesmo modo, quando as condições se revelam mais desfavoráveis, diminuem conseqüentemente as suas intenções de crescimento da empresa. Em contraste, os empreendedores mais influenciados pelo Sistema-C tendem a ser mais objetivos e a adotar uma postura de desenvolvimento gradual, não alterando significativamente as suas intenções de crescimento da empresa de acordo com as condições competitivas e/ou as expectativas iniciais.

Pode ser referido também o estudo de Kickul (2009) a alunos do Ensino Superior, em que os resultados demonstraram que indivíduos com um estilo cognitivo intuitivo têm mais confiança na sua habilidade para identificar e reconhecer novas oportunidades de negócio. Contrariamente, os indivíduos com um estilo cognitivo analítico têm menos confiança na sua habilidade para identificar e reconhecer novas oportunidades de negócio.

Desta forma, pode-se considerar que a ARC será mais favorável nos alunos que preferem o Sistema-X ao invés do Sistema-C. Desse modo, apresentam-se duas hipóteses quanto ao impacto dos sistemas cognitivos na ARC:

- **Hipótese 1a:** quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais favorável será a sua atitude em relação a empreender internacionalmente;
- **Hipótese 1b:** quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, menos favorável será a sua atitude em relação a empreender internacionalmente.

3.1.2 O Impacto do raciocínio cognitivo nas NSP

O segundo construto são as Normas Sociais Percebidas, que segundo Ajzen (1991), incluem as crenças normativas do comportamento moldado por indivíduos ou grupos de referência, aqueles que aprovam ou desaprovam o comportamento ou mesmo modelos comportamentais que podem ser imitados. O indivíduo deve considerar relevante a opinião dos indivíduos e grupos em questão, para que isso tenha impacto nas suas intenções de empreender internacionalmente. Segundo Liñán & Chen (2009), quando os indivíduos sentem que os seus grupos de referência/sociais aprovam a decisão de se tornarem empreendedores, sentem-se tentados e mais capazes de conseguirem.

Os indivíduos racionais, podem facilmente avaliar e julgar as normas sociais após a percepção da viabilidade de iniciar um empreendimento (Krueger N., 2009). Isto implica, que tentem racionalizar as informações ambientais relativas aos modelos de referência de forma consciente e deliberada.

Os autores Dutta e Thornhill (2008), referem que o estilo cognitivo influencia diretamente a abordagem de um indivíduo em relação à informação com o objetivo de tomar decisões e que o indivíduo analítico é avesso ao risco. Comparativamente com o intuitivo, confia mais nas normas e estruturas vigentes, tem uma maior necessidade de conformidade e prefere adotar uma abordagem incremental para a resolução de problemas e tomada de decisão. Contrariamente, o indivíduo intuitivo é menos avesso ao risco e tem o interesse de ir para além das normas.

Segundo Vlacic (2018), os estudantes que confiam mais no seu Sistema-X têm, de forma geral, uma habilidade social mais aprimorada que lhes permite discernir entre bons e maus referentes imediatamente e sem esforço, quando têm que tomar uma decisão e avaliar as normas sociais percebidas em relação a iniciar um empreendimento internacional. Além disso, é muito provável que os indivíduos mais racionais pensem mais nos maus exemplos ao invés dos bons, devido à sua tendência de analisar tudo ao pormenor.

Esta intuição social, mais presente nos indivíduos mais intuitivos e que preferem o Sistema-X, é a base para as seguintes hipóteses quanto ao impacto dos sistemas cognitivos nas NSP:

Hipótese 2a: quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção das normas sociais para empreender internacionalmente;

Hipótese 2b: quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, mais negativa será a sua percepção das normas sociais para empreender internacionalmente.

3.1.3. O Impacto do raciocínio cognitivo na CCP

O terceiro construto trata-se do Controlo Comportamental Percebido, que segundo Ajzen (1991), representa as crenças de controlo, ou seja, se o indivíduo considera que possui recursos e capacidades suficientes para manter o controlo do comportamento depois de o executar. Definido como a percepção da facilidade ou dificuldade de empreender internacionalmente e manter sob controlo (Liñán & Chen, 2009).

No estudo de Dutta e Tornhill (2008) conclui-se que os empreendedores holísticos, que usam maioritariamente o Sistema-X tendem a atribuir um desempenho positivo acima da média à ação envolvida por si mesmo e um desempenho negativo abaixo da média, às restrições que prevalecem no ambiente externo, em comparação com as atribuições feitas pelos empresários analíticos (usam maioritariamente o Sistema-C) que operam sob condições semelhantes.

Isto significa, que o Sistema-X emerge de pensamentos inconscientes que tendem a capacitar o indivíduo, aumentando a confiança e sobrestimando as suas capacidades de executar a tarefa e mantê-la sob controlo, neste caso empreender, independentemente dos estímulos externos. Quando os sinais externos indicam condições competitivas negativas, os empreendedores holísticos tendem a atribuir isso a causas que não conseguem controlar, retirando responsabilidade de si mesmos. De forma inversa, os empresários analíticos tendem a ser mais conscientes e racionais e a ter uma abordagem gradual relativamente ao risco e controlo do comportamento, demonstrando um menor Controlo Comportamental Percebido.

Deste modo, pode-se considerar que os indivíduos mais intuitivos e que preferem o Sistema-X sobrestimem a sua capacidade de controlo como futuros empreendedores internacionais. Assim, surgem as seguintes hipóteses:

Hipótese 3a: quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção do controlo comportamental para empreender internacionalmente;

Hipótese 3b: quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, mais negativa será a sua percepção do controlo comportamental para empreender internacionalmente.

3.1.4. Influência puramente mediadora dos Sistemas Cognitivos na IEI através da ARC, NSP e CCP

As hipóteses anteriormente apresentadas, têm em comum o fato de sugerirem que o uso de um dos sistemas (Sistema-X ou Sistema-C) origina um aumento nas intenções empreendedoras internacionais em comparação com o outro, através do seu efeito nos antecedentes da intenção já referidos.

Resumindo, o apresentado nas hipóteses anteriores, os indivíduos que usam maioritariamente o seu Sistema-X, apresentam atitudes mais positivas em relação ao comportamento de empreender internacionalmente, têm mais confiança na sua habilidade para identificar e reconhecer novas oportunidades de negócio, interpreta as referências sociais de forma mais positiva, é menos avesso ao risco e mais confiante nas suas capacidades de manter o comportamento em questão sob controlo. Sendo assim, o Sistema-X tem um impacto indireto positivo sobre a IEI.

De forma inversa, os indivíduos que usam maioritariamente o seu Sistema-C têm menos confiança na sua habilidade para identificar e reconhecer novas oportunidades de negócio e são mais avessos ao risco, originando uma atitude menos favorável em relação a empreender internacionalmente. Tendem a ser mais racionais e a pensar exaustivamente procurando maioritariamente os exemplos e referências negativas e sentem-se mais inseguros das suas capacidades de empreender internacionalmente e manter sob controlo. O Sistema-C apresenta um impacto indireto negativo sobre a IEI.

Sendo assim, os antecedentes da intenção medeiam a relação entre os sistemas cognitivos e a IEI, originando apenas efeitos indiretos entre eles:

Hipótese 4a: Sistema Intuitivo não tem efeito direto na IEI dos alunos inquiridos;

Hipótese 4b: Sistema Analítico não tem efeito direto na IEI dos alunos inquiridos.

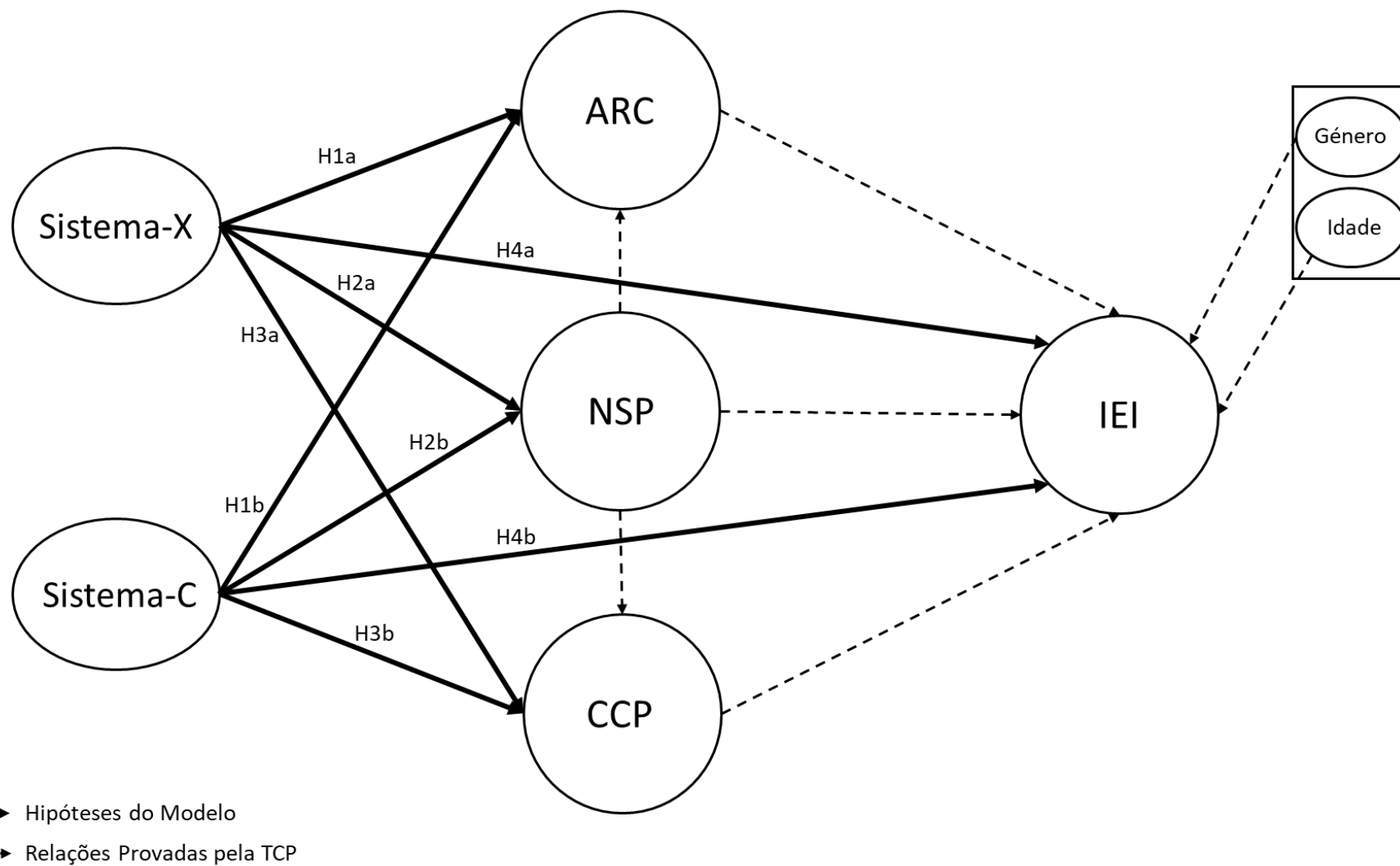


Figura 3- Modelo TCP.

3.2. Amostra e Variáveis

As hipóteses foram testadas nas várias escolas do Instituto Politécnico do Porto e, apesar do inquérito ser destinado apenas a cursos da área da Gestão, só um se refere ao processo de Internacionalização de Empresas. Não sendo um conjunto de escolas focadas essencialmente no ensino do empreendedorismo e dos negócios internacionais, permite a oportunidade de testar o modelo num contexto de baixo suporte ao empreendedorismo internacional e de alta incerteza quanto ao futuro profissional dos estudantes.

Selecionou-se uma amostra aleatória de estudantes de Licenciaturas da área da Gestão (47,1% das respostas) e Mestrados na área da Gestão (52,9%), cursos que lecionam as várias vertentes da Gestão e do Empreendedorismo (Anexo 2). O inquérito foi distribuído por cada coordenador de curso de diferentes escolas aos seus alunos e não se conseguiu saber qual o universo total de alunos, não sendo possível perceber a taxa de resposta. De qualquer forma, a amostra é representativa da população de alunos de todos os Curso da Área da Gestão na ESTG em termos de género (Qui-quadrado 0.09, abaixo do limite crítico de 3.84, 1 d.f.; nível alfa = 0,05) e idade (Qui-quadrado 4.27, abaixo do limite crítico de 5.99, 2 d.f.; nível alfa = 0,05). Devido ao fato da amostra ser pequena, o erro da amostra para a situação mais desfavorável em que a variância é desconhecida e $p=q=0.5$ é de 11%.

N=70	%Amostra
Género	
Feminino	54,3%
Masculino	45,7%
Idade	
18-20 anos	17,1%
21-23 anos	30,0%
>23 anos	52,9%
Grau Académico	
Licenciatura	47,1%
Mestrado	52,9%

Tabela 2 - Dados da Amostra.

A pesquisa foi realizada entre setembro e dezembro de 2019.

A TCP é estudada incluindo variáveis latentes e escala Likert para cada uma delas. Juntamente com os constructos da Teoria do Comportamento Planeado, a ARC (Tabela 3), NSP (Tabela 4) e CCP (Tabela 5), são incluídas métricas para a IEI - Intenção Empreendedora Internacional (Tabela 6), medidas dos Sistemas Cognitivos (Sistema-X e Sistema-C) (Tabela 7) e variáveis de controlo (idade e género).

De forma a ir de encontro ao objetivo do estudo, decidiu-se abordar de uma forma ampla, através de um estudo exploratório do efeito dos sistemas cognitivos na Intenção Empreendedora Internacional. Dessa forma, combinou-se as métricas de Liñán & Chen (2009) com as sugeridas por Autio et al (2001). São usados alguns códigos revertidos na Escala, para evitar a resposta aleatória e incentivar os inquiridos a ler os itens com atenção, em vez de usar um padrão de resposta.

Adaptou-se os itens ao âmbito específico da Intenção Internacional, incluindo o tema, explicitamente, quando apropriado, nos quatro constructos apresentados nas tabelas seguintes (ARC, NSP, CCP e IEI).

