

**ESTGF** | **POLITÉCNICO  
DO PORTO**

ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO

DESIGNAÇÃO DO MESTRADO

---

AUTOR

---

ORIENTADOR(ES)

---

ANO

---

[www.estgf.ipp.pt](http://www.estgf.ipp.pt)



## Agradecimentos

Para a realização da dissertação gostaria de agradecer a todos aqueles que direta ou indiretamente, me ajudaram e apoiaram.

No entanto não posso deixar de agradecer e de realçar alguns apoios e ajudas que merecem especial relevo, face ao valor acrescido que trouxeram à presente dissertação.

Ao meu orientador, Doutor Vitor Braga, por me ter acompanhado ao longo deste trabalho, demonstrando disponibilidade, experiência e saber, de forma a me auxiliar e orientar na realização desta dissertação.

A toda a minha família e marido pela compreensão relativamente às minhas ausências.

A todos os meus colegas e amigos, em especial ao Sérgio Gomes, que sempre me deu a motivação e ajuda necessária para a realização do trabalho.

## **Abreviaturas e Acrónimos**

ESTGF – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras

IES – Instituição de Ensino Superior

IPP – Instituto Politécnico do Porto

EEP – Entrepreneurship Education Project

## Resumo

O processo de empreender ocorre porque um conjunto de indivíduos (ou apenas um indivíduo) toma uma decisão e age sobre ela. O estudo do empreendedorismo tem-se apresentado como um dos novos paradigmas das ciências socioeconómicas, e portanto este deve ser estimulado através de várias formas e mecanismos, nomeadamente o seu ensino. Todo o processo de identificação de oportunidades é um processo intencional e, portanto as intenções empreendedoras merecem a nossa atenção.

Esta investigação tem como objetivo explorar as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico e os fatores que a influenciam. Foram recolhidos dados na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras (ESTGF) pertencente ao Instituto Politécnico do Porto (IPP), numa amostra de 209 estudantes de diferentes áreas científicas.

Os resultados mostram um baixo nível de orientação internacional dos estudantes com intenção empreendedora. Os nossos resultados sugerem que a área de formação dos estudantes influencia a intenção empreendedora bem como a existência de familiares empresários. Relativamente às características empreendedoras dos estudantes da ESTGF, conclui-se que é explicada por nove fatores psicológicos: *Autoconfiança; Risco; Internacionalização; Recursos e Criatividade; Empreendedorismo; Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo; Inovação/Informação; Liderança e Gestão Internacional.*

## Palavras-chave

Empreendedorismo; Empreendedorismo Internacional; Intenções Empreendedoras; Ensino Superior; *Born Global.*

## Abstract

The entrepreneurship process takes place because a group of individuals (or just an individual) makes a decision and act on it. The study of entrepreneurship has been seen as one of the new paradigms of social and economic sciences, and therefore it should be fostered through various forms and mechanisms, especially regarding its education. The whole process of identifying opportunities is an intentional process and therefore the academia should focus on the study of entrepreneurial intentions.

This research aims to explore the international orientation of entrepreneurial intentions of higher education students and its determinants. Data was collected in the School of Technology and Management of Felgueiras (ESTGF) part of the Polytechnic of Porto (IPP), containing a sample of 209 students from different scientific areas.

The results show a low level of internationally oriented entrepreneurial intentions of students. Our results suggest that there is a number of factors influencing entrepreneurial intention such as their field of study and the existence of family entrepreneurs. Our factorial analyses results in 9 factors, explaining the entrepreneurial intention of ESTGF students, with regards to their entrepreneurial characteristics: self-confidence; risk; internationalization; resources and creativity; entrepreneurship; technical capacity management and entrepreneurship; innovation / information; leadership and international management.

## Keywords

Entrepreneurship; International Entrepreneurship; Entrepreneurial intentions; Higher Education; Born Global.

## Índice

<b>Capítulo 1 - Introdução.....</b>	<b>1</b>
1.1. Contextualização da área em estudo.....	2
1.2. Motivação.....	3
1.3. Proposta de Investigação .....	4
1.4. Objetivos do Estudo.....	4
1.5. Estrutura da Investigação .....	5
<b>Capítulo 2 - Estado da Arte.....</b>	<b>6</b>
2.1. Introdução.....	7
2.2. Conceitos fundamentais .....	7
2.2.1. Empreendedorismo .....	7
2.2.2. Empreendedorismo no ensino Superior .....	8
2.2.3. Intenções Empreendedoras.....	10
2.2.4. Intenções Empreendedoras de orientação internacional .....	12
2.3. Sumário.....	14
<b>Capítulo 3 - Metodologia de Investigação.....</b>	<b>16</b>
3.1. Introdução .....	17
3.2. População – Caracterização da Amostra.....	17
3.3. Procedimentos de recolha de dados .....	24
3.3.1. Instrumento.....	24
3.3.2. Objetivos do instrumento de recolha de dados .....	27
3.3.3. Distribuição do instrumento .....	28
3.4. Tratamento de dados.....	28
3.5. Sumário.....	29
<b>Capítulo 4 - Análise de dados e Discussão de Resultados.....</b>	<b>30</b>
4.1. Introdução .....	31
4.2. Análise descritiva .....	31
4.2.1. Atividades e projetos realizados .....	31
4.2.2. Atividades realizadas e projetos de empreendedorismo.....	32
4.2.3. Caracterização de atividades de criação de novos projetos empresariais .....	35

4.2.4.	Avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades .....	38
4.2.5.	Avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais .....	39
4.2.6.	Resultados com a implementação de um novo projeto empresarial.....	42
4.2.7.	Relação interpessoal dos participantes .....	43
4.3.	Análise Fatorial .....	44
4.3.1.	Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais .....	44
4.3.2.	Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades .....	47
4.3.3.	Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais .....	49
4.3.4.	Resultados esperados com a implementação de um novo projeto empresarial.....	51
4.4.	Sumário.....	52
<b>Capítulo 5 - Conclusões .....</b>		<b>53</b>
5.1.	Introdução .....	54
5.2.	Conclusões da investigação .....	55
5.3.	Sugestões para futura investigação .....	57
<b>Referências Bibliográficas .....</b>		<b>58</b>
<b>Bibliografia .....</b>		<b>59</b>
<b>Anexos.....</b>		<b>64</b>
	Anexo 1 – Questionário disponibilizado aos Estudantes .....	65

## Índice de Quadros

Quadro 1 - Estrutura do Questionário .....	25
Quadro 2 - Objetivos do questionário vs objetivos da investigação.....	27
Quadro 3 - Retratos dos processos da origem da ideia de negócio .....	33
Quadro 4 - Atividades de criação de novos negócios .....	36
Quadro 5 - Experiência dos membros da família em projetos empresariais .....	37
Quadro 6 – Capacidades para resolução de problemas.....	38
Quadro 7 – Capacidades em realizar atividades empresariais.....	40
Quadro 8 – Resultados Esperados com a Implementação de um novo projeto empresarial.....	42
Quadro 9 -KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais.....	45
Quadro 10- Fatores determinantes Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais .....	46
Quadro 11 - KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades .....	47
Quadro 12 - Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades.....	48
Quadro 13 - KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais .....	49
Quadro 14 - Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais .....	50

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Género dos participantes.....	18
Gráfico 2 - Ano de nascimento dos participantes.....	18
Gráfico 3 – Concelho de residência permanente dos participantes.....	19
Gráfico 4 - Estado civil dos participantes .....	20
Gráfico 5 - Classificação das famílias em relação às outras, no país onde nasceu, relativamente à riqueza financeira .....	20
Gráfico 6 - Competências linguísticas dos participantes.....	20
Gráfico 7 - Ciclo de estudos dos participantes .....	21
Gráfico 8 - Designação do curso dos participantes.....	22
Gráfico 9 - Área científica do curso dos participantes.....	22
Gráfico 10 - Número de anos curriculares tem o curso que está a frequentar .....	23
Gráfico 11 - Ano curricular atualmente a frequentar .....	23

Gráfico 12 - Frequentou ou frequenta presentemente, unidades curriculares que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação.....	23
Gráfico 13 - Anos de experiência profissional (incluindo trabalho em part-time e a tempo inteiro).....	23
Gráfico 14 - Início de algum negócio que esteja atualmente em funcionamento .....	31
Gráfico 15 - Interesse em começar um novo projeto empresarial .....	32
Gráfico 16 - Estado do projeto empresarial pretendido.....	33
Gráfico 17 - Local a começar o novo projeto empresarial.....	34
Gráfico 18 - Intenções de começar um novo projeto sozinho ou com parceiros .....	34
Gráfico 19 - Parceiros para um novo projeto .....	34
Gráfico 20 - Tempo dedicado ao novo projeto empresarial .....	35
Gráfico 21 - Sente-se confortável com a sua aparência física.....	43
Gráfico 22 - Tem facilidade em inserir-se num novo grupo de pessoas.....	43

# Capítulo 1

## Introdução

## 1.1. Contextualização da área em estudo

O estudo do empreendedorismo tem-se apresentado como um dos novos paradigmas das ciências socioeconômicas, e portanto este deve ser estimulado através de várias formas e mecanismos, nomeadamente o seu ensino. Uma das maiores dificuldades encontradas é a de definir o termo empreendedorismo e o de delimitar o estudo do conceito. Existem inúmeras publicações relacionadas com o termo o que poderá facilitar o seu estudo, no entanto a divergência de visões acerca do termo pode também ser um entrave.

O empreendedorismo é, claramente, uma maneira de pensar que acentua as oportunidades e as ameaças. Todo o processo de identificação de oportunidades é um processo intencional e, portanto, as intenções empresariais merecem a nossa atenção.

Os conceitos de internacionalização surgiram a partir da década de 60, quando a teoria da empresa deixou de ser estudada apenas sob o ponto de vista económico e se iniciaram assim os primeiros estudos sobre o processo de internacionalização mais direcionados para o comportamento organizacional (Hilal & Hemais, 2003). Neste seguimento surge um novo campo de estudo, designado por empreendedorismo internacional. O termo empreendedorismo internacional surge através de um artigo escrito por J.F.Morrow em 1988, logo seguido por P.P.McDougall em 1989, que abriu caminho para os primeiros estudos a nível científico em empreendedorismo internacional (Oviatt & McDougall, 1995). Numa primeira definição de empreendedorismo internacional, esta limitava-se apenas a novos projetos de nível internacional. Oviatt & McDougall (1994, pp. 45-64) definiram empreendedorismo internacional como “uma organização comercial que, desde a sua criação, obtém vantagem significativa na utilização de recursos e venda de produtos finais em vários países”. Esta definição pode ser explicada pelo fato de os primeiros estudos nesta área aparecerem aquando do surgimento das *born globals*. Segundo Andersson (2000) e Wictor (2003) são consideradas *Born Globals* empresas que possuem no mínimo 25% da sua faturação em vendas fora do seu país sede dentro de três anos após a sua criação; que possuem vantagem competitiva no uso de recursos e vendas de produtos em vários países.

A evolução dos estudos sobre empreendedorismo internacional tem pautado as discussões sobre o tema (Chandra, 2004) (McDougall & Oviatt, 2000) (Zahra & Garvis, 2000), no entanto a falha de integração entre estudos em empreendedorismo e estudos em negócios internacionais tem sido o maior obstáculo para um total entendimento da natureza e do processo de empreendedorismo internacional (Yeung, 2002).

## 1.2. Motivação

Face à atual situação de relativa instabilidade política, social e económica, torna-se necessário explorar de que forma é possível contornar os aspetos negativos que se instalaram, e promover o desenvolvimento de atitudes empreendedoras. O empreendedorismo tem sido encarado com uma forma de se ultrapassar a atual condição económica.

O tecido empresarial Português adotou, até há algumas décadas atrás, um posicionamento estratégico baseado em custos baixos que com a alteração das condições de muitas economias emergentes, terá de ser substituída pela diversificação dos mercados, de forma a sua presença em mercados internacionais. As atuais condições económicas da economia Portuguesa, com um decréscimo substancial do rendimento disponível dos consumidores, levou muitas empresas a procurar mercados internacionais apesar de, em muitos casos, desencorajadas pela falta de experiência de internacionalização.

Estas condições do mercado interno tiveram um impacto nas expectativas dos agentes económicos tanto em termos da possibilidade de expansão deste mercado, como nas expectativas dos graduados em entrar no mercado de trabalho. Na sequência destas alterações é de esperar uma alteração nas intenções empreendedoras de orientação internacional.

Associado ao tema da internacionalização, surge o tema das *born globals*, empresas estabelecidas expressamente desde a sua criação para atender mercados estrangeiros. O conceito foi utilizado pela primeira vez em 1993 e tem desafiado desde então várias teorias de internacionalização. Na opinião de Karra & Philips (2004) o aparecimento das empresas *born globals* rompeu o paradigma de que os empreendedores deveriam implementar os negócios em primeiro lugar no país de origem antes de se expandirem internacionalmente, colocando nos empreendedores novas oportunidades e desafios de competir em mercados internacionais, desde o momento inicial de implementação, conforme defendido pela Escola de Uppsala.

O conceito empreendedorismo internacional tem evoluído ao longo dos tempos. A definição inicial focava-se apenas em novas empresas e excluía as já estabelecidas, essa era a grande diferença entre empreendedorismo internacional e as *born globals*.

Nos anos 90, o entendimento sobre empreendedorismo internacional começou a ficar mais definido McDougall & Oviatt (2000) afirmam mesmo que os empreendedores com uma visão mais local devem estar atentos às empresas que atuam internacionalmente, dado que essas empresas poderiam tornar-se concorrentes no mercado local. A perceção desta nova realidade leva-nos a uma nova definição do termo. Assim os autores definem empreendedorismo internacional como “ a combinação de inovação, proatividade e aversão ao risco que cruza ou é comparado através de fronteiras nacionais e faz planos para criar valor nos negócios da organização”. Nessa visão, a idade,

o tamanho e as características da empresa não são motivo de exclusão, onde, comportamento de empreendedorismo internacional é independente do tamanho da empresa e do seu tempo de existência (McDougall & Oviatt, 2000).

### 1.3. Proposta de Investigação

O objetivo desta investigação é o de explorar as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico e os fatores que a influenciam.

Esta dissertação procura explorar o âmbito internacional das intenções empreendedoras e lançar as bases para investigações futuras assim como perceber as intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior. Assim, a abordagem metodológica combina a recolha de dados através de inquéritos efetuados a alunos do ensino superior, em particular aos estudantes de uma das sete escolas do Instituto Politécnico do Porto (IPP), Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras (ESTGF), administrados *online*.

### 1.4. Objetivos do Estudo

Com a vista a atingir os objetivos definidos para este estudo foi necessário procedermos a um estudo empírico com base em dados recolhidos numa instituição de ensino superior (IES), baseado num questionário aplicado a toda a população. O objetivo desta investigação é o de explorar as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico e os fatores que a influenciam.

Este objetivo pode ser dividido em objetivos específicos (OE):

OE1: Investigar a propensão dos estudantes do Ensino Superior para internacionalizar as suas intenções empreendedoras;

OE2: Examinar os diferentes fatores que têm um impacto nas intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico; e

OE3: Qual o perfil dos Estudantes com intenções empreendedoras e de âmbito internacional.

## 1.5. Estrutura da Investigação

O presente estudo está organizado em duas partes principais. A primeira parte é teórica e composta por três capítulos. No primeiro capítulo aborda-se o enquadramento geral da investigação e são expostos os objetivos propostos da problemática em estudo. No segundo capítulo, designado como estado da arte, são explanados os conceitos fundamentais, Empreendedorismo, Empreendedorismo no Ensino Superior, Intenções Empreendedoras e Intenções Empreendedoras de orientação internacional, bem como é feita uma revisão de literatura existente sobre o assunto. No terceiro capítulo é abordada a metodologia de investigação, onde apresentamos a população em estudo (estudantes dos cursos da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras pertencente ao IPP), os procedimentos de recolha de dados, caracterização dos participantes e a descrição do tratamento dados.

A segunda parte é composta por dois capítulos, em que um é dedicado à análise de dados e discussão de resultados e o último refere-se às conclusões do presente estudo. Mais especificamente, no quarto capítulo trata-se da apresentação da análise descritiva de todas as variáveis em estudo, seguindo-se a análise fatorial, identificação dos fatores determinantes nas intenções internacionais empreendedoras dos estudantes da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras. No quinto, e último capítulo, são apresentadas as principais conclusões do estudo referindo-se propostas de investigação e onde é feita uma reflexão crítica das limitações deste trabalho de investigação.

# Capítulo 2

## Estado da Arte

## 2.1. Introdução

O presente capítulo refere-se ao levantamento bibliográfico sobre o tema em estudo. Foram analisados vários estudos teóricos e empíricos sobre o empreendedorismo.

Com a vista a atingir os objetivos definidos para este estudo foi necessário procedermos a um estudo empírico com base em dados recolhidos numa instituição de ensino superior (IES), baseado num questionário aplicado a toda a população. O objetivo desta investigação é o de explorar as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico e os fatores que a influenciam.

Dado que o presente estudo pretende recolher informação acerca das competências para o empreendedorismo internacional dos estudantes do ensino superior, tentamos selecionar uma amostra que nos pudesse transmitir essa informação, quer pelo curso frequentado quer pelo ano frequentado. O campo de estudo desta investigação é a ESTGF do IPP, uma vez que nesta escola funcionam cursos relacionados com a área das ciências e tecnologias. Assim a população a estudar serão os estudantes do ensino superior, matriculados no ano letivo de 2013/2014 na ESTGF do IPP.

O IPP é uma instituição de ensino superior prestigiada, que conta já com 29 anos. Situado na cidade do Porto é constituído por sete Escolas Superiores: Escola Superior de Educação do Porto, Escola Superior de Estudos Industriais de Gestão, Escola Superior de Música, Artes e Espetáculo, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras, Escola Superior de Tecnologia da Saúde do Porto, Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Instituto Superior de Engenharia do Porto.

De acordo com os dados fornecidos pela ESTGF, existiam, aquando da distribuição do inquérito, 1280 estudantes matriculados em Mestrados, Licenciaturas, Pós-graduações e Cursos de Especialização Tecnológica.

## 2.2. Conceitos fundamentais

### 2.2.1. Empreendedorismo

De acordo com Fillion (2004); Shane & Venkataraman (2000); Bruyat & Julien (2000), o empreendedorismo é entendido como um processo no qual se realiza algo criativo e inovador, com o objetivo de gerar riqueza e valor para indivíduos e para a sociedade. O empreendedorismo envolve reconhecer a oportunidade para criar algo novo, como também o reconhecimento de uma oportunidade para desenvolver um novo mercado, usar uma nova matéria-prima ou desenvolver um novo meio de produção (Schumpeter, 1982), (Baron & Shane, 2007).

Encontrar uma definição consensual para o termo empreendedorismo é tarefa quase impossível, na verdade vários autores reconhecem a dificuldade em definir o termo e alguns realçam, ainda, a problemática da limitação das suas fronteiras (Gartner, 1989); (Montanye, 2006), (Wennekers & Thurik, 1999) referem-se mesmo a este como “mal definido” ou, na melhor das hipóteses, um conceito “multidimensional”.

