



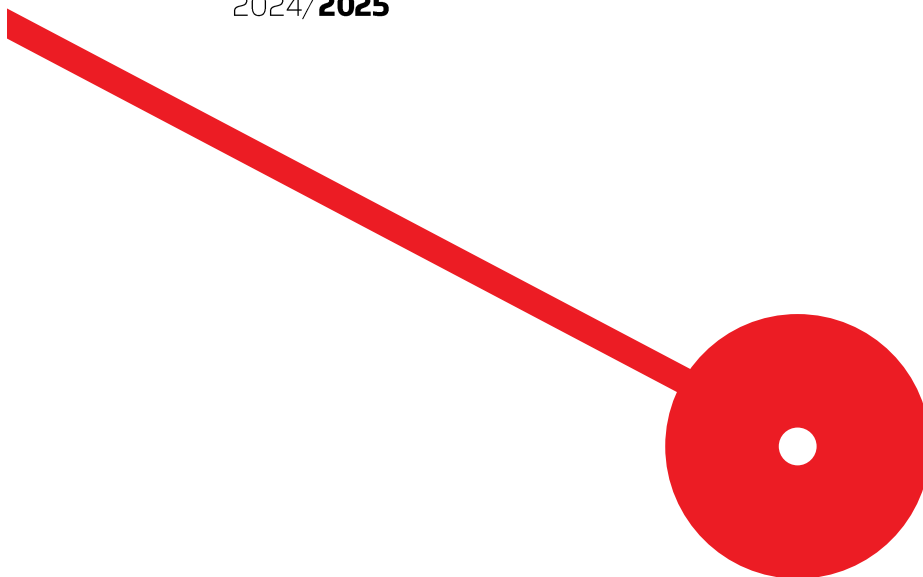
MESTRADO

Gestão das Organizações: Ramo Gestão de Empresas

A Influência da Formação Empreendedora na Intenção de Iniciar um Negócio: O Papel Mediador do Mindset de Crescimento

Susana Raquel Pacheco Andrade

2024/**2025**





MESTRADO

Gestão das Organizações: ramo Gestão de Empresas

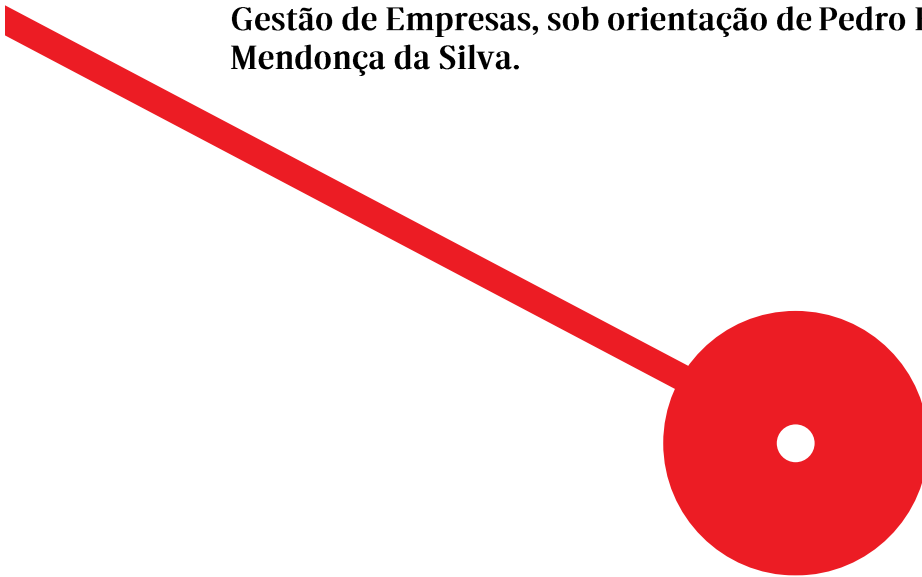
A Influência da Formação Empreendedora na Intenção de Iniciar um Negócio: O Papel Mediador do Mindset de Crescimento

Susana Raquel Pacheco Andrade

Dissertação de Mestrado apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Gestão das Organizações: Ramo Gestão de Empresas, sob orientação de Pedro Bruno Mendonça da Silva.

Susana Raquel Pacheco Andrade. A Influência da Formação Empreendedora na Intenção de Iniciar um Negócio: O Papel Mediador do Mindset de crescimento

2024/2025



Agradecimentos

O espaço limitado desta secção não me permite expressar individualmente o meu apreço a todas as pessoas que cooperaram no cumprimento dos meus objetivos pessoais, contribuindo para a realização desta etapa essencial da minha formação académica. Assim, deixo aqui, de forma generalizada, as minhas palavras de agradecimento.

Ao professor e orientador Pedro Bruno Mendonça da Silva, manifesto os meus sinceros agradecimentos por ter partilhado o seu conhecimento, orientando-me com clareza ao longo de todo este percurso.

Aos meus pais e à minha irmã, que me ofereceram força e suporte durante as fases mais difíceis na elaboração deste trabalho, tal como em todas as fases da minha vida.

À minha melhor amiga e ao meu namorado, pelo apoio, carinho e presença constante ao longo deste caminho, que foram fundamentais para ultrapassar os desafios desta dissertação.

Por fim, estendo o meu reconhecimento a todos os meus amigos e familiares que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste projeto.

A todos, o mais sincero e terno apreço.

Resumo:

Vivemos numa era de rápidas e profundas transformações económicas, sociais e tecnológicas, que exigem respostas rápidas e adaptáveis. Neste contexto, o empreendedorismo assume um papel central, atuando como motor de progresso, pela sua capacidade de identificar oportunidades e transformar ideias em soluções geradoras de valor para a sociedade.

Contudo, antes de qualquer ação em concreto, encontramos a intenção empreendedora, que representa a motivação interna e desejo de empreender. É essa intenção que, dá o primeiro impulso ao comportamento empreendedor, tornando-se por isso fundamental compreender as motivações subjacentes a estas iniciativas.

Tendo em conta a importância destas iniciativas, o presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto do *mindset* de crescimento e da formação na intenção empreendedora, procurando compreender de que forma estes fatores contribuem para o desenvolvimento de atitudes e comportamentos favoráveis ao empreendedorismo.

Para tal, procedeu-se a uma revisão de literatura, que permitiu a construção do modelo conceptual e a formulação das respetivas hipóteses de investigação. Posteriormente, foi desenvolvido um estudo empírico de natureza quantitativa, com recurso à aplicação de um questionário, a indivíduos de diferentes áreas, com o objetivo de analisar as relações entre as variáveis em estudo.

Para análise das relações entre as variáveis e de forma a validar o modelo conceptual, foram utilizados programas estatísticos como o SPSS 24.0 e o AMOS-SEM 20.0.

Os resultados obtidos indicaram que, o *mindset* de crescimento tem efeitos positivos e significativos na intenção empreendedora, e atua como mediador na relação entre a formação empreendedora e a intenção de iniciar um negócio.

Assim, o presente estudo evidenciou a importância de adotar uma mentalidade voltada para o crescimento, como fator essencial no fortalecimento dos impactos das ações educativas no desenvolvimento da intenção empreendedora.

Palavras-chave: Educação Empreendedora, Formação Empreendedora, Intenção Empreendedora, *Mindset* de Crescimento.

Abstract:

We live in an era of rapid and profound economic, social and technological transformations, which require quick and adaptable responses. In this context, entrepreneurship plays a central role, acting as an engine of progress, due to its ability to identify opportunities and transform ideas into solutions that generate value for society.

However, before any concrete action, we find the entrepreneurial intention, which represents the internal motivation and desire to undertake. It is this intention that gives the first impetus to entrepreneurial behavior, making it essential to understand the motivations behind these initiatives.

Given the importance of these initiatives, the aim of this study is to analyze the impact of growth mindset and training on entrepreneurial intention, seeking to understand how these factors contribute to the development of attitudes and behaviors favorable to entrepreneurship.

To this end, a literature review was carried out, which enabled the conceptual model to be built and the respective research hypotheses to be formulated. Subsequently, a quantitative empirical study was carried out, using a questionnaire to individuals from different areas, with the aim of analyzing the relationships between the variables under study.

In order to analyze the relationships between the variables and validate the conceptual model, statistical programs such as SPSS 24.0 and AMOS-SEM 20.0 were used.

The results obtained indicate that the growth mindset has positive and significant effects on entrepreneurial intention, and acts as a mediator in the relationship between entrepreneurial training and the intention to start a business.

Thus, this study highlighted the importance of adopting a growth mindset as an essential factor in strengthening the impact of educational actions on the development of entrepreneurial intention.

Key words: Entrepreneurial Education, Entrepreneurial Training, Entrepreneurial Intention, Growth Mindset.

Índice geral

Capítulo - Introdução.....	1
Capítulo I – Revisão da literatura.....	3
1.1 Empreendedorismo	3
1.2 Educação e Formação Empreendedora.....	6
1.3 Mindset de Crescimento	13
1.4 Intenção Empreendedora	21
1.4.1 Intenção Empreendedora em Portugal.....	28
Capítulo II- Modelo Conceptual e Formulação de Hipóteses	31
2 Modelo Conceptual	31
3 Formulação de Hipóteses.....	33
Capítulo III- Metodologia de investigação	49
4 Pesquisa- Questionário	49
5 Caracterização da Amostra	52
6 AFE- Análise Fatorial Exploratória.....	55
6.1 AFC- Análise Fatorial Confirmatória.....	57
6.2 Fiabilidade dos Constructos	58
6.3 Validade dos Constructos	61
7 Modelo Estrutural e Testes de Hipótese	63
Capítulo IV- Discussão e Interpretação dos Resultados	66
8 Sumário dos Resultados	66
Capítulo V- Contribuições teóricas e implicações práticas	68
Capítulo VI- Limitações e implicações futuras.....	70
Capítulo VII- Conclusão	72
Referências bibliográficas.....	74
9 Bibliografia.....	74
Anexos.....	93

Anexo I – Questionário	93
Impacto da Formação na Intenção Empreendedora	93
Impacto do Mindset de Crescimento na Intenção Empreendedora	95
Avaliação da Intenção Empreendedora	96
Dados gerais.....	97

Índice de Figuras

Figura 1:Variação do número de fundadores Alumni nas Instituições de Ensino Superior	11
Figura 2-Modelo conceptual.....	48
Figura 3-Modelo das equações estruturais	63

Índice de Tabelas

Tabela 1- Características de sucesso e fracasso entre empreendedores	5
Tabela 2- Diferenças entre ensino formal e informal	12
Tabela 3: Características do mindset fixo e de crescimento	17
Tabela 4- Caracterização da amostra	53
Tabela 5- Estatísticas dos elementos demográficos	55
Tabela 6 - Análise Fatorial Exploratória	57
Tabela 7- Média, desvio padrão, erro desvio, assimetria e curtose	60
Tabela 8- Indicadores de ajustamento do modelo	61
Tabela 9- Indicadores de validade convergente e discriminante	62

Lista de abreviaturas

GEM - Global Entrepreneurship Monitor

IES - Instituto Ensino Superior

INE - Instituto Nacional de Estatística

IAPMAI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

CAPÍTULO - INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é hoje um fenómeno global amplamente reconhecido como um motor essencial para o crescimento económico e para a criação de novos empregos. Este fenómeno, surge em resposta a profundas transformações nas relações internacionais, nos métodos de produção, no mercado de trabalho e na formação académica e profissional (Fairlie, 2022).

Apesar da sua longa trajetória, o conceito de empreendedorismo continua a evoluir e adaptar-se às mudanças sociais e económicas. Esta capacidade de adaptação, reforça a importância de se aprofundar o estudo do empreendedorismo em diferentes contextos, como o ambiente académico e o percurso profissional, de forma a compreender de que modo estas variáveis influenciam as práticas e os desafios enfrentados pelas diferentes faixas etárias.

Embora muitas vezes considerada uma escolha espontânea, a decisão de empreender é influenciada por uma multiplicidade de fatores, incluindo aspetos económicos, financeiros, socioculturais e ambientais (Bergmann, Audretsch, & Bohinc, 2021).

Reconhecendo a complexidade desses fatores, as entidades educacionais têm vindo a integrar cada vez mais o empreendedorismo na formação académica, através das universidades ao redor do mundo que, investem no desenvolvimento de competências e habilidades empreendedoras. As instituições de ensino apostam na oferta de cursos e disciplinas ligadas ao empreendedorismo, mas também em iniciativas práticas tais como, a criação de programas, eventos, parcerias e *workshops*.

Em Portugal, esta aposta também se manifesta nas Instituições de Ensino Superior (IES), que reconhecem a importância de criar boas condições para desenvolver a inovação e empreendedorismo desde a base universitária.

No entanto, os dados apontados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) em 2018, revelam se por um lado 7,6% dos empreendedores no mercado de trabalho em Portugal, são formados. Por outro lado, é evidenciado uma redução significativa da percentagem de empreendedores jovens em Portugal desde 2013, atingindo 1,4% em 2018.

Este facto pode ser justificado pela instabilidade económica e a pela escassez no suporte financeiro direcionado à nova geração de empreendedores (INE, 2020).

Todavia, a eficiência do empreendedor, não depende apenas do conhecimento técnico e das competências e habilidades adquiridas ao longo da vida, seja por meio da experiência profissional ou através da formação académica. Os vários fatores, psicológicos e os cognitivos, também desempenham um papel fundamental, sendo um exemplo disso, o *mindset* de crescimento, desenvolvido por Carol Dweck no livro: “*The New Psychology of Success*” (2006).

Carol Dweck, nos diversos artigos que escreveu sobre esta temática defende que, a mentalidade de crescimento pode ter impacto significativo na intenção de empreender, pois os indivíduos com essa mentalidade tendem a encarar os desafios e os fracassos como oportunidades para crescimento, desenvolvimento e aprendizagem.

Desta forma, a combinação entre o conhecimento técnico adquirido e o *mindset* de crescimento oferecem uma abordagem inovadora para compreender a intenção empreendedora, facto que, permitirá o desenvolvimento de estratégias de apoio a novos empreendedores, enquanto oferece uma compreensão mais aprofundada dos fatores subjacentes à intenção empreendedora.

Neste contexto, torna-se possível promover o empoderamento individual, incentivando os indivíduos a verem o empreendedorismo como uma oportunidade profissional catalisadora (Santos, et al., 2021).

A análise da intenção empreendedora revela o potencial transformador que pode ser desbloqueado por meio de estratégias bem estruturadas, e são diversos os estudos que comprovam a importância desta abordagem como, por exemplo, o trabalho de Zarelli, Otto e Junior (2021) que analisa como a formação académica e do apoio institucional afetam os novos empreendedores e o trabalho de Brush, Edelman, Monalova e Welter (2019) que investiga como as políticas de apoio e as redes de mentoria influenciam o desenvolvimento de empreendedores em múltiplos contextos.

Os estudos apresentados destacaram a importância ao estudo da intenção empreendedora e motivaram a investigação particular de como a formação em empreendedorismo, mediada pelo *mindset* de crescimento pode influenciar a intenção de iniciar um negócio, sendo esse o principal objetivo do presente trabalho.

1.1 Empreendedorismo

O empreendedorismo é um fator determinante para o crescimento económico, (Davey, Hannon, & Penaluna, 2016) resultando da identificação de oportunidades e da perceção de capacidades empreendedoras, impulsionando assim a criação de novos negócios (Bakar, Ahmad, Wright, & Skoko, 2017).

A criação de novos negócios desempenha atualmente um papel basilar para a conceção de novos empregos e, dado o impacto positivo na economia e no bem-estar social (Halvarsson, Korpi, & Wennberg, 2018), tende a impactar diretamente nas decisões políticas que promovam atividades empreendedoras (Cui, Sun, & Bell, 2021).