ARC: ATITUDE EM RELAÇÃO AO COMPORTAMENTO		
Códigos	Itens	Fonte
AHA1	Criar o meu próprio negócio de orientação internacional é uma oportunidade de sucesso.	Autio et al. (2001); Liñán & Chen (2009)
rAHA2	Gosto de trabalhar para terceiros.	
AHA3	Prefiro gerir um pequeno negócio internacional ao invés de ser um gestor de nível médio de uma empresa.	
AHA4	Ser empresário com vocação internacional implica mais vantagens do que desvantagens.	
AHA5	A opção de ser empreendedor com vocação internacional parece-me atrativa.	
AHA6	Ser empresário com vocação internacional dar-me-ia uma grande satisfação.	

Tabela 3 – Itens usados para medir ARC.

NSP: NORMAS SOCIAIS PERCEBIDAS		
Códigos	Itens	Fonte
NS1	Pequenos empresários com orientação internacional podem ter sucesso na atual situação económica.	Autio et al. (2001); Liñán & Chen (2009)
NS2	Tenho um grande respeito pelos empresários de pequenas empresas internacionais.	
rNS3	Com a atual regulamentação e burocracia, é difícil gerir um negócio internacional de forma rentável.	
NS4	Se decidisse criar a minha própria empresa internacional, receberia muito apoio da minha família.	
NS5	Se decidisse criar a minha própria empresa com vocação internacional, receberia muito apoio de amigos e conhecidos.	
NS6	A atividade empresarial internacional choca com a cultura do meu país.	
NS7	O papel do empreendedor com vocação internacional na nossa economia deveria ser mais reconhecido.	
NS8	Muitas pessoas têm dificuldade em aceitar a figura de um empreendedor com vocação internacional.	
NS9	A sociedade em geral considera que a atividade empresarial internacional é muito arriscada para o valor que apresenta.	
NS10	É comum acreditar que o empreendedor internacional tem vantagens sobre outros empresários.	
NS11	Na nossa universidade, existe uma infraestrutura de apoio adequada para o arranque de novas empresas internacionais.	
NS12	Na minha universidade há pessoas com boas ideias para iniciar um novo negócio com vocação internacional, já que o seu desenvolvimento é incentivado.	

Tabela 4 - Itens usados para medir NSP.

CCP: CONTROLO COMPORTAMENTAL PERCEBIDO		
Códigos	Itens	Fonte
rA1	Se eu decidir iniciar o meu próprio negócio orientado internacionalmente, não saberia por onde começar.	Autio et al. (2001); Liñán & Chen (2009)
rA4	Criar o meu próprio negócio com vocação internacional é muito arriscado.	
rA5	Tenho a certeza de que posso manter atualizados os aspetos fundamentais do meu próprio negócio internacional.	
A2	Se tivesse a oportunidade e os recursos necessários, criaria a minha própria empresa com uma orientação internacional.	
A3	Estou a desenvolver as competências necessárias para gerir com sucesso o meu próprio negócio orientado internacionalmente.	
A6	Criar uma empresa com vocação internacional e mantê-la a funcionar seria uma tarefa fácil para mim.	
A7	Estou preparado para iniciar/criar um negócio internacional viável.	
A8	Sou capaz de controlar o processo de criação de uma empresa com vocação internacional.	
A9	Possuo os conhecimentos práticos necessários para criar uma empresa internacional.	
A10	Sei como desenvolver um projeto de negócios internacional.	
A11	Se tentasse criar uma empresa internacional, teria grandes hipóteses de sucesso.	
A12	Penso que poderia gerir com sucesso um pequeno negócio internacional.	

Tabela 5- Itens usados para medir CCP.

IEI: INTENÇÃO EMPREENDEDORA INTERNACIONAL		
Códigos	Itens	Fonte
IEI1	Planeio gerir o meu próprio negócio internacional logo após me formar.	Adaptado de Autio et al. (2001); Liñán & Chen (2009), para "Intenção Internacional"
IEI2	Planeio gerir o meu próprio negócio internacional entre 5 e 10 anos após me formar.	
IEI3	Planeio/tenciono gerir o meu próprio negócio internacional, mas quando tiver dez ou mais anos de experiência profissional.	
IEI4	Estou disposto a fazer qualquer coisa para ser um empreendedor com vocação internacional.	
IEI5	O meu objetivo profissional é tornar-me um empreendedor com vocação internacional.	
IEI6	Farei todos os possíveis para criar e gerir a minha própria empresa com vocação internacional.	
IEI7	Estou decidido a criar uma empresa internacional no futuro.	
IEI8	Pensei muito seriamente em criar a minha própria empresa internacional.	
rIEI9	Depois de terminar o curso, tenho a intenção de trabalhar por conta de outrem.	
IEI10	Depois de terminar o curso, tenho a intenção de criar a minha empresa internacional.	
IEI11	Entre a diversidade de opções para o meu futuro profissional, prefiro ser um empreendedor com vocação internacional.	

Tabela 6– Itens usados para medir IEI.

Quanto aos sistemas cognitivos, foi utilizado o Índice de Estilo Cognitivo–CSI de Allinson & Hayes (1996), com variações na escala, tendo em conta as críticas de Hodgkinson & Sadler-Smith (2010).

Decidiu-se mudar para uma escala de Likert de 7 pontos. Permite perceber que os inquiridos podem usar um sistema cognitivo, nenhum, ou ambos em simultâneo no comportamento específico da análise de oportunidades internacional (Teoria do Processo Dual), ao invés do objetivo para o qual a escala original foi concebida: obter um número que classificasse o estilo cognitivo do indivíduo em dois polos opostos, intuitivo ou analítico (visão unitária).

A escala original incluía 22 itens para medir o estilo analítico e 16 itens para o intuitivo. Atribuía um 3 no caso do inquirido ter a opinião de que o item analítico vai de encontro à sua abordagem cognitiva, um 2 se não tivesse a certeza e 0 caso contrário.

Sendo assim, e de forma a manter a estrutura e objetivo inicial, uma pontuação alta (7) num item analítico significa que o inquirido concorda fortemente que ela/ele usa o Sistema-C no contexto de iniciar um negócio internacional. Por outro lado, uma pontuação alta num item intuitivo significa que o inquirido concorda fortemente que ela/ele usa o Sistema-X nessa situação. Posto isto, é possível ter uma pontuação alta em ambos, num deles ou em nenhum dos sistemas cognitivos.

ÍNDICE DO ESTILO COGNITIVO		
Códigos	Itens	Fonte
I5	Sigo escrupulosamente as regras e normas no trabalho.	Escala de Índice do Estilo Cognitivo (CSI-Cognitive Style Index) de Allinson & Hayes (1996)
I11	É raro tomar decisões baseadas na primeira impressão.	
I28	Considero que o trabalho detalhado e metódico é satisfatório.	
IR24	Preferia que a minha vida fosse imprevisível em vez de seguir um rumo normal.	
IR32	Os meus <i>feelings</i> são uma base tão boa para tomar decisões como uma análise aprofundada.	
IR33	Sou do tipo de pessoa que se considera precipitada e tendo a deixar a precaução de lado.	
IR35	Estou sempre preparado para arriscar.	

Tabela 7 – Itens usados para medir IEC.

Nota: Agradecimento ao Emérito Professor Chris Allinson por dar permissão para o uso da escala.

3.3. Instrumento e procedimento de recolha de dados: Inquérito

Para testar as hipóteses, optou-se pelo inquérito como instrumento de recolha de dados (Anexo 3).

O inquérito foi desenvolvido e adaptado a estudantes do Ensino Superior da Área de Gestão, mais concretamente, focado na vertente internacional do empreendedorismo. O inquérito, fez parte de uma investigação conjunta do Prof. Vítor Braga (ESTGF–Instituto Politécnico de Porto, Portugal) e do Prof. Miguel González Loureiro (U. de Vigo, Espanha & CIICESI–Instituto Politécnico de Porto, Portugal). Foi traduzido para a Língua Portuguesa, de forma a ser o instrumento de recolha de dados da presente investigação.

O inquérito encontra-se dividido em quatro secções:

- **Secção I:** valorizar várias áreas administrativas de uma empresa de acordo com a qual o inquirido gostaria de desenvolver o seu futuro profissional, através de uma escala de Likert de 7 Pontos;
- **Secção II:** opinião do inquirido relativa à sua personalidade. Indicar em qual dos extremos (ou perto deles) se reflete melhor essa mesma opinião;
- **Secção III:** indicar o grau de acordo relativo a várias afirmações, através de uma escala de Likert de 7 Pontos;
- **Secção IV:** indicar o grau de acordo relativo a um conjunto de expressões relacionadas com orientação empresarial nos mercados internacionais, através de uma escala de Likert de 7 Pontos.

Os inquéritos foram enviados entre setembro e dezembro de 2019 em formato digital, através da ferramenta Google Forms, tendo uma duração prevista de 15 minutos. (Anexo 4)

Foi feita uma análise de todas as escolas pertencentes ao Instituto Politécnico do Porto e escolhidos todos os cursos que estivessem relacionados de alguma forma com a área da Gestão. Depois de selecionados os cursos, o inquérito foi enviado a cada coordenador/diretor de curso solicitando o envio aos seus alunos. (Anexo 5)

Os participantes foram informados acerca do propósito do estudo, sendo esclarecido que os dados obtidos eram apenas para efeitos de investigação da ESTG–P.Porto, bem como eram assegurados os aspetos da confidencialidade.

3.4. Adequabilidade de Dados

Um dos requisitos geralmente usados na análise da adequação dos dados é a regra definida por Chin (1998), que refere que o tamanho da amostra deverá ser 10 vezes maior do que uma de duas possibilidades: o maior conjunto de indicadores ou a variável dependente com o maior número de variáveis independentes ligadas à mesma.

No modelo usado, a primeira possibilidade refere-se ao conjunto de indicadores do constructo CCP, multiplicando por dez resulta em 60. A segunda possibilidade refere-se à variável IEI, multiplicando por dez resulta em 80. A amostra é constituída por 70 respostas desta forma, a adequação dos dados está correta, visto cumprir o requisito quanto a uma das suas possibilidades. Hair, Sarstedt, Pieper, & Ringle (2012) referem que o PLS-SEM pode processar variáveis nominais (categóricas), ordinais, de intervalo e de escala proporcional, para acomodar a análise dos dados.

Será elaborada uma “Bootstrap” com mais de 5000 reamostragens com alterações individuais. A regra para reter indicadores refletivos é baseada nas suas cargas externas. Os itens retidos têm um limite mínimo de 0,40 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2014).

Todos os constructos devem exceder o limite mínimo de CR=0.70 para a validade discriminante (Bagozzi & Yi, 1988) e o limite mínimo de 0.5 para a AVE, como uma medida de validade convergente, a raiz quadrada de cada variável latente AVE deve ser maior do que as correlações entre as variáveis latentes (Fornell & Larcker, 1981).

Além disso, o rácio “heterotrait-monotrait” entre as variáveis latentes (HTMT) (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015) em valor absoluto não deverá ultrapassar o limite de 0.90 em cada uma.

	Recomendações	Fonte
Adequação dos dados Tamanho da amostra deverá ser 10 vezes maior do que:	1) o maior conjunto de indicadores 2) variável dependente com o maior número de variáveis independentes ligadas à mesma	Chin (1998)
Avaliação do Modelo Externo Outer Loadings	Itens retidos ≥ 0.40	Hair et al. (2014)
Validade Discriminante		
CR	CR ≥ 0.70	Bagozzi & Yi, (1988)
AVE	AVE ≥ 0.50	Fornell & Larcker (1981)
HTMT	HTMT < 0.90	Henseler et al. (2015)

Tabela 8 – Adequação dos dados, avaliação do modelo externo e validade discriminante.

4. Resultados

As respostas dos alunos ao inquérito foram formatadas e usadas em dois softwares: SPSS 20.0 e SmartPLS v3. O questionário foi codificado, através da análise de possíveis erros para garantir a qualidade dos dados, com a ferramenta SPSS 20.0, antes da análise aos dados.

Para a elaboração do modelo utilizou-se o software SmartPLS v3. Decidiu-se modelar através de um sistema de equações estruturais usando o método “Partial Least Squares”, tendo em conta que é objetivo a exploração do efeito dos sistemas cognitivos como antecedentes dos constructos presentes na TCP. (Anexo 6)

Este método tem como objetivo maximizar a variação explicada, representada pelo “R-Square” do constructo que se pretende estudar (Intenção Empreendedora Internacional) e segundo Chin (1998), este método é mais robusto que a “variance-covariance based model” em amostras pequenas ou médias, que é o caso. Através deste sistema, são definidas as relações entre as variáveis observáveis e as variáveis latentes do modelo, percebendo qual a influência (direta/indireta) de cada uma delas, com as restantes (Figura 4).

A Análise Fatorial tinha como objetivo determinar quais das variáveis observáveis contribuíam para cada variável latente ou construto do modelo. As variáveis latentes são escalas de medição reflexivas, p.e os indicadores são altamente correlacionados e intercambiáveis (Hair et al., 2014). Os mesmos indicadores, segundo Hair et al. (2012), devem ser examinados em termos de confiabilidade e validade.

Inicialmente, definiu-se o número de itens retidos em cada variável latente e validou-se as escalas segundo as recomendações de Field (2005). Em cada variável latente, reteu-se os itens com uma correlação total entre 0.5 e 0.9, eliminando os itens que não são necessários. Segundo Velicer & Guadagnoli (1988) na sua análise Monte Carlo, mesmo pequenas amostras produzem resultados estáveis se as cargas fatoriais forem suficientemente grandes.