Não existindo uma definição aceite por todos encontram-se várias definições de acordo com o momento e o contexto em que é analisado, como argumentam Raposo & Silva, (2000), apesar das definições de empreendedorismo serem muito diferentes, dentro de cada área de estudo estas são mais consensuais, nomeadamente nas áreas de:

- Economia: inovação e desenvolvimento;
- Ciências comportamentais: características do empreendedor;
- Engenharia: distribuidores e coordenadores de recursos;
- Finanças: risco;
- Gestão: organização, planeamento e utilização de recursos;
- Marketing: identificação de oportunidades, diferenciação da oferta e adaptação aos mercados.

De acordo com Baron & Shane (2008) o empreendedorismo deve ser visto como um processo e não como um evento isolado, identificando as seguintes etapas: (1) reconhecimento de oportunidades (potencial para criar algo novo); (2) decisão de avançar e reunir os recursos necessários; (3) concretização do empreendimento; (4) gestão e desenvolvimento do empreendimento, tornando-o num negócio rentável; e (5) recolha das recompensas do investimento realizado e, eventualmente, ponderar estratégias de saída, transferindo o empreendimento para outras pessoas. O processo de empreender ocorre porque um conjunto de indivíduos (ou apenas um indivíduo) toma uma decisão e age sobre ela.

Dada a importância do empreendedorismo para a economia e a sociedade em geral, a educação para o empreendedorismo é um processo complexo, que tem evoluído nos últimos anos e cada vez mais se defende a ideia de os sistemas educativos poderem contribuir para promover o empreendedorismo em todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até à universidade (Comissão das Comunidades Europeias, 2006). Volkmann (2004) refere que a educação para o empreendedorismo é importante para a saúde de qualquer IES e para a economia do próprio país.

### **2.2.2. Empreendedorismo no ensino Superior**

O empreendedorismo na educação superior constitui um dos motores fundamentais para o crescimento económico e criação de riqueza (Shane, 2004). Paralelamente, as políticas universitárias caminham progressivamente para a criação de centros de investigação de empreendedorismo,

através do incentivo aos seus alunos, investigadores e docentes para transformarem as suas descobertas em patentes, spin-offs ou licenças tecnológicas e de negócios, alargando assim as atividades das universidades (Wood, 2009).

Para os alunos, a criação de novos negócios surge também como uma alternativa para enfrentar as dificuldades de encontrar emprego compatível com as competências adquiridas e desenvolvidas na IES (Pinho & Gaspar, 2012).

O empreendedorismo tem sido encarado por diversos países como uma área fundamental para o crescimento económico, pelo que tem existido uma maior sensibilização para que o ensino do empreendedorismo faça parte dos currículos do ensino básico e superior.

O estudo do empreendedorismo como disciplina, com seus processos e metodologias de ensino, é algo relativamente novo na comunidade académica. Os empreendedores são considerados pessoas de destaque na sociedade, com características tão peculiares que por muito tempo foram consideradas como dons, (Dornelas, 2001).

Pode-se dizer, então, que o aumento do interesse pelos processos e metodologias de ensino do empreendedorismo teve início em estudos que questionavam esse entendimento geral, de que a capacidade empreendedora é habilidade inata ao ser humano.

*[...] cada vez mais, acredita-se que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa e que o sucesso é decorrente de uma gama de fatores internos e externos ao negócio, do perfil do empreendedor e de como ele administra as adversidades que encontra no dia-a-dia. Dornelas (2001, p. 38).*

Devido a essa circunstância, o empreendedorismo como disciplina foi-se desenvolvendo e moldando-se através de estudos e trabalhos dispersos, elaborados por investigadores de diversas áreas do conhecimento, impulsionados pelas necessidades do mercado. Tal situação encontra respaldo em Dolabela (1999), quando afirma que atualmente o mercado exige dos profissionais um alto grau de empreendedorismo, até mesmo daqueles que vão ser empregados, favorecendo o surgimento da vertente do intraempreendedorismo.

Os cursos de empreendedorismo são importantes para que as competências empreendedoras sejam transmitidas adequadamente e na altura certa, ao nível da inovação, financiamento, controlo, identificação, exploração de oportunidades de negócio e recursos, entre outras.

A formação é importante para ensinar a gerir as complicações e problemas que os empreendedores enfrentam, e também para adquirirem informação específica e útil à atividade da empresa, ao nível técnico. Como refere Ferreira, Santos, & Serra (2008), não é necessário o grau de ensino superior para se criar uma empresa, mas todos os empreendedores vão precisar de conhecimentos nas áreas da gestão, finanças, estratégia, marketing, liderança e comunicação e, se houver profissionais, especializados a ensiná-lo, tanto melhor. É, portanto, possível que as IES e o

seu corpo acadêmico consiga estimular os alunos para o empreendedorismo e, conseqüentemente, para o aparecimento de novos empreendedores.

O desafio do ensino nesta área passa por preparar os alunos para as exigências que o começo de um negócio ou de uma empresa exige, e, na medida do possível, por lhes proporcionar experiências de iniciativas empreendedoras.

### 2.2.3. Intenções Empreendedoras

Promover o empreendedorismo entre os estudantes tem-se tornado um tema importante nas IES e governos, bem como na investigação. Como mostram alguns estudos, o interesse dos alunos no empreendedorismo como opção de carreira está a aumentar (Brenner, Pringle e Greenhaus, 1991), (Kolvereid, 1996). O papel positivo das IES no desenvolvimento empresarial e intenções de explorar os fatores que influenciam o comportamento empresarial dos alunos, tem vindo a ser confirmado por vários estudos (Hannon, 2005), (Luthje & Franke, 2003), que ajudam a explicar o surgimento da intenção empresarial entre os grupos-alvo, bem como o estímulo da educação para o empreendedorismo que pode, por sua vez, influenciar os comportamentos dos alunos e as intenções em relação ao empreendedorismo.

De acordo com Bird (1988), a intenção é o estado de espírito que direciona a atenção de uma pessoa e a ação no sentido de autoemprego, em oposição ao trabalho por conta de outrem. A intenção foi também definida como os esforços de uma pessoa para realizar o comportamento empreendedor (Linan, Rodríguez & Guzmán, 2008).

De acordo com vários estudos, existe um grande esforço por parte dos investigadores que estudam o fenómeno do empreendedorismo, com a finalidade de identificar os traços ou características psicológicas dos indivíduos que criam novas empresas ou negócios. Esta abordagem estabeleceu teorias, sobre os empreendedores, as suas características mais relevantes como são a independência, a necessidade de realização, a percepção de praticabilidade, controlo interno, etc. (Octício, 2012).

Para contornar este problema, uma das formas é estudar os chamados empreendedores nascentes (Reynolds, 1995) ou seja, o estudo dos indivíduos que estão comprometidos de uma forma ativa no processo de criação de uma nova empresa. Outra abordagem possível para este assunto é estudar o processo empreendedor aplicando a designada teoria do comportamento planeado Ajzen, I.; Fishbein, M. (1980) juntamente com a teoria da intenção empreendedora Shapero & Sokol (1982); Bird, (1988); Krueger & Carsrud (1993). O estudo das intenções é um elemento fundamental na previsão do chamado comportamento planeado, neste caso a criação de um novo negócio Ajzen (1991); Krueger & Carsrud (1993).

Os dois principais modelos teóricos sobre as intenções empreendedoras e que normalmente têm sido adotados pelos investigadores são:

- Modelo conceptual de d'Ajzen: Teoria do Comportamento Planeado "Theory of Planned Behavior" TPB;
- Modelo conceptual de Shapero: Modelo da Intenção Empreendedora "Paradigm of entrepreneurial event formation" SEE.

Pela Teoria do Comportamento Planeado (Ajzen; Fishbein, 1980), qualquer comportamento requer um certo planeamento. O ato de criação de um novo negócio pode ser assim previsto de acordo com a intenção adotada por um determinado indivíduo. Assim, de acordo com esta teoria é possível prever se um indivíduo vai criar um negócio no futuro, analisando para o efeito a sua intenção empreendedora. O modelo elaborado por Ajzen (1991) compreende três constructos independentes, que precedem a formação da intenção e que por sua vez preveem o comportamento.

O primeiro constructo é a atitude face ao comportamento, ou seja, permite determinar o momento favorável para um determinado comportamento. Relativamente à segunda variável que corresponde às normas subjetivas, que quer dizer a própria percepção que um indivíduo tem sobre a comunidade que o rodeia, percepção de controlo individual, levando o indivíduo a ter também um determinado comportamento. A percepção do controlo (terceira variável) reflete a experiência, impedimentos e obstáculos enfrentados anteriormente pelo indivíduo. Quanto mais favorável for a atitude e a norma subjetiva e maior for a percepção do controlo individual, mais forte deveria ser a intenção para executar um determinado comportamento.

O modelo da intenção empreendedora de Shapero & Sokol (1982) indica que, a decisão para mudar significativamente o rumo da nossa vida, por exemplo na criação de um negócio, é precipitado por um determinado acontecimento ou uma alteração abrupta na rotina estabelecida habitualmente. Desta forma, a escolha do indivíduo dependerá então de três elementos. O primeiro elemento, a percepção de desejabilidade, o segundo elemento é a propensão para agir, e finalmente o terceiro elemento é a percepção da viabilidade. Shapero & Sokol (1982) propôs que a intenção para criar um negócio, deriva de percepções de desejabilidade e viabilidade, como também com as oportunidades relacionadas com uma propensão para agir.

No modelo, Shapero & Sokol (1982), a decisão de criar um negócio passa por duas etapas fundamentais, a desejabilidade e a viabilidade. Todos os aspetos são mutuamente interativos. Logo, se um indivíduo considera que não há viabilidade para iniciar um negócio, a desejabilidade decresce em proporção, por outro lado, se um indivíduo não está motivado para iniciar um novo negócio, não considerará sequer a sua viabilidade. Contudo, como a desejabilidade é o sentimento individual que na realidade inicia o processo de tomada de decisão empresarial, deste modo, este é considerado um pré-requisito na avaliação da viabilidade. Quanto ao contexto, ele poderá ter um papel catalisador ou inibidor na difusão do empreendedorismo. É possível, que empreendedores motivados negativamente ocorram com mais frequência em meios envolventes pouco favoráveis à criação de empresas, em

contraste com o que se passa com os empreendedores motivados positivamente, que tenderiam a concentrar-se, de preferência, em meios envolventes mais favoráveis à criação de empresas.

#### 2.2.4. Intenções Empreendedoras de orientação internacional

Uma parte das empresas prossegue um caminho dito tradicional de internacionalização. No entanto, na década de 90, aparece pela primeira vez o conceito de *born globals*, através de Rennie, M. (1993), sugerindo um novo padrão de internacionalização.

As empresas globais à nascença revelam um comportamento internacional diferente do tradicional. Desde a sua criação atuam nos mercados internacionais, ou seja, globalizam rapidamente, sem qualquer período prévio de desempenho no mercado nacional (Oviatt & McDougall 1994); (Gabrielsson & Kirpalani 2004).

As *born globals* tendem a ser formadas por empreendedores com competências técnicas e com conhecimento dos mercados externos, atuam em nichos de mercados mundiais, estando associados a produtos inovadores e diferenciadores, e procuram captar saberes diversos em vários locais. Segundo Gabrielsson & Kirpalani (2004), o que influencia as decisões de internacionalização por parte das empresas é o perfil do empreendedor, defendendo ainda que os fatores-chave para a criação das *born globals* são o empreendedor e a sua visão global.

Em particular, as *born globals* são definidas como empresas que desde a sua origem vêem o mundo como um único grande mercado, são conhecidas pela capacidade empreendedora e internacional dos seus negócios (Gabrielsson, Kirpalani, Solberg, & Zucchella 2008). Para estas empresas, o papel do empreendedor é fulcral, e Andersson & Wictor (2003) dizem mesmo que é a atuação deste que é a força condicionante para a internacionalização destas empresas.

O padrão de internacionalização proposto pela escola nórdica - o modelo Uppsala, desenvolvido por Johanson & Vahlne (1977), é uma teoria que explica como as empresas intensificam gradualmente as suas atividades nos mercados internacionais. No entanto, e tendo em conta a realidade empresarial global, surgiram exemplos que vieram desafiar esta teoria, demonstrando que a internacionalização das empresas não precisa de obedecer a um modelo pré-definido.

Assim, enquanto muitas empresas já estabelecidas continuam a expandir-se seguindo um caminho mais lento e evolutivo de desenvolvimento (Johanson & Vahlne, 1990) outras mais dinâmicas estão a internacionalizar-se aquando da sua origem ou pouco tempo depois.

No modelo Uppsala, as empresas passam por etapas obrigatórias e sequenciais, restringindo-se a um mercado de cada vez, sendo estes psicologicamente próximos ao país de origem. De acordo com a teoria da Escola Nórdica, o principal mecanismo por trás da mudança do modo de internacionalização de uma empresa é o desenvolvimento do conhecimento desta sobre o mercado

estrangeiro. Assim, ao iniciar atividades internacionais num mercado exterior, a empresa aprende informações de como lá operar (Melén & Nordman 2009).

Para Johanson & Vahlne (2003), o conhecimento dos negócios internacionais só pode ser conseguido através de experiência direta, permitindo às empresas aproveitar oportunidades com essa aprendizagem. Deste modo, as empresas entram inicialmente em mercados com pouca distância psíquica e com baixo envolvimento, risco e investimento, sendo provável que iniciem as suas vendas via exportação. À medida que as empresas vão ganhando experiência, vão-se afastando da sua zona de conforto, aumentando o seu comprometimento com o mercado externo e fazendo normalmente investimentos diretos.

É preciso também frisar que, no Modelo de Uppsala, as empresas reagem a solicitações externas para tomarem a decisão de se internacionalizar, muito raramente tem atitudes mais pró-ativas e a internacionalização é feita apenas pela empresa e só quando esta se sente preparada. O inverso acontece com as *born globals*, que procuram ativamente mercados externos, aproveitando as oportunidades de negócio que aparecem. O estabelecimento de cooperações e parcerias por parte destas organizações pode facilitar o rápido crescimento e internacionalização.

As *born globals* atuam em vários mercados, uma vez que vêem o mundo como espaço de atuação, não se cingindo apenas a um país de cada vez. Para estas empresas o mercado é global e operam desde a sua origem em vários mercados ao mesmo tempo. Gabrielsson, Kirpalani, Dimitratos, Solberg, & Zucchella (2008) defendem que os fatores-chave para a criação e desenvolvimento das *born globals* são os seus empreendedores e a sua visão global. Faz sentido, portanto, que a análise das *born globals* seja indissociável da investigação dos empreendedores internacionais.

Vários estudos reconhecem o papel do empreendedor como responsável pelo modo, direção e velocidade do processo de internacionalização. Para alguns autores, o empreendedor é mesmo o elemento mais importante para o desenvolvimento da empresa, (Laranjeira & Morais 2012).

O empreendedor é o fator chave para o desenvolvimento de uma empresa, no sentido em que tem um papel fundamental nas teorias da empresa e do seu crescimento. Assim, as suas características são também fundamentais já que lhe permitem identificar e criar condições para detetarem oportunidades de negócio inovadoras e internacionais, mas também reconhecer e aceder a recursos para as poderem concretizar.

A definição do empreendedor internacional resulta da intersecção de dois temas de investigação: negócio internacional e empreendedorismo.

Ardichvili, Cardozo, & Ray (2003) defendem que, embora as oportunidades internacionais estejam dispersas por todo o mundo, e como tal, à disposição de todos, a verdade é que só alguns indivíduos têm a capacidade para as construir. Ou seja, mesmo que o conhecimento destas oportunidades chegue ao empreendedor através dos seus contactos, só alguns destes indivíduos irão reconhecê-las

e desenvolvê-las. Ninguém nasce empreendedor, não vem no código genético; no entanto, os indivíduos adquirem essa motivação ao longo da vida e, desta forma, podem aprender a ser empreendedores.

Para McDougall & Oviatt (2000), os empreendedores das *born globals* vêem oportunidades de negócio fora do país, dada a sua experiência internacional. Esta vantagem que estes indivíduos dispõem, leva-os a identificar oportunidades, ter conhecimentos dos mercados internacionais e uma rede de contactos considerável, auxiliando desta forma a internacionalização.

É o conhecimento adquirido no estrangeiro por parte dos gestores que permite às empresas saber mais sobre as culturas internacionais, o que leva a uma maior acumulação de mais conhecimentos sobre as características e concorrentes do mercado global (Hutchinson, Quinn, & Alexander 2006). De acordo com Chetty (1999), os empreendedores com experiência a nível internacional são uma característica fundamental das *born globals*.

Para McDougall & Oviatt (2000), um empreendedor aceita muito mais rapidamente o risco de internacionalizar quando está perante um cenário internacional e industrial que conhece. Se não tiver os conhecimentos específicos necessários, terá uma maior dificuldade em internacionalizar.

Assim, empreendedores que tenham conhecimentos de vários mercados e indústrias, ou porque viveram ou estudaram no estrangeiro, e com uma fluidez linguística, serão mais recetivos à internacionalização das suas empresas. Monolova (2002) e Nummela (2006) definiram o conjunto destas características como a “orientação internacional do empreendedor”, ou seja, a influência dos contatos externos que permitem o desenvolvimento de uma mentalidade global que se vai refletir nas atitudes do empreendedor e na sua forma de orientar a empresa. De acordo com Dess (1997), a personalidade empreendedora é considerada um conjunto de atitudes e comportamentos que incluem o ser inovador, proactivo e ter atração pelo risco (Laranjeira & Morais 2012).

### 2.3. Sumário

Na revisão de literatura, verificou-se que a dificuldade em encontrar uma definição consensual para o termo empreendedorismo, não se obtendo de forma clara e unânime acordo sobre o seu conceito.

Dada a importância do empreendedorismo para a economia e a sociedade em geral, a educação para o empreendedorismo é um processo complexo, que tem evoluído nos últimos anos e cada vez mais se defende a ideia de os sistemas educativos poderem contribuir para promover o empreendedorismo em todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até ao ensino superior, a educação para o empreendedorismo é importante para a saúde de qualquer IES e para a economia do próprio país.

Promover o empreendedorismo entre os estudantes tem-se tornado um tema importante nas IES e governos, bem como na investigação. Existe um grande esforço por parte dos investigadores em

identificar os traços ou características psicológicas dos indivíduos que criam novas empresas ou negócios.

Os dois principais modelos teóricos sobre as intenções empreendedoras e que normalmente têm sido adotados pelos investigadores são a teoria do Comportamento Planeado e o Modelo da Intenção Empreendedora.

Pela Teoria do Comportamento Planeado qualquer comportamento requer um certo planeamento, o ato de criação de um novo negócio pode ser assim previsto de acordo com a intenção adotada por um determinado indivíduo.

O modelo da intenção empreendedora indica que, a decisão para mudar significativamente o rumo da nossa vida, por exemplo na criação de um negócio, é precipitado por um determinado acontecimento ou uma alteração abrupta na rotina estabelecida habitualmente.

No entanto, não existe um consenso no que se refere aos fatores psicológicos associados ao perfil do empreendedor, nem aos fatores que o influenciam a optar pelo empreendedorismo.

Ainda como finalidade deste estudo procuramos conhecer as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico. Procuraremos perceber qual o caminho que os estudantes pretendem seguir para se internacionalizarem, se de uma forma tradicional, mais lenta e com menos riscos associada ao processo descrito pela escola de Uppsala, se de uma forma mais rápida operar desde o início em vários mercados internacionais, processo associado às *born globals*.

No próximo capítulo será apresentado o enquadramento metodológico de investigação, através da definição do procedimento de recolha de dados e da caracterização dos inquiridos em estudo.