Atualmente, este conceito tem sido aprofundado, tornando-se essencial analisar a sua evolução ao longo do tempo. No início do século XX, o economista austríaco, Joseph Schumpeter, ampliou esta definição, descrevendo-o como um processo inovador que resulta da criação de novos produtos, processos, mercados ou fontes de matérias-primas. Esse dinamismo abriu portas ao surgimento de novas oportunidades de negócio, e, conseqüentemente, impulsionou o desenvolvimento do sistema económico.

Seguindo essa linha de pensamento, o psicólogo americano David McClelland, aprofundou este conceito reforçando que, o mesmo resulta de um processo dinâmico caracterizado pela procura de novas oportunidades, mas movido pela necessidade intrínseca de realização. Esse processo, concretizava-se através da capacidade de inovar e transformar ideias em ações concretas, sendo particularmente favorecido por contextos culturais que valorizam o senso da realização e da inovação.

Paralelamente, o escritor e professor Peter Drucker (1985), destacou a necessidade de articular neste conceito a dimensão do risco, argumentando que, este é uma parte inevitável e essencial ao processo empreendedor. Neste sentido, seria necessário que os indivíduos realizassem uma análise cuidada das oportunidades e da sua predisposição para assumir riscos, para que pudessem desenvolver ideias sustentáveis para os seus futuros negócios.

Recentemente Baker (2025) questiona essa visão, afirmando que, o empreendedorismo tende a ser mais bem-sucedido quando se adota uma abordagem equilibrada, tanto na inovação incremental quanto na avaliação cautelosa dos riscos assumidos.

Segundo Bucha, Pereira e Alves (2015) o empreendedorismo vai para além de um simples conceito de negócio, como inicialmente definido por Joseph Schumpeter, tratando-se de um conceito de vida que reflete um conjunto de transformações que ocorrem a diferentes níveis e que, proporcionam ao ser humano melhores condições de vida, como a independência.

De acordo o estudo da *Global Entrepreneurship Monitor 2023-2024*, o empreendedorismo pode ser definido como qualquer iniciativa de iniciar um negócio com objetivo da independência, tanto por meio do trabalho realizado por conta própria ou pela expansão de um empreendimento já existente.

A *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) desempenha um papel ativo fundamental na compreensão do empreendedorismo, reunindo vários estudos e análises sobre tendências, desafios e oportunidades neste âmbito a nível global. No ano de 2022/2023, foi realizado um estudo à população angolana focado na atividade empreendedora, nas aspirações e nas dificuldades dos indivíduos, onde se verificou que, cerca de 77% dos indivíduos consideraram mais fácil iniciar um negócio dentro do país, refletindo-se numa taxa crescente de atividade empreendedora, que atingiu os 8% em 2022 (GEM, 2022).

Com base nas definições apresentadas pelos teóricos, pode-se deduzir que, os empreendedores são indivíduos capazes de identificar e avaliar oportunidades, desenvolvendo um conceito de negócio que reúne os recursos necessários para atender às particularidades das necessidades humanas.

Segundo Sarasvathy (2001) os empreendedores não seguem uma abordagem estruturada, estão em constante procura por novos objetivos e, assim que alcançam uma meta, rapidamente direcionam a sua atenção para outra oportunidade. Essa dinâmica, confere-lhes uma grande capacidade de realização e uma profunda satisfação pessoal ao atingirem os seus objetivos individuais, tal como defende o autor David McClelland.

Os empreendedores, com base na perspetiva delineada por estes autores, sentem uma grande necessidade de concretizar as suas ideias de acordo com a sua própria visão, valorizando a liberdade de escolha e agindo sempre em consonância com os seus

princípios e valores. No entanto, ao longo da história, verifica-se que os empreendedores tendem a concentrar-se nos fatores que levam ao sucesso dos negócios, contudo, os dados estatísticos mostram que as taxas de fracasso superam significativamente as de sucesso, evidenciando os fatores de complexidade e risco referidos por Drucker (Ramos-Rodriguez, Medina-Garrido, & Ruiz-Navarro, 2019).

Com base nessa perspectiva torna-se essencial compreender as características que distinguem o conceito de “sucesso” e “fracasso” no contexto empreendedor, tal como ilustrado na Tabela 1. Para Mccarthy et al., (2023) o sucesso como empreendedor e como proprietário de um negócio próprio não deve ser atribuído a um único fator, como a localização privilegiada da empresa ou a disponibilidade suficiente de capital.

O conceito de “sucesso” depende fundamentalmente da aplicação de práticas de gestão eficientes, onde a excelência é alcançada através de um processo contínuo e exigente, cujo principal objetivo passa por direcionar os empreendedores no sentido de avaliarem constantemente os seus comportamentos, capacidades, pontos fortes e pontos fracos.

Estes fatores ampliaram as características defendidas por Rye (1995) e apresentadas na tabela abaixo.

Características de sucesso dos empreendedores	Características de fracasso dos empreendedores
Pensamento criativo e objetivo;	Falta de experiência;
Análise recorrente de oportunidades;	Dificuldades no planeamento financeiro;
Gestão por objetivos;	Fracca análise de objetivos;
Resolução eficaz dos problemas;	Gastos excessivos;
Controlo de horários;	Ineficácia no controlo do negócio;
Autocontrolo sobre as atividades;	Expansão excessiva;

Tabela 1- Características de sucesso e fracasso entre empreendedores

Fonte: Elaboração própria, adaptado de David & Rye (1995)

A análise da Tabela 1 permite concluir que, existem motivos claros e identificáveis que podem levar ao fracasso dos empreendedores, no entanto, esses fatores podem ser evitados ou diminuídos através de um planeamento cuidado, detalhado e rigoroso, conjugado com um controlo eficaz dos recursos disponíveis.

Neste ponto de vista, a capacidade de identificar oportunidades mostra-se essencial e manifesta-se através de duas vertentes: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. O empreendedorismo por necessidade, refere-se à criação de negócio como resultado da escassez de oportunidades ou devido a situações profissionais desfavoráveis, enquanto o empreendedorismo por oportunidade envolve a identificação estratégica de uma oportunidade de negócio lucrativa (Rodrigues, 2018).

Em Portugal, observa-se uma combinação entre o empreendedorismo por necessidade e oportunidade. Apesar do aumento do investimento neste setor, ainda há um longo caminho a percorrer, especialmente devido à insuficiência de investimento na criação de novas empresas com potencial de crescimento, e que, muitas vezes, resulta no encerramento das mesmas nos primeiros anos de vida (Palma & Silva, 2014).

Para melhorar essas condições, Portugal reconhece a necessidade de reforçar o investimento em *high tech* (aplicação de uma base tecnológica nas empresas) e a criação de ferramentas especializadas para apoiar o financiamento das fases iniciais e de maior risco das empresas com esse potencial de negócio.

Além disso, para garantir uma oferta contínua de empreendedores, diversos autores têm analisado frequentemente as origens das intenções empreendedoras, principalmente no que toca à identificação dos fatores que tendem a estimular o empreendedorismo em Portugal (Esfandiar, Sharifi-Tehrani, Pratt, & Altinay, 2019).

1.2 Educação e Formação Empreendedora

A educação para o empreendedorismo é entendida como qualquer programa educativo ou processo de aprendizagem destinado a desenvolver as atitudes, as habilidades e as competências empreendedoras nos indivíduos.

A educação empreendedora tem como objetivo desenvolver características pessoais essenciais como, a criatividade, o pensamento crítico, a capacidade de tomar decisões em ambientes de incerteza e a competência de inovar (Fayolle & Gailly, 2015). Para além de, promover a resiliência, a proatividade e a capacidade de enfrentar novos desafios.

Nesta abordagem as instituições de ensino superior surgem como um exemplo claro da aplicação destes programas e processos de aprendizagem voltados para o

empreendedorismo. De acordo com Shahin, Gonsalvez e Whittle (2020) estas instituições impactam de duas formas distintas: indiretamente através da educação e formação de futuros profissionais e diretamente ao promoverem iniciativas, atividades e programas específicos que fomentem o espírito inovador e empreendedor nos estudantes.

Com estas iniciativas, as instituições de ensino superior conseguem contribuir notoriamente para o empreendedorismo, desenvolvendo uma educação voltada para essa área e influenciando positivamente a intenção empreendedora futura dos estudantes (Ramadani, Rahman, Salamzadeh, Rahaman, & Abazi-Alili, 2022).

Molino, Dolce, Cortese e Ghislieri (2018) acrescentam a esta perspectiva outro aspeto relevante, principalmente no que se refere ao apoio social, ao mencionar a importância do suporte proporcionado pelos amigos, família e outros grupos sociais durante a trajetória empreendedora, e que, frequentemente, se encontra associado a sentimentos subjetivos entre os indivíduos.

O apoio oferecido por este grupo social mostra-se relevante, uma vez que, o empreendedorismo é, por natureza, encarado como um processo de mobilização de recursos provenientes do meio social que envolve a exposição perante riscos e pressões, tendendo a reduzir a iniciativa dos indivíduos iniciarem os seus próprios negócios. No entanto, é precisamente o suporte social que permite mitigar esses riscos, criando um ambiente mais confortável ao desenvolvimento do empreendedorismo.

Acuna-Durán, Pradenas-Wilson, Oyanedel e Jalon-Gardella (2021) ampliam esta perspectiva, referindo que, o forte suporte social tende a melhorar a capacidade de os indivíduos lidarem com novas mudanças e desafios. Estes autores ilustraram essa ideia com o estudo realizado a estudantes universitários, que revelou que, ao enfrentarem ambientes complexos e ambíguos, a presença de um forte apoio social estava associada a uma maior intenção empreendedora.

Geralmente, os empreendedores reconhecem que recebem suporte emocional, informativo e financeiro em ambientes aceites pela sociedade.

Neste sentido, encontramos várias atividades que favorecem o empreendedorismo, além do apoio social apresentado anteriormente, encontra-se também a oferta da educação para o empreendedorismo, em escolas e universidades, a disponibilização de instalações incubadoras e o apoio a programas de mentoria (Pinto, Ossmane, & Carvalho, 2020).

Nessa perspectiva surgem os programas de mentoria caracterizados pela disponibilização, por parte de algumas empresas, de instalações seguras para os indivíduos testarem as suas ideias de negócio, oferecendo suporte logístico, recursos e acesso a uma diversificada rede de contactos, permitindo aos estudantes desenvolverem redes de apoio e obterem um feedback inicial importante (Nielsen & Lassen, 2012).

Marques, Ferreira, Marques e Leal (2024) vão mais além, referindo que, as condições de formação para o desenvolvimento do empreendedorismo caracterizam-se pelo apoio que as universidades prestam ao longo do processo académico que inclui, entre outras iniciativas, a criação de espaços reservados de empresas, parques científicos e os programas de mentoria.

Assim, ao analisar a importância das diferentes iniciativas percebe-se que, a combinação entre a educação formal, incubadoras e programas de mentorias são fundamentais para a criação de um ecossistema favorável ao empreendedorismo.

Na literatura diversos estudos demonstraram esta relação positiva, entre educação para o empreendedorismo e intenção empreendedora. Um exemplo notável foi o trabalho de Soutaris, Zerbinati e Al-Laham (2007) que, através do contributo de 329 estudantes universitários provenientes do Reino Unido e da Alemanha, concluíram que, a participação em programas de educação empreendedora aumentava a intenção dos estudantes iniciarem por eles próprios um negócio.

Fayolle e Gailly (2015) também cooperaram para este campo de estudo, ao analisarem os dados de 305 estudantes europeus pertencentes a diferentes cursos e áreas de estudo. Os autores apuraram que, a formação em empreendedorismo pode, tendencialmente, desenvolver traços pessoais como, a confiança e o otimismo, e, conseqüentemente motivar os indivíduos a considerarem o empreendedorismo como carreira profissional.

Adicionalmente, o estudo Bae, Qian, Miao e Fiet (2014) ofereceu uma análise detalhada destas componentes. Os autores, a partir da participação de 2118 estudantes universitários de vários países, incluindo Estados Unidos e a Coréia do Sul, apuraram que a educação empreendedora quando conjugada com uma experiência prática e um forte apoio social, tende a impactar positivamente nas intenções empreendedoras.

Por outro lado, Martin, Bradley, McNally e Kay (2013) foram para além desses conceitos teóricos, focando-se nas experiências práticas e nas percepções dos estudantes,

apresentando o impacto positivo das mesmas. Os autores destacam que, a forma como a educação é estruturada tende a influenciar diretamente na decisão dos indivíduos seguirem uma carreira empreendedora.

A análise realizada a 102 estudantes, na sua maioria pertencentes aos cursos de engenharia, gestão e negócios permitiu auferir que, quando a educação é estruturada os alunos aprendem a pensar de forma crítica, a identificar problemas e a encontrar soluções práticas. O conhecimento adquirido através deste processo estruturado reforça a confiança dos alunos, aumentando a possibilidade de optarem por um caminho empreendedor.

Nesse sentido, o autor ressalta que, as universidades devem promover experiências educacionais que desenvolvam os conhecimentos e as atitudes necessárias ao empreendedorismo, tanto por meio de atividades fora da aula ou através de experiências dentro dela que sejam orientadas por professores especializados na área. Caso contrário, correm o risco de não preparar adequadamente os estudantes para o mercado de trabalho, limitando a sua capacidade de inovar e iniciar negócios.

Essa preocupação é também refletida no estudo de Lessa, Sousa e Costa (2021) e Fayolle et al. (2016), que referem que, em algumas circunstâncias, a educação formal em empreendedorismo pode ter efeito negativo nas intenções dos indivíduos iniciarem um negócio. Oliveira, Melo e Muijder (2016) argumentam que, essa educação pode limitar características como, a criatividade, a imaginação e a inovação, reduzindo as intenções de empreender.

Da mesma forma, Fayolle e Gailly (2015) demonstram que, o ambiente de aprendizagem se não for devidamente estruturado, através do uso eficiente de estratégias de ensino direcionadas para diferentes alunos, pode impactar negativamente na confiança e na vontade de empreender dos mesmos. Este estudo foi reforçado pela participação de 1300 estudantes provenientes de Instituições de Ensino Superior da França.

Posteriormente, Figueiredo e Souza (2019) também salientaram este aspeto relevante, reforçando a literatura com a importância de mitigar o risco de preparação inadequada por parte dos professores, mostrando ser necessário ajudá-los a desenvolver estratégias de ensino eficientes e ajustadas às particularidades de cada um, através da aposta na formação contínua e na colaboração com outros profissionais desta área.

Tendo em conta este aspeto, a disciplina de empreendedorismo surge com objetivo de orientar o desenvolvimento do comportamento empreendedor, utilizando em grande parte casos práticos das realidades vividas atualmente e, ensinando os alunos a refletirem sobre aspetos do quotidiano tais como, gerir os recursos limitados, a compreensão sobre a competição entre pequenas e grandes empresas, bem como, as formas de implementar soluções inovadoras no mercado atual de trabalho.

É através da análise destes fatores que se encontra casos reais de sucesso e insucesso, aos quais podem servir como guia prático para uma gestão dinâmica do ensino por parte dos professores (Oliveira, et al., 2018).

Em contrapartida, Brandão e Costa (2020) salientam que, as atividades teóricas são muitas vezes reconhecidas pelos estudantes como aborrecidas, sendo para isso necessário que, os professores procurem no seu dia a dia formas de tornar essas atividades mais interessantes, através de jogos de simulação que envolvam os alunos em situações práticas da vida profissional, enquanto promovem um ambiente dinâmico e enriquecedor.

Brandão e Costa (2020) também realçam este aspeto, enquanto Igwe et. al. avisam para o facto de que, nem todos os alunos possuem o mesmo interesse ou predisposição para o empreendedorismo referindo que, uma abordagem única não será suficiente (Igwe, et al., 2022).

Nesse sentido, torna-se evidente a necessidade de adotar uma pedagogia híbrida que combine elementos teóricos e práticos, ajustados a diferentes perfis e interesses dos estudantes. Um exemplo desta pedagogia é a iniciativa *Portugal's Entrepreneurial University Ranking 2023*, que mostra que, as universidades portuguesas apresentam um elevado número de empreendedores entre os estudantes alumni. Em especial a U. Porto que assume a liderança do ranking em 2023, contabilizando 275 fundadores de *start-ups* entre os seus ex. alunos, como visível na Figura 1.