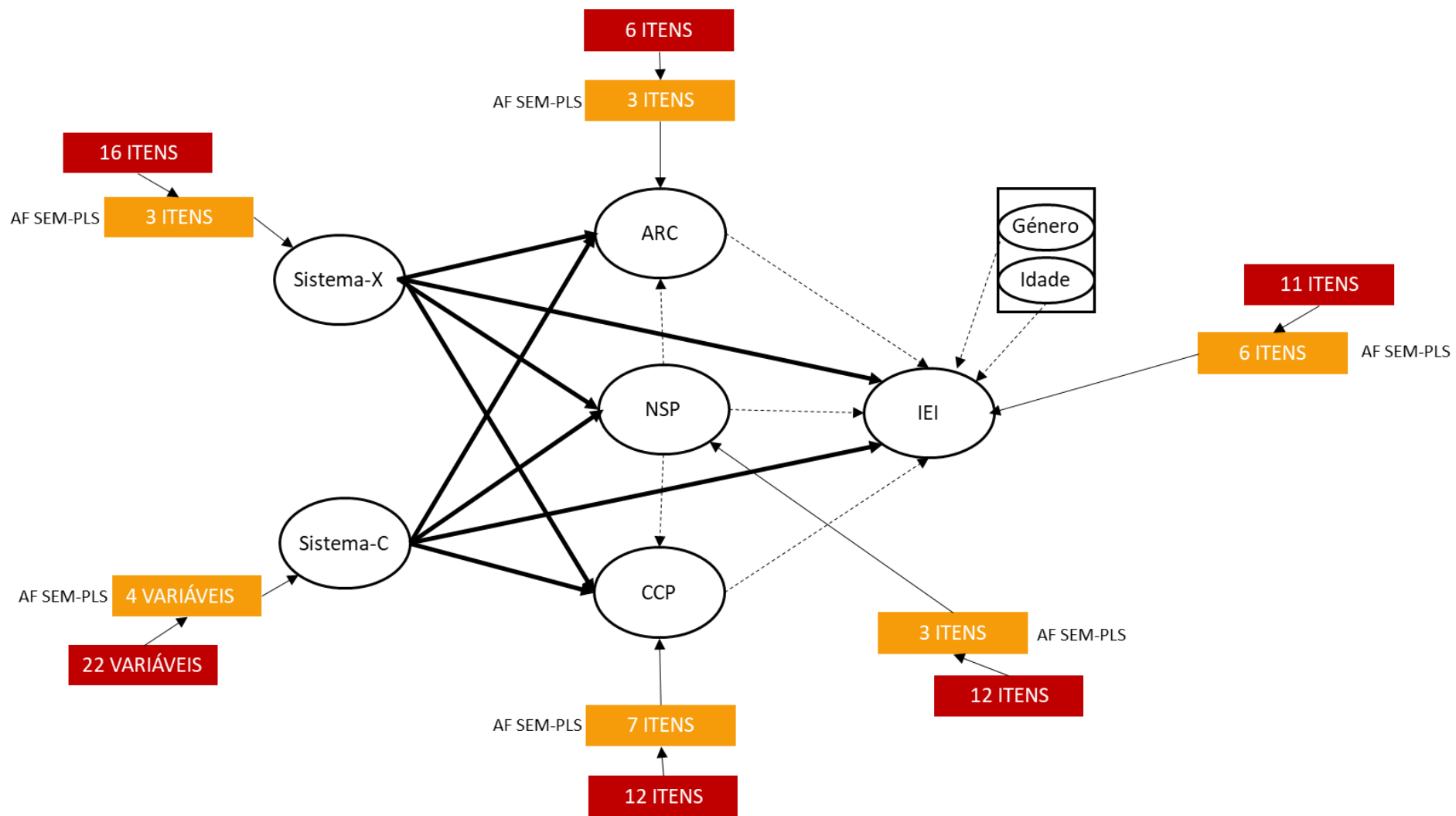


Figura 4 – Processo estatístico para a construção do modelo.

4.1. Análise Fatorial

A análise Fatorial foi desenvolvida usando o SmartPLS v3 através da regra de que os itens retidos devem ultrapassar o limite mínimo de 0.40 (Hair et al., 2014).

De seguida, e seguindo as recomendações de Field (2005), reteu-se em cada variável latente os itens com uma correlação total superior a 0.5 e inferior a 0.9. Posteriormente, e de forma a melhorar os resultados das correlações e a retirar os valores mais baixos, selecionou-se apenas os itens com uma correlação total superior a 0.7 e inferior a 0.9.

Após este passo, reteu-se 3 itens da variável ARC, 3 da NSP, 7 da CCP, 6 da IEI, 3 do Sistema-X e 4 do Sistema-C, como mostra a Tabela 9.

Construto	#Itens na escala original	#Itens retidos após Análise Fatorial Confirmatória	Fator Loadings (SmartPLS)	
ARC	6	3	AHA3	0,789
			AHA5	0,871
			AHA6	0,864
NSP	12	3	NS7	0,731
			NS11	0,806
			NS12	0,776
CCP	12	7	A6	0,796
			A7	0,859
			A8	0,894
			A9	0,804
			A10	0,817
			A11	0,709
			A12	0,879
IEI	11	6	IEI2	0,724
			IEI5	0,890
			IEI7	0,894
			IEI8	0,744
			IEI10	0,735
			IEI11	0,892
Sistema-X	16	3	IR20	0,721
			IR32	0,805
			IR38	0,665
Sistema-C	22	4	I13	0,744
			I18	0,763
			I19	0,881
			I21	0,890

Tabela 9 – Análise Fatorial Confirmatória.

Nota: Os itens dos construtos foram medidos numa escala de Likert de 7 Pontos.

4.2. Adequabilidade de dados, modelo interno e modelo externo

Anteriormente, foram apresentados os requisitos para a adequação dos dados. Como apresenta a Tabela 10, todos os constructos excedem o limite mínimo de CR=0.70 para a validade discriminante e o limite mínimo de 0.5 para a AVE como medida da validade convergente. A raiz quadrada de cada variável latente AVE deve ser maior do que as correlações entre as variáveis latentes (Fornell & Larcker, 1981), o que se verifica, cumprindo o requisito. Além disso, o rácio “heterotrait–monotrait” entre as variáveis latentes (HTMT) (Henseler et al., 2015) em valor absoluto está abaixo do limite de 0.90 de cada uma. Sendo assim, a validade discriminante foi estabelecida entre os construtos.

Latent constructs	Mean (*)	SD	Quality Criteria		Square root of the AVE (Latent) & Correlations Matrix						
			CR	AVE	1	2	3	4	5	6	
1. ARC	4.78	1.26	0.88	0.71	<i>0.84</i>						
2. CCP	3.53	1.31	0.94	0.68	0.63	<i>0.83</i>					
3. IEI	3.84	1.43	0.92	0.67	0.77	0.76	<i>0.82</i>				
4. NSP	4.31	1.34	0.82	0.60	0.51	0.67	0.51	<i>0.77</i>			
5. Sistema-C	5.25	1.17	0.89	0.68	0.26	0.22	0.04	0.34	<i>0.82</i>		
6. Sistema-X	4.01	1.21	0.78	0.54	0.36	0.53	0.48	0.48	0.19	<i>0.73</i>	
7. Ln Idade	3,24	0.23	n.a	n.a	0.01	0.08	0.03	-0.11	-0.03	0.01	
8. Género	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a

(*) Mean = Média, a pontuação média de todos os itens incluídos neste construto; SD = Standard Deviation (Desvio-padrão); CR = Composite Reliability; AVE = Average Variance Extracted; Os números em itálico na diagonal são a raiz quadrada do AVE. Valores fora da diagonal são correlações entre construtos / variáveis; n.a. = não aplicável (item único ou variável categórica)

Tabela 10– Estatística descritiva e Matriz de correlação.

Através da análise dos resultados expostos na Tabela 10 percebeu-se que os alunos do Ensino Superior inquiridos apresentam baixa intenção empreendedora internacional (média: 3.84, sd:1.43). De referir, que a escala varia entre o 1 e o 7. O antecedente da intenção que apresenta o resultado mais baixo é o CCP (média: 3.53, sd:1.31), significando que os alunos consideram que têm um baixo grau de controlo comportamental.

O nível de normas sociais percebidas está perto do ponto neutro da escala (média:4.31, sd:1.34) e o das suas atitudes perante o comportamento é o mais elevado (média:4.78, sd:1.26), significando uma atitude positiva perante o ato de empreender internacionalmente.

Quanto ao uso dos sistemas cognitivos, os alunos referem que usam mais o seu Sistema-C (média:5.25, sd:1.17) comparativamente com o seu Sistema-X (média:4.01, sd:1.21).

Estes resultados, quando comparados com os de Vlacic (2018), o único estudo que avalia a IEI dos alunos do Ensino Superior através da TCP, permitem perceber que têm características em comum. Ambos apresentam valores baixos de IEI (3.84 vs 2.70), sendo o CCP o antecedente com valores mais baixos (3.53 vs 3.01). Quanto ao uso dos sistemas cognitivos, os alunos inquiridos por Vlacic (2018) em Espanha também apresentam o Sistema-C como o predominante comparativamente ao Sistema-X (5.25-4.01 vs 4.25-3.58).

4.3. Framework e comparação de resultados

A Tabela 11 resume os resultados das análises de regressões realizadas pelo “bootstrapping” de 5000 reamostragens. A framework da TCP juntamente com os sistemas cognitivos e as variáveis de controlo (Género e Idade) explicaram 77% de variabilidade da IEI. Os sistemas cognitivos juntamente com as NSP explicaram 29% da variabilidade do ARC e os 51% de variabilidade no CCP.

Hypothesis tested	Unstandardized path estimates	R-square
TCP	H1a Sistema-X → ARC	0.143 n.s.
	H1b Sistema-C → ARC	0.098 n.s.
	NSP → ARC	0.409***
TCP	H2a Sistema-X → NSP	0.431***
	H2b Sistema-C → NSP	0.260*
TCP	H3a Sistema-X → CCP	0.269*
	H3b Sistema-C → CCP	-0.016 n.s.
	NSP → CCP	0.548***
TCP	H4a Sistema-X → IEI	0.122 n.s.
	H4b Sistema-C → IEI	-0.209 n.s.
TCP	ARC → IEI	0.535***
TCP	NSP → IEI	-0.036 n.s.
TCP	CCP → IEI	0.425***
Var. Controlo	Ln Idade → IEI	0.083 n.s.
Var. Controlo	Género → IEI	0.008 n.s.

TCP: relações já testadas na Teoria do Comportamento Planeado

Bootstrapping de 5000 amostras. Limiares significativos são baseados num "one-tailed T-test":

*** significante em p-values < 0.001

** significante em p-values < 0.005

* significante em p-values < 0.010

+ significante em p-values < 0.050

Tabela 11- Resultados da Análise de Regressão.

A variabilidade da ARC é explicada pelas NSP (0.40), sendo que tanto o Sistema-X como o Sistema-C não são significantes. Ambos os sistemas estão positivamente relacionados com a NSP,

o Sistema-C (0.26) e, principalmente o Sistema-X (0.43). Quanto à CCP, é explicada pelo Sistema-X (0.26), e maioritariamente pela NSP (0.54). O impacto destas variáveis na IEI é significativo para a ARC (0.53) e CCP (0.42). Nenhum dos sistemas cognitivos tem um impacto direto significativo na IEI. Relações significativas e a análise do modelo (“Path analyses”) apresentam-se na Figura 5.

Os resultados obtidos pelo estudo e apresentados na framework são consistentes com a maioria dos estudos relativos aos alunos do ensino superior e à sua intenção empreendedora. De referir, que maior parte dos estudos analisa o construto da Intenção Empreendedora, enquanto o presente estudo refere-se à dinâmica da TCP com Intenção Empreendedora Internacional. (Tabela 12)

	ARC → IE	NSP → IE	CCP → IE	Variabilidade Explicada pela TCP (R ²)
Liñán and Chen (2009)	0.67	n.s.	0.16	0.57
Autio et al. (2001)	0.24	0.03	0.32	0.36
Castellano et al. (2014)	0.55	n.s.	0.17	0.44
Aloulou (2016)	0.22	0.28	0.28	0.33
	ARC → IEI	NSP → IEI	CCP → IEI	Variabilidade Explicada pela TCP (R ²)
Vlacic (2018)	0.40	n.s.	0.55	0.73
Resultados	0.53	n.s.	0.42	0.76

Tabela 12- Resultados de vários estudos.

Os estudos que abordam a influência dos antecedentes da intenção na IE apresentam variedade de resultados. Autio et al. (2001) estimaram 0.24 para ARC, 0.32 para CCP e 0.03 para NSP; Liñán & Chen (2009) estimaram 0.67 para ARC, 0.17 para CCP e não-significante para NSP; Castellano et al. (2014) estimaram 0.55 para ARC, 0.17 para CCP e não-significante para NSP; Aloulou (2016) estimaram 0.22 para ARC, 0.28 para CCP e 0.28 para NSP. Em todos os estudos comparados, verifica-se que existe influência da ARC e CCP na IE, característica essa corroborada também pelo presente estudo. Pode-se concluir também, que maioritariamente as NSP não influenciam a IE ou influenciam pouco. O único estudo em que as NSP influenciaram de forma clara a IE foi no de Aloulou (2016) realizado na Arábia Saudita.

O autor refere, que o mais lógico será atribuir esse resultado a fatores e valores culturais, visto que indivíduos em culturas coletivistas tendem a ser mais influenciados pelas opiniões dos outros, considerando a Arábia Saudita uma sociedade coletivista, em que os alunos atribuem muita importância à opinião e expectativas do seu grupo familiar e social.

A variabilidade da IE explicada por estes estudos é de 0.33 para Aloulou (2016); 0.44 para Castellano et al., 2014; 0.36 para Autio et al., 2011; e 0.57 para Liñán & Chen (2009). O presente estudo apresenta um resultado superior, com a TCP aplicada a estudantes do Ensino Superior a explicar 77% da variabilidade da IEI.

Em comparação com o estudo de Vlacic (2018), o único que aborda a intenção empreendedora internacional, pode-se concluir que em ambos se verifica a influência da ARC e do CCP na IEI, ao contrário das NSP que não apresentam influência direta na IEI. Os resultados da variabilidade explicada pela TCP são quase semelhantes.