# **Capítulo 3**

## **Metodologia de**

### **Investigação**

### 3.1. Introdução

Este capítulo tem como objetivo descrever os aspetos metodológicos desta dissertação. Apresenta-se nos pontos seguintes a caracterização dos participantes no estudo através de métodos de estatística descritiva. É explicado o procedimento de recolha de dados e a descrição do tratamento de dados efetuado.

### 3.2. População – Caracterização da Amostra

Dado que o presente estudo pretende recolher informação acerca das competências para o empreendedorismo internacional dos estudantes do ensino superior, tentamos selecionar uma amostra que nos pudesse transmitir essa informação, quer pelo curso frequentado quer pelo ano frequentado. O campo de estudo desta investigação é a ESTGF do IPP, uma vez que nesta escola funcionam cursos relacionados com a área das ciências e tecnologias. Assim a população a estudar serão os estudantes do ensino superior, matriculados no ano letivo de 2013/2014 na ESTGF do IPP.

De acordo com os dados fornecidos pela ESTGF, existiam, aquando da distribuição do inquérito, 1280 estudantes matriculados em Mestrados, Licenciaturas, Pós-graduações e Cursos de Especialização Tecnológica.

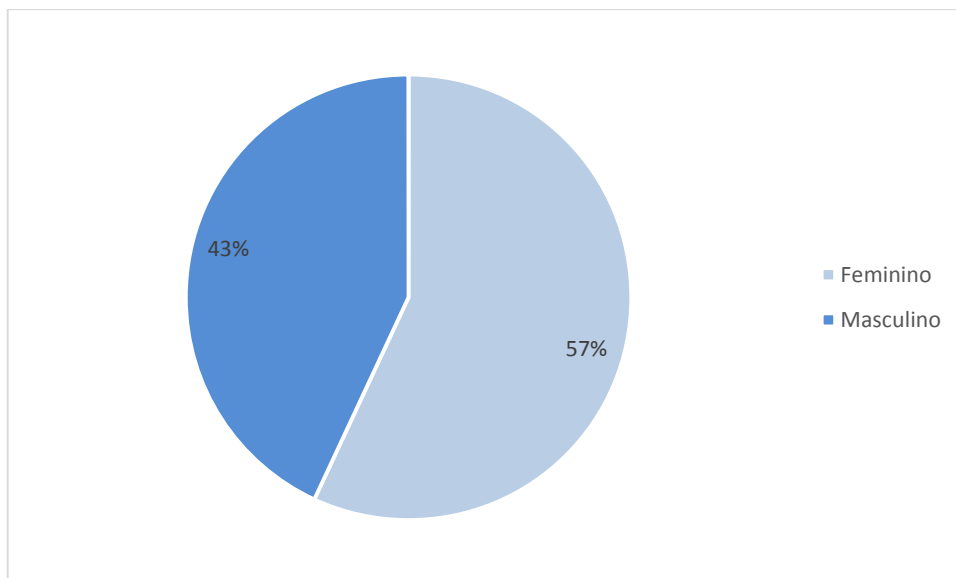
Destes 1280 estudantes matriculados em 2013/2014, num dos cursos da ESTGF:

- 58 estavam inscritos num Curso de Especialização Tecnológica;
- 43 estavam inscritos num Curso de Pós Graduação;
- 1046 estavam inscritos num Curso de Licenciatura;
- 133 estavam inscritos num Curso de Mestrado.

O questionário foi enviado por correio eletrónico para os endereços de todos os estudantes da ESTGF. Após várias solicitações, obtivemos 209 respostas válidas, traduzindo um taxa de resposta de 16%. Embora a taxa de respostas seja baixa, consideramos que 209 respostas seja um bom resultado, em termos de robustez estatística que fornece.

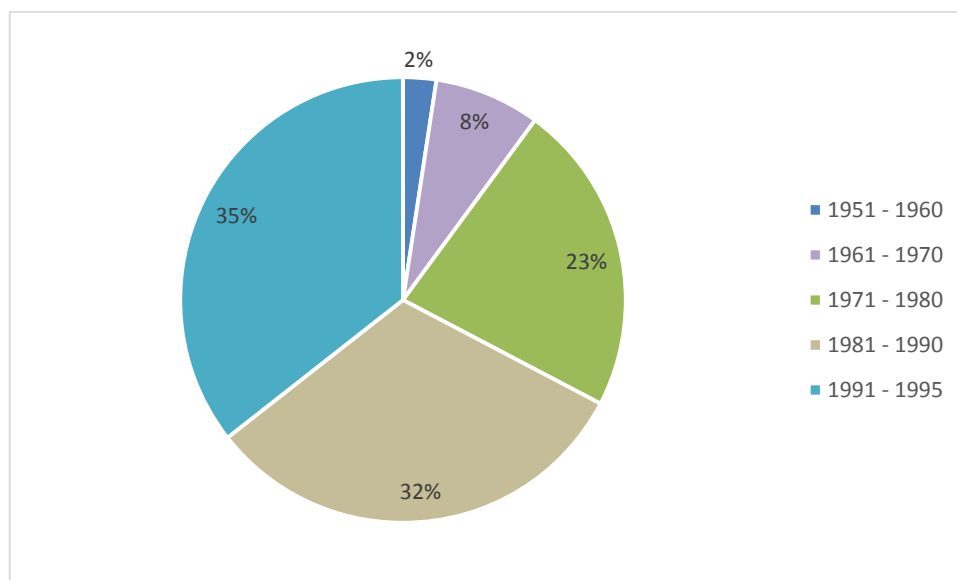
A identificação dos estudantes que responderam ao questionário manteve-se confidencial, apenas são divulgados os dados de caracterização, conforme os seguintes gráficos no presente ponto, que passaremos a explicar.

Perante o Gráfico 1, os resultados mostram que os alunos do sexo feminino são mais representativos com 57% da totalidade da amostra.



**Gráfico 1 - Género dos participantes**

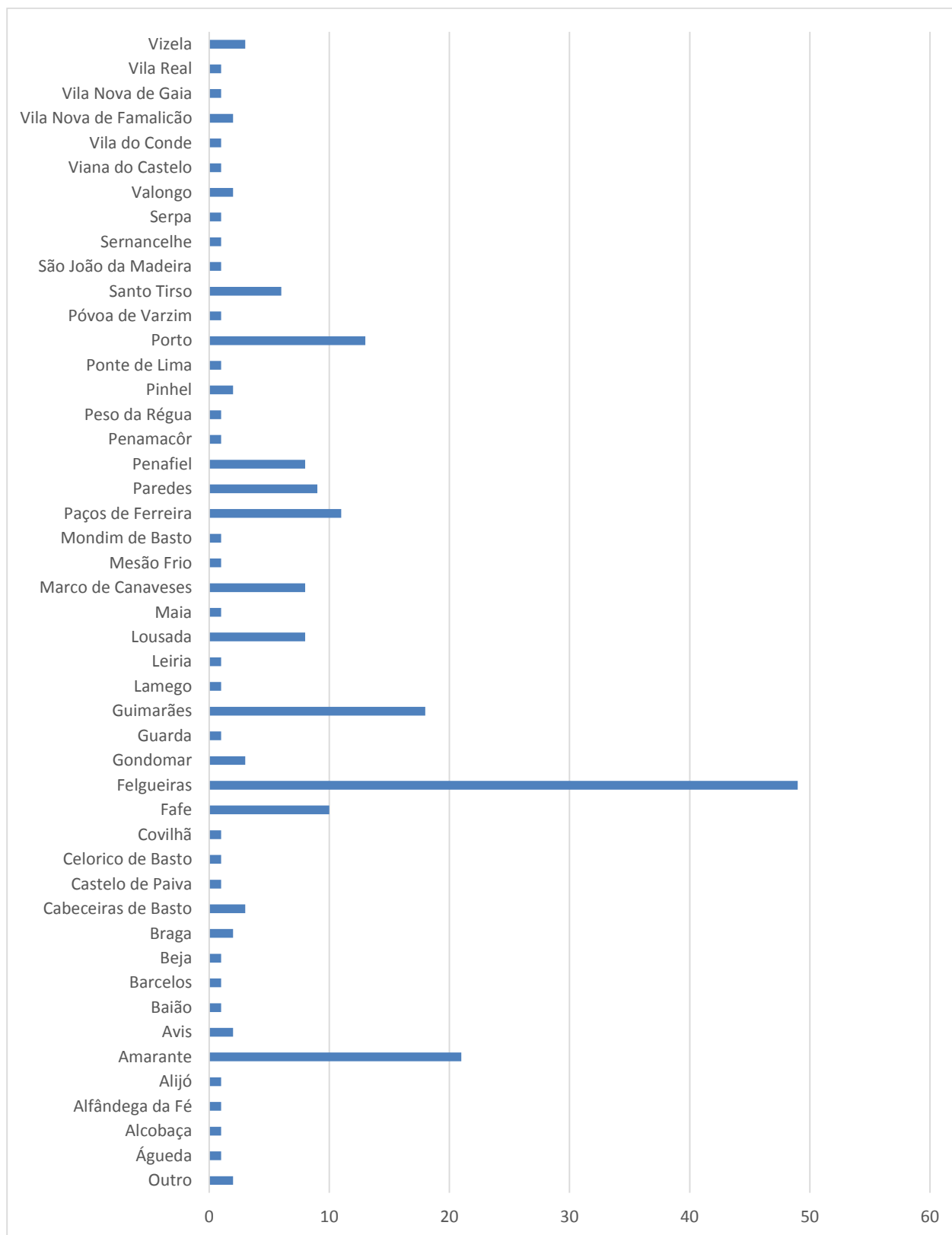
Relativamente às idades dos participantes, aquando da aplicação do questionário, a faixa etária predominante situava-se entre os 19 e 23 anos, obtendo 74 respondentes neste intervalo (35% da amostra), conforme podemos observar no Gráfico 2.



**Gráfico 2 - Ano de nascimento dos participantes**

A questão da nacionalidade dos participantes, mostrou que 99% os participantes neste projeto têm nacionalidade Portuguesa, obtendo apenas 1% como outra nacionalidade. As respostas, no campo “Outro” foram: Indiana (1) e Dupla nacionalidade - Francesa e Portuguesa (1).

Já à questão do concelho dos participantes, obtivemos uma lista diversificada de concelhos, como podemos analisar no Gráfico 3.

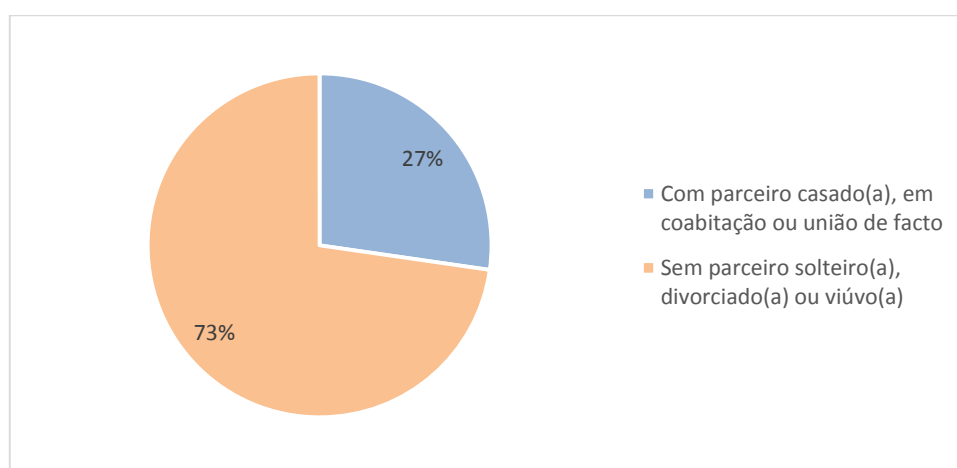


**Gráfico 3 – Concelho de residência permanente dos participantes**

O concelho com maior frequência foi Felgueiras, seguindo-se Amarante e Guimarães, formando assim, o top 3 de concelhos dos participantes neste projeto. Atendendo à localização geográfica da ESTGF, estes resultados eram de esperar, pois considerando a situação económica do país, cada vez mais, os estudantes procuram estar perto do seu local de residência de forma a reduzirem os custos dos seus estudos académicos.

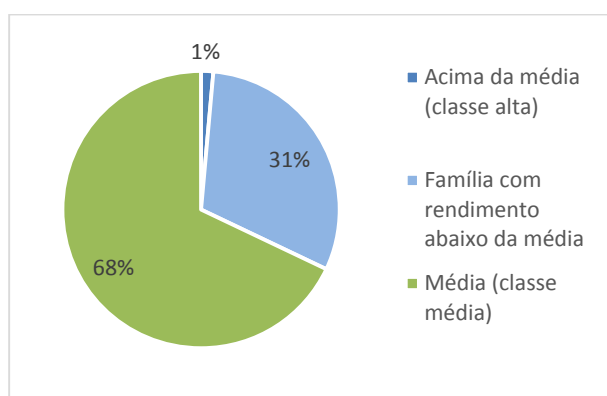
Ainda relativamente ao Gráfico 3, as respostas no campo “Outro” foram: Açores (1) e Lyon – França (1).

De acordo com o gráfico 4, 73% dos inquiridos afirmaram serem solteiros (divorciados ou viúvos) o que dada a faixa etária predominante não causa estranheza.

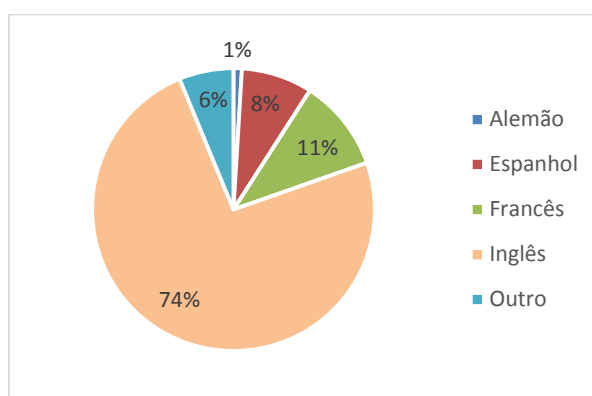


**Gráfico 4 - Estado civil dos participantes**

O gráfico 5 mostra-nos que 68% da população cresceu numa família de classe média. E Conforme o Gráfico 6, 74% dos participantes têm competência linguística de Inglês.

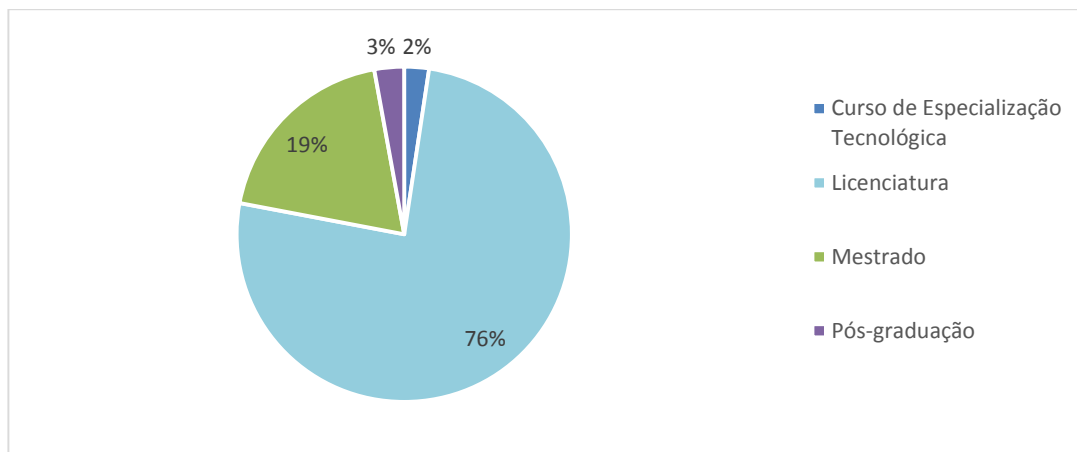


**Gráfico 5 - Classificação das famílias em relação às outras, no país onde nasceu, relativamente à riqueza financeira**



**Gráfico 6 - Competências linguísticas dos participantes**

No campo Outro as competências linguísticas indicadas foram: Português (5) e nenhuma (3).

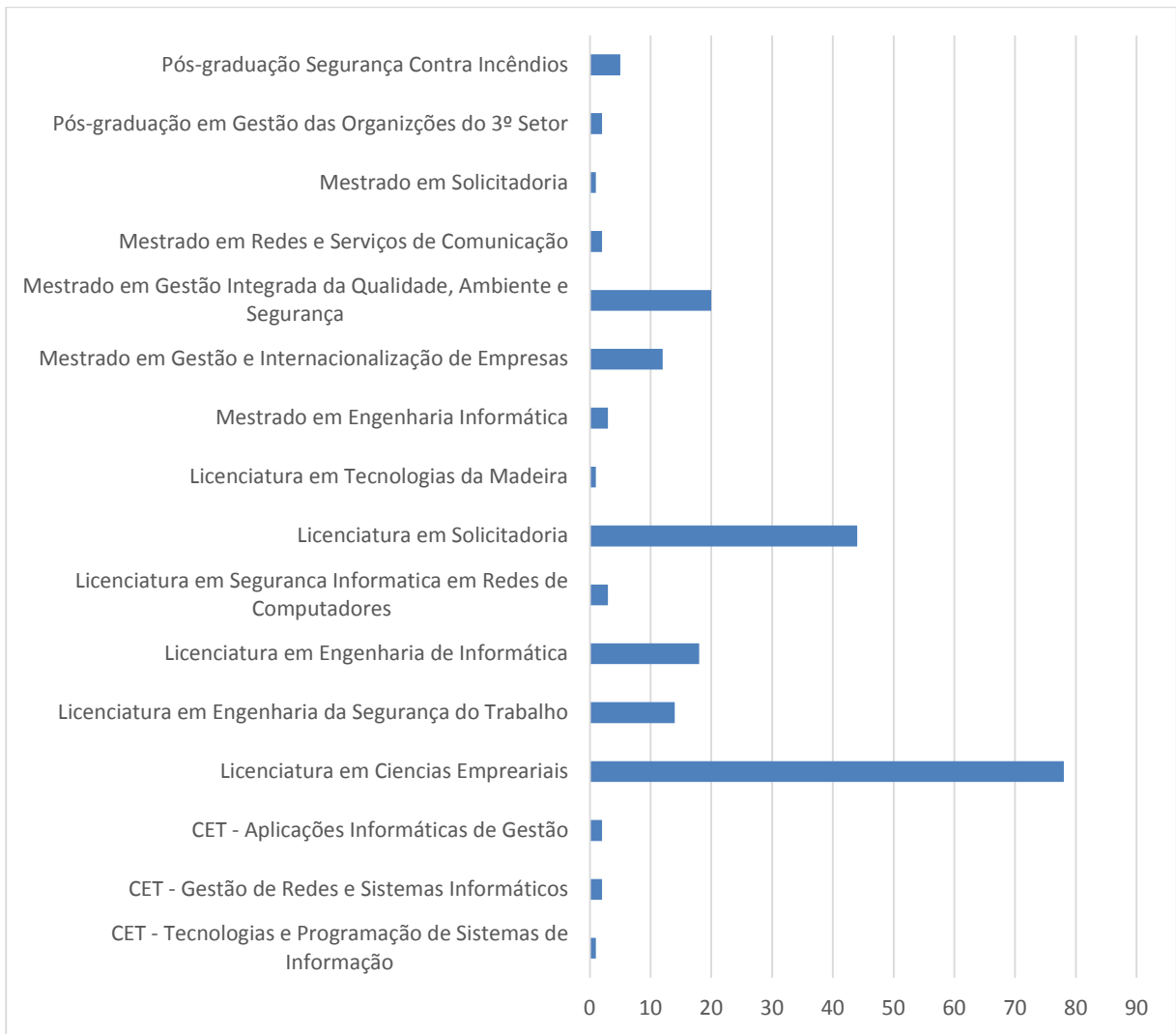


**Gráfico 7 - Ciclo de estudos dos participantes**

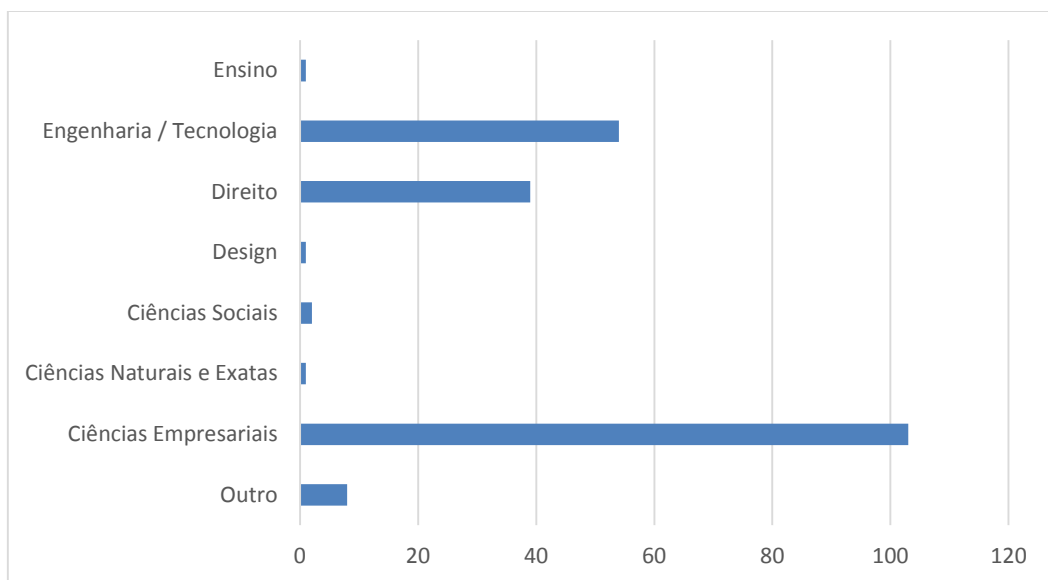
Os estudantes a frequentar licenciaturas foram os mais participativos. De acordo com o gráfico 7, 76% dos inquiridos frequentava uma licenciatura à data da resposta ao questionário. A representatividade dos estudantes indicados no gráfico mostra as percentagens de resposta em cada um dos diferentes cursos frequentados.