Outro aspeto a demonstrar foi o aumento significativo observado no Instituto Universitário de Lisboa, contando com 162 fundadores alumni, no ano de 2023, o que denotou a crescente vitalidade do empreendedorismo no Ensino Superior em Portugal.

Este estudo permitiu fundamentalmente concluir que, através de um ambiente académico colaborativo entre as diversas universidades e os variados alunos torna-se possível fomentar o espírito empreendedor desde os primeiros anos de formação.











Nome	Número de alunos 2022/2023	Número de Fundadores Alumni 2022	Número de Fundadores Alumni 2023	Varição do Número de Fundadores
 Universidade do Porto	35791	241	275	+34
 Universidade Católica Portuguesa	13501	231	263	+32
 Universidade Nova de Lisboa	25191	268	253	-15
 Universidade de Lisboa	50197	168	194	+26
 Instituto Universitário de Lisboa	11353	49	162	+113
 Universidade de Coimbra	23852	131	149	+18
 Universidade do Minho	20106	118	143	+25
 Universidade de Aveiro	15963	82	105	+23
 Instituto Politécnico do Porto	21773	44	60	+16
 Universidade Lusófona	11771	30	46	+16

Figura 1: Variação do número de fundadores Alumni nas Instituições de Ensino Superior

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Startup Portugal (2023)

O avanço verificado pode ser estendido para a diferenciação entre Instituições Formais e Informais conforme evidenciado por Jiantong et al. (2021).

Nas Instituições Formais ocorre a transferência de normas políticas, legais e económicas, com o objetivo de regular o comportamento dos indivíduos, enquanto nas Instituições Informais incluem-se apenas os comportamentos, valores e crenças sociais (Fuentelsaz, González, Maicas, & Montero, 2015). Como exemplo de Intuições Formais destacam-se as escolas, as universidades, o governo e as organizações não governamentais, por outro lado, nas Instituições Informais encontramos as redes sociais, os grupos de *networking*, as simulações empresariais, os *workshops* e os programas de mentorias.

Atualmente, existem diversas Instituições Informais que apoiam os professores a desenvolver o espírito empreendedor nos alunos, desde atividades mais simples, adequadas ao ensino básico a atividades mais complexas que incluem o ensino superior. No caso do ensino básico, destacam-se os clubes de empreendedorismo, onde os alunos exploram as características individuais e coletivas, constroem simulações e dinâmicas de

grupo que analisam as dimensões do empreendedorismo através da colaboração e da criatividade. Por outro lado, no ensino superior, a abordagem é diversificada, incluindo a oportunidade de trabalhar em projetos reais.

A comparação e interligação entre estas abordagens alternativas ao ensino, pode ser analisada através da tipificação entre diferentes componentes como: Ensino, Alunos, Instituições, Relações e Atividade, conforme ilustrado na Tabela 1.

Componente	Ensino Formal	Ensino informal
Ensino	Abordagem instrutiva, resultante da transmissão de conhecimento efetuada pelos professores e através da ênfase atribuída à componente teórica.	Abordagem construtiva, resultante da aprendizagem ativa e da construção de conceitos por meio de experiências práticas.
Alunos	Recebem o conhecimento.	Constroem o conhecimento.
Relações	Relações impessoais.	Relações pessoais.
Atividades	Individuais e estáticas.	Individuais ou dinâmicas.
Exemplos	Aprendizagem em sala de aula, palestras, livros e manuais sobre empreendedorismo.	Aprendizagem por meio de simulações, jogos empresariais, conferências com empresas, redes de mentoria e <i>coaching</i> .

Tabela 2- Diferenças entre ensino formal e informal

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Wright et al. (1994)

Yaping e Lu (2024) acrescentam que, o método de ensino ideal resulta da conjugação da abordagem formal e informal. Ao combinar a estrutura teórica das instituições formais com as experiências práticas e contextuais dos indivíduos das instituições informais, os alunos tendem a desenvolver tanto conhecimentos teóricos como competências práticas e sociais fundamentais para a sua formação integral.

Ao interagir com diferentes contextos e ambientes de aprendizagem, os alunos inconscientemente estão a melhorar as suas competências pessoais, tais como, a comunicação, o espírito crítico e de equipa, a resolução de problemas, a tolerância e a capacidade de tomar decisões em ambientes desconhecidos. Esta dinâmica permite reconhecer as componentes práticas e interpessoais dos estudantes e ajuda a delinear o perfil pessoal do aluno preparando-o gradualmente para os desafios empresariais futuros.

1.3 Mindset de Crescimento

Torna-se cada vez mais importante compreender o perfil pessoal dos indivíduos, e, neste sentido, o *mindset* de crescimento tem vindo assumir, ao longo do tempo, um papel fundamental destacando-se pelo seu contributo para o desenvolvimento pessoal e profissional tanto na área da educação como na do empreendedorismo.

O conceito de *mindset* de crescimento assenta essencialmente na crença de que as competências e habilidades não são características fixas, podendo ser desenvolvidas ao longo da vida, contribuindo para o crescimento pessoal dos indivíduos. Segundo Dweck (2017) este conceito é particularmente importante para a análise dos processos motivacionais dos empreendedores nomeadamente ao nível do bem-estar e do senso de realização.

Este conceito predispõe aos alunos focarem-se no desenvolvimento de novos conhecimentos, em vez de se preocuparem em demonstrar inteligência ou evitar demonstrar serem seres pouco inteligentes (Debacker, et al., 2018). Ao desenvolverem essa mentalidade, os indivíduos tendem a sentir-se menos ameaçados pelas dificuldades intelectuais e a evitar situações que possam colocar em causa as suas fragilidades, adotando uma postura resiliente e acreditando na capacidade de aprimorar estas componentes através do esforço e da persistência (Dweck & Leggett, 1988).

Neste sentido, Dweck (2017) acrescenta que, as crenças ou teorias que os indivíduos sustentam tem um impacto significativo nos seus pensamentos, ações e emoções, sendo um exemplo disso as teorias da identidade exploradas nas suas várias obras.

Devido a essa significância, a autora relata a necessidade de se cultivar nas escolas e universidades uma mentalidade orientada para o crescimento, de forma a preparar os indivíduos para enfrentarem situações complexas, acreditando sempre na maleabilidade e no desenvolvimento dos seus atributos pessoais (Dweck & Yeager, 2019).

Em complemento à teoria da identidade explorada no Modelo das Teorias Implícitas da Inteligência, Dweck denota que, os indivíduos possuem diferentes concepções sobre a natureza da sua inteligência, às quais podem ser agrupadas em duas categorias: a mentalidade fixa e a mentalidade de crescimento.

Para Dweck e Yeager (2021) os indivíduos que detêm de uma mentalidade fixa acreditam que a inteligência é uma característica estática e imutável, enquanto os que possuem mentalidade de crescimento concebem a inteligência como algo dinâmico e evolutivo.

Para Dweck a inteligência pode ser analisada através de uma escala, conhecida como a Escala das Teorias da Inteligência (TIS). Esta escala serve como ferramenta para diferenciar os indivíduos que se caracterizam com uma mentalidade fixa ou de crescimento, funcionando através da análise de afirmações como, “Acredito que detenho um certo grau de inteligência e que posso desenvolvê-lo”, “Acredito que sou capaz de transformar a minha inteligência”.

Deste modo, evidencia-se a relevância atribuída ao ensino, conforme defendido por Yeager, ao demonstrar que, os alunos ao apresentarem maiores níveis de mentalidade de crescimento, associados a uma maior resiliência, tendem a observar o ambiente escolar como um espaço focado na aprendizagem, crescimento e amadurecimento.

Esta perspectiva permite-lhes lidarem melhor com situações de pressão, desenvolvendo uma mentalidade aberta ao progresso pessoal, enquanto vai permitindo aperfeiçoar a capacidade de adaptação a diferentes contextos educacionais e empreendedores (Zeng, Hou, & Peng, 2016).

O livro publicado por Carol Dweck, “*The New Psychology of Success*”, explora e exemplifica o conceito de *mindset* de crescimento comparando-o ao *mindset* fixo defendidos. Neste livro o *mindset* fixo é caracterizado como uma orientação na qual os indivíduos acreditam que a capacidade e inteligência são atributos inatos que resultam da necessidade constante de validação e de comparação com os outros, o que, por sua vez, alimenta o medo do fracasso.

Por outro lado, o conceito de *mindset* de crescimento é caracterizado como a mentalidade em que os indivíduos reconhecem que os talentos, as aptidões e os interesses são aspetos que podem ser desenvolvidos através do esforço e da experiência. A autora afirma que, essa crença possibilita o desenvolvimento de qualidades desejadas e cria um ambiente propício à aprendizagem. Estas crenças, quando são aplicadas em diferentes contextos, geram discórdia entre as perspectivas defendidas pelos alunos.

Neste sentido, acredita-se que, a procura constante pelo desenvolvimento e esforço direcionado para essa área, mesmo quando as coisas não correm como o esperado, são

fatores distintivos de uma mentalidade de crescimento, permitindo que os indivíduos se destaquem em momentos desafiantes da vida, como o da escolha profissional.

Ao longo da sua obra, também ressalta o conceito de educação, tanto aquele que é transmitido pelos pais aos filhos, quanto aquele que é oferecido pelos professores em contextos de sala de aula. Nesta obra, é demonstrado que, quando os docentes se preocupam com a aprendizagem dos alunos e trabalham para aperfeiçoá-la, os alunos tendem a acreditar nas suas capacidades e conseguem alcançar o sucesso no desempenho das suas tarefas e trabalhos diários.

Jianpeng, Hu e Wang (2024) também abordaram este tema, demonstrando que, quando os professores de matemática ensinavam com objetivo na compreensão dos problemas, forneciam feedback construtivo e reviam os trabalhos dos alunos, estes apresentavam melhores desempenhos nos testes e avaliações, e acreditavam que seria possível desenvolver competências técnicas nesta área.

Atualmente, os professores, os pais e técnicos, desempenham um papel importante na transmissão de uma mentalidade orientada para o crescimento, tanto nas ações diárias como, na maneira como fazem elogios, como enfrentam as dificuldades, como reagem às adversidades, mas também pela forma como incentivam a aprendizagem contínua nas diversas áreas do conhecimento (Dweck & Yeager, 2021).

Carol Dweck distingue as diferentes abordagens que pais, professores e profissionais devem adotar, identificando as posturas que devem ser tidas em conta de forma a cultivar o espírito empreendedor entre os alunos.

No que diz respeito aos pais, estes devem encorajar a aprendizagem de novas competências nas áreas que os filhos despertem interesse, promovendo a sua evolução em diversos campos ao mesmo tempo que desenvolvem aspetos pessoais como, a curiosidade e a paixão pela aprendizagem.

Para os professores, torna-se essencial reconhecer direta ou indiretamente, as conquistas dos alunos, não valorizando apenas as notas dos testes, mas o seu percurso ao longo do tempo. Nesse sentido, o sistema de ensino atribui maior relevância a comportamentos e trabalhos práticos quando comparados com as avaliações tradicionais, promovendo uma cultura que valoriza o potencial de cada estudante.

Os pais em conjunto com os professores, desempenham um papel crucial na criação de um ambiente seguro e acolhedor para a partilha de opiniões, e para o debate sobre questões primárias do mundo social e económico, uma vez que, os estudantes constituem-se como uns motores essenciais para a contestação do status quo.

Por outro lado, os líderes e os profissionais, tem a responsabilidade de criar ambientes colaborativos, onde seja permitido errar e partilhar ideias em ambientes reais, fomentando o desenvolvimento individual e coletivo dos estudantes.

Rissanen, Kuusisto e Kuusisto (2016) destacaram esta perspetiva, no que toca à sensibilidade intercultural, em especial de professores finlandeses, demonstrando que, a mentalidade de crescimento dos docentes encontrava-se maioritariamente associada a um conjunto de implicações pessoais e processos motivacionais, nomeadamente pelo fortalecimento do senso da autoeficácia.

Este estudo contempla a ideia de Dweck (2009) que refere que, ao contrário dos professores com mentalidade fixa, que tendem a evitar situações de risco e apresentam tendencialmente menor resistência a falhas, os professores com mentalidades de crescimento acreditam na adaptabilidade das práticas pedagógicas e demonstram maior capacidade de resistência a erros e falhas, adotando abordagens de ensino diversificadas.

Esta abordagem de ensino abriu novos caminhos ao estudo do empreendedorismo, principalmente pela reflexão efetuada às várias componentes que influenciam tanto o *mindset* de crescimento como o *mindset* fixo. Nos indivíduos com mentalidade fixa, verifica-se que estes tendem a evitar desafios e desistem diante dos obstáculos, enquanto os que possuem um *mindset* de crescimento encaram estas situações como oportunidade para o seu crescimento e aprendizagem.

Por outro lado, em relação ao esforço, este é visto por uns como um sinal de fragilidade e fraqueza enquanto para outros como uma componente essencial ao desenvolvimento, a mesma lógica aplica-se em relação à componente da crítica.

Em última análise, os resultados são assimilados de maneiras distintas: a mentalidade fixa tende a elevar a estagnação enquanto a mentalidade de crescimento permite alcançar níveis de conquistas elevados, como os evidenciado através da Tabela 2.

Elementos	Mindset fixo	Mindset de crescimento
Desafios	Evita.	Encara.
Obstáculos	Desiste com facilidade.	Persiste na resolução.
Esforço	Infrutífero.	Frutífero.
Critica	Ignora.	Acolhe e assimila.
Sucesso dos pares	Descontentamento.	Estímulo.
Resultados esperados	Desperdício gradual do potencial individual.	Aproveitamento eficaz do potencial individual.

Tabela 3: Características do mindset fixo e de crescimento

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Nigel Holmes (2006)

De forma complementar, o livro “Mentes Extraordinárias”, Howard Gardner (1997) amplia o conceito de inteligência desenvolvido por Dweck, ao descrever os “indivíduos extraordinários” como aqueles que possuem “um talento especial para identificar os seus pontos fortes e fracos e se tornarem empreendedores”. Carol Dweck acrescenta que, aqueles que possuem um *mindset* de crescimento têm a capacidade de desenvolver esse talento por identificarem os aspetos a melhorar e utilizá-los como oportunidades para o seu desenvolvimento. Assim empreendedores com essa mentalidade veem os desafios não como obstáculos, mas como passos para alcançar o sucesso.

No artigo “*A Situated Metacognitive Modelo of the Entrepreneurial Mindset*” publicado no *Journal of Business Venturing*, James Haynie contrastou um aspeto fundamental para o *mindset* de crescimento sob a perspetiva metacognitiva. O estudo ressaltou a capacidade de os empreendedores refletirem sobre os seus próprios pensamentos, o que lhes permite a longo prazo agirem de forma mais eficaz em ambientes dinâmicos e incertos, como os que lidam habitualmente (Haynie & Earley, 2010).

O artigo citado reforça também a noção de mentalidade empreendedora, defendida por Carol Dweck, caracterizando-a como uma característica inata influenciada por diversos ambientes, como o económico, social e cultural em que o individuo se encontra.

Nesta perspetiva o estudo particular de Silva, Rrustemi e Santos (2025), foi essencial, pois demonstrou que, a mentalidade de crescimento associada ao setor da bricolage, quando conjugada com a adaptação criativa e o senso da improvisação evidenciava um forte contributo para os vendedores responderem de forma eficaz em contextos incertos,

como se refletia no contexto das feiras comerciais, possibilitando o sucesso destes mesmos vendedores.