Outra conclusão deste estudo que está em concordância com os restantes estudos comparados, é o facto das NSP terem um impacto positivo significativo na ARC e no CCP, apesar de não terem impacto direto na IE/IEI. Ou seja, tem um efeito indireto na intenção através dos outros dois construtos (ARC e CCP).

Os resultados sugerem que a inclusão da componente cognitiva adiciona informação significativa para a explicação da variabilidade da IEI, mesmo num contexto de intenções empreendedoras internacionais baixas (média:3.84 sd:1.43), não chegando sequer ao ponto neutro da escala (escala de 1 a 7). O estudo de Castellano et al. (2014) conclui que a ARC, CCP e IE apresentam resultados superiores nos alunos que são simultaneamente intuitivos e analíticos, em comparação com os alunos que são apenas intuitivos ou analíticos. Estes dados, estão de acordo com o método utilizado no presente estudo – considerar que os alunos podem ser simultaneamente intuitivos e analíticos e não apenas um dos extremos.

De forma geral, os resultados apresentados estão de acordo com estudos que servem de comparação. De salientar, o facto de maior parte dos estudos serem relativos à Intenção Empreendedora e apenas o de Vlacic (2018) analisar a Intenção Empreendedora Internacional. O estudo da influência dos sistemas cognitivos na intenção empreendedora internacional é um campo de investigação recente, como tal, o facto dos resultados estarem de acordo com os estudos mais semelhantes pode ser considerado positivo e motivador para a continuação da investigação nesta área.

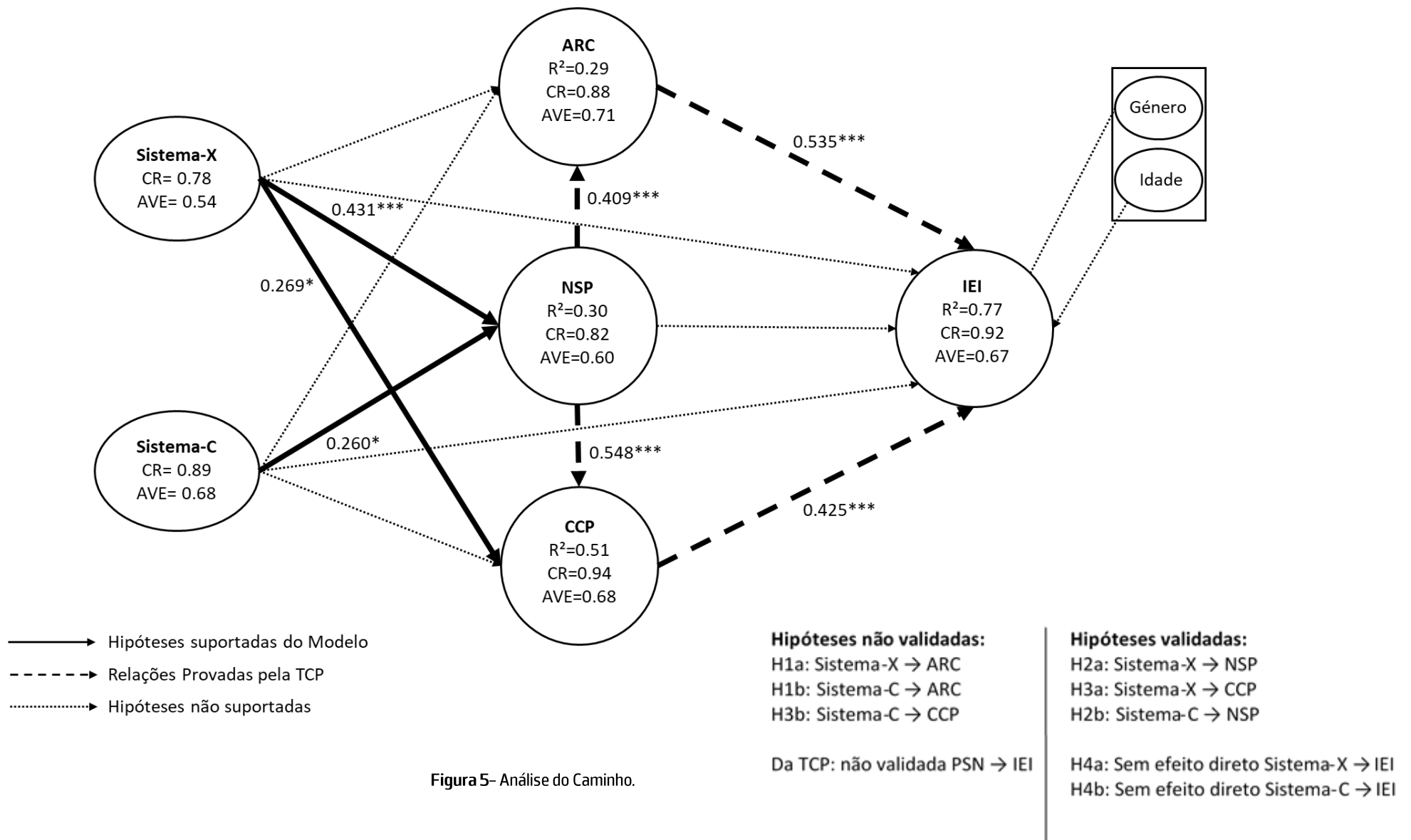


Figura 5- Análise do Caminho.

4.4. Efeitos totais, diretos e indiretos

A Tabela 13 apresenta os efeitos totais e indiretos dos sistemas cognitivos na IEI, assim como os efeitos diretos (“Path Parameter Estimate”) que foram apresentados anteriormente.

Como referido anteriormente, nenhum dos sistemas cognitivos tem influência direta na IEI, apesar do Sistema-X ter um efeito indireto através do efeito da mediação do CCP. O efeito total do Sistema-X na IEI é positivo (0.49), com um efeito indireto significativo (0.37).

O sistema-X tem um efeito total significativo na ARC (0.31) devido ao efeito indireto mediado pelas NSP. O sistema-X tem um efeito total significativo na CCP (0.50), ao contrário do Sistema-C que não tem nenhum efeito significativo em nenhum destas variáveis.

As NSP têm efeito indireto na IEI, através da sua relação com a ARC e CCP.

Quanto ao Sistema-C, não apresenta efeito direto nem com a ARC nem com o CCP, mas através das NSP consegue ter um pequeno efeito indireto nestes dois construtos.

IEI	Efeito Total	Efeito Direto	Efeito Indireto
Sistema-X	0.492***	0.122 n.s.	0.370***
Sistema-C	-0.056 n.s.	-0.209 n.s.	0.153 n.s.
NSP	0.415***	-0.036 n.s.	0.451***
ARC			
Sistema-X	0.319***	0.143 n.s.	0.176*
Sistema-C	0.204 n.s.	0.098 n.s.	0.106+
CCP			
Sistema-X	0.505***	0.269*	0.236**
Sistema-C	0.126 n.s.	-0.016 n.s.	0.142+

Tabela 13- Efeitos totais, diretos e indiretos.

4.5. Análise das Hipóteses propostas

Hipóteses Aceites (A) / Rejeitadas (R)		
H1a	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais favorável será a sua atitude em relação a empreender internacionalmente	R
H1b	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, menos favorável será a sua atitude em relação a empreender internacionalmente	R
H2a	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção das normas sociais para empreender internacionalmente	A
H2b	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, mais negativa será a sua percepção das normas sociais para empreender internacionalmente	R
H3a	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção do controlo comportamental para empreender internacionalmente	A
H3b	Quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Analítico, mais negativa será a sua percepção do controlo comportamental para empreender internacionalmente	R
H4a	Sistema intuitivo não tem efeito direto na IEI dos alunos inquiridos	A
H4b	Sistema analítico não tem efeito direto na IEI dos alunos inquiridos	A

Tabela 14- Hipóteses aceites/rejeitadas.

Através da análise dos resultados do presente estudo podemos perceber a validação ou rejeição das hipóteses inicialmente colocadas e qual a sua justificação:

- **Hipóteses 1:** Ambas as hipóteses foram rejeitadas. Na amostra, nem o Sistema-X nem o Sistema-C influenciam diretamente a ARC. Contudo, o Sistema-X exerce um claro efeito indireto na ARC através da NSP (0.176*), assim como o Sistema-C apesar de ser menor (0.106+).

- **Hipóteses 2:** A hipótese H2a que referia que “quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção das normas sociais para empreender internacionalmente” foi validada, sendo clara a influência do Sistema-X na NSP (0.431***). A hipótese H2b foi rejeitada porque apesar do Sistema-C influenciar diretamente a NSP (0.260*), influencia de forma positiva, ou seja, o oposto do que se pretendia.

- **Hipóteses 3:** Quanto à CCP, os dados indicam influência direta do Sistema-X (0.269*) e não significativa do Sistema-C (-0.016 n.s.), ou seja, a hipótese H3a foi validada e a H3b rejeitada.

- **Hipóteses 4:** Ambas as hipóteses foram validadas. Nenhum dos sistemas cognitivos tem efeito direto na IEI, corroborando as hipóteses propostas. Contudo, interessa salientar que o sistema-X apresenta um efeito indireto na IEI (0.370***) através do CCP.

Sendo assim, conclui-se que as hipóteses validadas são relativas ao Sistema Intuitivo. Isto é, “quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua percepção das

normas sociais para empreender internacionalmente” e “quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua perceção do controlo comportamental para empreender internacionalmente”.

As outras duas hipóteses validadas, como se previa, tendo em conta os resultados de outros estudos, são relativas ao facto de nenhum dos sistemas cognitivos ter efeito direto na IEI dos alunos inquiridos.

5. Conclusões, limitações e futuras investigações

5.1. Conclusões

Este estudo exploratório, entre potenciais empreendedores, apresenta-se como uma ferramenta que permite aprofundar o conhecimento relativo à influência dos sistemas cognitivos e dos aspetos da TCP na intenção empreendedora internacional, visto que ainda é possível trazer maior clareza e foco para o benefício daqueles que procuram entender melhor os processos mentais dos empreendedores (Mitchell, et al., 2007).

Como instrumento de recolha de dados, optou-se por um inquérito focado na vertente internacional do empreendedorismo, que foi adaptado a estudantes do Ensino Superior da área de Gestão. Foi selecionada uma amostra aleatória de estudantes de Licenciaturas e Mestrados da área de Gestão das várias escolas do IPP. Não sendo um conjunto de escolas focadas essencialmente no ensino do empreendedorismo e dos negócios internacionais, permite a oportunidade de testar o modelo num contexto de baixo suporte ao empreendedorismo internacional e de alta incerteza quanto ao futuro profissional dos estudantes.

Foi conferida a adequabilidade dos dados, onde foram respeitados os requisitos necessários. As respostas dos inquiridos foram formatadas e o questionário codificado, o que permitiu a análise dos resultados. Posteriormente, foi elaborado o modelo através de um sistema de equações estruturais usando o método "Partial Least Squares". Este estudo permitiu a identificação de três conclusões principais.

Em primeiro lugar, através dos resultados, foi possível perceber que os alunos inquiridos dos vários cursos de Gestão do IPP apresentam uma baixa intenção empreendedora internacional (3.84), abaixo do ponto médio da escala, no entanto, apresentou o resultado maior de entre todos os estudos comparados (comparando com IE e IEI). A baixa IEI dos alunos inquiridos pode ser explicada pelas descobertas de Iakovleva, Kolvereid, & Gorgievski (2014), que referem que os indivíduos de países desenvolvidos podem ser mais avessos ao risco de forma geral, tendo mais a perder no momento de iniciar um negócio, ainda mais quando se trata de um negócio internacional.

Tal como o estudo de Vlacic (2018) realizado em Espanha, o antecedente da intenção que apresenta o resultado mais baixo é o Controlo Comportamental Percebido dos alunos (3.53), e o sistema cognitivo predominante é o Sistema-C, o que significa que se orientam principalmente por um sistema cognitivo mais racional e analítico.

De referir, o facto do construto com o melhor resultado ser a ARC (4.78), o que mostra uma atitude positiva dos inquiridos perante o ato de empreender internacionalmente.

Em segundo lugar, os resultados das análises de regressões realizadas pelo “bootstrapping” de 5000 reamostragens originou a framework e todas as relações que a constituem. Apesar dos trabalhos comparados serem maioritariamente relativos à Intenção Empreendedora, os resultados que se obteve com este processo estão em concordância com a maior parte da literatura referente a este tema. A framework da TCP juntamente com os sistemas cognitivos e as variáveis de controlo (Género e Idade) explicaram 77% de variabilidade da IEI. Pode-se considerar o resultado mais satisfatório de entre todos os estudos analisados e concluir que a inclusão da componente cognitiva adiciona informação significativa para a explicação da variabilidade da IEI mesmo num contexto de intenções empreendedoras internacionais baixas, sendo que o único estudo que se aproxima deste resultado é o de Vlacic (2018) que também inclui a componente cognitiva.

Relativamente à análise da Framework originada conclui-se o seguinte:

- I. Quanto à Teoria do Comportamento Planeado de Ajzen (1991), foi provado o impacto significativo de dois construtos [(ARC – 0.53) e (CCP – 0.42)] na IEI, assim como a relação entre todos os antecedentes da intenção. O antecedente ARC foi o que apresentou o impacto mais significativo na intenção de empreender internacionalmente, o que está em concordância com o fato de ter sido o construto com melhor resultado na análise fatorial. O construto NSP apesar de não influenciar diretamente, apresenta um efeito indireto na IEI (0.451***), através da ARC e CCP, sendo que a variabilidade deste dois construtos é maioritariamente explicada pelas NSP. De referir, que esta característica das NSP, entre os estudos comparados, apenas não é corroborada pelo de Aloulou (2016).
- II. Nenhum dos sistemas cognitivos tem um impacto direto significativo na IEI. Este resultado está de acordo com o estudo de Vlacic (2018). Apesar de não influenciar diretamente, o Sistema-X apresenta um efeito indireto significativo através do efeito da mediação do CCP (0.37).
- III. Quanto à componente cognitiva e a sua relação com os antecedentes da intenção, podemos concluir que nenhum dos sistemas cognitivos explica a variabilidade da ARC. Apesar disso, o Sistema-X apresenta um efeito total significativo na ARC (0.31) devido ao efeito indireto mediado pelas NSP. Relativamente à CCP, é explicada maioritariamente pelo sistema-X (0.26) que apresenta um efeito total significativo (0.50) na mesma. Em relação à NSP, está positivamente relacionada com ambos os sistemas cognitivos.