A representatividade dos estudantes indicada no gráfico 8 mostra o número de respostas em cada um dos diferentes cursos da ESTGF.

Os estudantes mais participativos encontram-se na Licenciatura em Ciências Empresariais (78 respostas), logo de seguida os estudantes da Licenciatura em Solicitadoria com 44 respostas e em terceiro lugar o Mestrado em Gestão integrada da Qualidade, Ambiente e Segurança com 20 respostas.



**Gráfico 8 - Designação do curso dos participantes**

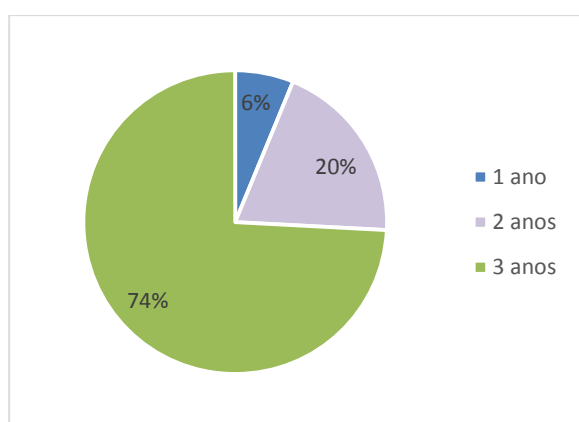


**Gráfico 9 - Área científica do curso dos participantes**

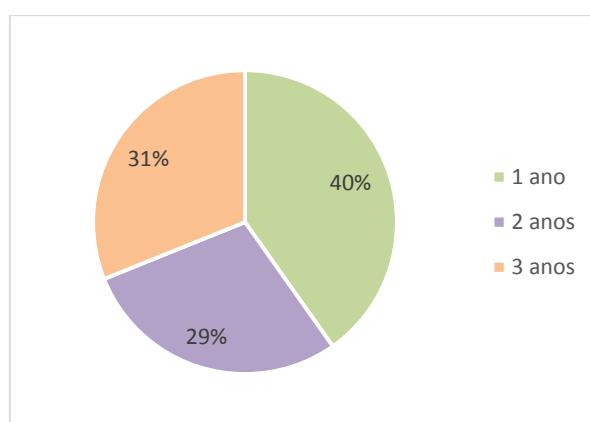
De acordo com o gráfico 9, a área científica predominante dos cursos dos estudantes que responderam ao inquérito é a área científica de Ciências Empresariais, seguida da área de Engenharia/Tecnologia e do Direito.

No campo Outro foram indicadas as seguintes áreas científicas: Gestão (1); Gestão e Internacionalização de Empresas (1); Redes (1); Sistemas Integrados (1); Solicitadoria (3).

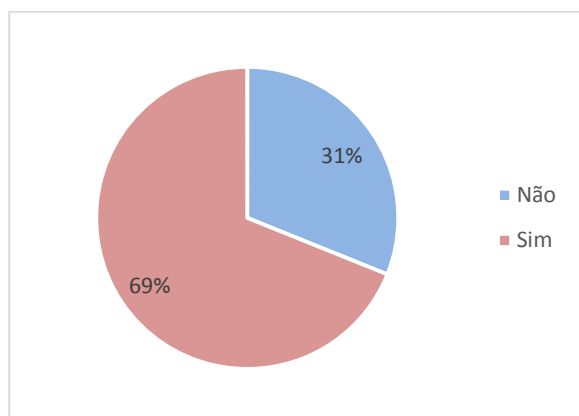
No gráfico 10 verificamos que os cursos com 3 anos são os mais representativos, o que vai ao encontro das respostas obtidas e analisadas no gráfico 7, em que os estudantes das licenciaturas foram os que mais responderam ao inquérito. Todas as licenciaturas da ESTGF têm a duração de 3 anos.



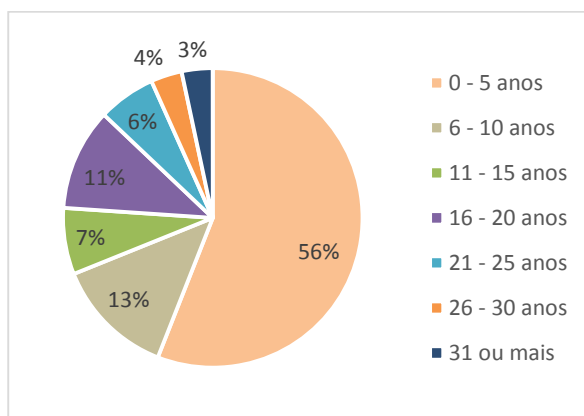
**Gráfico 10 - Número de anos curriculares tem o curso que está a frequentar**



**Gráfico 11 - Ano curricular atualmente a frequentar**



**Gráfico 12 - Frequentou ou frequenta presentemente, unidades curriculares que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação**



**Gráfico 13 - Anos de experiência profissional (incluindo trabalho em part-time e a tempo inteiro)**

Não existe uma clara diferença nos respondentes no que diz respeito ao ano curricular que frequenta. De acordo com o gráfico 11 os estudantes a frequentar o 1º ano foram os que mais responderam com uma taxa de resposta de 40%, de seguida os estudantes do 3º ano com 31% das respostas e por último os estudantes do 2º ano com 29% de taxa de resposta.

Através do gráfico 12, podemos verificar que 69% dos estudantes frequenta ou frequentou unidades curriculares que abordem temas de empreendedorismo.

Da análise ao gráfico 13, apuramos que 56% dos inquiridos tem uma experiência profissional entre os 0 e os 5 anos, no entanto prevalecem os estudantes com 0 anos de experiência profissional com 83 respostas e apenas 15 respostas com experiência profissional entre 1 e 5 anos.

Dos estudantes inquiridos, 69% (144 estudantes) afirmaram já terem frequentado ou estarem a frequentar unidades curriculares que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação.

### 3.3. Procedimentos de recolha de dados

#### 3.3.1. Instrumento

O método utilizado nesta investigação para recolha de informação sobre os alunos da ESTGF do IPP foi a realização de um questionário *online*. O questionário esteve disponível para preenchimento de Maio a Setembro de 2014.

Os critérios adotados para a distribuição e recolha dos inquéritos tiveram em linha de conta os seguintes procedimentos:

- 1º - Para a realização dos inquéritos foi feito o pedido de autorização à Presidente da ESTGF.
- 2º - Antes de iniciar a administração do inquérito, realizou-se um teste numa turma do 2º ano do Mestrado em Gestão e Internacionalização de Empresas (um dos cursos da ESTGF), a fim de se detetarem eventuais falhas ou erros no questionário elaborado inicialmente.
- 3º - Após esta avaliação prévia e a recolha de outras sugestões, foi finalmente elaborada e processada a versão final do inquérito num *software* de inquéritos o *LimeSurver* compatível com o programa *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)* para o *Windows*.

O inquérito constituído por perguntas de escolha múltipla, de resposta aberta e de resposta fechada, onde os itens são avaliados através das seguintes escalas: discordo totalmente, discordo, não concordo nem discordo, concordo e concordo totalmente e a escala Muito pouco, Pouco, não sabe, moderadamente, muito.

O questionário compreende 37 questões e está dividido em cinco grupos (quadro 1), como já referido anteriormente, conforme o anexo 1 (Questionário Online).

Para a criação do questionário em muito contribuiu o projeto de investigação científica internacional, *Entrepreneurship Education Project (EEP)*, coordenado pelas Universidades de *Illinois State* e *Wisconsin* nos Estados Unidos da América (EUA), no qual participou a ESTGF, conjuntamente com universidades de sessenta outros países, para melhorar a educação em empreendedorismo. Os dados deste projeto não são ainda conhecidos, pelo que será uma mais valia para esta investigação, como trabalho futuro, a comparação dos dados obtidos no projeto EEP e os dados obtidos nesta dissertação.

**Quadro 1 - Estrutura do Questionário**

Grupo	Tema do grupo	Variáveis	Fonte
1	Caraterização do Estudante	<p>Género</p> <p>Ano de nascimento</p> <p>Nacionalidade</p> <p>Considere a área onde cresceu. Indique o concelho:</p> <p>Qual é o seu estado civil?</p> <p>Em termos de riqueza financeira, como classifica a sua família em relação às outras, no país onde nasceu.</p> <p>Quais as suas competências linguísticas?</p> <p>Instituição de ensino.</p> <p>Ciclo de estudos que frequenta</p> <p>Designação do curso que frequenta</p> <p>Área científica</p> <p>Quantos anos curriculares têm o curso que frequenta?</p> <p>Em que ano curricular se encontra atualmente?</p> <p>Indique, por favor, se já frequentou ou frequenta presentemente, unidades curriculares que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação.</p> <p>Se é trabalhador-estudante, quantos anos possui de experiência profissional (incluindo trabalho em part-time e a tempo inteiro)?</p>	Elaboração própria
2	Empreendedorismo	<p>Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento?</p> <p>Iniciou esse novo projeto empresarial.</p> <p>No caso de ter sido com parceiros, esses parceiros eram.</p> <p>Qual das seguintes situações de trabalho o descreveria melhor quando começou o seu novo</p>	EEP

Grupo	Tema do grupo	Variáveis	Fonte
		projeto empresarial? Começou esse novo projeto empresarial com um âmbito internacional (i.e., com operações em mais do que um país)?	
3	Novo projeto empresarial	Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? Este projeto empresarial está definido? Qual dos seguintes processos retrata melhor a origem da sua ideia de negócio. Está a pensar em começar o novo projeto empresarial sozinho ou com parceiros No caso de ser com parceiros, esses parceiros serão. Qual a frequência com que interage/convive com esses parceiros? Está a pensar em iniciar o projeto empresarial, onde.	EEP e Elaboração Própria
4	Sobre o respondente	Caraterização do espírito e a perspetiva do respondente em internacionalizar. A experiência do respondente e a experiência dos membros da família em projetos empreendedores.	EEP e Elaboração Própria
5	Capacidades Empresariais	Avaliação das capacidades para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades atividades/exercícios empresariais. Avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais.	EEP e Elaboração Própria
5	Resultados com a implementação de um novo projeto empresarial	Metas atingidas com a implementação de um novo projeto empresarial Aparência física Inserção num novo grupo de pessoas	Elaboração Própria

O quadro 1 representa a estrutura do questionário, nomeadamente a identificação dos grupos e as respetivas variáveis e a natureza de cada conjunto de questões de cada grupo. A estrutura do questionário compreende 6 partes.

O primeiro grupo do questionário é composto por um conjunto de 15 questões relativas a informações sociodemográficas e de formação dos estudantes, tais como idade, sexo, origem, rendimentos dos pais estado civil, curso, ano frequentado e experiência profissional anterior.

O segundo grupo analisa a amostra no sentido de averiguar a percentagem de inquiridos que já iniciou um negócio e tenta perceber alguns aspetos tais como o nível de internacionalização do mesmo.

O terceiro grupo procura recolher informação sobre a intenção empreendedora dos inquiridos no sentido de se perceber qual a intenção de criar um novo projeto empresarial, o setor de atividade, parceiros e nível de internacionalização pretendida.

O quarto, quinto e sexto grupo procuram estudar as características dos estudantes ao nível da independência, a autodisciplina, a criatividade, as motivações, a capacidade de risco e a autoconfiança.

- Pretendeu-se efetuar uma autoavaliação dos conhecimentos do aluno para o desempenho da função empresarial (oportunidade, relacionamento, conceptual, organização, estratégia e compromisso). Considerou-se ser importante analisar o grau de importância que o aluno atribui às suas próprias capacidades, habilidades e conhecimentos para o desenvolvimento da função empresarial no futuro;
- Fazer um levantamento das principais motivações do inquirido em relação à criação de novas empresas ou negócios (Necessidade de independência);
- Necessidade de desenvolvimento pessoal; Perceção da instrumentalidade da riqueza; (Necessidade de aprovação);
- Recolher dados sobre a autoeficácia empreendedora. Considerou-se também ser importante obter informação sobre a convicção individual do aluno em vir a ser empresário no futuro.
- Envolvente familiar e social: antecedentes familiares empreendedores, nível de rendimento dos pais do aluno.

### 3.3.2. Objetivos do instrumento de recolha de dados

Os objetivos do questionário pretenderam responder aos objetivos definidos para a dissertação, logo os objetivos do instrumento estão relacionados como se pode verificar no quadro 2, abaixo.

**Quadro 2 - Objetivos do questionário vs objetivos da investigação**

Grupo	Tema do grupo	Objetivos do questionário	Objetivos
1	Caraterização do Estudante	Caracterização dos estudantes inquiridos, nomeadamente: Sexo, Idade, estado civil, proveniência, curso e ano que frequenta, experiência profissional	Caraterização sociodemográficas dos estudantes que participaram neste projeto

Grupo	Tema do grupo	Objetivos do questionário	Objetivos
2	Empreendedorismo	Conhecer o estado das atividades empreendedoras dos estudantes	Conhecer a autoeficácia empreendedora
3	Novo projeto empresarial	Conhecer as intenções das atividades empreendedoras dos estudantes	Conhecer as intenções de autoeficácia empreendedora
4	Características psicológicas dos estudantes	Captar as características dos estudantes ao nível da autodisciplina, criatividade, motivações, capacidade de risco e independência	Conhecer as características empresariais e psicológicas dos participantes
5	Capacidades Empresariais	Avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais.	Conhecer as características associadas às capacidades de criação de empresas, dos participantes,
6	Resultados com a implementação de um novo projeto empresarial	Identificar os resultados esperados pelos estudantes com a implementação de um novo projeto empresarial e a caracterização dos mesmos a nível da autoconfiança	Conhecer os resultados esperados pelos estudantes com a implementação de um novo projeto empresarial e identificar características ao nível da autoconfiança dos estudantes

### 3.3.3. Distribuição do instrumento

O método utilizado nesta investigação para recolha de informação sobre os alunos da ESTGF do IPP foi a realização de um questionário *online*. O questionário esteve disponível para preenchimento de Maio a Setembro de 2014.

### 3.4. Tratamento de dados

A análise dos dados efetuou-se através do recurso a técnicas estatísticas e o apoio do *Software IBM SPSS Statistics 20*. De forma a atingir os objetivos propostos para esta dissertação foram efetuadas análises de natureza descritiva que permitem apresentar os resultados obtidos com a aplicação do questionário.

Passamos, desta maneira, a apresentar a análise de dados e discussão dos resultados.

### **3.5. Sumário**

Neste capítulo procedeu-se ao enquadramento metodológico da investigação, através da definição do procedimento de recolha de dados e a descrição do método do tratamento de dados efetuado.

No próximo capítulo serão analisados os dados recolhidos, através da aplicação do questionário à população para a investigação, e os respetivos resultados estatísticos, bem como, apresentação da amostra.

# **Capítulo 4**

## **Análise de dados e**

### **Discussão de Resultados**

## 4.1. Introdução

Este capítulo tem como objetivo principal apresentar os resultados da análise descritiva de todas as variáveis em estudo, seguindo-se os resultados da análise fatorial, onde se identificam os fatores determinantes nas orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes da ESTGF, e os fatores que a influenciam.

Importa referir antes de avançarmos para a apresentação dos resultados das análises efetuadas, a normalidade das variáveis foi avaliada e nenhuma apresentou valores indicativos de violação à distribuição normal.

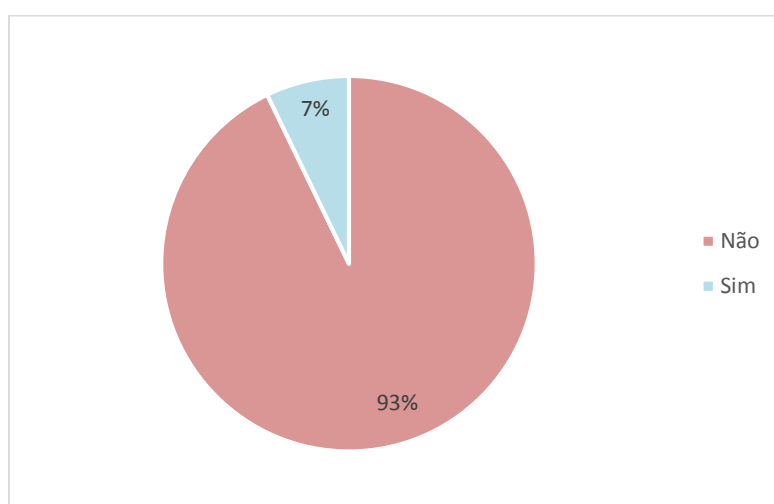
## 4.2. Análise descritiva

### 4.2.1. Atividades e projetos realizados

A intenção empreendedora é analisada através da opção de carreira profissional que os estudantes da ESTGF inquiridos pretendem tomar após a conclusão (ou durante) o ciclo de estudos que frequenta.