Esse conceito assemelha-se ao conceito de metacognição, por envolver características como pensar em voz alta, refletir sobre diferentes temáticas e ser estratégico nas decisões (Santos, Teixeira, & Saramago, 2022). Assim, tanto a metacognição como a mentalidade empreendedora caracterizam o facto de que as habilidades não são componentes estáticas e podem ser melhoradas ao longo da vida, refletindo a ideia base do estudo do *mindset* de crescimento defendido por Carol Dweck.

Como complemento, Carol Dweck desenvolve uma ferramenta importante, designada por *Growth Mindset Scale*, destinada a avaliar o grau em que as pessoas acreditam que as competências e as habilidades podem ser desenvolvidas através do esforço, da prática e da aprendizagem. Esta escala é aplicada por meio de questionários, com perguntas às quais os indivíduos respondem numa escala de concordância.

No entanto, estudos recentes incorporam neste conceito uma componente fundamental, a componente do risco. Shane e Venkataraman (2000) e Kihlstrom e Laffont (1979), sugerem nos diversos estudos realizados ao empreendedorismo e à mentalidade empreendedora que, os empreendedores estão mais predispostos a assumir riscos quando comparados com os que não são empreendedores. Todavia, Wu e Knott (2006), apresentam uma ideia divergente sugerindo que, os empreendedores podem, em algumas circunstâncias, ser mais avessos ao risco do que os ditos gestores tradicionais.

Outro aspeto relevante para a compreensão do risco é a motivação dos empreendedores. Morris et al. (2023) afirmam que, a mentalidade de crescimento tem um impacto positivo na motivação dos indivíduos e no desempenho académico e profissional, no entanto, a literatura atual carece de uma análise mais detalhada acerca desta temática.

O estudo realizado por Meyer et al. (2017) surge em resposta a algumas destas carências referindo que, os indivíduos com uma mentalidade de crescimento estão mais atentos e conscientes dos erros que cometem, especialmente quando recebem feedback corretivo. A maior sensibilidade ao erro oferece-lhes um potencial significativo para encorajar comportamentos motivadores nas escolas e universidades, potenciando a assunção de riscos por parte dos mesmos.

No entanto, o estudo realizado pela Universidade de Edimburgo, contraria algumas investigações anteriores (Bates & Li, 2017). Este estudo ao analisar os desafios associados à mentalidade de crescimento em alunos com idades entre os 9 e os 13 anos, revelou que, ao contrário do defendido por Carol Dweck, a aplicação de uma mentalidade de crescimento nesta faixa etária não produziu os resultados positivos esperados, particularmente no que toca ao desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora.

Estes resultados representaram a falta de estímulos funcionais, como a exposição a atividades criativas e a dificuldade de resolução de problemas práticos eminente nesta faixa etária, e que dificultam a condução para uma mentalidade de crescimento esperada.

Desta forma, pode induzir-se que, nenhum indivíduo possui uma mentalidade de crescimento ou uma mentalidade fixa. A maioria dos indivíduos encontra-se entre ambas, alternando essas mentalidades de acordo com o contexto e com os desafios que encontram. Assim, a ausência de resultados positivos nessa faixa etária reflete a necessidade de ajustar o desenvolvimento de competências empreendedoras de acordo com as especificidades da fase de desenvolvimento de cada um (Dweck & Yeager, 2019).

O desenvolvimento de uma mentalidade de crescimento nessa assunção pressupõe benefícios para o ambiente empresarial, tanto no presente como nas futuras iniciativas empreendedoras. Segundo Dweck (2016) nas empresas onde predominam indivíduos com elevados níveis de mentalidade de crescimento, sentem-se mais felizes e a cultura da empresa é caracterizada como sendo inovadora e aberta à assunção de riscos.

Neste contexto empresarial, os gerentes assumem o papel chave para a motivação dos colaboradores e para o aproveitamento máximo das suas competências, de forma a garantir que a organização esteja firmemente alinhada para uma mentalidade de crescimento coletiva. Dweck destaca Jack Welch como um exemplo representativo neste domínio e mostra como o CEO da General Electric (GE) implementou um modelo de liderança influente globalmente no ramo do empreendedorismo.

Jack Welch, aplicou alguns conceitos abordados pela literatura de Carol Dweck, destacando a necessidade de desafiar os colaboradores a melhorarem continuamente, através de políticas que favoreçam a meritocracia, o desenvolvimento de talentos e assunção de riscos calculados, criando um ambiente propício à ascensão de mentalidades de crescimento nos colaboradores.

Como líder e gestor, Welch contratava profissionais com base no potencial de cada um, em vez de se apoiar apenas nas suas habilitações académicas, mas preferindo selecionar indivíduos de altas e prestigiadas universidades, como as *Big Ten* nos Estados Unidos e veteranos militares, acreditando que, estes profissionais possuíam as habilidades práticas necessárias para o desempenho das tarefas empresariais.

Dessa forma, a abordagem de Welch serviu de exemplo a múltiplos empreendedores, ilustrando a importância atribuída ao vetor da mentalidade de crescimento. Para Jack Welch, as organizações que detivessem desse tipo de mentalidade priorizavam a contratação internamente, apostando no potencial e na capacidade de aprendizagem dos seus colaboradores, contribuindo assim para um ambiente positivo e de forte crescimento.

Segundo o estudo realizado pela *Harvard Business Review*, em 2014, os funcionários que pertencessem a empresas caracterizadas por uma mentalidade de crescimento apresentavam características como:

- 47% mais propensos a afirmar que os colegas de trabalho são confiáveis;
- 34% mais propensos a sentir o compromisso com a organização;
- 65% mais propensos a declarar que a empresa apoiava na tomada de riscos;
- 49% mais propensos a afirmar que a empresa promovia a organização.

De acordo com este estudo, as empresas que promovessem num *mindset* de crescimento beneficiavam significativamente do envolvimento e da confiança dos seus colaboradores.

Em Portugal, esta mentalidade de crescimento tem-se revelado um pilar estratégico para muitas empresas, sobretudo em períodos de crise, como a pandemia do Covid 19.

Durante este período, várias empresas identificaram a necessidade de redefinir o seu posicionamento, adotando estratégias inovadoras como na Sonae e na Farfetch, através da comercialização e diferenciação online ajustada a diferentes indivíduos, bem como, o reforço dos níveis de mentalidade dos mesmos (Wattanajatra, 2023).

O artigo “Nascer & Crescer: Empresas melhor geridas são as que mais crescem”, da Visão (2024), afirma que, as empresas que se destacam pela gestão eficaz e eficiente, apresentam maiores níveis de desenvolvimento sustentável dos seus negócios, pois o investimento na mentalidade de crescimento é reconhecido como essencial para impulsionar o crescimento e fortalecimento da mesma em períodos de crise económica.

1.4 Intenção Empreendedora

A integração dos conceitos de *mindset* de crescimento, educação e formação empreendedora oferecem uma base sólida à compreensão dos fatores intrínsecos à intenção empreendedora.

O conceito de “intenção empreendedora”, resulta essencialmente da fusão entre os estudos realizados na área do empreendedorismo e os contributos da área da psicologia.

Segundo Tseng, Wang, Lin, Wang e Tsai (2022) essa intenção encontra-se ligada às aspirações de potenciais empreendedores, refletindo-se em atitudes, e, seguindo tendências em relação a essas atividades. Kruger e Minello (2019) acrescentam que, esta intenção traduz comportamentos individuais que os indivíduos tendem a adotar antes de se lançarem numa atividade empreendedora, refletindo sobre conceitos como, o planeamento, a preparação, e a recolha dos recursos necessários para iniciar um negócio.

Por sua vez, Munir, Jianfeng e Ramzan (2019), resumem este conceito como um conjunto de ações planeadas que contribuem para o crescimento da economia, ao qual vai de encontro com o pensamento de Kruger, Cavalheiro, Zonatto e Kaczam (2021) que a define como uma atitude deliberada voltada para a criação de um negócio sustentável.

Assim a intenção empreendedora pode ser entendida como uma convicção de um indivíduo em iniciar um novo negócio, acompanhado da vontade para concretizá-lo num futuro próximo (Thompson, 2009). Bacq e Alt (2018) alegam que, essa intenção traduz-se num estado de espírito consciente que impulsiona os indivíduos a adotar ações e comportamentos empreendedores com vista à sua satisfação pessoal.

Numa análise mais detalhada, Martin-Navarro, Velicia-Martin, Medina-Garrido e Palos-Sanchez (2023) desenvolveram este conceito ao destacarem que ele mesmo incide sobre desejos, aspirações, e motivações marcadas por uma forte determinação em conceber um negócio, incluindo um conjunto de ações para a sua concretização.

Neste sentido, Sahagun, Moser, Shomaker e Fortier (2021) referem o conjunto de fatores necessários na determinação da motivação intrínseca ao processo empreendedor. No ponto de vista do empreendedor, a intenção empreendedora reflete-se num estado mental direcionado para a criação de um novo negócio, representando a disposição cognitiva e comportamental consciente de cada indivíduo em relação às atividades empreendedoras.

Contudo, para alguns autores, a intenção empreendedora definitiva é sobretudo entendida quando se verifica uma disposição mental que orienta a atenção, a experiência, o compromisso, a comunicação, a organização e outras tarefas para o desenvolvimento do comportamento empreendedor (Fini, Grimaldi, Marzocchi, & Sobrero, 2012).

Desta forma, a intenção empreendedora tende a caracterizar-se como a procura pelo conhecimento que, pode ser replicado num contexto empresarial, onde as pessoas que pretendam iniciar um negócio consigam demonstrar uma índole distinta em comparação aquelas que não possuam interesse em iniciar um novo empreendimento.

Segundo Ramos-Rodriguez, Medina-Garrido e Ruiz-Navarro (2019) os indivíduos com perfil empreendedor, tendem apresentar características psicológicas e comportamentais estáveis e consistentes, como a procura constante por novas oportunidades e a capacidade de trazer mudanças para o mundo dos negócios.

No entanto, Gartner (1988), apresenta um ponto de vista distinto, afirmando que, qualquer pessoa pode possuir traços de personalidade associados ao empreendedorismo, mas isso não significa, em muitos casos, que venha a seguir uma carreira empreendedora.

Para tal é importante compreender o que impulsiona a intenção empreendedora orientada para o crescimento, uma vez que, as aspirações empreendedoras de crescimento são consideradas fundamentais para a vitalidade económica (Sleuwaegen & Ramboer, 2020), para as mudanças no mercado e para o desenvolvimento da inovação tecnológica.

Esses elementos revelam-se essenciais, pois no contexto do empreendedorismo, apesar da crescente necessidade de assumir riscos, a intenção empreendedora possibilita ao indivíduo a aquisição de capital financeiro e o alcance da tão “desejada” independência.

Esses fatores, potenciam outros aspetos motivadores para os indivíduos que desejem melhores condições de vida e o desenvolvimento da sua carreira profissional, contribuindo para uma crescente redução da dependência financeira e emocional.

Os indivíduos com estas características são muitas vezes impulsionados por intenções empreendedoras internas, que se traduzem em ações concretas, permitindo-lhes construir o seu próprio negócio no curto ou longo prazo, diferenciando-se dos demais colegas.

Como destacado nas abordagens anteriores, o empreendedorismo é um processo que engloba várias etapas que podem culminar na criação de novos empreendimentos, sendo que a intenção empreendedora emerge como o passo fundamental.

Segundo Makai e Dory (2023) os indivíduos que, optam por seguir o caminho do empreendedorismo como carreira profissional em setores mais arriscados e com maiores níveis de incerteza, tendem a ser menos avessos aos riscos, permitindo-lhes lidarem melhor com a instabilidade presente no mercado de trabalho atual.

Por vezes, este conceito é confundido como o conceito de “mentalidade empreendedora”, que, segundo Maheshwari e Kha (2022) refere-se à capacidade de pensar de forma crítica, desenvolver ideias inovadoras na resolução de problemas, em vez de se limitar a reclamações. Contudo, a mentalidade empreendedora é geralmente vista como o processo que antecede a intenção empreendedora.

Para Cui, Sun e Bell (2021) os indivíduos que detenham de uma mentalidade empreendedora tendem a transformar as suas ideias em ações concretas, enquanto alimentam a longo prazo a intenção de iniciar um negócio.

Posto isto, verifica-se que existem numerosos fatores que estão subjacentes à teoria da intenção empreendedora, sendo possível agrupá-los em várias categorias, incluindo características individuais, fatores sociais, culturais, ambientais e educacionais.

Shirokova, Osiyevskyy e Bogatyreva (2016) fazem a divisão dos fatores que afetam a intenção empreendedora entre características pessoais e fatores ambientais. Estes autores identificam as características pessoais como aquelas que são adquiridas por meio de interações com o ambiente e com atividades relacionadas ao empreendedorismo.

Nos fatores ambientais, refere as características relacionadas com o contexto social, cultural e económico em que o indivíduo se encontra, como o suporte oferecido pelas redes sociais, a disponibilidade de recursos financeiros, as políticas governamentais e as oportunidades oferecidas pelo mercado, podendo estimular ou dificultar o desenvolvimento da intenção empreendedora.

No que diz respeito às características individuais, a literatura destaca a sua importância, para o contexto da intenção empreendedora, e conforme evidenciado nas pesquisas de Zhao, Seibert e Lumpkin (2010), é comprovada a influência geral das capacidades individuais para a criação de negócios nas mais variadas áreas profissionais.

Adicionalmente, o estudo recente realizado por Sahid, Norhisham e Narmaditya (2024) abordou uma nova componente, o contexto específico da interconectividade entre a autoeficácia empreendedora, a atitude empreendedora e a criação de negócios. Os

resultados demonstraram que, a autoeficácia influencia a intenção empreendedora e molda a atitude empreendedora, uma vez que, os indivíduos sentem e acreditam prontamente que detêm as habilidades certas para o sucesso dos seus negócios.

Um exemplo importante foi também o estudo de Akbari, Irani, Zamani e Valizadeh (2024) que ressalta que, a autoestima pode ser uma característica individual reveladora no estudo da intenção empreendedora. Este aspeto, foi reforçado pela análise realizada junto da comunidade iraniana que revelou que, a autoestima exercia uma influência indireta positiva sobre a intenção empreendedora, especialmente em contextos em que o grau de autoeficácia era baixo.

Por outro lado, é igualmente importante considerar os fatores sociais, sendo o *networking* um exemplo significativo. De acordo com o estudo de Farooq, realizado em 2018, junto de recém-formados na área da administração no Paquistão, as redes sociais funcionam como um catalisador da intenção empreendedora, onde se verificava que, os indivíduos com redes de apoio bem estruturadas e com acesso a processos de mentoria demonstravam maior predisposição para criarem os seus próprios negócios.

Adicionalmente, é reconhecida também a importância elementar do apoio familiar e dos amigos na criação e sustento dos negócios (Ajzen, 1991). No artigo publicado por Jiang (2024), com base numa amostra de 212 participantes residentes da China, foi possível verificar o impacto das dificuldades financeiras na infância sobre a intenção empreendedora dos estudantes.

O estudo relata que, as dificuldades financeiras enfrentadas na infância estão positivamente relacionadas com a intenção empreendedora através da mediação do conflito trabalho-família. As dificuldades sentidas pelos indivíduos ao longo da vida, e principalmente em alturas delicadas, como é o caso da infância, podem estimular os indivíduos a procurarem alternativas que permitam alcançar um determinado nível de rendimento e autonomia, refletindo a mentalidade de crescimento de cada um.

Atualmente é comum observar indivíduos que, decidem iniciar os seus negócios em prol das dificuldades vividas na juventude, procurando através do empreendedorismo uma forma de superação. Este perfil de indivíduos enquadra-se no que Bandeira e Silva (2023) caracteriza como empreendedores por necessidade.

Por outro lado, é possível identificar outros fatores que impactam na intenção empreendedora, como sendo os fatores contextuais e ambientais, que variam de uma sociedade para a outra. Entre os mais relevantes, destacam-se o acesso a financiamento (empréstimos, investimentos, apoios), a cultura, as normas e os valores sociais (Mothibi, Malebana, & Rankhumise, 2024).