O terceiro ponto fulcral da análise das conclusões obtidas, é a constatação das hipóteses que foram validadas. Das oito hipóteses inicialmente identificadas foram quatro validadas. As hipóteses H1a e H1b respeitantes ao impacto do raciocínio cognitivo na ARC foram ambas rejeitadas, ou seja, nenhum dos sistemas cognitivos influencia diretamente a atitude em relação ao comportamento de empreender internacionalmente. As hipóteses H2a e H2b referem-se ao impacto do raciocínio cognitivo na NSP. A hipótese H2a que referia que “quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua perceção das normas sociais para empreender internacionalmente” foi validada. Quanto ao impacto do raciocínio cognitivo no CCP, apenas o Sistema-X o influencia, sendo assim a H3a “quanto mais o/a aluno/a confiar no seu Sistema Intuitivo, mais positiva será a sua perceção do controlo comportamental para empreender internacionalmente” foi validada. Relativamente à influência puramente mediadora dos sistemas cognitivos na IEI através dos antecedentes da intenção, foi comprovada. As hipóteses H4a e H4b foram validadas, sendo assim, nenhum dos sistemas cognitivos tem efeito direto na intenção empreendedora internacional. Comparando as hipóteses validadas pelo estudo realizado com o único estudo que analisa o impacto do raciocínio cognitivo nos antecedentes da intenção de empreender internacionalmente, pode-se referir que as quatro hipóteses validadas pelo trabalho estão em concordância com as conclusões de Vlacic (2018). Por outro lado, todas as hipóteses referentes à influência negativa do uso do Sistema-C sobre os antecedentes da intenção e a influência positiva do Sistema-X sobre a ARC foram rejeitas devido a resultados que não foram significativos.

Foram estabelecidos objetivos para a presente dissertação. O primeiro tratava-se de elaborar uma revisão da literatura da interseção entre os temas empreendedorismo internacional e cognição empreendedora. Foi apresentado um quadro geral dos trabalhos realizados nas áreas de estudo, assim como uma revisão referente aos temas do empreendedorismo e da cognição empreendedora, e de áreas no seu âmbito como a perceção de oportunidade, empreendedorismo internacional e os estilos cognitivos. Tudo isto aliado a uma referência ao modelo usado, a Teoria do Comportamento Planeado de Ajzen (1991) e os seus constituintes, tal como os antecedentes da intenção e a própria intenção empreendedora.

O segundo objetivo implicava um aprofundamento do conhecimento dos aspetos concretos da TCP que mais influenciam na intenção empreendedora internacional e analisar a influência dos sistemas cognitivos. Através do tratamento dos dados no SPSS, análise fatorial e das regressões realizadas pelo PLS-SEM v3 às respostas dos inquiridos, obtivemos os resultados e a framework. Conseguimos perceber quais os aspetos da TCP que mais influenciam a IEI dos alunos, qual a relação entre os elementos da TCP e de que forma os sistemas cognitivos influenciam todos estes

elementos, concluindo que têm um papel fundamental e devem ser considerados em futuros estudos.

O terceiro objetivo consistia em comparar os resultados obtidos com investigações anteriores a potenciais empreendedores. De um modo geral, os resultados estão de acordo com estudos que servem de comparação. Salientamos o fato de maior parte dos estudos serem relativos à Intenção Empreendedora e apenas o de Vlacic (2018) analisar a Intenção Empreendedora Internacional.

Em suma, o estudo da influência dos sistemas cognitivos na intenção empreendedora internacional aplicando a TCP trata-se de um campo de investigação recente, daí resulta o estatuto de inovador do presente estudo, sendo que na literatura apenas o de Vlacic (2018) se debruça sobre a mesma temática.

Como tal, o facto de os resultados estarem de acordo com os demais estudados, pode ser considerado positivo e motivador para a continuação da investigação nesta área – fator preponderante, quando se trata de lidar com potenciais empreendedores, que poderão ser o futuro motor da economia nacional.

5.2. Limitações

O estudo apresenta algumas limitações, algumas delas já referidas ao longo da presente dissertação. O reduzido número de participantes no inquérito, tendo em conta que o objetivo seria analisar potenciais empreendedores (optou-se por apenas selecionar os cursos que de alguma forma estivessem relacionados com a área da Gestão nas várias escolas do IPP). Sendo assim, restringiu-se a amostra a um número inferior de alunos.

Outra das limitações refere-se ao contexto específico das escolas do IPP. Contexto de baixo suporte ao empreendedorismo internacional e de alta incerteza quanto ao futuro profissional dos estudantes, podendo apresentar limitações relativamente à comparação com estudos em contextos totalmente diferentes.

Por fim, a extensão do inquérito. O facto do inquérito ser extenso poderá ter reduzido a amostra final, amostra essa que já foi restringida devido à escolha apenas de cursos no âmbito da Gestão.

5.3. Futuras Investigações

Tendo em conta o estudo realizado, as suas limitações e os resultados obtidos, sugere-se futuras investigações neste âmbito de estudo:

- I. De forma a ser possível obter mais resultados relativos ao contexto dos alunos do Ensino Superior Português, este inquérito poderá ser aplicado a mais universidades e/ou politécnicos que contenham cursos da área da Gestão;
- II. Esta investigação poderá ser aplicada a alunos de cursos que não estejam relacionados com a Gestão. Existem potenciais empreendedores noutras áreas como a medicina ou engenharia e seria interessante perceber que aspetos da TCP influenciam na sua IEI e qual a influência dos sistemas cognitivos na mesma, podendo posteriormente comparar resultados;
- III. Aplicar este estudo numa instituição de Ensino Superior essencialmente focada em negócios internacionais, para conseguir comparar resultados em diferentes contextos de suporte. Em suma, é necessário aprofundar o conhecimento quanto à influência dos sistemas cognitivos na intenção empreendedora internacional entre potenciais empreendedores, tendo em conta a pouca literatura referente a esta temática.

Referências

- Acedo, F. J., & Florin, J. (2006). An entrepreneurial cognition perspective on the internationalization of SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(1), pp. 49–67.
- Addleson, M. (1995). *Equilibrium versus understanding: towards the rehumanization of economics within social theory*. Routledge, London.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, pp. 1–63.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179–211.
- Akinci, C., & Sadler-Smith, E. (2013). Assessing Individual Differences in Experiential (Intuitive) and Rational (Analytical) Cognitive Styles. *International Journal of Selection and Assessment*, 21(2), pp. 211–221.
- Allinson, C. W., & Hayes, J. (1996). The cognitive style index: A measure of intuition-analysis for organizational research. *Journal of Management Studies*, 33(1), pp. 119–135.
- Aloulou, W. J. (2016). Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), pp. 142–1164.
- Andersen, O. (1997). Internationalization and Market Entry Mode: A Review of Theories and Conceptual Frameworks. *MIR: Management International Review*, 37, pp. 27–42.
- Andersson, S. (2000). The Internationalization of the Firm from an Entrepreneurial Perspective. *International Studies of Management and Organization*, 30(1), pp. 65–94.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), pp. 471–499.
- Autio, E., George, G., & Alexy, O. (2011). International Entrepreneurship and Capability Development—Qualitative Evidence and Future Research Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), pp. 11–37.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), pp. 145–160.

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), pp. 74–94.
- Baldacchino, L. (2013). *Experience and Opportunity Identification: The Role of Intuition and Cognitive Versatility*. Tese de Doutorado, Universidade de Warwick, Reino Unido.
- Baldacchino, L., Ucbasaran, D., Cabantous, L., & Lockett, A. (2015). Entrepreneurship Research on Intuition: A Critical Analysis and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17, pp. 212–231.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity Recognition as Pattern Recognition: How Entrepreneurs “Connect the Dots” to Identify New Business Opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), pp. 104–119.
- Baron, R. A. (2008). The Role of Affect in the Entrepreneurial Process. *The Academy of Management Review*, 33(2), pp. 328–340.
- Baron, R., & Ensley, M. D. (2006). Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs. *Management Science*, 52(9), pp. 1331–1344.
- Baron, R., & Ward, T. (2004). Expanding entrepreneurial Cognition's toolbox: potential contributions from the field of Cognitive Science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 553–573.
- Begley, T., & Tan, W. (2001). The socio-cultural environment for entrepreneurship: a comparison between. *J Int Bus Stud*, (pp. 909–924).
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), pp. 442–453.
- Bouckenooghe, D., Van den Broeck, H., Cools, E., & Vanderheyden, K. (2005). *In Search for the Heffalump: An Exploration of the Cognitive Style Profiles Among Flemish Entrepreneurs*. Vlerick Leuven Gent Management School Working Paper Série 4, Vlerick Leuven Gent Management School.
- Burke, L., & Miller, M. (1999). Taking the mystery out of intuitive decision making. *Academy of Management Executive*, 13, pp. 91–99.
- Butler, J. E., Doktor, R., & Lins, F. A. (2010). Linking international entrepreneurship to uncertainty, opportunity discovery, and cognition. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(2), pp. 121–134.

- Carballo, T., Sánchez, J. C., & Gutiérrez, A. (2011). The entrepreneur from a cognitive approach. *Psicothema*, 23(3), pp. 433–438.
- Carsrud, A. L., & Krueger, N. F. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), pp. 315–330.
- Castellano, S., Maalaoui, A., Safraou, I., & Reymond, E. (2014). Linking intuition and entrepreneurial intention: a comparative study among French and US student entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(1), pp. 23–44.
- Cesinger, B., Fink, M., Madsen, T. K., & Kraus, S. (2012). Rapidly internationalizing ventures: how definitions can bridge the gap across contexts. *Management Decision*, 50(10), pp. 1816–1842.
- Chaston, I., & Sadler-Smith, E. (2012). Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Orientation and Firm Capability in the Creative Industries. *British Journal of Management*, 23(3), pp. 415–432.
- Chen, Y.-W., & Liñán, F. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp. 593–617.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2014). Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. *Journal of Business Venturing*, 29(4), pp. 511–524.
- Dane, E., & Pratt, M. G. (2007). Exploring Intuition and its Role in Managerial Decision Making. *Academy of Management Review*, 32(1), pp. 33–54.
- Dane, E., & Pratt, M. G. (2009). Conceptualizing and Measuring Intuition: A Review of Recent Trends. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 24, pp. 1–40.
- De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). Why Networks Enhance the Progress of New Venture Creation: The Influence of Social Capital and Cognition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), pp. 527–545.

- Dutta, D. K., & Crossan, M. M. (2005). The Nature of Entrepreneurial Opportunities: Understanding the Process Using the 4I Organizational Learning Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), pp. 425–449.
- Dutta, D. K., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: Toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), pp. 307–332.
- Eckhardt, J., & Shane, S. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), pp. 333–349.
- Epstein, S. (1994). Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, 49(8), pp. 709–724.
- Epstein, S. (2010). Demystifying Intuition: What It Is, What It Does, and How It Does It. *Psychological Inquiry*, 21(4), pp. 295–312.
- Evans, J. S. (2008). Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition. *Annual Review of Psychology*, 59(1), pp. 255–278.
- Evans, J. s. (2010). Intuition and Reasoning: A Dual-Process Perspective. *Psychological Inquiry*, 21(4), pp. 313–326.
- Fatehi, K., & Ghadar, F. (2014). A measure of international managers' mindset. *International Journal of Commerce and Management*, 24(4), pp. 321–333.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7–8), pp. 692–701.
- Field, A. (2005). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp. 39–50.
- Forsgren, M., & Björkman, I. (2000). Nordic International Business Research. *A Review of Its Development*, 30(1), pp. 6–25.
- Frese, M., & Fay, D. (2001). Personal Initiative: an active performance concept for work in the 21st Century. *Research in Organizational Behavior*, 23, 133–187.
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2016). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), pp. 2037–2056.

- Georgiou, M., Freeman, S., & Edwards, R. (2005). *International entrepreneurship: antecedents and outcome*. Working Paper 69, Monash University, Departamento de Gestão, Victoria.
- Glöckner, A., & Witteman, C. (2010). Beyond dual-process models: A categorization of processes underlying intuitive judgment and decision making. *Thinking & Reasoning, 16*(1), pp. 1-25.
- Grégoire, D. A., Corbett, A. C., & McMullen, J. S. (2011). The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Research. *Journal of Management Studies, 48*, pp. 1443-1477.
- Grégoire, D., Cornelissen, J., Dimov, D., & van Burg, E. (2015). The Mind in the Middle: Taking Stock of Affect and Cognition Research in Entrepreneurship. *International Journal of Management Reviews, 17*, pp. 125-142.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Pieper, T. M., & Ringle, C. M. (2012). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Strategic Management Research: A Review of Past Practices and Recommendations for Future Applications. *Long Range Planning, 45*(5), pp. 320-340.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modelling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), pp. 115-135.
- Herrmann, N. (1991). The Creative Brain. *Journal of Creative Behavior, 25*(4), pp. 275-295.
- Hodgkinson, G. P., & Clarke, I. (2007). Exploring the cognitive significance of organizational strategizing: A dual-process framework and research agenda. *Human Relations, 60*(1), pp. 243-255.
- Hodgkinson, G. P., & Sparrow, P. R. (2002). *The Competent Organization: A Psychological Analysis of the Strategic Management Process*. Buckingham: Open University Press, p. 196.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Gorgievski, M. J. (2014). Comparison of perceived barriers to entrepreneurship in Eastern and Western European countries. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 18*(2/3), pp. 115-133.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies, 8*, pp. 23-32.