O gráfico 14 indica-nos a percentagem de estudantes que já iniciaram algum projeto empresarial que esteja atualmente em funcionamento. A esta questão 7% dos estudantes responderam afirmativamente.

Os estudantes que responderam “não” passaram ao grupo seguinte de questões.



**Gráfico 14 - Início de algum negócio que esteja atualmente em funcionamento**

Dos 7% (15 participantes), 12 participantes indicaram que iniciaram o novo projeto empresarial no local onde vivem e 3 noutra local em Portugal.

À questão *Iniciou esse novo projeto empresarial sozinho ou com parceiros*, 9 participantes afirmaram que iniciaram o projeto, sozinhos, e 6 com parceiros.

Neste seguimento, aos 6 participantes que iniciaram o projeto empresarial com parceiros foi questionado se esses parceiros eram membros familiares ou amigos. Como resultado, 5 participantes indicaram que foi com membros da família e 1 com amigos do seu local de residência.

Dos 15 participantes que afirmaram que iniciaram um novo projeto empresarial no local onde vive, 12 indicaram que começaram o novo projeto empresarial em part-time (i.e., tinha um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial) e 3 indicaram que começaram o novo projeto empresarial a tempo inteiro (i.e., não tinha um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial).

À questão *Começou esse novo projeto empresarial com um âmbito internacional (i.e., com operações em mais do que um país)*, 13 participantes assinalaram que não e 2 que sim.

Dos 15 estudantes que já iniciaram um projeto empresarial, 12 são do sexo masculino oriundos de família da classe média (12 estudantes) a frequentarem maioritariamente cursos de licenciatura (11 estudantes).

#### 4.2.2. Atividades realizadas e projetos de empreendedorismo

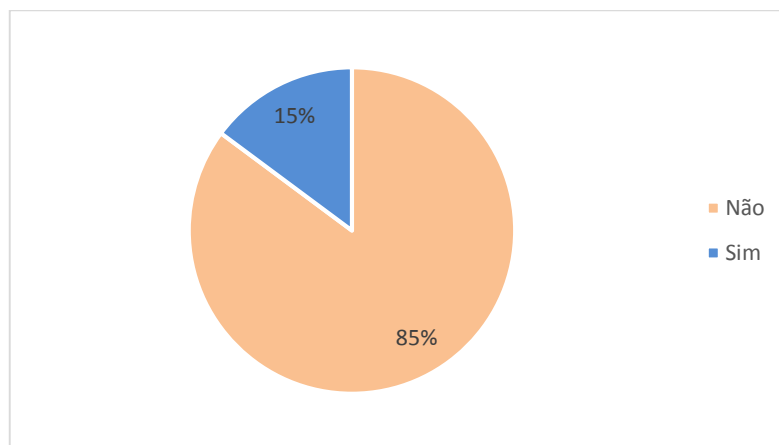
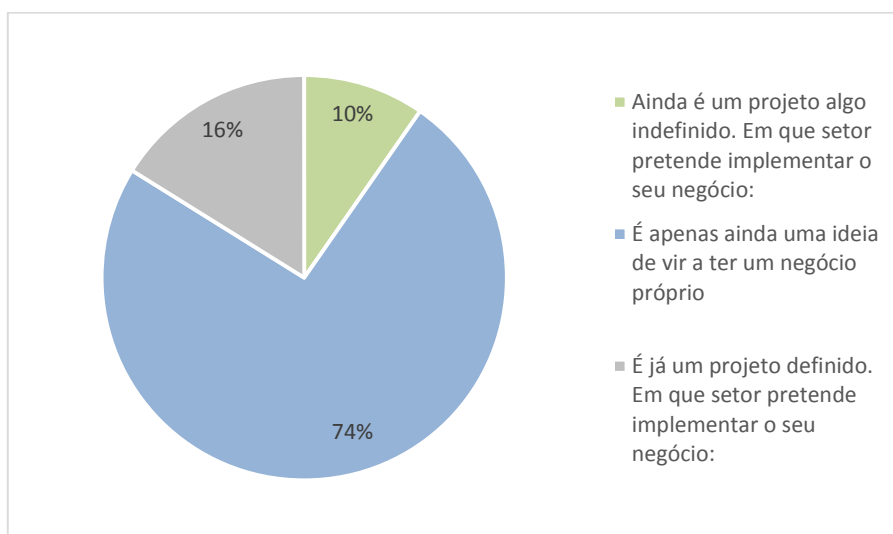


Gráfico 15 - Interesse em começar um novo projeto empresarial

Conforme o gráfico 15, afirmamos que 31 participantes (15%) estão a pensar em começar um novo projeto empresarial.

Após se analisarem pormenorizadamente os dados, verificamos que dos 31 estudantes que afirmaram estar a pensar iniciar um novo projeto empresarial, 17 estão matriculados na licenciatura

em ciências empresariais, onde existe uma forte componente letiva do estudo do empreendedorismo. Deste 31 estudantes, 21 são do sexo masculino, oriundos de família da classe média.



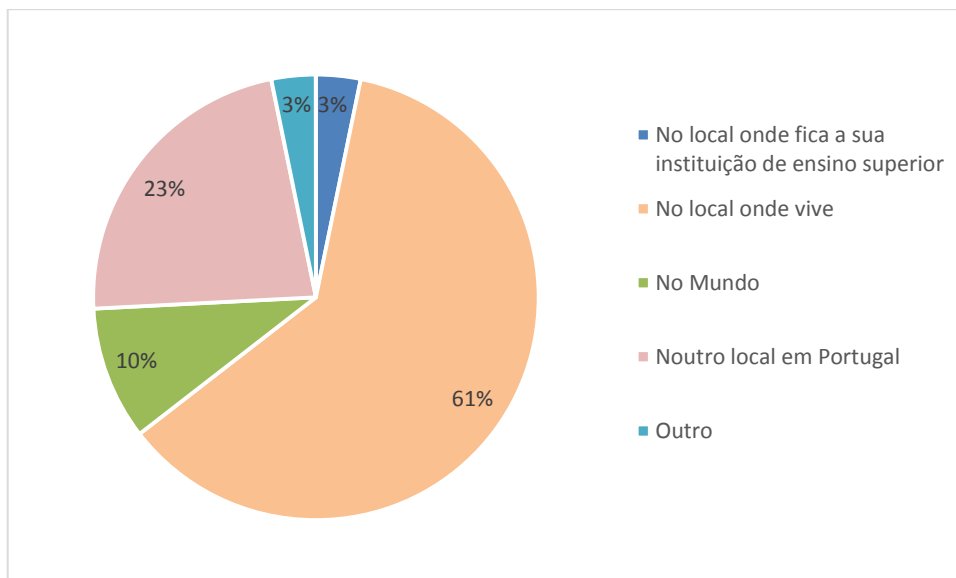
**Gráfico 16 - Estado do projeto empresarial pretendido**

Dos 31 participantes que afirmaram que estão a pensar em começar um novo projeto, 74% indicam que é apenas ainda uma ideia de vir a ter um negócio próprio, conforme demonstrado no Gráfico 16.

A estes participantes foi questionado o melhor retrato da origem da ideia de negócio. Conforme podemos ver o quadro 3, destaca-se a afirmação *Sentiu a necessidade de criar um negócio com o objetivo de o internacionalizar posteriormente*.

**Quadro 3 - Retratos dos processos da origem da ideia de negócio**

	Frequência
Desenvolveu uma ideia sobre um novo produto/serviço e procurou identificar uma necessidade no mercado que este novo produto/serviço pudesse satisfazer.	6
Identificou a necessidade do mercado e a ideia de um novo produto/serviço em simultâneo	7
Identificou uma necessidade no mercado e desenvolveu uma ideia sobre um novo produto/serviço para a satisfazer.	6
Sentiu a necessidade de criar um negócio (em qualquer setor) internacionalmente.	2
Sentiu a necessidade de criar um negócio com o objetivo de o internacionalizar posteriormente	10

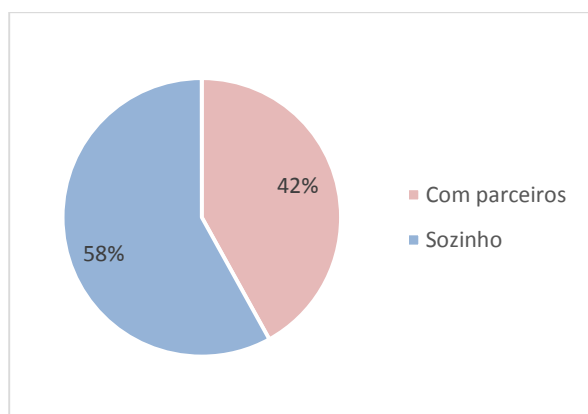


**Gráfico 17 - Local a começar o novo projeto empresarial**

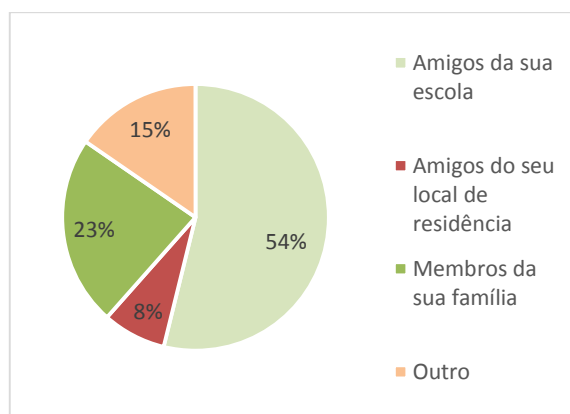
O campo Outro foi assinalado por um participante que afirmou que o local a começar o novo projeto empresarial seria onde for oportuno e haja possibilidade de implementar.

Analisando o gráfico 17, percebemos que a maior parte dos inquiridos pretende iniciar o novo negócio, no local onde vive (61%).

Conforme o Gráfico 18, dos 31 participantes que afirmaram que estão a pensar em começar um novo projeto, 58% (18 participantes) indicaram que é sozinho e 42% (13 participantes) com parceiros.



**Gráfico 18 - Intenções de começar um novo projeto sozinho ou com parceiros**



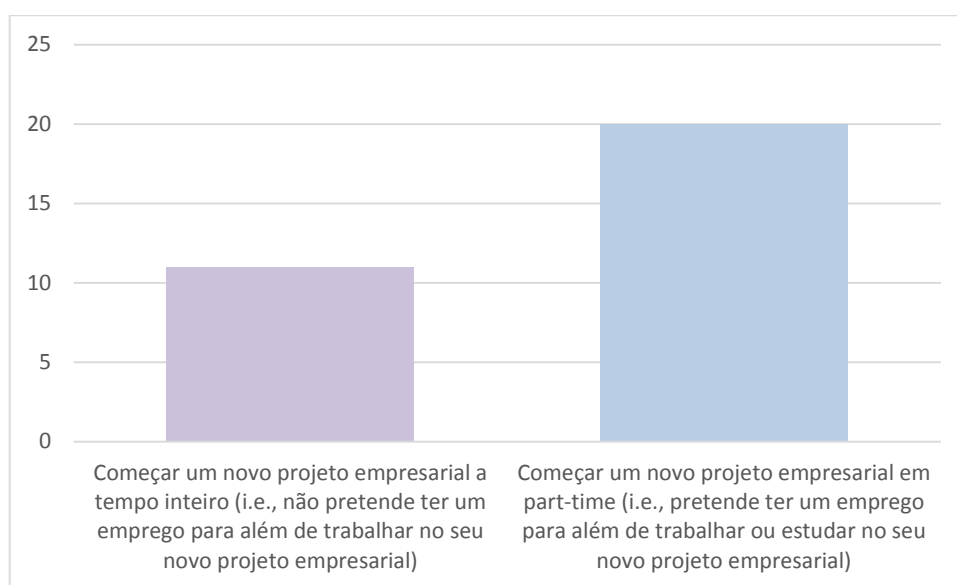
**Gráfico 19 - Parceiros para um novo projeto**

No campo Outro foi indicado que o(s) parceiro(s) seriam investigadores (1) e com o cónjuge (1).

Aos 13 participantes que afirmaram que começariam o novo projeto com parceiros, realça-se, com 54% (Gráfico 19) os parceiros para o novo projeto é com amigos da escola.

Neste seguimento 18 participantes afirmam que interagem/convivem com esses parceiros com muita frequência e 13 com pouca frequência.

Perante o Gráfico 20, 20 participantes afirmam que têm intenção de começar um novo projeto empresarial em *part-time* (i.e., pretende ter um emprego para além de trabalhar ou estudar no seu novo projeto empresarial) e 11 indicaram que têm intenção de começar um novo projeto empresarial a tempo inteiro (i.e., não pretende ter um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial).



**Gráfico 20 - Tempo dedicado ao novo projeto empresarial**

#### **4.2.3. Caracterização de atividades de criação de novos projetos empresariais**

Conforme o referido anteriormente, as respostas do quarto, quinto e sexto grupo procuram estudar as características dos estudantes ao nível da independência, a autodisciplina, a criatividade, as motivações, a capacidade de risco e a autoconfiança.

Analisamos de seguida o conjunto de itens do grupo 4 onde se incluem 3 grupos de questões:

- *“Pensando em si, até que ponto é verdade que.”*
- *“Interessa-nos a sua experiência e a experiência dos membros da sua família em projetos empreendedores.”*
- *“Indique, por favor o seu nível de concordância em relação a cada uma das seguintes afirmações.”*

As respostas foram agrupadas e foram determinadas as respectivas percentagens e a frequência de cada questão (Quadro 4).

O conjunto de afirmações que compõem a questão “*Pensando em si, até que ponto é verdade que:*” tem como respostas possíveis, a seguinte escala: *Discordo totalmente, Discordo, Não Concordo nem discordo, Concordo, Concordo totalmente.*

Perante a afirmação, obtiveram-se as respostas constantes no quadro 4.

**Quadro 4 - Atividades de criação de novos negócios**

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Nunca procura oportunidades para criar um novo projeto empresarial.	37 17.7%	73 34.9%	65 31.1%	29 13.9%	5 2.4%
Está a poupar dinheiro para começar um novo Projeto empresarial.	28 13.4%	58 27.8%	73 34.9%	42 20.1%	8 3.8%
Procura literatura sobre como implementar um novo projeto empresarial.	26 12.4%	48 23%	61 29.2%	61 29.2%	13 6.2%
Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial.	36 17.2%	65 31.1%	56 26.8%	43 20.6%	9 4.3%
Despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresarial.	19 9.1%	58 27.8%	57 27.3%	65 31.1%	10 4.8%
Não tem imaginação para novos produtos.	36 17.2%	80 38.3%	61 29.2%	27 12.9%	5 2.4%
Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos.	6 2.9%	35 16.7%	77 36.8%	81 38.8%	10 4.8%
Gostaria de gerir uma empresa.	8 3.8%	15 7.2%	31 14.8%	102 48.8%	53 25.4%
Gostaria de criar algo novo.	3 1.4%	6 2.9%	28 13.4%	113 54.1%	59 28.2%
Tem uma ideia inovadora sobre a forma de organizar a empresa.	5 2.4%	36 17.2%	92 44%	59 28.2%	17 8.1%
Tem uma ideia inovadora sobre um determinado processo de produção.	8 3.8%	45 21.5%	97 46.4%	48 23%	11 5.3%

Para uma melhor análise ao quadro 4 iremos somar as respostas assinaladas com Concordo totalmente e Concordo e por outro lado somaremos as respostas Discordo totalmente e discordo.

As respostas que obtiveram melhor “pontuação” foram as questões: “*Gostaria de criar algo novo*” (82,2%); “*Gostaria de gerir uma empresa*” (74,2%); “*Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos*” (46.3%);

Os estudantes rejeitam algumas afirmações como: “*não tem imaginação para novos produtos*” (55.5%); “*Nunca procura oportunidades para criar um novo projeto empresarial*” (52.6%); “*Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial*” (48,3%).

As respostas com menor “pontuação” foram as questões: “*Está a poupar dinheiro para começar um novo projeto empresarial*”, 41.2% afirmaram discordar ou discordar totalmente com a afirmação e 36,9% afirmaram discordar ou discordar totalmente com a afirmação “*despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresarial*”.

Relativamente às questões: “*Tem uma ideia inovadora sobre a forma de organizar a empresa*” e “*Tem uma ideia inovadora sobre um determinado processo de produção*” os estudantes responderam nem discordo nem concordo com 44% e 46.4% respetivamente.

Sobre este conjunto de questões podemos concluir que os estudantes estão ainda num baixo nível de maturidade em relação às atividades empreendedoras. Os estudantes gostam da ideia de se tornarem empreendedores, no entanto não dedicam tempo e trabalho a esta atividade.

#### Quadro 5 - Experiência dos membros da família em projetos empresariais

	Sim (projeto de âmbito nacional)	Sim (projeto de âmbito internacional)	Não
Os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?	81 38.8%	6 2.9%	122 58.4%
O(s) seu(s) irmão (s) já alguma vez criaram um projeto empresarial?	38 18.2%	2 1%	169 80.9%
Alguma vez deteve uma Posição remunerada (ou não remunerada) num projeto empresarial de familiares?	41 19.6%	2 1%	166 79.4%

O estudo de Parreira (2011) demonstra que os estudantes com pais empresários desejam iniciar a sua vida profissional a trabalhar mais numa empresa familiar, a trabalharem mais por conta própria e a criar mais a sua própria empresa. Os estudantes sem pais empresários desejam mais iniciar a sua vida profissional a trabalhar numa organização.

Os dados apresentados mostram que os estudantes da ESTGF não são oriundos de famílias com projetos empresariais próprios, 58,4% responderam não à questão: *Os seus pais ou avós alguma vez*

criaram um projeto empresarial?, e 80,9% responderam não à questão: *Os seus irmãos já alguma vez criaram um projeto empresarial?*

Dos 15 estudantes que referiam já terem iniciado um projeto empresarial, 8 responderam Sim à questão: *“os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?”* 6 estudantes responderam Sim à questão *“os seus irmãos alguma vez criaram um projeto empresarial?”*

Dos 31 estudantes que indicaram estar a pensar iniciar um novo projeto empresarial, 17 responderam Sim à questão: *“os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?”* 6 estudantes responderam Sim à questão *“os seus irmãos alguma vez criaram um projeto empresarial?”*

#### 4.2.4. Avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades

Quadro 6 – Capacidades para resolução de problemas

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.	1 0.5%	11 5.3%	27 12.9%	127 60.8%	43 20.6%
É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los.	1 0.5%	8 3.8%	41 19.6%	137 65.6%	22 10.5%
Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas.	1 0.5%	7 3.3%	42 20.1%	130 62.2%	29 13.9%
Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.	1 0.5%	5 2.4%	25 12%	135 64.6%	43 20.6%
Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.	1 0.5%	6 2.9%	49 23.4%	134 64.1%	19 9.1%
Normalmente consegue lidar com qualquer imprevisto que se depre no seu caminho.	1 0.5%	6 2.9%	50 23.9%	135 64.6%	17 8.1%
Pensa frequentemente em tornar-se um empreendedor.	5 2.4%	22 10.5%	76 36.4%	80 38.3%	26 12.4%
Consegue lidar facilmente com o risco.	6 2.9%	27 12.9%	85 40.7%	82 39.2%	9 4.3%
Tornar-se um empreendedor é um objetivo importante para si.	10 4.8%	25 12%	76 36.4%	77 36.8%	21 10%

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Gosta de pensar em si como um cidadão do Mundo.	3 1.4%	6 2.9%	51 24.4%	105 50.2%	44 21.1%
Privilegia a relação com outros povos e culturas.	1 0.5%	6 2.9%	35 16.7%	121 57.9%	46 22%
Sente-se desconfortável distante do seu ambiente familiar.	31 14.8%	40 19.1%	73 34.9%	48 23%	17 8.1%
Os projetos com risco elevado não o assustam.	12 5.7%	59 28.2%	76 36.4%	55 26.3%	7 3.3%
Considera os projetos internacionais mais arriscados.	4 1.9%	35 16.7%	74 35.4%	83 39.7%	13 6.2%

Analisando o quadro 6 verificamos que os estudantes têm autoconfiança, no entanto o risco e a incerteza poderão ser um entrave à concretização de projetos empresariais.