No entanto, Ajzen, o autor Lopez e Garcia (2020) sugerem outro caminho, testando aspetos como a inovação, a tomada de risco e a proatividade como antecedentes ao empreendedorismo. No estudo realizado pelos autores foi elaborada uma análise abrangente considerando três aspetos essenciais: as características pessoais, as características ambientais e as características relacionadas com o empreendedorismo.

Entre as características pessoais destacaram-se as necessidades de realização e a autoeficácia, nas características ambientais realçaram a existência de um mentor de empreendedorismo e nas características relacionadas com o empreendedorismo englobaram a consciência social e a estratégica de negócio. O estudo permitiu concluir que, tanto os fatores individuais como ambientais exercem um impacto significativo nos comportamentos empreendedores.

Após identificar os vários fatores que estão na origem da intenção empreendedora, torna-se importante explorar a relação entre intenção-comportamento, no contexto do empreendedorismo estudantil (Shirokova, Osiyevskyy, & Bogatyreva, 2016). Os autores salientam que, embora alguns fatores como o género, idade e antecedentes familiares, estejam fora do controlo dos indivíduos, influenciam na intenção empreendedora. Além disso, existem também outros aspetos sob controlo individual que impactam nessa intenção, como é o caso do ambiente universitário e o nível de incerteza do país.

Todos estes fatores influenciam direta ou indiretamente a intenção de empreender e a ação subsequente de iniciar um negócio, como atestado no estudo de Bae, Qian, Miao e Fiet (2014). O estudo evidencia que, à medida que o nível de educação e formação aumenta, a perceção de oportunidades também aumenta, influenciando diretamente a intenção de empreender.

O estudo mais recente desenvolvido por Proença e Parreira (2018) relativamente aos fatores subjacentes à intenção empreendedor, inclui outros aspetos relevantes à análise detalhada da intenção empreendedora como, os programas governamentais, a

transferência de investigação e desenvolvimento, as infraestruturas comerciais e profissionais e as barreiras à entrada.

No que toca aos programas governamentais refere os apoios oferecidos para a promoção do crescimento de novas empresas, como o programa Portugal 2020, que facilitava as candidaturas a fundos estruturais da União Europeia, e o programa Finicia que promovia o Instituto de Apoio a Pequenas e Médias Empresas, oferecendo apoio estrutural a empresas com dificuldades financeiras.

Na transferência de investigação e desenvolvimento delimitou o potencial que esta área tecnológica dispunha para criar oportunidades digitais e transformacionais. De seguida, no conceito de infraestruturas comerciais e profissionais demonstrou essencialmente os impactos positivos das infraestruturas e dos serviços comerciais, contabilísticos e legais no crescimento dos negócios (GEM Portugal 2019/2020, 2020).

Por último, nas barreiras à entrada, refletiu os acordos e procedimentos comerciais que dificultavam a concorrência e a substituição de fornecedores por parte das empresas. Estes fatores permitiam às empresas manter um certo nível de rendibilidade e estabilidade ao mesmo tempo que reforçava a lealdade dos fornecedores.

Assim, o estudo recente realizado pela GEM sobre os fatores subjacentes à intenção empreendedora e às dinâmicas do empreendedorismo em Portugal em 2019/2020 permitiu concluir que:

- O apoio financeiro é considerado uma condição favorável ao empreendedorismo, sendo os principais responsáveis os *Business Angels*;
- A formação e educação são consideradas condições limitadoras devido à falta de atenção destinada ao empreendedorismo ao nível do ensino básico e secundário;
- As normas sociais e culturais são igualmente condições limitadoras, uma vez que, a cultura nacional não é entendida como um estímulo ao sucesso individual;
- As políticas governamentais são consideradas uma condição limitadora, devido às dificuldades resultantes das cargas fiscais e burocracias governamentais;
- Os programas governamentais são considerados facilitadores, existindo um número razoável de programas de apoio disponíveis para novas empresas;

- As barreiras à entrada são consideradas condições tendencialmente limitadoras, devido ao facto de que, as novas empresas e em crescimento não conseguem suportar o custo da entrada no mercado.

A intenção empreendedora pode assim ser analisada sob duas perspetivas distintas: a intenção empreendedora relacionada ao negócio e a intenção empreendedora como característica individual (Rigtering, Kraus, Eggers, & Jensen, 2014).

Na primeira dedução considera-se a influencia de fatores como a orientação e organização das equipas de trabalho, bem como a relevância da cultura organizacional, enquanto na segunda considera-se os traços pessoais, as habilidades e as motivações dos indivíduos. Esta diferenciação tem em consideração os diferentes contextos: organizacional e pessoal em que o empreendedorismo se manifesta. Com base nesta visão pode categorizar-se quatro tipos de intenções empreendedoras: orientada para o crescimento (1), orientada para o estilo de vida (2), orientada para o contexto social (3), orientada para a organização (intraempreendedora) (4), conforme visível na Figura 2.

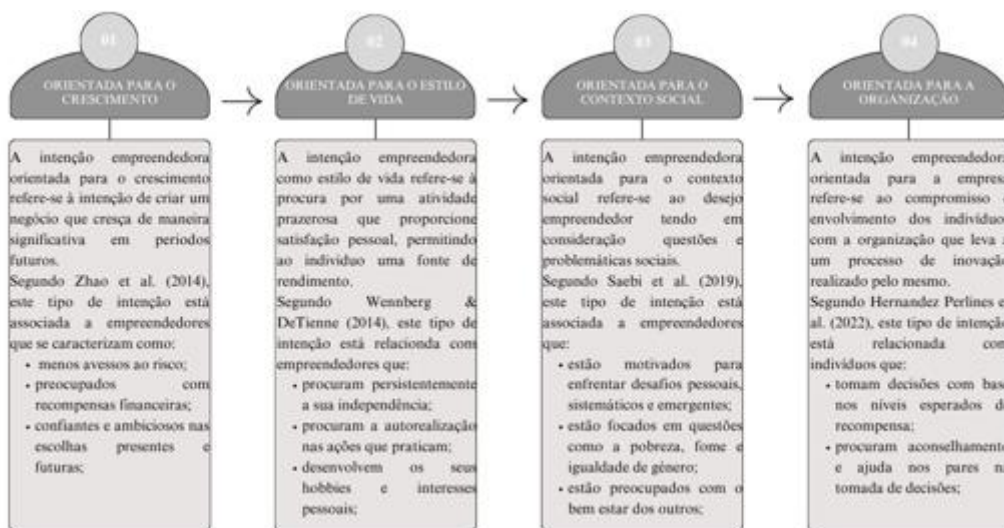


Figura 2- Tipos de intenções empreendedoras

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a Figura 2 é possível verificar que, os indivíduos orientados para o crescimento e para a organização tendem a ser mais propensos ao risco e a tomar decisões que procurem recompensas financeiras, enquanto, os indivíduos orientados para o estilo de vida e contextos sociais priorizam a satisfação e realização pessoal, com especial incidência no bem-estar dos outros.

Este estudo revela que, as diferentes orientações de vida influenciam no comportamento empreendedor, distinguindo-se entre quem procura recompensas financeiras e quem atribui maior valor aos aspetos sociais e emocionais.

Bacq e Alt (2018) levantam uma crítica importante a algumas destas ideias, apontando que, estudos recentes tem apenas se concentrado na análise da influência direta dos traços pessoais sobre a intenção empreendedora, no entanto, informam da necessidade de explorar outros fatores mediadores que podem afetar esse processo.

Estes autores sugerem então que, embora os indivíduos com as mesmas características pessoais possam compartilhar interesses empreendedores análogos, são as habilidades específicas que atuam como mediadoras desse caminho, como é o caso da criatividade, da mentalidade empreendedora, da resistência e da capacidade de tomar decisões sob pressão. Para os autores, estes são os fatores determinantes para transformar as intenções em ações empreendedoras.

1.4.1 Intenção Empreendedora em Portugal

As características culturais de cada região exercem impacto significativo na intenção de empreender, representando um elemento essencial do contexto de um mercado global e competitivo.

Com base nos dados construídos por Hofstede (1997) sabe-se que a cultura nacional tem um impacto significativo nos valores, atitudes e comportamentos dos indivíduos. Através deste estudo é possível identificar quatro dimensões fundamentais: o nível de distância ao poder, o individualismo versus coletivismo, a masculinidade versus feminilidade e o nível de aversão à incerteza.

As características da cultura nacional portuguesa como, a elevada distância ao poder (onde existe uma hierarquia por necessidade), coletivismo (que prioriza as relações interpessoais e de proximidade), feminismo (que valoriza a qualidade de vida e a cooperação) e a elevada aversão à incerteza (que exige clareza nas normas, regras e regulamentações), tendem a impactar indiretamente na intenção empreendedora.

Segundo Moura, Gupta e Barzotto (2020) a aversão ao risco e o medo de fracasso são os aspetos que mais impactam negativamente na cultura portuguesa. Contudo, a independência e o risco não são valores predominantes neste contexto cultural,

desempenhando um papel secundário na decisão e no envolvimento em iniciativas empreendedoras.

Por outro lado, o Jornal Económico apresentado pelo Doutor Finanças (2023) revela que, a maioria da população portuguesa possui níveis de habilitações literárias baixos, situando-se, na sua maioria ao nível do secundário, caracterizando inúmeros empreendedores presentes no país.

Um estudo significativo que complementa esta visão foi o estudo elaborado pela *Porto Business School* sobre o ecossistema de empreendedorismo em Portugal (2021). Os resultados revelam que, o número de empresas registadas no país tem vindo a crescer desde o ano de 2012, com exceção do período da pandemia do Covid 19. Esse crescimento foi particularmente impulsionado pela criação de novas empresas por indivíduos dos 18 aos 64 anos, representando um aumento de 9% entre 2010 e 2019.

Segundo os dados da Informa D&B, em 2023, foram constituídas mais de cinquenta mil empresas, abrangendo todos os setores, especialmente o setor dos transportes, construção, alojamento e restauração. Os setores que apresentaram um crescimento menos acentuado foram em atividades como imobiliárias, tecnologias de informação e as indústrias.

Portugal conta atualmente com diversas empresas e empreendedores capazes de competir com os avanços tecnológicos e adaptar-se às mudanças transversais. Segundo a *SME Performance Review 2022/2023 – Portugal Country Street*, Portugal apresenta resultados superiores à média da União Europeia em relação à criação de novas empresas com uma taxa de 1,4% em comparação com 1,0%, bem como, na conceção de atividades empreendedoras totais de cerca de 12,9% em Portugal contra 7,3% da União Europeia.

Em Portugal, o empreendedorismo é encarado como uma carreira profissional interessante e o governo português encontra-se comprometido em fortalecer um ecossistema nacional eficaz, que seja capaz de atrair investidores nacionais e estrangeiros.

Para isso conta com a ajuda de diversos programas de apoio e promoção ao empreendedorismo tais como: *Startup Visa* (acolhimento de imigrantes que pretendam empreender ou inovar em Portugal), *Tech Visa* (facilitar adesão a empregos criados por empresas portuguesas), *Business Abroad* (apoiar as start-ups portuguesas em eventos internacionais) e o *Emprende XXI* (apoio, desenvolvimento e financiamento a novos projetos empresariais designadamente jovens e desempregados).

No entanto, encontra por outro lado diversos desafios, como refere a Startup Portugal, (2023) que dificultam a intenção de empreender nomeadamente devido à escassez de indivíduos qualificados, à elevada carga fiscal, às restrições e burocracias ao nível da legislação, e pelas dificuldades nas relações com entidades públicas, nomeadamente, ao nível dos processos de obtenção de vistos, candidaturas e apoios.

Esta análise corroborou com a estatística apresentada pelo INE (2023) que revelou que, os portugueses continuam a alegar que preferem trabalhar por conta de outrem do que por conta própria devido à estabilidade proporcionada e aos valores subjacentes à cultura.

Contudo, apesar dos atuais desafios e das tendências verificadas em Portugal foram verificados avanços na melhoria das condições oferecidas para quem desejava iniciar um negócio, com especial ênfase atribuída à educação e ao fomento ao estudo do empreendedorismo em escolas e universidades (Redford, 2006).

Além disso Peralta (2023) destacou a crescente colaboração entre o setor público e privado, com o objetivo de criar um ecossistema empreendedor através da oferta de programas de apoio que proporcionem um ambiente benéfico ao desenvolvimento de novas empresas, fortalecendo a inserção cultural.

No contexto português, essa colaboração tem-se intensificado principalmente nos últimos anos, com várias iniciativas que procuram integrar a inovação e o espírito empreendedor, em diferentes setores, incluindo empresas incubadoras e o investimento em Startups.

Por outro lado, existem também incentivos ao nível público como o IAPMEI e diversas entidades privadas como a Comunidade de Startups de Lisboa, que tem oferecido apoio a novas empresas, facilitando o acesso a infraestruturas e aos recursos necessários numa fase inicial dos negócios.

Este movimento tem contribuído para transformar Portugal num polo emergente ao empreendedorismo, ressaltando o potencial europeu dinâmico e inclusivo do mesmo.

CAPÍTULO II- MODELO CONCEPTUAL E FORMULAÇÃO DE HIPÓTESES

2 Modelo Conceptual

O modelo conceptual deste trabalho ilustra as relações entre as principais variáveis que influenciam a intenção empreendedora, nomeadamente a formação para o empreendedorismo e o *mindset* de crescimento, destacando a importância do conhecimento adquirido através de programas educativos e da mentalidade de crescimento para o processo de tomada de decisão profissional.

Neste modelo teórico a formação e desenvolvimento do empreendedorismo foram definidos como a variáveis independentes, o *mindset* de crescimento foi determinado como variável mediadora e a intenção empreendedora caracterizada como variável dependente.

Ao integrar estas dimensões num modelo conceptual, torna-se possível analisar as interações entre a aquisição de conhecimentos, as competências cognitivas e a demonstração de interesses por parte dos empreendedores, permitindo aprofundar a análise sobre as escolhas feitas pelos estudantes após terminarem os estudos.

De acordo com vários autores, a intenção empreendedora não surge espontaneamente, é influenciada por diversos fatores tais como, a formação e desenvolvimento em empreendedorismo. Este desenvolvimento ocorre através das escolas, universidades, mas também fruto da difusão dos meios digitais, intensificados a partir do ano de 2015.

A variável independente representa o ponto de partida elementar que influencia a mentalidade de crescimento e a intenção empreendedora, ao fornecer os conhecimentos e estímulos essenciais, estas experiências educativas influenciam a forma como os indivíduos concebem as oportunidades e moldam a sua disposição para agir.

Uma componente essencial que surge da formação empreendedora é a mentalidade de crescimento, caracterizada pela crença de que as habilidades e conhecimentos podem ser desenvolvidos e melhorados ao longo do tempo. Esta variável, ainda pouco explorada nos estudos atuais, revela-se um forte preditor do comportamento dos indivíduos, particularmente no que se refere ao comportamento empreendedor.

Os indivíduos que detenham de uma mentalidade de crescimento demonstram maior confiança para aplicar o que apreenderam em programas de formação empreendedora, o

que aumenta a sua intenção de empreender, sendo fundamental analisar este comportamento.

O objeto de estudo deste trabalho passa por analisar o papel do *mindset* de crescimento como mediador na relação entre a formação e o desenvolvimento do empreendedorismo e a intenção empreendedora, com recurso ao método quantitativo tradicional.

Este estudo contribui para a literatura ao aprofundar o conhecimento sobre como a educação e formação em empreendedorismo influenciam a intenção empreendedora, adicionando *insights* valiosos sobre mecanismos psicológicos subjacentes, como a mentalidade empreendedora pode mediar essa relação. Além desta componente, integra teorias da psicologia, como as teorias associadas ao empreendedorismo proporcionando uma abordagem interdisciplinar que enriquece este campo de estudo.

No que toca às implicações práticas são igualmente significativas ao analisar o papel assumido pela mentalidade de crescimento na conceção de programas e estratégias de empreendedorismo eficazes, enquanto fornece conhecimentos teóricos e práticos que fortalecem a experiência dos estudantes.