- Johanson J, Vahlne JE. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership.
- Jose Oyson, M., & Whittaker, H. (2015). Entrepreneurial cognition and behavior in the discovery and creation of international opportunities. *Journal of International Entrepreneurship*, 13, pp. 303–336.
- Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *The American Psychologist*, 58(9), pp. 697–720.
- Kahneman, D., & Klein, G. (2009). Conditions for Intuitive Expertise: A Failure to Disagree. *American Psychologist*, 64(6), pp. 515–526.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), pp. 263–291.
- Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity Evaluation under Risky Conditions: The Cognitive Processes of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), pp. 125–148.
- Khatri, N., & Ng, H. A. (2000). The Role of Intuition in Strategic Decision Making. *Human Relations*, 53(1), pp. 57–86.
- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Simms, S. (2010). One style does not fit all: The role of cognitive style in entrepreneurship education. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), pp. 36–57.
- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), pp. 439–453.
- Klein, G. (2003). *Intuition at Work*. New York: Doubleday.
- Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(13), pp. 1–11.
- Krueger, N. (2009). Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions. In A. L. Carsrud, & M. Brännback (Eds.), *Understanding the Entrepreneurial Mind: Opening the Black Box* (pp. 51–72). New York: Springer.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), pp. 411–432.

- Lan, Q., & Wu, S. (2010). An empirical study of entrepreneurial orientation and degree of internationalization of small and medium-sized Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 2(1), pp. 53-75.
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416.
- Levy, O., Beechler, S., Taylor, S., & Boyacigiller, N. A. (2007). What we talk about when we talk about 'global mindset': Managerial cognition in multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, 38, pp. 231-258.
- Lieberman, M. (2007). Social Cognitive Neuroscience: A Review of Core Processes. *Annual Review of Psychology*, 58, pp. 259-289.
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp. 593-617.
- Mainela, T., Puhakka, V., & Sipola, S. (2018). International entrepreneurship beyond individuals and firms: On the systemic nature of international opportunities. *Journal of Business Venturing*, 33(4), pp. 534-550.
- Markman, G. D., & Baron, R. A. (2003). Person-entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. *Human Resource Management Review*, 13(2), pp. 281-301.
- McDougall, P. P., Oviatt, B. M., & Shrader, R. C. (2003). A Comparison of International and Domestic New Ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 1, pp. 59-82.
- McDougall, P. P., Shane, S., & Oviatt, B. M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9(6), pp. 469-487.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action And The Role Of Uncertainty In The Theory Of The Entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), pp. 132-152.
- Mehta, M. (2013). *The entrepreneurial instinct*. New York: NY: McGraw Hill Professional.
- Messick, S. (1984). The nature of cognitive styles: Problems and promise in educational practice. *Educational Psychologist*, 19, pp. 59-74.

- Mezias, J. (2002). Identifying liabilities of foreignness and strategies to minimize their effects: the case of. *Strateg Manage J*, pp. 23(3):229–244.
- Mitchell, J. R., Friga, P. N., & Mitchell, R. (2005). Untangling the Intuition Mess: Intuition as a Construct in Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), pp. 653–679.
- Mitchell, R. K. (2005). Tuning up the Global Value Creation Engine: The Road to Excellence in International Entrepreneurship Education. (D. A. Sheperd, & J. A. Katz, Edits.) *International Entrepreneurship (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth)*, 8, pp. 185–248.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), pp. 93–104.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2004). The Distinctive and Inclusive Domain of Entrepreneurial Cognition Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), pp. 505–518.
- Mitchell, R., W. Busenitz, L., Bird, B., Marie Gaglio, C., S. McMullen, J., A. Morse, E., & Brock Smith, J. (2007). The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. *Theory & Practice*, pp. 1–27.
- Molaei, R., Zali, M. R., Mobaraki, M. H., & Farsi, J. Y. (2014). The impact of entrepreneurial ideas and cognitive style on students entrepreneurial intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), pp. 140–162.
- Morrow, J. F. (1988). International Entrepreneurship: A New Growth Opportunity. *New Management*, pp. 59–61.
- Morschett, D., Swobodac, B., & Schramm–Klein, H. (2010). Decades of research on market entry modes: What do we really know about external antecedents of entry mode choice? *Journal of International Management*, 16(1), pp. 60–77.
- Musteen, M., & Ahsan, M. (2013). Beyond Cost: The Role of Intellectual Capital in Offshoring and Innovation in Young Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), pp. 421–434.
- Neisser, U. (1967). *Cognitive psychology*. New York : Appleton–Century–Crofts.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), pp. 537–553.

- Pachura, T., & Spaarb, M. (2015). Domain-specific preferences for intuition and deliberation in decision making. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 4, pp. 303–311.
- Puig, F., González-Loureiro, M., & Ghauri, P. N. (2014). Internationalisation for survival: the case of New Ventures. *Management International Review*, 54(5), pp. 653–673.
- Randolph-Seng, B., Mitchell, R. K., Mitchell, J. R., Statzer, J., Vahidnia, H., & Chen, S. (2015). The Microfoundations of Entrepreneurial Cognition Research: Toward an Integrative Approach. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 11(4), pp. 207–335.
- Sadler-Smith, E. (2004). Cognitive Style and the Management of Small and Medium-Sized Enterprises. *Organization Studies*, 25(2), pp. 155–181.
- Sadler-Smith, E. (2016). The role of intuition in entrepreneurship and business venturing decisions. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25(2), pp. 212–225.
- Sanchez, J. C., Gutiérrez, A., & Carballo, T. (2011). The entrepreneur from a cognitive approach. *Psicothema*, 23(3), pp. 433–438.
- Sarasvathy, S. (2004). Making it happen: Beyond Theories of the Firm to Theories of Firm Design. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 519–531.
- Schellenberg, M., Harker, M. J., & Jafari, A. (2017). International market entry mode – a systematic literature review. *Journal of Strategic Marketing*, 26(7), pp. 601–627.
- Schenkel, M. T., Matthews, C. H., & Ford, M. W. (2009). Making rational use of ‘irrationality’? Exploring the role of need for cognitive closure in nascent entrepreneurial activity. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(1), pp. 51–76.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organizational Science*, 11(4), pp. 448–469.
- Shapero, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper, *Encyclopaedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shepherd, D. (2003). Learning from business failure: propositions of grief recovery for the self-employed. *Acad Manage Rev*, pp. 28(2):318–328.
- Shepherd, D. (2003). Learning from business failure: propositions of grief recovery for the self-employed. *Acad Manage Rev*, pp. 318–328.

- Short, J. C., Ketchen, Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The Concept of "Opportunity" in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*, 36(1), pp. 40-65.
- Smith, J. B., Mitchell, J. R., & Mitchell, R. K. (2009). Entrepreneurial Scripts and the New Transaction Commitment Mindset: Extending the Expert Information Processing Theory Approach to Entrepreneurial Cognition Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), pp. 815-844.
- Social cognitive neuroscience: A Review of Core Processes. (s.d.). *Annual Review of Psychology*, 58, pp. 259-289.
- Sommer, L. (2010). Internationalization Processes of Small- and Medium-Sized Enterprises—a Matter of Attitude? *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), pp. 288-317.
- Sommer, L. (2013). The Influence of Experience and Cognitive Style on International Entrepreneurial Intentions: The Contribution of Academic Education in this Relation. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 11(2), pp. 311-344.
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P., & Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior Exposure and Educational Environment towards Entrepreneurial Intention. *Journal of Technology Management & Innovation*, 12(2), pp. 45-58.
- Tang, J., Kacmar, K. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27, pp. 77-94.
- The entrepreneur from a cognitive approach. (2011). *Psicothema*, 23(3), pp. 433-438.
- Vaghely, I. P., & Julien, P.-A. (2010). Are opportunities recognized or constructed?: An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of Business Venturing*, 25(1), pp. 73-86.
- Velicer, W. F., & Guadagnoli, E. (1988). Relation of sample size to the stability of component patterns. *Psychological Bulletin*, 103(2), pp. 265-275.
- Venkataraman, S., & Shane, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1).
- Vlacic, B. (2018). *The Role of Managerial Cognitive Reasoning on the Internationalization Decision-making of Small Ventures*. Tese de Doutorado, Universidade de Vigo, Vigo. Obtido de <http://hdl.handle.net/11093/1046>.

- Vlacic, B., González-Loureiro, M., & Eduardsen, J. (2019). The Internationalization of SMEs: Strategic Choices Under a Cognitive Approach. Em N. Teixeira, T. Costa, & I. Lisboa, *Handbook of Research on Entrepreneurship, Innovation, and Internationalization* (pp. 439-466). IGI Global.
- von Mises, L. (1949). *Human Action: A Treatise on Economics*. New Haven: Yale University Press.
- Yousaf, U., Shamim, A., Siddiqui, H., & Raina, M. (2015). Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economics*, 7(1), pp. 23-34.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda. Em M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton, *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset* (pp. 253-288). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Zucchella, A., Palamara, G., & Denicolai, S. (2007). The drivers of the early internationalization of the firm. *Journal of World Business*, 42(3), pp. 268-280.

Anexos

Índice de Anexos

Anexo 1: Revisão da Literatura no âmbito da Intenção Empreendedora dos alunos do Ensino Superior	75
Anexo 2: Amostra (por curso).....	78
Anexo 3: Inquérito.....	79
Anexo 4: Inquérito Online (Google Forms)	83
Anexo 5: Lista de Cursos escolhidos.....	84
Anexo 6: Modelo (SmartPLS v3).....	86

Anexo 1: Revisão da Literatura no âmbito da Intenção Empreendedora dos alunos do Ensino Superior

Referência	Ferramenta de estudo	Amostra	Objetivos	Principais Conclusões
(Pachura & Spaarb, 2015)	Inquérito	149 alunos da Universidade de Basileia, Suíça	Estender a abordagem tradicional de domínio geral para medir diferenças individuais na confiança na intuição e/ou deliberação adotando uma perspectiva de domínio específico	<ul style="list-style-type: none"> - Há evidências de diferenças individuais confiáveis na tendência de usar um modo de decisão intuitivo (espontâneo, baseado em afetos) e deliberativo (planeado e analítico); - A tendência das pessoas de usar a intuição para tomar decisões num domínio específico pode, portanto, ser correlacionada com a quantidade de conhecimentos que eles têm nesse domínio; - Existe uma variabilidade substancial na maneira como quem toma decisões tende a resolver uma tarefa de decisão em diferentes tipos de problemas. É importante, não só a forma como a natureza do problema é percebida e qual o estilo de decisão que tende a usar, mas também a sua proficiência para um problema específico de tomada de decisão.
(Soria-Barreto, Honores-Marin, Gutiérrez-Zepeda, & Gutiérrez-Rodríguez, 2017)	Inquérito	351 estudantes de Gestão de Empresas no Chile e na Colômbia.	<p>Este artigo procura contribuir com dois pontos principais de interesse. Primeiro, a pesquisa aprofunda o estudo do TPB de Ajzen. Especificamente, esta pesquisa inclui três variáveis adicionais, nomeadamente: Ambiente universitário, educação empreendedora e exposição empreendedora prévia, que podem mostrar um efeito indireto através da Intenção Empreendedora.</p> <p>Segundo, a oportunidade de apresentar novas evidências sobre a relação entre ambiente universitário, educação empreendedora e exposição prévia para países em desenvolvimento da América do Sul, incluindo o efeito de género (moderador) na intenção empreendedora. Além disso, é importante levar em consideração que a maior parte da literatura sobre Intenção Empreendedora foi feita em países desenvolvidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Através da análise de equações estruturais no modelo de Ajzen, descobrimos que a educação empreendedora, o ambiente universitário e a exposição empresarial prévia são mediadas pelos fatores do modelo de Ajzen para gerar intenção empreendedora em estudantes do ensino superior. Os resultados mostram que a educação empreendedora fortalece o controle percebido do comportamento e, com ela, embora de maneira diferenciada, a intenção empreendedora de homens e mulheres. O ambiente universitário afeta a intenção empreendedora através da atitude em relação ao empreendedorismo; e, por fim, a experiência de trabalho, utilizada como uma das variáveis que medem a exposição empreendedora anterior, explica inversamente a intenção empreendedora através de normas subjetivas; - Em geral, as mulheres tendem a pensar que têm menor autoconfiança para gerir um negócio. Enquanto, por outro lado, os homens tendem a ter excesso de confiança no seu desempenho. Os resultados encontrados indicam uma relação inversa entre experiência de trabalho e intenção empreendedora. Esse fato não é menos importante, uma vez que os resultados sugerem que, uma vez que os jovens estão vinculados como trabalhadores dependentes, eles deixam de estar interessados em criar a sua própria empresa no futuro. Com isso, a experiência de trabalho seria um inibidor da intenção empreendedora.
(Sommer, 2013)	Inquérito	111 estudantes da Albstadt-Sigmaringen University in Baden-Württemberg, Alemanha	Examinar a influência do Estilo Cognitivo e da Experiência Internacional na Autoeficácia Empresarial Internacional e na Intenção Empreendedora Internacional, bem como o papel da Educação Académica neste contexto	<ul style="list-style-type: none"> - Num contexto internacional, uma relação positiva, significativa e substancial entre a autoeficácia empreendedora e a intenção empreendedora; - Os resultados não forneceram nenhuma confirmação de influência do estilo cognitivo dos alunos na Autoeficácia empreendedora Internacional e Intenção empreendedora Internacional; - Os resultados confirmam a suposição de que a Experiência Internacional afeta de forma positiva e significativa a Intenção Empreendedora Internacional;