Os estudantes responderam positivamente às afirmações “*Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário*” (85.2%); 81,4% responderam que “*Conseguem sempre resolver os problemas difíceis se se esforçarem o suficiente*”; “Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas” (76,1%); “*Normalmente conseguem lidar com qualquer imprevisto que se depre no seu caminho*” (72,7%).

À afirmação “*É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los*” os estudantes responderam afirmativamente com 76,1% de respostas. Os estudantes referem ainda que e que “*Gostam de pensar em si como um cidadão do Mundo*” com 71,3% e “*Privilegiam a relação com outros povos e culturas*” (79,9%).

Verificamos ainda que os estudantes consideram os projetos internacionais mais arriscados (45,9%) e que os projetos com risco elevado os assustam (33,9%).

#### 4.2.5. Avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais

À afirmação “*Sou capaz de:*”, obtiveram-se as respostas constantes no quadro 7.

**Quadro 7 – Capacidades em realizar atividades empresariais**

	<b>Discordo totalmente</b>	<b>Discordo</b>	<b>Não concordo nem discordo</b>	<b>Concordo</b>	<b>Concordo totalmente</b>
Gerar uma nova ideia para um produto ou serviço	2 1%	14 6.7%	66 31.6%	114 54.5%	13 6.2%
Realizar brainstorming com outros para gerar uma nova ideia para um produto ou serviço.	2 1%	10 4.8%	61 29.2%	116 55.5%	20 9.6%
Identificar a necessidade de um novo produto ou serviço.	1 0.5%	9 4.3%	66 31.6%	119 56.9%	14 6.7%
Conceber um produto ou serviço que satisfaça as necessidades ou desejos de um cliente.	1 0.5%	8 3.8%	70 33.5%	113 54.1%	17 8.1%
Estimar o nível de procura para um novo produto ou serviço por parte dos futuros clientes.	1 0.5%	14 6.7%	80 38.3%	102 48.8%	12 5.7%
Determinar um preço competitivo para um novo produto ou serviço.	1 0.5%	14 6.7%	68 32.5%	106 50.7%	20 9.6%
Estimar o investimento inicial e o fundo de maneo necessários para iniciar um novo projeto empresarial.	4 1.9%	19 9.1%	86 41.1%	89 42.6%	11 5.3%
Conceber uma campanha de marketing/publicidade eficaz para um novo produto ou serviço.	2 1%	19 9.1%	76 36.4%	89 42.6%	23 11%
Conseguir motivar os outros no desenvolvimento/participação de um novo projeto empresarial.	1 0.5%	6 2.9%	57 27.3%	123 58.9%	22 10.5%
Criar uma network (i.e., estabelecer contactos e trocar informação com outros).	2 1%	11 5.3%	73 34.9%	104 49.8%	19 9.1%
Realizar um estudo de mercado.	7 3.3%	20 9.6%	63 30.1%	97 46.4%	22 10.5%
De forma clara, concisa e acessível, explicar verbalmente/por escrito as suas ideias sobre o novo projeto empresarial.	4 1.9%	17 8.1%	61 29.2%	107 51.2%	20 9.6%
Supervisionar colaboradores.	2 1%	11 5.3%	43 20.6%	119 56.9%	34 16.3%
Recrutar e contratar colaboradores.	2 1%	8 3.8%	44 21.1%	122 58.4%	33 15.8%
Delegar tarefas e responsabilidades aos colaboradores no seu novo projeto empresarial.	1 0.5%	8 3.8%	42 20.1%	132 63.2%	26 12.4%

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Lidar eficazmente com os problemas e crises do dia-a-dia.	1 0.5%	3 1.4%	49 23.4%	130 62.2%	26 12.4%
Inspirar, encorajar e motivar os seus colaboradores.	2 1%	5 2.4%	35 16.7%	131 62.7%	36 17.2%
Dar formação aos colaboradores.	3 1.4%	12 5.7%	45 21.5%	112 53.6%	37 17.7%
Organizar e manter registos financeiros do seu novo projeto empresarial.	2 1%	10 4.8%	62 29.7%	108 51.7%	27 12.9%
Gerir os ativos financeiros do seu novo projeto empresarial.	2 1%	17 8.1%	56 26.8%	109 52.2%	25 12%
Ler e interpretar os documentos financeiros.	5 2.4%	18 8.6%	55 26.3%	111 53.1%	20 9.6%
Interagir com culturas diferentes.	3 1.4%	6 2.9%	40 19.1%	125 59.8%	35 16.7%
Perceber e reagir às diferenças culturais.	3 1.4%	3 1.4%	44 21.1%	123 58.9%	36 17.2%
Negociar em contexto internacional.	5 2.4%	13 6.2%	81 38.8%	90 43.1%	20 9.6%
Procurar informação sobre mercados internacionais.	4 1.9%	11 5.3%	64 30.6%	108 51.7%	22 10.5%

Ao conjunto de afirmações constantes no quadro 7, os estudantes responderam de uma forma positiva, o que mostra que os níveis de autoconfiança relativamente às suas capacidades empresariais e de liderança são elevados.

De forma mais genérica, com a análise dos resultados, os estudantes que participaram nesta investigação, responderam Concordo ou Concordo Totalmente, com as seguintes afirmações:

- 75,6% dos estudantes afirmam serem capazes de delegar tarefas e responsabilidades aos colaboradores;
- 74,2% responderam serem capazes de recrutar e contratar colaboradores;
- 79,9% responderam serem capazes de Inspirar, encorajar e motivar os seus colaboradores;
- 73,2% afirma ser capaz de Supervisionar colaboradores;
- 74,6% afirma ser capaz de lidar eficazmente com os problemas e crises do dia-a-dia.
- 71,3% afirma ser capaz de dar formação aos colaboradores; e
- 77% dos estudantes afirma ser capaz de interagir com diferentes culturas.

Podemos referir que os estudantes confiam nas suas capacidades empresariais

#### 4.2.6. Resultados com a implementação de um novo projeto empresarial

Quadro 8 – Resultados Esperados com a Implementação de um novo projeto empresarial

	Muito Pouco	Pouco	Não Sabe	Moderadamente	Muito
Ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal, etc.)	1 0.5%	8 3.8%	45 21.5%	113 54.1%	42 20.1%
Independência/Autonomia (liberdade pessoal, ser o seu próprio patrão, etc.)	1 0.5%	4 1.9%	35 16.7%	108 51.7%	61 29.2%
Ganhos pessoais (reconhecimento público, desenvolvimento pessoal, provar que sou capaz de fazer coisas, etc.)	1 0.5%	9 4.3%	29 13.9%	107 51.2%	63 30.1%
Segurança familiar (assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio que possa passar para a geração seguinte, etc.)	1 0.5%	6 2.9%	33 15.8%	99 47.4%	70 33.5%
Ganhos de tempo (ficando, assim, mais disponível para fazer outras coisas.)	3 1.4%	22 10.5%	59 28.2%	84 40.2%	41 19.6%
Criar impacto social.	2 1%	13 6.2%	5 24.9%	94 45%	48 23%
Expor-se a novos mercados / Países.	2 1%	9 4.3%	55 26.3%	95 45.5%	48 23%

Da análise ao quadro 8 verificamos que a aceitação social, a segurança familiar, o prestígio e a independência são algumas das motivações que os nossos estudantes valorizam aquando da implementação de um novo projeto empresarial.

Analisadas as respostas dos estudantes à questão: “Até que ponto esperaria conseguir alcançar os seguintes resultados com a implementação de um novo projeto empresarial”, obtivemos os seguintes resultados:

- Ganhos financeiros - 74,2%;
- Independência/Autonomia – 80,9%
- Ganhos pessoais – 81,3%;
- Segurança familiar- 80,9%;
- Ganhos de tempo – 59,8%;
- Criar impacto social – 68%
- Expor-se a novos mercados / Países – 68,5%.

#### 4.2.7. Relação interpessoal dos participantes

Por último, os estudantes foram questionados acerca de questões sociais. Foi questionado aos estudantes se sentem confortáveis com a sua aparência física e 84% responderam afirmativamente e à questão de sentirem facilidade em se inserirem num grupo os estudantes afirmaram que sim (85%).

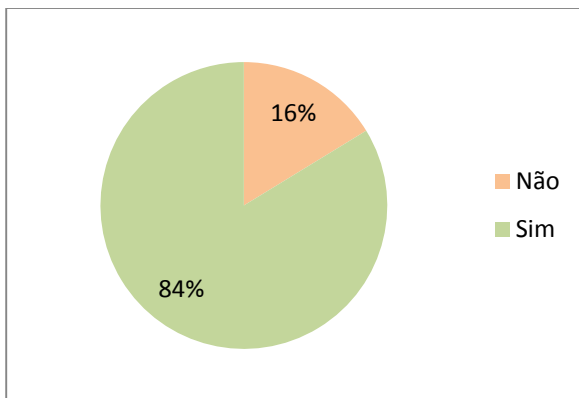


Gráfico 21 - Sente-se confortável com a sua aparência física

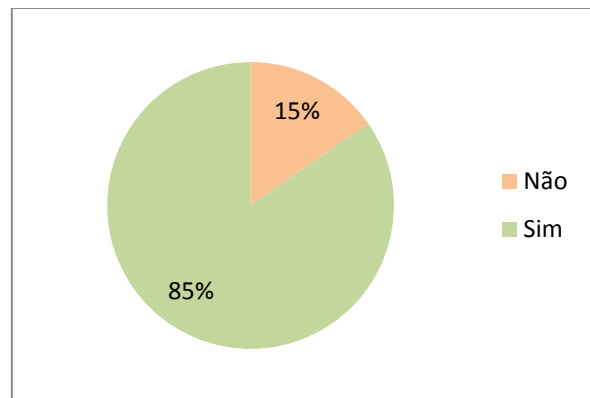


Gráfico 22 - Tem facilidade em inserir-se num novo grupo de pessoas

### 4.3. Análise Fatorial

Qualquer processo de investigação implica uma análise estatística, tendo como objetivo o estudo de todas as variáveis e a informação que as mesmas fornecem.

Neste ponto são apresentados os resultados da análise fatorial às componentes dos grupos 4, 5 e 6 do quadro 2.

A análise fatorial, a partir de um conjunto inicial de variáveis, tenta identificar um conjunto menor de variáveis hipotéticas (fatores), tendo como objetivo a redução da dimensão dos dados sem perda de informação (Pereira, 2008). Por outras palavras, trata-se de um conjunto de técnicas estatísticas que procura explicar a correlação entre as variáveis observáveis, simplificando os dados através da redução do número de variáveis necessárias para os descrever. Supõe a existência de um número menor de variáveis não observáveis subjacentes aos dados (fatores), que traduz o que existe de comum nas variáveis iniciais (Pestana & Gageiro, 2003).

Para aplicar o método de análise fatorial deve haver correlação entre as variáveis. Segundo Pestana e Gageiro (2003) se essas correlações forem reduzidas é pouco provável que partilhem fatores comuns (Pestana & Gageiro, 2003). Charles Spearman (1904) criou a análise fatorial, sendo uma técnica de modelação linear geral, cujo objetivo é identificar um conjunto reduzido de variáveis latentes (fatores) que expliquem a estrutura correlacional observada entre um conjunto de variáveis manifestas (itens) (Marôco, 2010). Associada à análise fatorial está o KMO (Kaisen-Meyer-Olkin) sendo uma estatística que varia entre zero e um e compara as correlações de ordem zero com as correlações parciais observadas entre as variáveis. KMO e o teste Bartlett são dois procedimentos estatísticos que permitem aferir a qualidade das correlações entre as variáveis de forma a prosseguir com a análise fatorial.

#### 4.3.1. Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais

A análise fatorial de componentes principais para as 11 variáveis em estudo relativamente às atividades de criação de novos projetos empresariais compreendeu os 209 participantes.

Foi nosso objetivo identificar os diferentes fatores relativamente a atividades de criação de novos negócios, através dos 11 itens (Quadro 4) do grupo 4 do questionário aplicado aos estudantes.

**Quadro 9 -KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,792
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	698,006
	df	28
	Sig.	,000

Tendo-se observado um KMO = 0.792 mostra que há correlação média entre as variáveis. O teste de esfericidade de Bartlett tem associado um nível de significância de 0.000 e, por isso, procedeu-se à análise fatorial.

Conforme a regra de extração dos fatores, numa primeira tentativa, todos os itens foram testados, no entanto, decidiu-se excluir três variáveis, atendendo ao valor do alpha de Cronbach obtido para essas variáveis. O valor inicial do alpha de Cronbach era de 0,597, pelo que foram excluídas as variáveis com valor superior 0,597 da tabela item – *total statistics*, coluna *Cronbach Alpha if item deleted*.

As variáveis excluídas foram:

*“Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial”;* *“Não tem imaginação para novos produtos”;* *“Nunca procura oportunidades para criar um novo projeto empresarial”.*

Feito isto, testaram-se -se as 8 variáveis e consultando o campo *Extraction Sums of Squared Loading* é sugerido a extração de 2 fatores que explicam cerca de 62.2% da variância. O valor do *Alpha Cronbach* aumentou para 0,843.

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,843	8

O quadro 10 representa o agrupamento dos 8 itens distribuídos pelos dois fatores.

**Quadro 10- Fatores determinantes Fatores determinantes de atividades de criação de novos projetos empresariais**

<i>Rotated Component Matrix</i>		<b>F1</b>	<b>F2</b>
G1	Está a poupar dinheiro para começar um novo projeto empresarial.	,734	
G1	Procura literatura sobre como implementar um novo projeto empresarial.	,808	
G1	Tem uma ideia inovadora sobre um determinado processo de produção.	,619	
G1	Despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresarial.	,740	
G1	Tem uma ideia inovadora sobre a forma de organizar a empresa.	,582	
G1	Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos.	,609	
G2	Gostaria de gerir uma empresa.		,864
G3	Gostaria de criar algo novo.		,875

Observando o quadro 10 determina-se, no âmbito da caracterização das atividades de criação de novos projetos empresariais, 2 fatores:

Fator 1 – Recursos e Criatividade;

Fator 2 – Empreendedorismo.

O Fator 1, denominado “*Recursos e Criatividade*” é responsável por explicar 36.1% da variância explicada e regista um bom nível de consistência interna<sup>1</sup> (0,843). Verifica-se a prevalência de variáveis associadas à dimensão de criatividade e de recursos para avançar com um novo projeto empresarial. Este fator refere-se a características psicológicas relacionadas com a imaginação e a originalidade, bem como a no saber identificar e alcançar oportunidades.

O fator 2, denominado de “*Empreendedorismo*” é responsável por explicar 26,1% da variância explicada e regista um bom nível de consistência interna de 0.843. Identificam-se características psicológicas baseadas no desejo de alcançar objetivos. Este grupo foi denominado de empreendedorismo porque mostra necessidades de criar e de intraempreendedorismo.

<sup>1</sup> A consistência interna dos fatores, atribuída pelo cálculo do Alpha de Cronbach, define-se como a proporção da variabilidade nas respostas que resulta de diferenças nos inquiridos.

#### 4.3.2. Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades

A análise fatorial de componentes principais para as 14 variáveis em estudo relativas à avaliação das capacidades dos participantes para a resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades compreendeu os 209 participantes. Tendo-se observado um  $KMO = 0.823$  mostra-nos que há correlação média entre as variáveis. O teste de esfericidade de Bartlett tem associado um nível de significância de 0.000 e, por isso, procedeu-se à análise fatorial.

Foram testadas as 14 variáveis e consultando o campo *Extraction Sums of Squared Loading* é sugerido a extração de 3 fatores que explicam cerca de 69,2% da variância explicada.

Conforme a regra de extração dos fatores, numa primeira tentativa, todos os itens foram testados, no entanto, decidiu-se excluir 3 variáveis, atendendo ao valor do *alpha de Cronbach*. O valor inicial do *alpha de Cronbach* era de 0.811, pelo que foram excluídas as variáveis com valor superior 0,811 da tabela item – *total statistics*, coluna *Cronbach Alpha if item deleted*. O valor de *Alpha de Cronbach* aumentou para 0.867%.

A variável excluída foi: “*Sente-se desconfortável distante do seu ambiente familiar*”, *Considera os projetos internacionais mais arriscados*”; “*Os projetos com risco elevado não o assustam*”.

Foi nosso objetivo identificar os diferentes fatores relativamente à avaliação das capacidades dos participantes na resolução de problemas e ultrapassar dificuldades através dos 11 itens (Quadro 6) do grupo 4 do questionário aplicado aos estudantes.

**Quadro 11 - KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,844
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1092,709
	df	55
	Sig.	,000

O quadro seguinte apresenta o agrupamento dos 14 itens distribuídos pelos quatro fatores.

**Quadro 12 - Fatores determinantes da avaliação das capacidades dos participantes para resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades**

<i>Rotated Component Matrix</i>		F1	F2	F3
G1	Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.	,726		
G1	É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los.	,786		
G1	Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas.	,734		
G1	Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.	,761		
G1	Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.	,730		
G1	Normalmente consegue lidar com qualquer imprevisto que se depare no seu caminho	,788		
G2	Pensa frequentemente em tornar-se um empreendedor.		,917	
G2	Tornar-se um empreendedor é um objetivo importante para si.		,910	
G2	Consegue lidar facilmente com o risco		,457	
G3	Gosta de pensar em si como um cidadão do Mundo.			,746
G3	Privilegia a relação com outros povos e culturas			,723

Observando o quadro 12 determina-se, no âmbito da avaliação das capacidades dos participantes para a resolução de problemas e para ultrapassar dificuldades, 4 fatores:

Fator 1 – Autoconfiança;

Fator 2 – Risco;

Fator 3 - Internacionalização;

O fator 1, denominado de “*autoconfiança*” é responsável por explicar 33,9% da variância explicada, e regista um bom nível de consistência interna. Este fator refere-se a características psicológicas associadas às convicções que um individuo possui em relação a saber fazer algo e fazê-lo bem, de conseguir alcançar algo, de saber suportar dificuldades e saber prescindir de algo. Em resumo, uma postura positiva em relação às próprias capacidades e desempenho.

O fator 2, denominado “*Risco*” explica 19,3% da variância explicada. Este fator identifica características psicológicas baseadas no desejo de alcançar objetivos exigentes, apesar dos riscos envolvidos.

O fator 3, denominado de “Internacionalização” explica 16% da variância. Este fator está associado à descoberta de coisas novas através da curiosidade e liberdade, implicando capacidade de risco.

#### 4.3.3. Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais

A análise fatorial de componentes principais para as 25 variáveis em estudo relativas à capacidade em realizar atividades empresariais compreendeu os 209 participantes. Tendo-se observado um KMO = 0.924 mostra que há correlação média entre as variáveis. O teste de esfericidade de Bartlett tem associado um nível de significância de 0.000 e, por isso, procedeu-se à análise fatorial.