Ao analisar se a intenção empreendedora se efetiva através de uma formação eficaz e de uma mentalidade empreendedora grandemente aplicada, espera-se observar um efeito positivo no desenvolvimento económico ao nível da criação de novas empresas e na redução dos níveis de desemprego verificados.

Este impacto poderá resultar na capacitação dos indivíduos para aproveitarem as oportunidades oferecidas pelas instituições de ensino, pelos professores, pelos pais e outros profissionais, bem como, as oferecidas por empresas ou através de dinâmicas extracurriculares que fomentem um ambiente propício à inovação, aprendizagem e crescimento.

Considerando os benefícios socioeconómicos do empreendedorismo e o potencial desenvolvido pelos estudantes, particularmente no que se refere aos universitários, as instituições de ensino revelam cada vez mais interesse em constituir um sistema abrangente ao empreendedorismo em Portugal.

3 Formulação de Hipóteses

Nos últimos anos, diversos estudos tem evidenciado uma crescente aposta no empreendedorismo, com destaque para o papel desempenhado pelas instituições de ensino superior. Estas instituições destacam-se como veículos essenciais para capacitar os indivíduos de conhecimentos e competências fundamentais para o caminho do empreendedorismo, através de uma abordagem teórica que abrange conceitos como, planos de negócios, estratégias, planeamentos, bem como, uma abordagem prática necessária para aplicar toda aprendizagem num contexto real de trabalho.

Para que tudo isso se concretize, o conceito de educação empreendedora foi ganhando maior destaque por integrar conhecimentos teóricos e práticos no processo formativo. Apesar da carência existente na definição de educação empreendedora, Uemura, Vasconcellos e Silva (2023) caracterizam-na como um processo que prepara os indivíduos para desenvolverem ideias sustentáveis e identificarem oportunidades, promovendo uma mentalidade empreendedora.

Fayolle e Gailly (2013) referem que, este conceito vai para além dos conhecimentos teóricos, abrangendo processos e programas educacionais projetados para o desenvolvimento de atitudes e habilidades empreendedoras enquanto, para Csaszar, Ketkar e Kim (2024) enfatizam a importância para a tomada de decisões estratégicas, fortalecendo os traços pessoais como a autonomia e a capacidade de enfrentar riscos.

Este conceito revela-se um fator primário a ser analisado no âmbito do empreendedorismo, com o principal objetivo de aprofundar o estudo dos fatores envolvidos na intenção dos indivíduos para o caminho empreendedor, e de forma a contribuir para colmatar algumas lacunas existentes na literatura.

De maneira a colmatar essas lacunas, Nabi, Walmsley, Liñán, Aktar e Neame (2018) analisam a educação empreendedora e referem que, esta é vista como um vetor que promove uma atmosfera de criatividade, empreendedorismo e apoio à criação de novas ideias. É através da educação que, os indivíduos apreendem sobre os conceitos de negócio como, o papel das estratégias de gestão, dos processos de inovação e das dinâmicas de mercado, componentes que se revelam essenciais para explorar oportunidades de negócio.

Neste sentido, Gupta em 2019 reforça que, será necessário o estudo a outros fatores intrínsecos à educação tais como, o estado de espírito, o humor e as motivações dos

empreendedores, e, posteriormente, analisar se esses fatores podem afetar a forma como os indivíduos compreendem e aplicam as estratégias na gestão empreendedora.

Para Gupta, os empreendedores que se mostrem motivados e com elevados índices de bom humor estão tendencialmente mais propensos a implementar abordagens inovadoras, a ponderar decisões estratégicas, a explorar soluções criativas no processo de inovação e posteriormente, a tornarem-se empreendedores.

Por outro lado, os indivíduos que detenham de uma experiência educacional favorável no estímulo ao empreendedorismo, quer através das experiências práticas individuais ou das experiências em contextos empresariais, sentirão maior necessidade de colocar em prática as valências desses contextos no futuro, quando comparados com os outros indivíduos.

No entanto, para que essa experiência seja favorável, Estrin (2022) ressalta a necessidade de inserção em cursos e disciplinas de empreendedorismo, considerando ser os fatores principais para o processo de aprendizagem dos indivíduos, uma vez que, ampliam a possibilidade para elevados níveis de autoemprego. A educação estende-se ao nível do emprego, proporcionando aos indivíduos as competências comportamentais e técnicas que necessitam para adaptar-se às mudanças do mercado de trabalho.

Segundo López-Núñez, Rubio-Valdehita, Aparicio-García e Díaz-Ramiro (2020) os indivíduos ao apresentarem elevados níveis de educação empreendedora destacam-se dos demais, por apresentarem uma variedade de características distintivas como, autoestima, autoconfiança, controlo emocional e proatividade, que os torna seres independentes e flexíveis a perseguirem os seus objetivos com maiores níveis de determinação.

Os indivíduos que, apresentem maiores níveis de educação são caracterizados pela sua contribuição para a intenção empreendedora, destacando-se pela sua iniciativa na procura por novas oportunidades e soluções inovadoras, enquanto demonstram em situações de tomada de decisões, maior resiliência e persistência face às dificuldades, movidos por uma forte capacidade de aprender e de se adaptarem a novas circunstâncias.

Estes indivíduos não ficam presos ao medo, à insegurança e às incertezas do mundo social, procurando continuamente soluções para os problemas que se vão deparando. Dado o seu contributo é fundamental elevar os níveis de educação de maneira a capacitá-los para o trabalho árduo e para os desafios encarados pelo ambiente profissional.

A educação empreendedora deve estar associada ao desenvolvimento de mentalidades voltadas para a aprendizagem, ação proativa e inovação, cujas características favoreçam a formação e o fortalecimento da intenção empreendedora, pois, nestes casos, os indivíduos procuram novas oportunidades e aprendem a fazer escolhas promovendo a sua independência e aumentando a possibilidade de sucesso nos negócios.

Taneja, Kiran e Bose (2023) ao debatem esta temática afirmam que, os indivíduos com uma formação multidisciplinar tendem a colaborar eficazmente, formando equipas de trabalho, permitindo a troca de ideias entre grupos e aumentando significativamente as probabilidades de acesso direto a recursos técnicos com elevado potencial empresarial.

A formação multidisciplinar é obtida essencialmente através de programas académicos integrados como, programas de engenharia e gestão, programas de tecnologia e inovação empresarial, mas também podem ser obtidos através de cursos de formação ou iniciativas colaborativas em empresas e centros de inovação profissional.

É desta forma imprescindível examinar os cursos de formação e as áreas de conhecimento intimamente ligadas ao empreendedorismo tais como, a economia, a gestão de negócios, comparando-as como outras áreas, como a saúde, a engenharia, o desporto e a psicologia, de maneira a compreender as implicações na vocação dos indivíduos ao empreendedorismo e fornecendo uma base consistente na identificação de quais os contextos educativos que podem estar na origem do comportamento empreendedor.

O estudo de Otache, Umar, Audu e Onalo (2021) caminhou neste sentido, aferindo que, os indivíduos com menores níveis de educação apresentavam maiores índices de medo, menores apetências na área do marketing e tomavam decisões com base em intuições, apresentando maiores dificuldades na criação de uma rede de contactos e de apoio, quando comparados com os que apresentavam maiores níveis de educação.

Os resultados apresentados sublinham a importância de estender estes conceitos, propondo a necessidade de novos dados comparativos que analisem os aspetos específicos da educação empreendedora tais como, o desenvolvimento de competências e a formação empreendedora.

Neste pressuposto, a formação empreendedora emerge como fator intimamente ligado à educação empreendedora. Segundo Mensah (2023) as instituições de ensino, especialmente as universidades, surgem como a última etapa do sistema educacional.

As universidades contribuem para o empreendedorismo através da formação dos indivíduos, em ambientes dentro e fora da sala de aula, dedicando-se diariamente na transferência de informação e no aprimoramento das competências intelectuais.

Diversos estudos têm evidenciado a aposta crescente no empreendedorismo, com destaque no estudo efetuado por Watson (2018) que sublinha a importância de facilitar um ecossistema empreendedor através da criação de redes de contactos e o estímulo a uma cultura de inovação, de forma a desenvolver atitudes entusiastas nos indivíduos e promovendo uma forte intenção empreendedora.

As lacunas identificadas por Watson, destacam a necessidade de estudar o impacto positivo e negativo da formação direta e indireta sobre a intenção de iniciar um empreendimento. Por exemplo, torna-se relevante analisar de que forma os cursos de formação empresarial (formação direta) influenciam a intenção dos indivíduos iniciarem um negócio, comparando-os com a formação indireta adquirida através de experiências realizadas no seio das empresas.

Rissanen, Kuusisto, Tuominen e Tirri (2019) acrescentam que, é igualmente necessário conhecer o papel desempenhado pelos professores, como seres fundamentais ao apoio dos indivíduos, para que estes possam desenvolver as competências cruciais para o mundo do empreendedorismo tais como, a criatividade, a autoconfiança, a gestão do tempo, a empatia e a liderança, realçando para isso o impacto favorável destas componentes para a intenção empreendedora, essencial nesta faixa etária.

No âmbito das escolas e universidades especialistas como Yaping e Lu (2024) destacaram que, a educação adquirida nos institutos de ensino superior tem sido nos últimos anos, a principal abordagem para que os alunos desenvolvam o capital necessário ao empreendedorismo.

A educação e formação encontram-se muitas vezes influenciadas pelos antecedentes familiares, uma vez que, os estudantes cujos pais ou familiares trabalham por conta própria provém de um contexto familiar específico, normalmente caracterizado por uma cultura de autónoma, iniciativa e trabalho árduo, oferecendo diretamente aos indivíduos exemplos práticos de como administrar um negócio e lidar com os desafios empreendedores, impactando diretamente nas intenções de carreira dos estudantes (Laspita, Breugst, Heblich, & Patzelt, 2012).

Os indivíduos que, cresçam neste ambiente tem maiores oportunidades de crescer e aprender com os pais, que servem de modelos, fomentando nos filhos crenças positivas sobre a carreira empreendedora. Estes indivíduos estão moralmente ligados a estes vínculos e tendem a ser mais propensos a dar continuidade aos negócios já existentes dos pais ou iniciarem por eles próprios os seus negócios.

Os fatores de apoio familiar e a exposição ao ambiente empreendedor tendem a aumentar a motivação e confiança dos indivíduos a prosseguir uma carreira empreendedora, sendo particularmente movidos por características intrínsecas a indivíduos com mentalidades de crescimento, conforme defendido por Carol Dweck.

Os pais que orientam os filhos desde a infância nos valores do trabalho árduo, da independência e da honestidade estão em pequenos passos a moldar as características empreendedoras dos filhos. Estes aspetos possibilitam o desenvolvimento de outros aspetos ligados ao empreendedorismo que são posteriormente reforçados através da formação educacional, movida pelos vetores da resiliência, liderança e pensamento estratégico que intensificam essa intenção.

Anjum T., Farrukh, Heidler e Tautiva (2020) concordaram com a ideologia defendida por Yaping, evidenciando que, os institutos de ensino superior são os principais veículos ativos no desenvolvimento da atividade empreendedora, na medida em que, proporcionam os conhecimentos necessários aos estudantes e atuam como promotores no desenvolvimento regional e no crescimento económico do país.

Além disso, estes possibilitam a criação de um ambiente de formação e apoio em termos de intenções empreendedoras, fornecendo um conjunto de recursos para aos estudantes, desde a oferta de cursos de empreendedorismo, que aumentam o conhecimento e as habilidades dos estudantes, o acesso a rede de contactos e recursos financeiros, que oferecem o reconhecimento de oportunidades a programas de assistência empresarial financiados pelas universidades, que aumentam a probabilidade dos estudantes atuarem como empreendedores (Parker, 2006).

Para que a aprendizagem seja eficaz, Adekiya e Ibrahim (2016) indicam que, será necessário recrutar recursos humanos qualificados e eficientes que apoiem e facilitem os programas de formação e desenvolvimento do empreendedorismo oferecidos pelas universidades, pois desta forma podem ajudar a dotar os alunos dos conhecimentos necessários sobre os benefícios associados a uma carreira empreendedora.

O estudo recente realizado por Navío-Marco, Mendieta-Aragon, Fernandez de Tejada Munoz e Bautista-Cerro Ruiz (2024) também refletiu sobre este tópico, particularmente no que toca à satisfação dos alunos em universidades em regime semi-presencial e online.

Este estudo considerou que, quanto maior o envolvimento dos estudantes em atividades que promovam a aprendizagem ativa, maior será a satisfação e proximidade com os professores, facilitando a construção de conhecimentos e competências fundamentais para o desenvolvimento do empreendedorismo.

Além disso, os autores Pereira, Dias e Gomes (2022) aprofundaram este conceito destacando que, as informações empreendedoras obtidas através de canais de comunicação como, as redes sociais, os websites, os emails, as revistas, os jornais, a televisão e a radio podem influenciar positivamente a motivação e a intenção empreendedora dos estudantes.

Barbosa, Da Silva, Gonçalves e Morais (2020) acrescentam que, esta visão de que os indivíduos são frequentemente movidos pelo que veem e ouvem resulta do processo de aprendizagem social (observação e imitação social).

Na era digital, os indivíduos são movidos pelos grupos a que pertencem, e, recorrentemente, perspetivam novas ideias com base nas pesquisas que fazem, nas opiniões que obtém e fruto de pareceres que recolhem junto das pessoas da sua confiança ou junto daqueles que detém de experiências maduras no mercado de trabalho, procurando reunir as ferramentas básicas para a prática das suas intenções.

Segundo Donaldson (2019) fruto deste processo, resultam as intenções, que são caracterizadas como processos cognitivos que surgem da interação das pessoas com o ambiente social, e, que, desta forma, diferencia os indivíduos que as obtém através da formação empreendedora, quer por meio de familiares, professores, amigos, colegas, ou através de experiências intimamente relacionadas com gestão e negócios.

Considerando as condicionantes verificadas, foi fundamental analisar aprofundadamente o impacto da formação, especialmente aquela intimamente ligada à educação empreendedora, para compreender como estas influenciam a intenção empreendedora dos estudantes. Por este mesmo facto, foi também essencial compreender todas as relações estabelecidas, uma vez que, estas permitem auxiliar na identificação de estratégias de apoio aos estudantes e às universidades.

Como resultado dos proveitos acima mencionadas, os indivíduos que possuem educação e formação empreendedora revelam-se seres determinados a transformar as suas ideias em intenções empreendedoras. Com base nessa premissa, sugere-se a seguinte hipótese:

H1: A educação e formação em empreendedorismo têm efeito positivo e significativo no mindset de crescimento.

Apesar da crescente importância atribuída à educação e formação empreendedora, tem-se assistido à preponderância de outras condicionantes à intenção empreendedora tais como, o conceito de mentalidade empreendedora defendido por McMullen, Shepherd, Haynie, Walmsley e Patzelt.

Embora este conceito psicológico tenha sido amplamente estudado e analisado principalmente em ambientes educacionais, Yeager e Dweck (2020) referem uma necessidade gradual de atender ao seu impacto aplicado a diferentes contextos.

A mentalidade empreendedora, caracterizada por envolver uma forma de pensar crítica e criativa que é intrínseca a alguns indivíduos, enquanto em outros se desenvolve ao longo da vida, é particularmente relevante considerando a evidencia dos desafios psicológicos enfrentados pelos empreendedores por necessidade.

Os empreendedores por necessidade, predominantes nas economias em desenvolvimento, encontram-se desta forma associados a pequenos negócios de subsistência devido às dificuldades no acesso a oportunidades formais de trabalho. Em contrapartida, os empreendedores por oportunidade, procuram constantemente empreendimentos com base nas oportunidades e perspectivas de mercado que identificam.