				<p>– Os resultados confirmam a suposição de que autoeficácia empreendedora afeta de forma positiva e significativa a Intenção Empreendedora Internacional.</p>
(Koe, 2016)	Inquérito	176 estudantes de licenciatura de uma universidade pública com status de "universidade empreendedora", Malásia	Este estudo foi realizado para abordar o nível de intenção empreendedora dos estudantes universitários e a influência da orientação empresarial individual na intenção empreendedora	<p>– Os resultados indicaram que os estudantes universitários demonstraram intenção em relação ao empreendedorismo e foram bastante positivos em relação a tornarem-se empreendedores. Além disso, a intenção empreendedora dos estudantes universitários foi afetada positivamente pela sua proatividade e inovação. No entanto, a capacidade de assumir riscos não foi um fator influente na intenção empreendedora;</p> <p>– As instituições de ensino superior devem prestar muita atenção ao elaborar o plano de educação para o empreendedorismo. Especificamente, deve-se focar no aprimoramento da capacidade de Orientação Empreendedora Individual dos alunos e no aumento da sua intenção empreendedora.</p>
(Yousaf, Shamim, Siddiqui, & Raina, 2015)	Inquérito	170 estudantes de Gestão da Quaid-i-Azam School of Management Sciences, na Quaid-i-Azam University, em Islamabad no Paquistão	O objetivo deste artigo é estudar a influência de atributos empreendedores, normas subjetivas e conveniência percebida nas intenções empreendedoras.	<p>– A pesquisa constata que a atitude empreendedora dos alunos, a conveniência percebida e as normas subjetivas levam significativamente ao desenvolvimento das intenções dos alunos de se tornarem empreendedores. Curiosamente, as habilidades e capacidades existentes do aluno não provam ser um preditor significativo das suas intenções de se tornarem empreendedores.;</p> <p>– Conclui que os estudantes podem-se tornar empreendedores de sucesso, mesmo sem as habilidades e capacidades empresariais existentes, desde que tenham a atitude empreendedora, a conveniência e o apoio da comunidade;</p> <p>– Concluem que o Paquistão, país em desenvolvimento, deve-se concentrar principalmente nas atividades empresariais, especialmente nos estudantes que são o futuro do país. A responsabilidade dos educadores é iniciar a educação empreendedora ao nível do Ensino Superior para criar interesse entre os estudantes sobre empreendedorismo, enquanto a responsabilidade dos formuladores de políticas é oferecer oportunidades aos jovens recém-formados para iniciar os seus próprios negócios.</p>
	Inquérito	3445 estudantes universitários,	Analisar fatores que influenciam a intenção empreendedora entre estudantes universitários, através	– O estudo contribui para a literatura do comportamento empreendedor, demonstrando a robustez da abordagem da intenção em diferentes ambientes culturais;

<p>(Autio, Keeley, Klofsten, Parker, & Hay, 2001)</p>		<p>grande parte da área das Tecnologias, da Helsinki University of Technology, Finlândia, da Linköping University, Suécia, na University of Colorado, EUA, e na Stanford University, EUA.</p>	<p>da aplicação da Teoria do Comportamento Planeado, de Ajzen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O controlo comportamental percebido surge como o determinante mais importante da intenção empreendedora; - As normas sociais indicam fraca influência na intenção empreendedora.
<p>(Castellano, Maalaoui, Safraou, & Reymond, 2014)</p>	<p>Inquérito</p>	<p>614 estudantes de licenciaturas de várias áreas, de dez universidades de França e seis dos EUA</p>	<p>O principal objetivo do presente artigo foi enriquecer a compreensão das intenções empreendedoras, estudando a influência da intuição e dos estilos cognitivos em estudantes em dois contextos (e países) diferentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tanto o desejo por empreender como a viabilidade, desempenham um papel na explicação da intenção empreendedora no contexto particular dos estudantes universitários; - Os principais resultados mostram que a atitude em relação ao empreendedorismo e o controlo comportamental percebido influenciam positivamente a intuição empreendedora; - Os alunos com preferência pela intuição tiveram uma atitude mais positiva em relação ao empreendedorismo e maior intenção empreendedora; - Aqueles com preferência pela deliberação tiveram maior controlo percebido.

Anexo 2: Amostra (por curso)

ESCOLA	CURSO	RESPOSTAS
ESHT – Escola Superior de Hotelaria e Turismo	Licenciatura em Gestão e Administração Hoteleira	2
	Licenciatura em Gestão de Actividades Turísticas	4
	Mestrado em Gestão do Turismo	2
	Mestrado em Direção Hoteleira – Direção Comercial e Marketing	2
ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto	Licenciatura em Recursos Humanos	1
	Licenciatura em Contabilidade e Administração	4
	Mestrado em Finanças Empresariais	1
ETGF – Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Licenciatura em Sistemas de Informação Para a Gestão	4
	Licenciatura em Ciências Empresariais (laboral e pós-laboral)	18
	Mestrado em Gestão das Organizações do 3º Setor	1
	Mestrado em Gestão de Projetos	1
	Mestrado em Gestão e Internacionalização de Empresas	26
	Mestrado em Gestão Integrada da Qualidade, Ambiente e Segurança	3
	Mestrado em Métodos de Apoio à Decisão Empresarial	1

Anexo 3: Inquérito

BI/CC: _____ Dia: _____ Correio eletrónico de contacto: _____

Grau Académico	Licenciado em Gestão de Empresas <input type="checkbox"/>	Mestrado <input type="checkbox"/>
	Licenciado em Direito <input type="checkbox"/>	Outro <input type="checkbox"/> Indica qual
	Licenciado em Economia <input type="checkbox"/>	
Idade: (em anos):	Género (assinalarX)	Masculino <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/>
País de realização do inquérito	Espanha <input type="checkbox"/> Portugal <input type="checkbox"/>	Argentina <input type="checkbox"/> Outro <input type="checkbox"/> Indica qual

Este não é um teste sobre a tua capacidade, não há respostas corretas ou incorretas. Simplesmente, preocupa-te em responder de forma sincera o que está mais perto da tua linha de pensamento, de acordo com a situação descrita. Preocupa-te em responder de forma rápida, sem pensar nem refletir muito tempo sobre a questão, simplesmente assinala a tua primeira impressão/reacção, de acordo com cada frase.

1. Valoriza as seguintes áreas administrativas de uma empresa de acordo com qual gostarias de desenvolver o teu futuro profissionalmente. Se uma área é das que mais te agrada, indica valores próximos de 7. Pelo contrário, se te agrada pouco, indica valores próximos de 1. O valor central 4 expressa o ponto intermédio.

	1	2	3	4	5	6	7
Contabilidade e Finanças	1	2	3	4	5	6	7
Marketing e Vendas	1	2	3	4	5	6	7
Recursos Humanos	1	2	3	4	5	6	7
Produção	1	2	3	4	5	6	7
Gestão Estratégica	1	2	3	4	5	6	7
Gestão Internacional	1	2	3	4	5	6	7
Empreendedorismo e Criação de empresas	1	2	3	4	5	6	7

2. Em que medida se aproxima mais, a algum dos extremos, a tua opinião acerca de como te consideras. Para cada par, indica QUAL DOS DOIS EXTREMOS (direito ou esquerdo) reflete melhor a tua personalidade e gradua a resposta com base em quão próximo se sente do extremo escolhido. Um (5) significa que ambos os lados te descrevem bem.

(Assinalar com um círculo o valor)

Geralmente eu sou....

EXTROVERTIDO Uma pessoa faladora e extrovertida, que se sente confortável em grupo, embora possa atrair toda a atenção e querer participar em todas as conversas Uma pessoa reservada, introvertida, que não gosta de atrair a atenção dos outros, e que pode ser tímida com estranhos

1 2 3 4 5 6 7 8 9

SIMPATÍA Uma pessoa direta que tende a ser crítica e a encontrar falhas nos outros. Que não faz concessões e diz sempre o que pensa Uma pessoa que geralmente confia, compreende, interessa-se pelos outros, mas por vezes é dócil e deixa-se manipular, tornando difícil dizer que *nao*

1 2 3 4 5 6 7 8 9

ESTABILIDADE EMOCIONAL Uma pessoa sensível, excitável e que pode mostrar-se tensa por vezes Uma pessoa relaxada e fría, que raramente se irrita ou fica triste

1 2 3 4 5 6 7 8 9

RESPONSABILIDADE Uma pessoa que gosta de planear e organizar as coisas, presta atenção aos detalhes, mas pode ser rígido ou inflexível Uma pessoa que não dedica tempo a planear, tende a ser flexível, mas que é desorganizada e por vezes se esquece de pôr tudo no seu lugar

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Uma pessoa prática, que não se interessa por ideias abstratas, que prefere trabalho rotineiro e tem pouco interesse por assuntos artísticos

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9

Uma pessoa que dedica tempo a pensar, é criativa e gosta de encontrar novas maneiras de fazer as coisas, mas que pode carecer do lado/carácter prático

ABERTURA DE HORIZONTES

3. Para as seguintes afirmações, **indique o seu grau de acordo** dependendo de como cada expressão reflete a sua maneira de ser, comportar-se ou de executar as tarefas diárias (estudar, trabalhar). Por exemplo, se a primeira expressão não reflete como geralmente é, escolha valores próximos de 1. Se, pelo contrário, reflete bastante bem como geralmente é, escolha valores próximos de 7.

		1= nada ou pouco de acordo; 4=nem de acordo nem em desacordo; 7=muito ou totalmente de acordo							1	2	3	4	5	6	7
1	SC1 RS1	Prefiro saber o que vai acontecer na minha rotina diária, ao invés de acontecer algo que me surpreenda.	1	2	3	4	5	6	7						
18	I1	Com base na minha experiência, o pensamento racional é a única forma de tomar decisões prudentes.	1	2	3	4	5	6	7						
2	SC2 RS2	Geralmente, a mudança é boa.	1	2	3	4	5	6	7						
19	I2	Para resolver um problema, devo analisá-lo em detalhe.	1	2	3	4	5	6	7						
3	SC3 RS3	Nos dias em que ocorrem mudanças inesperadas, tento focalizá-las/incorporá-las na minha rotina.	1	2	3	4	5	6	7						
20	I3	Sou mais eficaz/produtivo quando o meu trabalho implica uma clara sequência de tarefas que devem ser realizadas.	1	2	3	4	5	6	7						
4	SC4 RS4	Quando a minha vida se torna uma rotina, tento mudá-la.	1	2	3	4	5	6	7						
21	I4	Tenho dificuldade em trabalhar com pessoas que vão diretamente ao aspeto central do problema, sem considerar outros detalhes mais <i>subtis</i> do problema.	1	2	3	4	5	6	7						
5	SC5 RS6	Geralmente, considero a mudança uma coisa negativa.	1	2	3	4	5	6	7						
22	I5	Sigo escrupulosamente as regras e normas no trabalho.	1	2	3	4	5	6	7						
6	SC6 RS7	Prefiro fazer as mesmas coisas de sempre, ao invés de tentar coisas novas e diferentes.	1	2	3	4	5	6	7						
23	I6	Evito desenvolver uma série de ações, se houver poucas hipóteses de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7						
7	SC7 ER1	Se me dissessem que mudanças importantes ocorrerão na forma de fazer as coisas (seja no estudo ou no trabalho) sentir-me-ia angustiado/stressado/nervoso.	1	2	3	4	5	6	7						
40	IR7	Tendo a ler os documentos por alto, e não em detalhe.	1	2	3	4	5	6	7						
8	SC8 ER3	Quando me dizem que há uma mudança de planos, fico nervoso.	1	2	3	4	5	6	7						
24	I8	A minha compreensão de um problema provém mais de uma análise detalhada do que de uma percepção imediata.	1	2	3	4	5	6	7						
9	SC9 ER4	Quando as coisas não correm como planeado, <i>stresso</i> bastante.	1	2	3	4	5	6	7						
25	I9	Tento manter uma rotina constante no trabalho.	1	2	3	4	5	6	7						
26	I10	O tipo de trabalho que mais gosto, é aquele que requer uma ação sistemática e definida passo a passo.	1	2	3	4	5	6	7						
27	I11	É raro tomar decisões baseadas na primeira impressão.	1	2	3	4	5	6	7						
10	SC10 ER5	Se o meu chefe, supervisor ou professor trocasse os critérios de avaliação do meu rendimento, provavelmente sentir-me-ia insatisfeito ainda que soubesse que seria para melhor e que não teria que fazer nenhum trabalho a mais.	1	2	3	4	5	6	7						
41	IR12	Prefiro fazer as coisas de uma forma caótica, e não de forma ordenada.	1	2	3	4	5	6	7						
28	I13	Tendo tempo suficiente, considero cada situação através de todos os ângulos possíveis.	1	2	3	4	5	6	7						
29	I14	Para ter êxito no trabalho, a minha experiência diz-me que é importante evitar ferir os sentimentos das outras pessoas.	1	2	3	4	5	6	7						

(continua pág. seguinte)