Foram testadas as 25 variáveis e consultando o campo *Extraction Sums of Squared Loading* é sugerido a extração de 4 fatores que explicam cerca de 67,9% E de acordo com os valores de *alpha de Cronbach* (0,955) não se eliminou nenhuma variável.

**Quadro 13 - KMO e Teste de esfericidade de Bartlett - Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,924
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3921,889
	df	300
	Sig.	,000

O quadro seguinte apresenta o agrupamento dos 25 itens distribuídos pelos quatro fatores.

**Quadro 14 - Fatores determinantes da avaliação das capacidades em realizar atividades/exercícios empresariais**

<i>Rotated Component Matrix</i>		F1	F2	F3	F4
G1	Estimar o investimento inicial e o fundo de maneio necessários para iniciar um novo projeto empresarial.	,780			
G1	Conceber uma campanha de marketing/publicidade eficaz para um novo produto ou serviço.	,550			
G1	Realizar um estudo de mercado.	,660			
G1	De forma clara, concisa e acessível, explicar verbalmente/por escrito as suas ideias sobre o novo projeto empresarial.	,537			
G1	Organizar e manter registos financeiros do seu novo projeto empresarial	,753			
G1	Gerir os ativos financeiros do seu novo projeto empresarial.	,771			
G1	Ler e interpretar os documentos financeiros.	,806			
G2	Gerar uma nova ideia para um produto ou serviço.		,706		
G2	Realizar brainstorming com outros para gerar uma nova ideia para um produto ou serviço		,718		
G2	Identificar a necessidade de um novo produto ou serviço.		,726		
G2	Conceber um produto ou serviço que satisfaça as necessidades ou desejos de um cliente.		,763		
G2	Estimar o nível de procura para um novo produto ou serviço por parte dos futuros clientes.		,694		
G2	Determinar um preço competitivo para um novo produto ou serviço.		,564		
G2	Conseguir motivar os outros no desenvolvimento/participação de um novo projeto empresarial.		,498		
G2	Criar uma network (i.e., estabelecer contactos e trocar informação com outros).		,507		
G3	Supervisionar colaboradores			,800	
G3	Recrutar e contratar colaboradores.			,785	
G3	Delegar tarefas e responsabilidades aos colaboradores no seu novo projeto empresarial.			,760	
G3	Lidar eficazmente com os problemas e crises do dia-a-dia.			,582	
G3	Inspirar, encorajar e motivar os seus colaboradores.			,649	
G3	Dar formação aos colaboradores.			,676	
G4	Interagir com culturas diferentes.				,846
G4	Perceber e reagir às diferenças culturais.				,836
G4	Negociar em contexto internacional.				,737
G4	Procurar informação sobre mercados internacionais.				,613

Observando o quadro 14 determina-se, no âmbito da capacidade em realizar atividades empresariais, 4 fatores:

Fator 1 – Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo;

Fator 2 – Inovação/Informação;

Fator 3 – Liderança;

Fator 4 – Gestão Internacional.

O fator 1, denominado de “*Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo*” é responsável por explicar 19,8% da variância explicada. Este fator está associado a características de gestão e no saber fazer.

O fator 2, denominado de “*Inovação/Informação*” explica 18,1% da variância explicada. Este fator está associado a características psicológicas que se baseiam na assunção de compromissos, cumprilos e conseqüentemente, assumir riscos.

O fator 3, denominado “*Liderança*”, explica 18% da variância explicada e regista um nível razoável de consistência interna. Este fator reflete as características psicológicas que se relacionam com a persistência e influência que permitem o controlo das pessoas e situações.

O fator 4, denominado de “*Gestão Internacional*” é responsável por explicar 12% da variância explicada. Este fator está associado a características psicológicas relacionadas com a motivação e determinação em alcáçar objetivos específicos.

#### **4.3.4. Resultados esperados com a implementação de um novo projeto empresarial**

A análise fatorial de componentes principais para as 7 variáveis em estudo relativas aos resultados esperados com a implementação de um novo projeto empresarial compreendeu os 209 participantes. Tendo-se observado um  $KMO = 0.877$  mostra que há correlação média entre as variáveis. O teste de esfericidade de Bartlett tem associado um nível de significância de 0.000 e, por isso, procedeu-se à análise fatorial.

Foram testadas as 7 variáveis e consultando o campo *Extraction Sums of Squared Loading* é sugerido a extração de apenas 1 fator que explica cerca de 61,2% E de acordo com os valores de *alpha de Cronbach* (0,890) não se eliminou nenhuma variável.

As variáveis que incluíam o grupo de questões são:

- Ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal, etc.);
- Independência/Autonomia (liberdade pessoal, ser o seu próprio patrão, etc.);
- Ganhos pessoais (reconhecimento público, desenvolvimento pessoal, provar que sou capaz de fazer coisas, etc.);
- Segurança familiar (assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio que possa passar para a geração seguinte, etc.);
- Ganhos de tempo (ficando, assim, mais disponível para fazer outras coisas.);
- Criar impacto social;
- Expor-se a novos mercados / Países.

#### 4.4. Sumário

Com os resultados obtidos na análise fatorial e a extração dos fatores, podemos afirmar que Recursos e Criatividade; Empreendedorismo; Autoconfiança; Risco; Internacionalização; Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo; Inovação/Informação; Liderança e Gestão Internacional correspondem aos principais fatores psicológicos que explicam a orientação internacional das Intenções Empreendedoras dos Estudantes da ESTGF.

Os fatores que contribuem para explicar a capacidade de orientação internacional das intenções empreendedoras dos estudantes da ESTGF são: *Autoconfiança; Risco; Internacionalização; Recursos e Criatividade; Empreendedorismo; Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo; Inovação/Informação; Liderança e Gestão Internacional.*

# Capítulo 5

## Conclusões

## 5.1. Introdução

Neste capítulo serão retiradas as conclusões gerais da investigação, identificadas as limitações com que nos confrontamos ao longo do estudo e apresentas sugestões para futuras investigações

Na revisão de literatura, verificou-se que a dificuldade em encontrar uma definição consensual para o termo empreendedorismo, não se obtendo de forma clara e unânime acordo sobre o seu conceito.

Dada a importância do empreendedorismo para a economia e a sociedade em geral, a educação para o empreendedorismo é um processo complexo, que tem evoluído nos últimos anos e cada vez mais se defende a ideia de os sistemas educativos poderem contribuir para promover o empreendedorismo em todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até à IES, a educação para o empreendedorismo é importante para a saúde de qualquer IES e para a economia do próprio país. Neste estudo temos como objetivo explorar as intenções internacionais de orientações empreendedoras dos estudantes do ensino superior politécnico.

Promover o empreendedorismo entre os estudantes tem-se tornado um tema importante nas IES e governos, bem como na investigação, existe um grande esforço por parte dos investigadores em identificar os traços ou características psicológicas dos indivíduos que criam novas empresas ou negócios.

Os dois principais modelos teóricos sobre as intenções empreendedoras e que normalmente têm sido adotados pelos investigadores são a teoria do Comportamento Planeado e o Modelo da Intenção Empreendedora.

Pela Teoria do Comportamento Planeado qualquer comportamento requer um certo planeamento, o ato de criação de um novo negócio pode ser assim previsto de acordo com a intenção adotada por um determinado indivíduo.

O modelo da intenção empreendedora indica que, a decisão para mudar significativamente o rumo da nossa vida, por exemplo na criação de um negócio, é precipitado por um determinado acontecimento ou uma alteração abrupta na rotina estabelecida habitualmente.

No entanto, não existe um consenso no que se refere aos fatores psicológicos associados ao perfil do empreendedor, nem aos fatores que o influenciam a optar pelo empreendedorismo.

Ainda como finalidade deste estudo procuramos conhecer as orientações internacionais das intenções empreendedoras dos estudantes do ensino superior Politécnico. Tentou-se perceber qual o caminho que os estudantes pretendem seguir para internacionalizarem os seus negócios, se de uma forma tradicional, mais lenta e com menos riscos associada ao processo

descrito pela escola de Uppsala, se de uma forma mais rápida operar desde o início em vários mercados internacionais, processo associado às *born globals*.

Para alcançar este objetivo construímos um questionário que foi aplicado a todos os estudantes da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueira do Instituto Politécnico do Porto. Após aplicação do questionário, passamos para a análise estatística, e tratamento dos dados. Esta abordagem é baseada na hipótese de que as normas sociais e a cultura desempenham um papel significativo nas intenções empreendedoras, de âmbito internacional.

## 5.2. Conclusões da investigação

O presente estudo teve como objetivo analisar a orientação internacional das intenções empreendedoras dos estudantes do Ensino Superior Politécnico e os fatores que a influenciam. Para o efeito foi selecionada uma Escola do IPP, a ESTGF e envolveu 209 estudantes de Mestrado, Licenciatura, Pós-Graduação e Cursos de Especialização Tecnológica.

Os resultados mostram que 57% dos participantes são do sexo feminino, com idade compreendida entre os 19 e 23 anos e 73% afirma ser solteiro. A maior taxa de respostas observou-se nos cursos de licenciaturas.

Os resultados mostram que 7% dos participantes (15) iniciaram já um projeto empresarial que esteja atualmente em funcionamento, e 3 participantes afirmaram que o projeto é a nível internacional. Quando questionados os estudantes sobre a intenção de iniciar um projeto empresarial, 15% responderam sim e 29% afirma pretender iniciar um projeto com internacional e 10% afirma ter a intenção de iniciar um projeto internacional, o que demonstra um baixo nível de orientação internacional das intenções empreendedoras.

A área científica predominante dos cursos dos estudantes que responderam ao inquérito é a área científica de Ciências Empresariais e 69% dos estudantes frequenta ou frequentou unidades curriculares que abordem temas de empreendedorismo.

Após se analisarem pormenorizadamente os dados, verificamos que dos 31 estudantes que afirmaram estar a pensar iniciar um novo projeto empresarial, 17 estão matriculados na licenciatura em ciências empresariais, onde existe uma forte componente letiva do estudo do empreendedorismo, pelo que podemos concluir que o fator de formação e a intenção empreendedora estão associados.

O estudo de Parreira (2011) demonstra que os estudantes com pais empresários desejam iniciar a sua vida profissional a trabalhar mais numa empresa familiar, a trabalharem mais por conta própria e a criar mais a sua própria empresa. Os estudantes sem pais empresários desejam mais iniciar a sua vida profissional a trabalhar numa organização. Os dados obtidos

mostram que existe uma associação entre o familiar próximo empresário com as intenções empreendedoras.

Dos 15 estudantes que referiram já terem iniciado um projeto empresarial, 8 responderam Sim à questão: “os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?” 6 estudantes responderam Sim à questão “os seus irmãos alguma vez criaram um projeto empresarial?”

Dos 31 estudantes que indicaram estar a pensar iniciar um novo projeto empresarial, 17 responderam Sim à questão: “os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?” 6 estudantes responderam Sim à questão “os seus irmãos alguma vez criaram um projeto empresarial?”

Quanto à capacidade empreendedora dos estudantes inquiridos, conclui-se que é explicada por nove fatores psicológicos: *Autoconfiança; Risco; Internacionalização; Recursos e Criatividade; Empreendedorismo; Capacidade técnica de gestão e empreendedorismo; Inovação/Informação; Liderança e Gestão Internacional.*

O perfil psicológico dos estudantes assume características relacionadas com a imaginação e a originalidade, bem como no saber identificar e alcançar oportunidades, baseadas no desejo de alcançar objetivos. Os estudantes demonstram uma forte convicção em relação a saber fazer algo e fazê-lo bem, de conseguir alcançar algo, de saber suportar dificuldades e saber prescindir de algo. Em resumo, uma postura positiva em relação às próprias capacidades e desempenho.

Os estudantes apresentam características psicológicas baseadas no desejo de alcançar objetivos exigentes, apesar dos riscos envolvidos, bem como a necessidade da descoberta de coisas novas através da curiosidade e liberdade, implicando capacidade de risco.

Os inquiridos demonstram possuir capacidades técnicas e empresariais com características de gestão e de saber fazer. Os estudantes assumem compromissos e gostam de os cumprir, consequentemente assumem os riscos associados.

Encontramos características de liderança, persistência e influência que permitem o controlo das pessoas e situações.

Uma das limitações a esta investigação prende-se com o fato da dimensão da amostra ser reduzida. Obtivemos 209 respostas válidas, traduzindo uma taxa de resposta de 16%. Embora a taxa de respostas seja baixa, consideramos que 209 respostas seja um bom resultado, em termos de robustez estatística que fornece.

### 5.3. Sugestões para futura investigação

A investigação apresentada foi limitada a uma das sete escolas do instituto Politécnico do Porto, e desta forma, sugere-se a realização deste estudo que envolva todas as escolas do Politécnico do Porto e posteriormente dos politécnicos a nível nacional.

Conforme o referido anteriormente para a criação do questionário em muito contribuiu o projeto de investigação científica internacional, *Entrepreneurship Education Project (EEP)*, coordenado pelas Universidades de *Illinois State e Wisconsin* nos Estados Unidos da América (EUA), no qual participou a ESTGF, conjuntamente com universidades de sessenta outros países, para melhorar a educação em empreendedorismo. Os dados deste projeto não são ainda conhecidos, pelo que será uma mais-valia para esta investigação, como trabalho futuro, a comparação dos dados obtidos no projeto EEP e os dados obtidos nesta dissertação.

Existem, ainda oportunidades, na sequência de recolha adicional de dados, que se prendem com a utilização de métodos estatísticos diferentes. O objetivo inicial de realizar uma análise discriminante que permitisse identificar qual o perfil dos estudantes com ambições de empreendedorismo internacional não foi possível, com base nos dados recolhidos.

Existe ainda a possibilidade de realizar uma análise longitudinal, estudando as diferenças deste estudo com os dados obtidos no EEP. Esta abordagem permitiria perceber qual a reação e alterações das expectativas dos estudantes do ensino superior politécnico, no contexto de condições económicas adversas e se, de fato, a crise instalada em Portugal afeta o posicionamento dos estudantes quanto ao empreendedorismo.

# Referências Bibliográficas

## Bibliografia

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior.

Ajzen, I.; Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. *Engle wood Cliffs NJ: Prentice-Hall.*

Andersson, S. (2000). *International Studies of Management an Organization*, 65-94.

Andersson, S. (2000). Internationalization of the firm in a entrepreneurial perspective. *International Studies of Management and Organization*, 65-94.

Andersson, S., & Wictor, L. (2003). AnderssonInnovative Internationalisation in new firms -Born Globals The Swedish case. *International Journal of Entrepreneurship*, 249-276.

Andersson, S., & Wictor, L. (2003). AnderssonInnovative Internationalisation in new firms -Born Globals The Swedish case. . *International Journal of Entrepreneurship* , 249-276.

Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. . *Journal of Business Venturing* , 105-123.

Baron, R. A., & Shane, S. (2007). *Empreendedorismo: uma visão do processo*. S. Paulo: Thomson Learning.

Baron, R., & Shane, S. (2008). Entrepreneurship: A Process Perspective . *Mason: Thomson South-Western.*

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 442-454.

Brenner, O. C., D., P. C., & Greenhaus, H. (s.d.).

Brenner, O. C.; D., Pringle CH.; Greenhaus, H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: Work values and career intentions ofbusiness college graduates. *Journal of small Business Management*, 62-64.

Bruyat, C., & Julien, P. (2000). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing v. 16 Elsevier Science Inc. New York*, p. 165-180.

Chandra, Y. (2004). Internationalization as an Entrepreneurial Activity: An Exploratory Study. *Australian an New Zeland Marketing Academy Conference.*

Chetty, S. (1999). Dimensions of Internationalisation of manufacturing Firms on the Apparel Industry. *European Journal of Marketing* , 121-142.

- Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (pp. vol. 6, pp. 315-372). Oxford: Elsevier/JAI Press.
- Dolabela, F. (1999). *Oficina do Empreendedor*. S.Paulo: Cultura.
- Dornelas, J. (2001). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios* (2a ed.). Rio de Janeiro: Campos. Rio De Janeiro: Campos.
- Ferreira, M., Santos, J., & Serra, F. (2008). *Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a nova Empresa*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Filion, L. (2004). Entendendo os intraempreendedores como visionistas. *Revista de Negócios* v.9, n.2, 65-79.
- Gabrielsson, M., & Kirpalani, V. (2004). Born globals: how to reach new business space rapidly. *International Business Review*, 555-571.
- Gabrielsson, M., Kirpalani, V. D., Solberg, C., & Zucchella, A. (2008). Born Global: Propositions to help advance the theory. *International Business Review*, 385-401.
- Gabrielsson, M., Kirpalani, V., Dimitratos, P., Solberg, C., & Zucchella, A. (2008). Gabrielsson, M., Kirpalani, V., Dimitratos, P., Born Global: Propositions to help advance the theory. . *International Business Review* , 385-401.
- Gartner, W. B. (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27-37.
- Gomes, S., Braga, V., & Braga, A. (6-7 de 11 de 2013). ISO/TC 176 Academic Poster Challenge . *Poster: Strategy and Innovation: a study of Portuguese companies certified*. Porto, Porto, Portugal.
- Hannon, P. (2005). The Journey from Student to Entrepreneur. *Conference, University of Surrey*. UK.
- Hilal, A., & Hemais, C. (2003). Da Escola de Uppsala à Escola Nórdica de Negócios Internacionais: Uma Revisão Analítica, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRR. In: XX Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em administração - ENANPAD 2003, Campinas.
- Hutchinson, K., Quinn, B., & Alexander, N. (2006). HutchinsThe role of Management Characteristics in the Internationalisation of SMEs : evidence from the UK retail 73 sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 513-534.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). Johanson, J., The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*., 23-32.

- Johanson, J.; Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies.*, 23-32.
- Johanson, J.; Vahlne, J. (1990). The mechanisms of internationalization. *International Marketing Review.*, 11-24.
- Johanson, J.; Vahlne, J. (2003). Business relationship learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship.*, 83-101.
- Karlsson, C. C. (2004). Relating entrepreneurship to economic growth. *Cesis WP.*
- Karra, N., & Philips, N. (2004). Entrepreneurship Goes Global. *Ivey Business Journal.*
- Kolvereid, L. (1996). *Prediction of employment status choice intentions.* 47-56.
- Krueger, N. J., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. In *Entrepreneurship and Regional Development*, 5 (3), 315-330 (pp. 5 (3), 315-330).
- Laranjeira, A., & Morais, R. (2012). O Impacto do Empreendedor Internacional nas Born Globals. 38.
- Lima, A. P. (12 de 11 de 2014). *Economia.* Obtido em 29 de 01 de 2014, de Público: <http://www.publico.pt/economia/noticia/pires-de-lima-quer-empreendedorismo-como-disciplina-de-ensino-obrigatorio-1612265>
- Linan, F., Rodríguez, C., & Guzmán, J. (2008). Temporal stability of entrepreneurial intentions: A longitudinal study.
- Lundström, A., & Stevenson, L. (2001). Entrepreneurship policy for the future. Stockholm. *Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.*
- Luthje, C., & Franke, N. (2003). The making of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT.
- Marôco, J. (2010). *Análise de Equações Estruturais – Fundamentos teóricos, software e aplicações.* Pêro Pinheiro: ReportNumber, Lda, 172 – 230.
- McDougall, P., & Oviatt, B. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 902-908. .
- Melén, S., & Nordman, E. (2009). The internationalisation modes of Born globals: A longitudinal study. *European Management Journal*, 243-254., 243-254. .
- Montanye, J. (2006). "Entrepreneurship. *The independent Review*, 549-571.
- Octício, T. (2012). *Intenções e Comportamentos Empreendedores entre alunos Universitários.* Lisboa.