É por isso que Handayati (2020) refere que, os indivíduos com mentalidade de crescimento procuram recorrentemente criar conceitos, aprender noções de gestão e negócios, enquanto exploram novas formas de investigar novas possibilidades de negócio e desenvolver novas técnicas, são, portanto, seres criativos.

A mentalidade que emerge desta relação encontra-se intimamente ligada à motivação das pessoas, e, como resultado, os indivíduos que possuem essa mentalidade apresentam maiores níveis de motivação e a capacidade de realizar atividades empreendedoras, seja por meio da necessidade ou por meio da oportunidade encontrada.

O contributo de Carol Dweck nesta vertente foi extremamente importante, permitindo a compreensão aprofundada de como o *mindset* de crescimento tende a influenciar positivamente o desenvolvimento pessoal e profissional no âmbito dos negócios.

Dweck e Yeager (2019) destacaram que, as pessoas com este tipo de mentalidade acreditam que as suas competências podem ser desenvolvidas ao longo do tempo desde que haja esforço e perseverança, no entanto, os autores observam uma tendência crescente de indivíduos que, ao enfrentar dificuldades desmotivam, dificultando o trajeto empreendedor.

Além disso, em certos contextos, a mentalidade de crescimento pode ser posta à prova, por pressões externas ou ambientes de incerteza, que podem prejudicar o processo de aprendizagem dos indivíduos.

Como resultado, Sisk, Burgoyne, Sun, Butler e Macnamara (2018) sugerem que, os indivíduos em situações de marginalização, pobreza ou com dificuldades financeiras, tendem a adotar uma mentalidade fixa encarando os seus conhecimentos e habilidades como algo rígido e pouco acessível a mudanças.

Por outro lado, quando evidenciam características de uma mentalidade de crescimento, os indivíduos encaram novas oportunidades de crescimento e, essa mudança, reflete-se em expressões como: “o conhecimento pode ser apreendido”, “as habilidades são maleáveis”, “o fracasso é uma oportunidade crescimento”, “tentar é uma oportunidade de crescer”.

Estes conceitos são motivados pelos programas de formação, como as disciplinas académicas, as dinâmicas de grupo e empresariais, que contribuem para que seja fortalecida uma mentalidade de crescimento que promova a confiança e a capacidade de se envolverem em novas iniciativas, especialmente no contexto da ação empreendedora.

Nos últimos anos, a mentalidade empreendedora tem despertado interesse ao estudo de diversos autores, levantando diversas questões empíricas no campo do empreendedorismo, nomeadamente sobre como o *mindset* de crescimento pode influenciar na tomada de decisões empreendedoras.

Como resultado dessa necessidade, Wu, Qi e Zhong (2022) concretizaram um estudo em que, os alunos quando demonstravam mentalidade de crescimento, mostravam-se mais

propensos a expressarem maiores níveis de tolerância ao desconhecido, aos erros e às falhas nos processos.

Jiantong et al. (2021) acrescentaram também que, os indivíduos com mentalidade de crescimento identificam oportunidades onde outros veem dificuldades e riscos, envolvendo-se em prol de objetivos desafiadores, demonstrando elevados níveis de ambição e dedicação para alcançá-los. Assim, a mentalidade de crescimento mostra-se fortemente ligada aos comportamentos pessoais e às ações do dia a dia.

A mentalidade de crescimento, por sua vez, é compreendida como um conjunto de implicações que envolvem a percepção das próprias habilidades, atributos e características pessoais como, a inteligência e a personalidade, entendidas como passíveis ao desenvolvimento ao longo do tempo.

Nesta vertente Sigmundsson (2020) mostrou através da aplicação de uma escala a estudantes noruegueses que, os homens apresentavam maiores níveis de *mindset* de crescimento quando comparados com as mulheres, principalmente em características pessoais como, o senso da paixão e o senso da realização, que foi justificado pelos diferentes níveis de recompensa entre os géneros.

Ainda dentro desta temática, Morris et al. (2023) acrescenta a necessidade de considerar a componente da educação financeira, das oportunidades apreendidas, da capacidade de fazer um negócio crescer e as estratégias para colmatar as lacunas entre as diferentes faixas etárias, etnias e géneros, de forma a aumentar o número de ações empreendedoras e reduzir as disparidades existentes entre as mesmas.

Este conceito apresentado pelos autores, relata a importância destes aspetos para a essência humana ao permitir que, os indivíduos ponderem oportunidades em vez de obstáculos, adotando uma perspectiva positiva e enriquecedora.

Quando os indivíduos incidem sobre soluções, apresentam menores níveis de stress e ansiedade, acreditando que as dificuldades que vão surgindo tem solução, e eles próprios procuram recorrentemente chegar a essa solução sem nunca alcançarem a exaustão. É através desta perspectiva que são reforçados os traços de personalidade intrínsecos a esta mentalidade como sendo a confiança, a autoestima, e o otimismo.

Como resultado os estudos efetuados por Cui e Bell (2022), Handayati (2020), Kerr, (2018) e Akbari, Irani, Zamani e Valizadeh (2024) demonstraram uma relação

positivamente forte, caracterizadora destes traços, nomeadamente pela relação entre mentalidade empreendedora e intenção empreendedora, mas também evidenciaram como é que esses traços influenciam no comportamento e nas decisões dos estudantes.

Em conjunto argumentam que, a introdução do desenvolvimento da mentalidade de crescimento efetuada através da educação e da formação empreendedora, proporciona aos estudantes maior confiança na sua capacidade de envolvimento em vertentes empresariais. Além disso, quando comparados com empreendedores por necessidade estes tendem a ser mais recetivos à aprendizagem formal e informal.

O estudo de Cui e Bell (2022) é outro exemplo relevante, tendo analisado uma amostra de 1428 estudantes provenientes da china e demonstrando o efeito positivo da mentalidade empreendedora na intenção de iniciar um negócio, reforçando assim a Teoria da Cognição Social.

A Teoria da Cognição Social representa a importância dos processos cognitivos como os comportamentos, as perceções e as crenças para o desenvolvimento dos comportamentos dos indivíduos, e, neste caso em específico, evidencia como a mentalidade empreendedora pode afetar positivamente a intenção de iniciar um negócio.

No ano seguinte a esta análise, Akbari, Irani, Zamani e Valizadeh (2024) analisaram uma população de 406 estudantes das universidades públicas da ira, cujos resultados indicaram que, uma mentalidade empreendedora enraizada desde a nascença eleva a intenção dos indivíduos iniciarem um negócio por conta própria.

Este estudo abriu novos caminhos, especialmente na análise elaborada às diferenças de géneros, em que Sweida e Reichard (2013) salientam que, os indivíduos com características como, agressividade, ambição e assertividade são geralmente associados ao género masculino e tendem a caracterizar-se como seres mais propensos a se tornarem empreendedores, em contraste como padrão observado no género feminino.

No entanto, é importante destacar o forte crescimento do género feminino neste setor em resultado da emancipação de algumas limitações associadas ao emprego assalariado tradicional, que foi essencialmente impulsionado pela oportunidade de se conciliar a liberdade de escolha com a flexibilidade de alinhar o emprego às necessidades pessoais.

Desta forma, foi levantada a questão da mentalidade de crescimento associada ao estereótipo da mulher revelando que, ao adotar uma mentalidade de crescimento, as

mulheres apresentam uma postura mais proativa, superam desafios com maior resiliência e exploram novas oportunidades empreendedoras, contribuindo para a quebra de estereótipos e para o fortalecimento da sua posição da mulher no mundo dos negócios.

Para Gimenez-Jimenez, Edelman, Dawson e Calabro (2022) a independência no exercício da atividade profissional é um aspecto extremamente valorizado pelo gênero feminino, uma vez que, as mulheres valorizam aspectos pessoais, como o bem-estar e o equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Do mesmo modo, a procura pela autonomia profissional está muitas vezes associada ao empoderamento da mulher, permitindo a tomada de decisões e proporcionando um maior senso de realização.

Assim, surge a pirâmide das necessidades de Abraham Maslow como uma ferramenta fundamental para esta análise, ao evidenciar que, um dos principais objetivos do ser humano independentemente do sexo é o senso de realização pessoal e profissional.

Quando todos estes fatores estão presentes na vida dos indivíduos são elementos basilares para o fortalecimento de uma mentalidade de crescimento, sendo caracterizados por maiores níveis de motivação e aprendizagem. Isto implica que, ao atenderem às necessidades básicas e secundárias, os indivíduos são mais propensos a procurarem melhorias quer no âmbito pessoal como no profissional.

Os estudos realizados permitiram apoiar a ideia de que uma mentalidade empreendedora torna as pessoas mais propensas a pensarem e agirem como seres empreendedores, adotando uma abordagem proativa e resiliente perante os desafios, e a refletirem na intenção de iniciar um negócio seja no curto, médio ou longo prazo.

Portanto, levantamos a seguinte hipótese de que:

H2: O *mindset* de crescimento tem efeito positivo e significativo na intenção empreendedora;

Com base nos pontos anteriores discutidos, percebe-se que através da formação em empreendedorismo, são oferecidas as bases fundamentais para o desenvolvimento de competências empreendedoras, o reconhecimento de oportunidades e a capacidade de planeamento estratégico, que permite que os indivíduos obtenham a independência financeira que desejam ao longo do tempo.

Segundo Yaping e Lu (2024) as instituições de ensino, são os principais responsáveis pela formação empreendedora, e, atualmente, respondem cada vez mais às diretrizes

governamentais para o ensino do empreendedorismo, através do desenvolvendo das competências necessárias ao aumento do autoemprego, enquanto satisfazem as necessidades de alguns setores empresarias. Como resultado, os novos empreendedores favorecem a economia, a inovação e a produtividade do país.

Contudo, a decisão de iniciar um negócio (intenção empreendedora) depende de diversos fatores, nomeadamente do conhecimento adquirido através da formação formal e informal, mas também através de fatores psicológicos que influenciam essencialmente a perceção dos indivíduos sobre a carreira empreendedora no futuro.

Um fator que tende a afetar essa decisão é a autoestima. De acordo com o estudo de Akbari, Irani, Zamani e Valizadeh (2024) a 406 estudantes iranianos, foi demonstrado que, a autoestima impactua positivamente a intenção empreendedora quando a autoeficácia é moderada. Assim, as diferenças observadas na atitude empreendedora dos indivíduos estão relacionadas com os níveis de autoestima e autoeficácia de cada um.

No contexto empreendedor, os indivíduos que detenham de elevados níveis de autoestima tendem a sentir-se mais capazes de iniciarem um negócio ou a procurarem oportunidades de negócio, pois acreditam nas suas capacidades e habilidades e estão predispostos para assumirem riscos calculados (Agbonna & Obarinu, 2020).

Essa perspetiva é reforçada através da educação direcionada para mentalidades de crescimento, onde os princípios deste tipo de mentalidade são transmitidos dos professores para os alunos ou dos pais para os alunos, criando um ambiente educativo que nutre as crenças associadas ao *mindset* de crescimento.

Segundo Dweck (2016) para que este ambiente seja implementado, a sala de aula terá de funcionar como um local seguro e protegido para os alunos, de forma que se sintam seguros para aprender, reaprender e explorar novos conhecimentos sem receio de cometerem erros, permitindo que os estudantes vejam os desafios como oportunidades de aprendizagem e não como ameaças ao seu desempenho.

No entanto, nesta vertente, é fundamental que os professores avaliem as mentalidades dos seus alunos para compreenderem melhor as suas perceções e atitudes face ao processo de aprendizagem, possibilitando a adoção de estratégias pedagógicas mais eficazes e de encontro com as necessidades de cada um.

Um dos métodos utilizados para esta abordagem foram as *ted talk*. O estudo desenvolvido por Lopez-Carril, Rodríguez-García e Mas-Tur (2024) aplicado a estudantes espanhóis permitiu auferir que, a aprendizagem ativa e interativa através do uso das *ted talks* nas salas de aula permitiu estimular a intenção empreendedora dos indivíduos a curto prazo.

Neste sentido, as *ted talks* destacaram a importância dos recursos externos, nomeadamente o audiovisual para a eficácia no desenvolvimento das principais competências empreendedoras, especialmente para o sexo feminino.

Nabi, Linán, Fayolle, Krueger e Walmsley (2017) argumentaram que, as técnicas utilizadas nestes programas educacionais tendem a incluir habilidades sobre o pensamento criativo, o trabalho em equipa, a análise de projetos empreendedores, a resolução de problemas estruturais e o encontro com empreendedores de sucesso, promovendo assim a aprendizagem ativa entre os estudantes.

Contudo, apesar da formação e educação empreendedora serem compreendidas como o ponto de partida fundamental ao empreendedorismo, individualmente não garantem que os indivíduos tomem a decisão de empreender em algum momento da vida.

Então, Müller e Wulf (2020) referem que, para além do conhecimento técnico adquirido por meio da educação empreendedora fatores como, a mentalidade empreendedora, a motivação pessoal, as condições económicas e o apoio social desempenham um papel determinante na intenção de iniciar um negócio.

Nesta medida, a educação e formação empreendedora tendem a ser vistas como componentes importantes, mas não exclusivas à intenção empreendedora, sendo necessária uma abordagem holística que considere diversos fatores intrínsecos aos indivíduos, ao ambiente e ao contexto social.

Outro fator relevante é a influencia das dificuldades financeiras na infância na intenção empreendedora dos indivíduos. Li, Zhang e Wang (2022) analisaram o impacto dessas dificuldades na intenção empreendedora, particularmente no contexto chinês, demonstrando que, essas complicações têm um impacto duradouro no desenvolvimento pessoal dos indivíduos, especialmente em indivíduos com menor abertura à experiência.

Tal como indicado por Yu, Zhou, Liu e Wang (2022) nos seus estudos, as dificuldades financeiras tendem a estimular a intenção empreendedora quando o conflito trabalho família é moderado. As dificuldades financeiras motivam o trabalho árduo, afetando a

vida pessoal dos indivíduos, levando-os a considerar carreiras que apresentem uma maior flexibilidade e autonomia, como é o caso, em grande parte, do empreendedorismo.

É neste momento que surge o conceito de mentalidade de crescimento como mediador importante neste processo, pois desenvolve a crença de que os conhecimentos podem ser desenvolvidos ao longo do tempo, e essa perspectiva, aliada à formação empreendedora, estabelece os passos fundamentais para incentivar os indivíduos a iniciarem um negócio.

Segundo Macnamara e Burgoyne (2022) essa mentalidade baseada na psicologia da personalidade, que estuda a forma como os indivíduos pensam, sentem, e agem em determinadas situações permitiu determinar que, quando os indivíduos possuem uma mentalidade aberta estão mais propensos a desenvolverem objetivos desafiadores e a tolerarem ambientes de maior incerteza.

A avaliação destes resultados desempenha um papel fundamental no desenvolvimento das competências empreendedoras dos estudantes. Segundo Dijkstra, Groot e Rietveld (2023) o processo de avaliação incentiva os alunos a assumirem riscos e a tomarem decisões em ambientes de incerteza, o que é essencial para o seu crescimento natural.

Em resultado desta avaliação surge o conceito de feedback. O termo feedback originado da engenharia e da cibernética, quando aplicado à educação, atua como uma ferramenta importante para colmatar a lacuna entre as competências atuais e as desejadas.

Os indivíduos que obtenham feedback frequentemente estão naturalmente associados a maiores índices de mentalidade de crescimento, uma vez que, procuram continuamente aperfeiçoar os conhecimentos e as ações que praticam.

Segundo Dweck (2006) os alunos que possuem uma mentalidade fixa atribuem à componente do fracasso como a falta de habilidades e conhecimentos próprios, no entanto, para combater essa dificuldade, as comunidades ao seu redor ajudam na superação desta limitação através do feedback construtivo.

Para Hattie e Timperley (2007) o conceito de “feedback negativo” desencoraja os indivíduos, e esse sentimento naturalmente negativo, desmoraliza a adoção de uma mentalidade de crescimento, favorecendo a criação de uma mentalidade fixa.