		1= nada ou pouco de acordo; 4=nem de acordo nem em desacordo; 7=muito ou totalmente de acordo	1	2	3	4	5	6	7
11	SC11 STF1	Considero que a mudança de planos é um incômodo para mim.	1	2	3	4	5	6	7
30	I15	A melhor maneira de entender um problema é dividindo-o em partes.	1	2	3	4	5	6	7
12	SC12 STF2	Quando alguém me pressiona para mudar algo, costumo resistir, mesmo que pense que me poderia beneficiar.	1	2	3	4	5	6	7
42	IR16	A minha experiência diz-me que optar por uma abordagem cuidadosa e analítica para tomar decisões leva muito tempo.	1	2	3	4	5	6	7
43	IR17	Faço grandes progressos quando corro riscos calculados.	1	2	3	4	5	6	7
31	I18	A minha experiência diz-me que é possível tornar-se excessivamente organizado quando determinados tipos de tarefas são desenvolvidas.	1	2	3	4	5	6	7
32	I19	Presto sempre atenção aos detalhes antes de chegar a uma conclusão.	1	2	3	4	5	6	7
44	IR20	Tomo muitas das minhas decisões com base na intuição.	1	2	3	4	5	6	7
33	I21	A minha filosofia é: é melhor prevenir do que remediar	1	2	3	4	5	6	7
34	I22	Quando tomo uma decisão, levo algum tempo e considero exaustivamente todos os fatores relevantes	1	2	3	4	5	6	7
35	I23	Lido melhor com pessoas tranquilas e ponderadas.	1	2	3	4	5	6	7
13	SC13 STF3	Depois de fazer planos, é improvável que os mude.	1	2	3	4	5	6	7
45	IR24	Preferia que a minha vida fosse imprevisível em vez de seguir um rumo normal	1	2	3	4	5	6	7
38	I25	A maior parte das pessoas considera que pensa de forma lógica e racional.	1	2	3	4	5	6	7
39	I26	Para tomar decisões e entender os fatos, preciso de uma boa teoria.	1	2	3	4	5	6	7
46	IR27	Trabalho melhor com pessoas espontâneas.	1	2	3	4	5	6	7
36	I28	Considero que o trabalho detalhado e metódico é satisfatório.	1	2	3	4	5	6	7
37	I29	A minha abordagem na resolução de um problema, trata-se de me concentrar numa parte de cada vez.	1	2	3	4	5	6	7
14	SC14 STF4	Muitas vezes sinto-me desconfortável mesmo com mudanças que potencialmente podem melhorar a minha vida.	1	2	3	4	5	6	7
47	IR30	Estou constantemente à procura de novas experiências.	1	2	3	4	5	6	7
48	IR31	Nas reuniões, tenho mais a dizer do que a maioria das pessoas em qualquer assunto.	1	2	3	4	5	6	7
55	IR38	Considero que pensar demasiado nas coisas pode levar a não tomar nenhuma decisão.	1	2	3	4	5	6	7
49	IR32	Os meus pressentimentos/feelings são uma <i>base</i> tão boa para tomar decisões como uma análise aprofundada.	1	2	3	4	5	6	7
50	IR33	Sou do tipo de pessoa que se considera precipitada e tendo a deixar a precaução de lado.	1	2	3	4	5	6	7
16	SC16 CR2	Mudo de ideias facilmente.	1	2	3	4	5	6	7
51	IR34	Eu tomo decisões e continuo/sigo, em vez de parar para analisar cada pequeno detalhe.	1	2	3	4	5	6	7
52	IR35	Estou sempre preparado para fazer uma aposta antes/(relativo a) de várias alternativas.	1	2	3	4	5	6	7
17	SC17 CR3	As minhas opiniões e pontos de vista são mantidos ao longo do tempo.	1	2	3	4	5	6	7
53	IR36	Os planos formais são mais um obstáculo do que uma ajuda no trabalho.	1	2	3	4	5	6	7
54	IR37	Sinto-me mais confortável com ideias do que com fatos e gráficos numéricos.	1	2	3	4	5	6	7
15	SC15 CR1	Não mudo de ideias com facilidade.	1	2	3	4	5	6	7

4. É apresentado um conjunto de expressões relacionadas com orientação empresarial nos mercados internacionais.

		1= nada ou pouco de acordo; 4=nem de acordo nem em desacordo; 7=muito ou totalmente de acordo	1	2	3	4	5	6	7
72	AHA1	Criar o meu próprio negócio de orientação internacional é uma oportunidade de sucesso.	1	2	3	4	5	6	7
79	NS1	Pequenos empresários com orientação internacional podem ter sucesso na atual situação económica.	1	2	3	4	5	6	7
56	rA1	Se eu decidir iniciar o meu próprio negócio orientado internacionalmente, não saberia por onde começar	1	2	3	4	5	6	7
91	IEI1	Planeio gerir o meu próprio negócio internacional logo após me formar	1	2	3	4	5	6	7
71	rAHA2	Gosto de trabalhar para terceiros.	1	2	3	4	5	6	7
80	NS2	Tenho um grande respeito pelos empresarios de pequenas empresas internacionais	1	2	3	4	5	6	7
62	A2	Se tivesse a oportunidade e os recursos necessários, criaria a minha própria empresa com uma orientação internacional.	1	2	3	4	5	6	7
92	IEI2	Planeio gerir o meu próprio negócio internacional entre 5 e 10 anos após me formar	1	2	3	4	5	6	7
74	AHA3	Prefiro gerir um pequeno negócio internacional em vez de ser um gerente de nível médio de uma empresa	1	2	3	4	5	6	7
78	rNS3	Com a atual regulamentação e burocracia, é difícil gerir um negócio internacional de forma rentável	1	2	3	4	5	6	7
63	A3	Estou a desenvolver as competências necessárias para gerir com sucesso o meu próprio negócio orientado internacionalmente.	1	2	3	4	5	6	7
93	IEI3	Planeio/tenciono gerir o meu próprio negócio internacional, mas quando tiver dez ou mais anos de experiência profissional	1	2	3	4	5	6	7
75	AHA4	Ser empresário com vocação internacional implica mais vantagens do que desvantagens	1	2	3	4	5	6	7
82	NS4	Se decidisse criar a minha própria empresa internacional, receberia muito apoio da minha família	1	2	3	4	5	6	7
57	rA4	Criar o meu próprio negócio com vocação internacional é muito arriscado	1	2	3	4	5	6	7
94	IEI4	Estou disposto a fazer qualquer coisa para ser um empreendedor com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
76	AHA5	A opção de ser empreendedor com vocação internacional parece-me atrativa	1	2	3	4	5	6	7
83	NS5	Se decidisse criar a minha própria empresa com vocação internacional, receberia muito apoio de amigos e conhecidos	1	2	3	4	5	6	7
58	rA5	Tenho a certeza de que posso manter atualizado os aspetos fundamentais do meu próprio negócio internacional	1	2	3	4	5	6	7
95	IEI5	O meu objetivo profissional é tornar-me um empreendedor com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
77	AHA6	Ser empresário com vocação internacional dar-me-ia uma grande satisfação	1	2	3	4	5	6	7
64	A6	Criar uma empresa com vocação internacional e mantê-la a funcionar seria uma tarefa fácil para mim.	1	2	3	4	5	6	7
96	IEI6	Farei todos os possíveis para criar e gerir a minha própria empresa com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
84	NS6	A atividade empresarial internacional choca com a cultura do meu país	1	2	3	4	5	6	7
65	A7	Estou preparado para iniciar/criar un negócio internacional viável	1	2	3	4	5	6	7
97	IEI7	Estou decidido a criar una empresa internacional no futuro	1	2	3	4	5	6	7
85	NS7	O papel do empreendedor com vocação internacional na nossa economia, deveria ser mais reconhecido.	1	2	3	4	5	6	7
66	A8	Sou capaz de controlar o processo de criação de uma empresa com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
98	IEI8	Pensei muito seriamente em criar a minha própria empresa internacional	1	2	3	4	5	6	7
86	NS8	Muitas pessoas têm dificuldade em aceitar a figura de um empreendedor com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
67	A9	Possuo os conhecimentos práticos necessários para criar uma empresa internacional	1	2	3	4	5	6	7
87	NS9	A sociedade em geral considera que a atividade empresarial internacional é muito arriscada para o valor que apresenta	1	2	3	4	5	6	7
68	A10	Sei como desenvolver um projeto de negócios internacional	1	2	3	4	5	6	7
102	rIEI9	Depois de terminar o curso, tenho a intenção de trabalhar por conta de outrem	1	2	3	4	5	6	7
88	NS10	É comum acreditar que o empreendedor internacional tem vantagens sobre outros empresários	1	2	3	4	5	6	7
69	A11	Se tentasse criar uma empresa internacional, teria grandes hipóteses de sucesso	1	2	3	4	5	6	7
100	IEI10	Depois de terminar o curso, tenho a intenção de criar a minha empresa internacional	1	2	3	4	5	6	7
89	NS11	Na nossa universidade, existe uma infra-estrutura de apoio adequada para o arranque de novas empresas internacionais	1	2	3	4	5	6	7
70	A12	Penso que poderia gerir com sucesso um pequeno negócio internacional	1	2	3	4	5	6	7
101	IEI11	Entre a diversidade de opções para o meu futuro profissional, prefiro ser um empreendedor com vocação internacional	1	2	3	4	5	6	7
90	NS12	Na minha universidade há pessoas com boas ideias para iniciar um novo negócio com vocação internacional, já que o seu desenvolvimento é incentivado.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 4: Inquérito Online (Google Forms)

Secção 1 de 6

Inquérito 2019: Intenção Empreendedora Internacional dos alunos do Ensino Superior de Gestão de Empresas: a influência dos sistemas cognitivos



A participação no presente inquérito por questionário é totalmente voluntária. Agradecemos a sua colaboração. Faz parte de uma investigação pertencente à tese de Mestrado de David João da Cunha Gomes (Escola Superior de Tecnologia e Gestão - Instituto Politécnico do Porto), sob supervisão do professor Miguel González Loureiro (U. de Vigo, Espanha & CIICESI-Instituto Politécnico de Porto, Portugal) e Bozidar Vlacic (U. de Vigo, Espanha), tendo como tema "Intenção Empreendedora Internacional dos alunos do Ensino Superior de Gestão de Empresas: a influência dos sistemas cognitivos"

Os dados pessoais (ID, correio electrónico, dados demográficos) serão utilizados unicamente para identificar cada inquirido e não terá tratamento individual.

Estes dados serão separados posteriormente do ficheiro para tratamento estatístico. O tratamento dos dados será totalmente anónimo e agregado, sem que possa, em nenhum caso ser usada a informação para nenhum outro fim que não seja a análise estatística conjunta.

O correio electrónico poderá ser usado posteriormente para contacto em caso de dúvidas.

Esperamos que os resultados ajudem a melhorar o nosso conhecimento de como tomamos decisões. Por isso agradecemos a sua colaboração.

Anexo 5: Lista de Cursos escolhidos

ESCOLA	GRAU	CURSO	COORDENADOR DE CURSO
ESHT – Escola Superior de Hotelaria e Turismo	Licenciatura	Licenciatura em Gestão e Administração Hoteleira	Joaquim José Pereira Ribeiro
		Licenciatura em Gestão de Restauração e Catering	Daniel José Gaioso Vaz Carvalho Azevedo
		Licenciatura em Gestão de Actividades Turísticas	Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato
	Mestrado	Mestrado em Gestão do Turismo	Pedro Manuel da Costa Liberato
		Mestrado em Direção Hoteleira – Hotelaria de Saúde e Bem-estar	António Manuel da Silva Melo
		Mestrado em Direção Hoteleira – Direção Comercial e Marketing	António Manuel da Silva Melo
	CTSP	Curso Técnico Superior Profissional de Operações Hoteleiras	Luís Manuel Mendes Correia
ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto	Licenciatura	Licenciatura em Comunicação Empresarial	Ana Patrícia Pinto de Lima
		Licenciatura em Criatividade e Inovação Empresarial	Orlando Manuel Marques de Lima Rua
		Licenciatura em Marketing	Maria Antónia Gonçalves Rodrigues
		Licenciatura em Recursos Humanos	Ana Cláudia Moreira Rodrigues
		Licenciatura em Contabilidade e Administração	Ana Maria Alves Bandeira
		Licenciatura em Ciências e Tecnologias Documentação e Informação	Milena Carla Lima de Carvalho
		Licenciatura em Comércio Internacional	Raquel Susana da Costa Pereira
	Mestrado	Mestrado de Estudos Interculturais Para Negócios	Clara Maria Laranjeira Sarmiento e Santos
		Mestrado em Assessoria de Administração	Anabela Mesquita Teixeira Sarmiento
		Mestrado em Informação Empresarial	Luis António da Silva Rodrigues
		Mestrado em Empreendedorismo e Internacionalização	Maria Clara Dias Pinto Ribeiro
		Mestrado em Gestão das Organizações – Ramo: Gestão de Empresas	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
		Mestrado em Gestão das Organizações – Ramo: Gestão Pública	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
		Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Recursos Humanos	Dora Cristina Moreira Martins
		Mestrado em Finanças Empresariais	Armando Mendes Jorge Nogueira da Silva
		Mestrado em Logística	Sérgio Gottling Oliveira Monteiro
		Mestrado em Contabilidade e Finanças	Luis Miguel Pereira Gomes

	CTSP	Mestrado em Negócio Eletrónico	José Agostinho de Sousa Pinto
		Vendas Para Mercados Internacionais	Ana Patrícia Pinto de Lima
		Comércio e Gestão de Negócios de Moda	José Manuel de Oliveira Magalhães
		Gestão de Tecnologias Para a Inovação	José Agostinho de Sousa Pinto
ETGF – Escola Superior de Tecnologia e Gestão	Licenciaturas	Licenciatura em Sistemas de Informação Para a Gestão	Carla Sofia Gonçalves Pereira
		Licenciatura em Ciências Empresariais (laboral e pós-laboral)	Amélia Oliveira Carvalho
		Licenciatura em Gestão Industrial e Logística	Marisa José Roriz Leiras Ferreira
	Mestrados	Mestrado em Gestão das Organizações do 3º Setor	Marisa José Roriz Leiras Ferreira
		Mestrado em Gestão de Projetos	Maria Teresa Morais Taveira de Barros
		Mestrado em Gestão e Internacionalização de Empresas	Vitor Braga
		Mestrado em Gestão Integrada da Qualidade, Ambiente e Segurança	Augusto Miguel Rosa Lopes
		Mestrado em Métodos de Apoio à Decisão Empresarial	Aldina Isabel de Azevedo Correia
Curso Técnico Superior Profissional em Gestão de Vendas e Marketing		Maria Teresa Morais Taveira de Barros	
	Curso Técnico Superior Profissional em Gestão e Negócio de Pme	Alexandra Maria da Silva Braga	
ESS – Escola Superior de Saúde	Mestrado	Mestrado em Gestão das Organizações – Gestão de Unidades de Saúde	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
ESSE – Escola Superior de Educação	Licenciatura	Licenciatura em Gestão do Património	Maria de Fátima Lambert Alexandrino Alves de Sá Monteiro
ISEP – Instituto Superior de Engenharia do Porto	Licenciatura	Licenciatura em engenharia e Gestão Industrial	Paulo Ávila
	Mestrado	Mestrado em Engenharia Mecânica – Gestão Industrial	Francisco José Gomes da Silva
APNOR – Associação de Politécnicos da Região Norte	Mestrados	Mestrado em Gestão das Organizações – Gestão de Empresas	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
		Mestrado em Gestão das Organizações – Gestão de Unidades de Saúde	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
		Mestrado em Gestão das Organizações – Gestão Pública	Eduardo Manuel Lopes de Sá e Silva
		Mestrado em Logística	Sérgio Gottling Oliveira Monteiro

Anexo 6: Modelo (SmartPLS v3)