- Oviatt, B., & McDougall, P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business*, 45-64.
- Oviatt, B., & McDougall, P. (1995). Global start-ups: Entrepreneurs on a worldwide stage. In *Academy of Management Executive* (pp. 30-43).
- Parreira, P. P. (2011). *Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pereira, A. (2008). *SPSS - Guia prático de utilização*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pestana, M. &. (2003). *Análise de dados para ciências sociais - A complementaridade do SPSS (3ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pinho, L., & Gaspar, F. (2012). Intenção Empreendedora dos Estudantes no Ensino Superior Politécnico em Portugal. *Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica* (p. 2). Vila Real: <http://hdl.handle.net/10400.15/586>.
- Raposo, M., & Silva, M. J. (2000). Entrepreneurship: Uma nova área do pensamento científico. *Revista de Gestão e Economia*, 57-65.
- Rennie, M. (1993). Global Competitiveness: Born Global. *McKinsey Quarterly*, 45-52.
- Rennie, M. (1993). Global Competitiveness: Born Global. *McKinsey Quarterly*, 45-52.
- Reynolds, P. D. (1995). Who starts new firms? Linear additive versus interaction based models. *London Business School*. England: Kauffman Entrepreneurship Research Conference.
- Schumpeter, J. A. (1982). Teoria do desenvolvimento: uma investigação sobre lucros, capital. S. Paulo: Abril Cultural.
- Shane, S. (2004). Academic Entrepreneurship: University Spinoffs and Wealth Creation. . *Edward Elgar, Cheltenham*.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. v.25, n.1, p.217-226.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. In C. Kent, D. Sexton, & K.Vesper (eds.). . Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Volkman, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education. *Higher Education in Europe*, 177-185.
- Wennekers, A., & Thurik, A. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics* 13, 27-55.

- Wictor, I. (2003). Innovative Internationalisation in New Firms: Born Globals- The Swedish Case. *Journal of International Entrepreneurship*, 249-276.
- Wood, M. S. (2009). Does one size fit all? The multiple organizational forms leading to successful academic entrepreneurship. In *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.33, N°4 (pp. 929-947).
- Yeung, H. W. (2002). Entrepreneurship International Business: An Institutional Perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 29-61.
- Zahra, S., & Garvis, D. (2000). International Corporate Entrepreneurship and Company Performance: The Moderating Effect of International Environmental Hostility. *Journal of Business Venturing*, 469-492.

# Anexos

## **Anexo 1 – Questionário disponibilizado aos Estudantes**

# Orientação Internacional das Intenções Empreendedoras dos Estudantes do Ensino Superior

Este Projeto de Investigação surgiu no âmbito de dissertação do Mestrado em Gestão e Internacionalização de Empresas. Tem como objetivo analisar e perceber as intenções internacionais de orientações empreendedoras dos estudantes do ensino superior Português.

Esperamos, com este estudo explorar o âmbito internacional das intenções empreendedoras e lançar as bases para investigações futuras para comparações internacionais, com a possível extensão deste projeto a outros países.

Acreditamos que com o feedback, do maior número possível de estudantes envolvidas neste estudo, permitir-nos-á obter resultados baseados numa amostra significativa.

Responda, por favor, a todas as questões, **apenas uma única vez**, baseando as suas respostas na espontaneidade e responsabilidade. O tempo máximo previsto para a realização deste questionário é de cerca de 7 minutos e a sua participação é determinante!

**Desde já agradecemos a sua colaboração.**

**Obs.:** Em caso de dúvidas ou para qualquer esclarecimento adicional, pode contactar-nos através do correio eletrónico: [ssc@estgf.ipp.pt](mailto:ssc@estgf.ipp.pt) (Sónia Carneiro)

Existem 37 perguntas neste inquérito

## Caraterização do Estudante

**[ ]Qual o seu género? \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Feminino
- Masculino

[ ]

**Qual é o seu ano de nascimento?**

\*

Only integer value may be entered in this field.

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

[ ]

**Qual é a sua nacionalidade?**

\*

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

Portuguesa

Outro

[]

**Considere a área onde cresceu. Indique o concelho: \***Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Abrantes
- Águeda
- Aguiar da Beira
- Alandroal
- Albergaria-a-Velha
- Albufeira
- Alcácer do Sal
- Alcanena
- Alcobaça
- Alcochete
- Alcoutim
- Alenquer
- Alfândega da Fé
- Alijó
- Aljezur
- Aljustrel
- Almada
- Almeida
- Almeirim
- Almodôvar
- Alpiarça
- Alter do Chão
- Alvaiázere
- Alvito
- Amadora
- Amarante
- Amares
- Anadia
- Ansião
- Arcos de Valdevez
- Arganil
- Armamar
- Arouca
- Arraiolos

- Arronches
- Arruda dos Vinhos
- Aveiro
- Avis
- Azambuja
- Baião
- Barcelos
- Barrancos
- Barreiro
- Batalha
- Beja
- Belmonte
- Benavente
- Bombarral
- Borba
- Boticas
- Braga
- Bragança
- Cabeceiras de Basto
- Cadaval
- Caldas da Rainha
- Caminha
- Campo Maior
- Cantanhede
- Carrazeda de Ansiães
- Carregal do Sal
- Cartaxo
- Cascais
- Castanheira de Pera
- Castelo Branco
- Castelo de Paiva
- Castelo de Vide
- Castro Daire
- Castro Marim
- Castro Verde
- Celorico da Beira
- Celorico de Basto
- Chamusca
- Chaves

- Cinfães
- Coimbra
- Condeixa-a-Nova
- Constância
- Coruche
- Covilhã
- Crato
- Cuba
- Elvas
- Entroncamento
- Espinho
- Esposende
- Estarreja
- Estremoz
- Évora
- Fafe
- Faro
- Felgueiras
- Ferreira do Alentejo
- Ferreira do Zêzere
- Figueira da Foz
- Figueira de Castelo Rodrigo
- Figueiró dos Vinhos
- Fornos de Algodres
- Freixo de Espada à Cinta
- Fronteira
- Fundão
- Gavião
- Góis
- Golegã
- Gondomar
- Gouveia
- Grândola
- Guarda
- Guimarães
- Idanha-a-Nova
- Ílhavo
- Lagoa (Algarve)
- Lagos

- Lamego
- Leiria
- Lisboa
- Loulé
- Loures
- Lourinhã
- Lousã
- Lousada
- Mação
- Macedo de Cavaleiros
- Mafra
- Maia
- Mangualde
- Manteigas
- Marco de Canaveses
- Marinha Grande
- Marvão
- Matosinhos
- Mealhada
- Mêda
- Melgaço
- Mértola
- Mesão Frio
- Mira
- Miranda do Corvo
- Miranda do Douro
- Mirandela
- Mogadouro
- Moimenta da Beira
- Moita
- Monção
- Monchique
- Moncorvo
- Mondim de Basto
- Monforte
- Montalegre
- Montemor-o-Novo
- Montemor-o-Velho
- Montijo

- Mora
- Mortágua
- Moura
- Mourão
- Murça
- Murtosa
- Nazaré
- Nelas
- Nisa
- Óbidos
- Odemira
- Odivelas
- Oeiras
- Oleiros
- Olhão
- Oliveira de Azemeis
- Oliveira de Frades
- Oliveira do Bairro
- Oliveira do Hospital
- Ourém
- Ourique
- Ovar
- Paços de Ferreira
- Palmela
- Pampilhosa da Serra
- Paredes
- Paredes de Coura
- Pedrogão Grande
- Penacova
- Penafiel
- Penalva do Castelo
- Penamacôr
- Penedono
- Penela
- Peniche
- Peso da Régua
- Pinhel
- Pombal
- Ponte da Barca

- Ponte de Lima
- Ponte de Sôr
- Portalegre
- Portel
- Portimão
- Porto
- Porto de Mós
- Póvoa de Lanhoso
- Póvoa de Varzim
- Proença-a-Nova
- Redondo
- Reguengos de Monsaraz
- Resende
- Ribeira de Pena
- Rio Maior
- Sabrosa
- Sabugal
- Salvaterra de Magos
- Santa Comba Dão
- Santa Maria da Feira
- Santa Marta de Penaguião
- Santarem
- Santiago do Cacém
- Santo Tirso
- São Brás de Alportel
- São João da Madeira
- São João da Pesqueira
- São Pedro do Sul
- Sardoal
- Sátão
- Seia
- Seixal
- Sernancelhe
- Serpa
- Sertã
- Sesimbra
- Setúbal
- Sever do Vouga
- Silves

- Sines
- Sintra
- Sobral de Monte Agraço
- Soure
- Sousel
- Tábua
- Tabuaço
- Tarouca
- Tavira
- Terras de Bouro
- Tomar
- Tondela
- Torres Novas
- Torres Vedras
- Trancoso
- Trofa
- Vagos
- Vale de Cambra
- Valença
- Valongo
- Valpaços
- Vendas Novas
- Viana do Alentejo
- Viana do Castelo
- Vidigueira
- Vieira do Minho
- Vila de Rei
- Vila do Bispo
- Vila do Conde
- Vila Flor
- Vila Franca de Xira
- Vila Nova da Barquinha
- Vila Nova de Cerveira
- Vila Nova de Famalicão
- Vila Nova de Foz Côa
- Vila Nova de Gaia
- Vila Nova de Paiva
- Vila Nova de Poiares
- Vila Pouca de Aguiar

- Vila Real
- Vila Real de Santo António
- Vila Velha de Ródão
- Vila Verde
- Vila Viçosa
- Vimioso
- Vinhais
- Viseu
- Vizela
- Vouzela
- Outro

[ ]

**Qual é o seu estado civil? \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Com parceiro casado(a), em coabitação ou união de facto
- Sem parceiro solteiro(a), divorciado(a) ou viúvo(a)

**[ ]Em termos de riqueza financeira, como classifica a sua família em relação às outras, no país onde nasceu:**

\*

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Família com rendimento abaixo da média
- Média (classe média)
- Acima da média (classe alta)

**[ ] Quais as suas competências linguísticas?**

\*

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Inglês
- Francês
- Espanhol
- Alemão
- Outro

**[ ]****Instituição de ensino: \***Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- ISEP
- ISCAP
- ESE
- ESTGF
- ESEIG
- ESTSP
- ESMAE

**[ ]****Ciclo de estudos que frequenta: \***Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Licenciatura
- Mestrado
- Pós-graduação
- Curso de Especialização Tecnológica

**[ ]****Designação do curso que frequenta: \***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

[ ]

**Área científica: \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Ciências Empresariais
- Ciências Naturais e Exatas
- Ciências Sociais
- Design
- Direito
- Engenharia / Tecnologia
- Ensino
- Música e Artes
- Saúde
- Outro

[ ]

**Quantos anos curriculares tem o curso que frequenta? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

[ ]

**Em que ano curricular se encontra atualmente? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

[ ]

**Indique, por favor, se já frequentou ou frequenta presentemente, unidades curriculares que abordem os temas do empreendedorismo, da criação de novas empresas ou da inovação: \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

Sim

Não

[ ]

**Se é trabalhador-estudantes, quantos anos possui de experiência profissional (incluindo trabalho em part-time e a tempo inteiro)? \***

Neste campo só é possível introduzir números.

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

## Empreendedorismo

[ ]

### Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? \*

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

[ ]

### Iniciou esse novo projeto empresarial: \*

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '16 [G201]' ( Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- No local onde vive
- No local onde fica a sua instituição de ensino superior
- Noutro local em Portugal
- Outro

[ ]

### Iniciou esse novo projeto empresarial: \*

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '16 [G201]' ( Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sozinho
- Com parceiros

[ ]

**No caso de ter sido com parceiros, esses parceiros eram: \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '16 [G201]' ( Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? ) e A resposta for 'Com parceiros' na pergunta '18 [G203]' ( Iniciou esse novo projeto empresarial: )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Membros da Família
- Amigos do seu local de residência
- Amigos da sua escola
- Outro

[ ]

**Qual das seguintes situações de trabalho o descreveria melhor quando começou o seu novo projeto empresarial? \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '16 [G201]' ( Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Começou o novo projeto empresarial a tempo inteiro (i.e., não tinha um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial)
- Começou o novo projeto empresarial em part-time (i.e., tinha um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial)

[ ]

**Começou esse novo projeto empresarial com um âmbito internacional (i.e., com operações em mais do que um país) \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '16 [G201]' ( Já iniciou algum negócio que esteja atualmente em funcionamento? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

## Novo Projeto Empresarial

[ ]

### Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? \*

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

[ ]

### Este projeto empresarial: \*

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- É já um projeto definido. Em que setor pretende implementar o seu negócio:
- Ainda é um projeto algo indefinido. Em que setor pretende implementar o seu negócio:
- É apenas ainda uma ideia de vir a ter um negócio próprio

### [ ] Mencione o setor de atividade: \*

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'É já um projeto definido. Em que setor pretende implementar o seu negócio:' ou 'Ainda é um projeto algo indefinido. Em que setor pretende implementar o seu negócio:' na pergunta '23 [G302]' ( Este projeto empresarial: )

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

[ ]

**Qual dos seguintes processos retrata melhor a origem da sua ideia de negócio: \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Identificou uma necessidade no mercado e desenvolveu uma ideia sobre um novo produto/serviço para a satisfazer.
- Desenvolveu uma ideia sobre um novo produto/serviço e procurou identificar uma necessidade no mercado que este novo produto/serviço pudesse satisfazer.
- Identificou a necessidade do mercado e a ideia de um novo produto/serviço em simultâneo.
- Sentiu a necessidade de criar um negócio (em qualquer setor) internacionalmente.
- Sentiu a necessidade de criar um negócio que só funcione internacionalmente.
- Sentiu a necessidade de criar um negócio com o objetivo de o internacionalizar posteriormente.

[ ]

**Está a pensar em começar o novo projeto empresarial: \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- No local onde vive
- No local onde fica a sua instituição de ensino superior
- Noutro local em Portugal
- No Mundo
- Outro

[ ]

**Está a pensar em começar um novo projeto empresarial: \*****Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sozinho
- Com parceiros

[ ]

**No caso de ser com parceiros, esses parceiros serão: \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? ) e A resposta for 'Com parceiros ' na pergunta '27 [G305]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial: )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Membros da sua família
- Amigos do seu local de residência
- Amigos da sua escola
- Outro

[ ]

**Qual a frequência com que interage/convive com esses parceiros? \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Muito frequentemente
- Com pouca frequência

[ ]

**Está a pensar em: \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

A resposta for 'Sim' na pergunta '22 [G301]' ( Está a pensar em começar um novo projeto empresarial? )

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Começar um novo projeto empresarial a tempo inteiro (i.e., não pretende ter um emprego para além de trabalhar no seu novo projeto empresarial)
- Começar um novo projeto empresarial em part-time (i.e., pretende ter um emprego para além de trabalhar ou estudar no seu novo projeto empresarial)

## Sobre Si

[ ]

### Pensando em si, até que ponto é verdade que: \*

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Nunca procura oportunidades para criar um novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Está a poupar dinheiro para começar um novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura literatura sobre como implementar um novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não tem planos para criar o seu próprio projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Despende tempo a aprender sobre como criar um novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não tem imaginação para novos produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem facilidade em identificar necessidades de novos produtos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gostaria de gerir uma empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gostaria de criar algo novo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem uma ideia inovadora sobre a forma de organizar a empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tem uma ideia inovadora sobre um determinado processo de produção.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ ]

**Interessa-nos a sua experiência e a experiência dos membros da sua família em projetos empreendedores \***

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Sim (projeto de âmbito nacional)	Sim (projeto de âmbito internacional)	Não
Os seus pais ou avós alguma vez criaram um projeto empresarial?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O(s) seu(s) irmão(s) já alguma vez criaram um projeto empresarial?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alguma vez deteve uma posição remunerada (ou não remunerada) num projeto empresarial de familiares?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ ]

**Indique, por favor, o seu nível de concordância em relação a cada uma das seguintes afirmações: \***

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Consegue sempre resolver problemas difíceis se se esforçar o suficiente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É fácil manter-se fiel aos seus objetivos e atingi-los.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Graças às suas competências e capacidades, sabe que consegue lidar com situações imprevistas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consegue resolver a maioria dos problemas se investir o esforço necessário.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando confrontado com um problema, consegue, normalmente, encontrar várias soluções.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Normalmente, consegue lidar com qualquer imprevisto que se depre no seu caminho.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pensa frequentemente em tornar-se um empreendedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consegue lidar facilmente com o risco.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tornar-se um empreendedor é um objetivo importante para si.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosta de pensar em si como um cidadão do Mundo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Privilegia a relação com outros povos e culturas.					
Sente-se desconfortável distante do seu ambiente familiar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os projetos com risco elevado não o assustam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera os projetos internacionais mais arriscados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## **Capacidades Empresariais**

[ ]

**Neste grupo de afirmações são apresentadas várias atividades. Para cada uma indique, por favor, o nível de concordância, completando a seguinte afirmação: "Sou capaz de": \***

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Gerar uma nova ideia para um produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar brainstorming com outros para gerar uma nova ideia para um produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Identificar a necessidade de um novo produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conceber um produto ou serviço que satisfaça as necessidades ou desejos de um cliente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estimar o nível de procura para um novo produto ou serviço por parte dos futuros clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Determinar um preço competitivo para um novo produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estimar o investimento inicial e o fundo de maneio necessários para iniciar um novo projecto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conceber uma campanha de marketing/publicidade eficaz para um novo produto ou serviço.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conseguir motivar os outros no desenvolvimento/participação de um novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar uma network (i.e., estabelecer contactos e trocar informação com outros).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar um estudo de mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De forma clara, concisa e acessível, explicar verbalmente/por escrito as suas ideias sobre o novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Supervisionar colaboradores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recrutar e contratar colaboradores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Discordo totalmente	Discordo	Nem discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Delegar tarefas e responsabilidades aos colaboradores no seu novo projeto empresarial.					
Lidar eficazmente com os problemas e crises do dia-a-dia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inspirar, encorajar e motivar os seus colaboradores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dar formação aos colaboradores.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizar e manter registos financeiros do seu novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerir os ativos financeiros do seu novo projeto empresarial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ler e interpretar os documentos financeiros.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interagir com culturas diferentes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perceber e reagir às diferenças culturais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociar em contexto internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procurar informação sobre mercados internacionais.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## Resultados Esperados com a Implementação de um Novo Projeto Empresarial

[ ]

**Até que ponto esperaria conseguir alcançar os seguintes resultados com a implementação de um novo projeto empresarial? \***

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito pouco	Pouco	Não sabe	Moderadamente	Muito
Ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Independência/Autonomia (liberdade pessoal, ser o seu próprio patrão, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ganhos pessoais (reconhecimento público, desenvolvimento pessoal, provar que sou capaz de fazer coisas, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança familiar (assegurar o futuro dos membros da família, construir um negócio que possa passar para a geração seguinte, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ganhos de tempo (ficando, assim, mais disponível para fazer outras coisas.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar impacto social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expor-se a novos mercados / Países.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[ ]

**Sente-se confortável com a sua aparência física? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

[ ]

**Tem facilidade em inserir-se num novo grupo de pessoas? \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

15/09/2014 – 11:14

Submeter o seu inquérito  
Obrigado por ter concluído este inquérito.