A conjugação destes fatores evidencia que, a mentalidade de crescimento pode atuar como um fator mediador, influenciando a forma como os indivíduos percebem e utilizam

a informação disponível (através do feedback oferecido) para iniciarem uma ideia de negócio.

Embora a pesquisa sobre mentalidades nunca tenha sido associada a uma faixa etária específica, o estudo de Cohen e Garcia (2020) afirmam que, as mentalidades são particularmente influenciáveis durante a fase de desenvolvimento, como a adolescência.

Durante este período, a mentalidade dos estudantes determina o tipo de metas acadêmicas que estabelecem para si próprios e o nível de esforço que dedicam em prosseguir-las. Para Dweck, os professores são o principal motor na promoção deste tipo de mentalidade.

Por outro lado, o estudo desenvolvido por Teng e Mizumoto (2024) demonstrou que, os estudantes com mentalidade de crescimento apresentam maiores níveis de adaptação a novos ambientes e maior facilidade na resolução de dificuldades durante a aprendizagem, especialmente no que se refere ao conhecimento e à aprendizagem de novos vocabulários. Esta relação sugere que, os estudantes que detenham de uma mentalidade de crescimento focada na aprendizagem de novos vocabulários tendem a beneficiar do desenvolvimento da intenção empreendedora.

A intenção empreendedora emerge assim dessa relação e mostra-se fortemente influenciada por este tipo de mentalidade. Um exemplo ilustrativo foi o estudo contemporâneo realizado por Jianpeng, Hu e Wang (2024) a estudantes universitários da China, que reforçou que, a conjugação entre fatores pessoais e ambientais constrói uma estrutura abrangente ao empreendedorismo e elucida a relação entre educação e intenção empreendedora.

A relação entre educação e intenção empreendedora foi também destacada por Lee, Kang e Kim (2022) que, através do estudo a 55 universidades distribuídas pelo território da Coreia demonstrou que, a aprendizagem empreendedora está muitas vezes relacionada com as capacidades desenvolvidas ao longo da vida como, a tomada de decisões, a inteligência emocional e o autocontrolo, reforçando assim a perspectiva da Teoria da Aprendizagem Organizacional.

Segundo a Teoria da Aprendizagem Organizacional, os empreendedores que mantenham o equilíbrio entre as atividades de exploração e utilizem o crescimento corporativo, tendem a apresentar impactos positivos sobre a intenção empreendedora, uma vez que,

este equilíbrio permite-lhes uma adaptação contínua às mudanças do mercado e fortalece a capacidade de tomada de decisões estratégica.

Segundo Sahid, Norsam e Safira (2024), um forte preditor da tomada de decisão estratégica são as competências pessoais. O estudo realizado pelos autores a 282 estudantes da Malásia, permitiu averiguar o impacto significativo da autoeficácia intrínseca à mentalidade empreendedora, ao demonstrar que, os indivíduos licenciados com maiores níveis de autoeficácia seguem o caminho empreendedor especificamente quando apresentam elevados recursos financeiros.

De maneira geral, os estudos realizados nesta área reforçam continuamente a ideia de que a mentalidade de crescimento pode atuar como mediador entre a formação e a intenção empreendedora. Consequentemente, e em virtude da relação existente entre essas variáveis, formula-se a seguinte hipótese:

H3: O *mindset* de crescimento media a relação entre formação em empreendedorismo e intenção empreendedora.

Na figura 3, é possível observar, com base na estrutura das hipóteses previamente formuladas, os principais objetivos deste estudo.

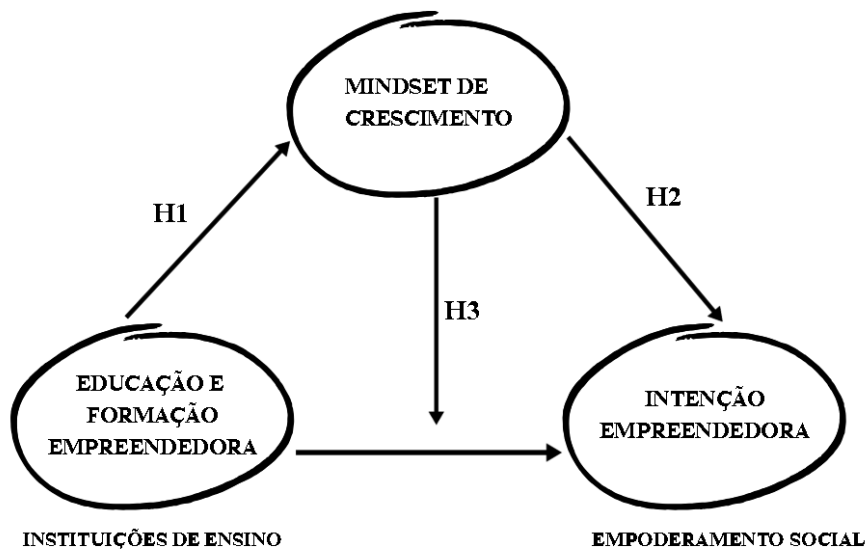


Figura 2-Modelo conceptual

Fonte: Elaboração própria

CAPÍTULO III- METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O presente trabalho foi desenvolvido segundo a metodologia quantitativa, recorrendo, em primeira instância, à revisão de literatura para identificar as variáveis relevantes e formular as hipóteses teóricas, com o objetivo de analisar os antecedentes inerentes à intenção empreendedora. Para esse objetivo, foi elaborado um questionário como instrumento de recolha de dados e, de seguida, foram utilizados métodos experimentais e técnicas dedutivas para estudar os dados recolhidos e verificar a validade das hipóteses (Hayati, Karami, & Silavi.S., 2006).

Segundo Debra (2015), a metodologia quantitativa possibilita a análise dos dados quantitativos, de maneira a compreender, descrever e prever a natureza de um determinado fenómeno, nomeadamente através da formulação de hipóteses e teorias.

Neste seguimento, a pesquisa quantitativa realizada facilitou a análise dos três preditores da intenção empreendedora: a formação e educação empreendedora e a mentalidade de crescimento, demonstrando-se adequada para alcançar os objetivos propostos neste trabalho.

4 Pesquisa- Questionário

O questionário elaborado contribuiu para analisar o efeito do constructo da educação e formação empreendedora e do *mindset* de crescimento sobre a intenção empreendedora.

A análise do constructo da formação e do *mindset* de crescimento teve como base os trabalhos elaborados por De-Pillis e Reardon (2001), Pillis e DeWitt (2008), e Adekiya e Ibrahim (2016) e, a análise do constructo da intenção empreendedora, foi fundamentada pelo trabalho de Linan e Chen (2009), sendo efetuadas apenas pequenas alterações consideradas necessárias para a adequação ao contexto específico deste estudo.

O questionário foi dividido em quatro partes fundamentais. Na primeira parte incluíram-se questões indispensáveis para a análise do impacto da educação e formação na intenção empreendedora, nomeadamente:

- A minha instituição de ensino oferece áreas dedicadas à formação e desenvolvimento do empreendedorismo;

- O curso que escolhi proporciona-me conhecimentos e competências necessárias para iniciar o meu próprio negócio;
- O curso que escolhi prepara-me adequadamente para uma carreira empreendedora;
- A rede de contactos oferecida pela minha instituição de ensino é útil para o desenvolvimento de uma carreira empreendedora;
- As oportunidades de estágio e projetos práticos proporcionados pelo meu curso contribuem para a minha formação empreendedora;

Estas questões permitiram analisar a perceção dos estudantes relativamente ao apoio oferecido pelas instituições de ensino para a formação e desenvolvimento de competências e oportunidades empreendedoras. As variáveis analisaram vários aspetos tais como, a importância dos cursos escolhidos pelos estudantes, a utilidade da rede de contactos oferecida e a possibilidade de as instituições de ensino oferecerem uma componente prática (como os estágios curriculares), fundamentais no desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora.

Na segunda parte do questionário encontram-se questões relativas ao impacto do *mindset* de crescimento na intenção empreendedora, nomeadamente:

- As habilidades empreendedoras são desenvolvidas ao longo do tempo;
- O sucesso em empreender depende mais do esforço e da aprendizagem contínua do que talentos inatos;
- O feedback negativo é uma oportunidade de crescer e aprimorar as minhas competências empreendedoras;
- Os erros, em qualquer atividade, permitem melhorar práticas empreendedoras futuras;
- Ao enfrentar desafios, estou a promover gradualmente o desenvolvimento da minha experiência em empreendedorismo;

Estas questões permitiram avaliar a mentalidade empreendedora dos estudantes em relação ao empreendedorismo, explorando a disposição dos indivíduos para aprenderem com os erros, a perceção dos indivíduos em relação ao feedback que recebem e a possibilidade de crescerem a partir das experiências vividas.

Desta forma, consideramos a possibilidade de as habilidades empreendedoras serem desenvolvidas ao longo do tempo mediante esforço e aprendizagem, ou, em contrapartida, dependerem de talentos inatos, como anteriormente defendido por Joseph Schumpeter.

Na terceira parte do questionário encontram-se questões relativas à intenção empreendedora futura por parte dos estudantes, entre elas:

- O meu objetivo profissional é ser empreendedor;
- Tenho a intenção de abrir uma empresa futuramente;
- Vejo-me a realizar todos os esforços imprescindíveis para iniciar e administrar a minha própria empresa;
- Se tivesse oportunidade e os recursos necessários abriria uma empresa;
- Vejo o empreendedorismo como uma oportunidade de criar impacto positivo na sociedade;

Estas questões permitem avaliar a intenção, motivação e desejo dos indivíduos em iniciarem o seu próprio negócio, segundo a sua propensão empreendedora.

Na quarta e última parte do questionário, encontram-se questões demográficas nomeadamente ao nível do género, idade, tipo de instituição de ensino que frequenta/ou, área de formação, existência de familiares próximos com negócios próprios, nível de experiência profissional, amplitude da rede de contactos, fonte de rendimento para início da carreira empreendedora.

Estas questões são essenciais para delinear o perfil dos estudantes, incluindo fatores individuais e socioeconómicos que tendem a impactar na decisão de os indivíduos iniciarem um negócio próprio.

Todas as questões foram medidas com base na escala de Likert composta por cinco níveis de concordância (1=discordo totalmente; 2= discordo; 3=neutro; 4=concordo; 5= concordo totalmente). Este formato permite uma análise clara e precisa dos graus de concordância e discordância dos estudantes às várias questões, sendo possível identificar padrões e divergências entre as variáveis.

5 Caracterização da Amostra

Neste estudo foram obtidas 243 respostas completas ao questionário permitindo traçar um perfil detalhado dos inquiridos. A Tabela 4 fornece as principais informações recolhidas.

Elementos demográficos		N	%
Género	Masculino	130	53,5%
	Feminino	113	46,5%
	Total	243	100,0%
Idade	18-25 anos	173	71,2%
	26-33 anos	58	23,9%
	34-41 anos	10	4,1%
	42-49 anos	1	0,4%
	mais de 50 anos	1	0,4%
	Total	243	100,0%
Instituição de Ensino	Pública	187	77,0%
	Privada	56	23,0%
	Total	243	100,0%
Área de Formação	Negócios e Gestão	109,0	44,9%
	Engenharia e Tecnologia	36,0	14,8%
	Ciências Naturais e Matemática	6,0	2,5%
	Ciências Humanas e Sociais	23,0	9,5%
	Saúde e Medicina	18,0	7,4%
	Artes e Design	12,0	4,9%
	Outra	39,0	16,0%
	Total	243	100,0%
	0	53	21,8%

Familiares Empreendedores	1	68	28,0%
	2	62	25,5%
	3	12	4,9%
	mais de 3	48	19,8%
	Total	243	100,0%
Experiência em Negócios	Nenhuma	81	33,3%
	Pouca	73	30,0%
	Moderada	77	31,7%
	Muita	11	4,5%
	Extensa	1	0,4%
	Total	243	100,0%
Rede de Contactos	Muito fraca	58	24,3%
	Fraca	56	23,4%
	Moderada	98	41,0%
	Forte	18	7,5%
	Muito forte	9	3,8%
	Total	243	100,0%
Capital Inicial	Poupança pessoal	87	35,8%
	Empréstimo bancário	112	46,1%
	Investimento familiares e amigos	34	14,0%
	Investidores externos	8	3,3%
	Outro	2	0,8%
	Total	243	100,0%

Tabela 4-Characterização da amostra

Fonte: Elaboração própria

A distribuição por género revela uma amostra relativamente equitativa, embora com uma incidência superior de indivíduos do sexo masculino (53.5%), em comparação com 46.5% do sexo feminino. No que diz respeito às faixas etárias, existe uma predominância jovem, refletindo uma amostra maioritariamente composta por indivíduos entre os 15 e os 25 anos (71.2%), sendo que, as restantes faixas etárias apresentam pesos bastante inferiores, entre os quais, 23.9% entre 26 e os 33 anos e 4.1% entre os 34 e os 41 anos.

Esta composição demográfica, marcada essencialmente por indivíduos jovens e com distribuição de género relativamente equilibrada, traduziu-se numa prevalência de estudantes ou formados integrados maioritariamente em instituições de ensino superior públicas, representando 77.0%, quando comparadas com 23% provenientes de fundamentalmente de instituições de ensino privadas.

Um fator que justifica esta predominância pode estar relacionado com o perfil socioeconómico dos inquiridos, bem como, a maior facilidade de acessibilidade ao ensino público. Desta forma, verificou-se também que, existe um maior número de inquiridos pertencentes à área de negócios e gestão (44.9%), sendo que a outra parte se encontra entre a área de engenharia e tecnologia (14.8%) e uma percentagem considerável de 16% proveniente de áreas que não se enquadram no domínio dos negócios, da tecnologia, da saúde ou das artes.

As características demonstradas ressaltam o perfil juvenil predominantemente orientado para áreas e instituições com forte ligação ao mercado empresarial. Por outro lado, uma parte significativa da amostra indica ter um ou dois familiares próximos empreendedores, 28% e 25.5%, respetivamente, isso tende a ser justificado em parte pela fraca experiência em gestão e negócios verificada, onde se observa que 33.3% dos inquiridos não possui qualquer experiência e 31.7% revela ter um nível de acesso moderado.

Esta limitada experiência prática reflete-se sobre a rede de contactos, onde cerca de 41% possuem uma rede favorável de contactos, em contraste com 24.3% que revelam ser muito fraca, o que tende a condicionar o acesso a oportunidades empreendedoras.

A existência de uma rede de contactos limitada, aliada ao facto de muitos dos inquiridos não terem familiares próximos empreendedores, tende a constituir um obstáculo ao início de um percurso empreendedor. No entanto, o impacto das instituições de ensino aliadas ao perfil psicológico dos indivíduos podem ultrapassar esta dificuldade, uma vez que, os inquiridos referem que, caso pretendam iniciar um negócio, a sua principal fonte de

rendimento é sobretudo através de empréstimos bancários (46.1%) ou através das suas poupanças pessoais (35.8%).

Em resumo, as escolhas refletem a realidade de uma amostra tendencialmente jovem, com acesso a recursos limitados, que tende a recorrer a formas de financiamento mais acessíveis e realistas face à realidade atual em que se encontram.

Estes factos foram também confirmados através das componentes estatísticas média e moda apuradas através do programa SPSS e evidenciadas na Tabela 5.

Estatísticas									
		GEN	IDD	INST	FORM	FAM	EXP	REDE	CAPT
<i>N</i>	Válido:	243	243	243	243	243	243	239	243
	Omisso:	0	0	0	0	0	0	4	0
Média:		1,47	1,35	1,23	2,99	2,73	2,09	2,43	1,87
Mediana:		1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	2,00
Moda:		1	1	1	1	2	1	3	2

Tabela 5- Estatísticas dos elementos demográficos

Fonte: Elaboração própria

6 AFE- Análise Fatorial Exploratória

A Análise Fatorial Exploratória (AFE) foi o método escolhido para este trabalho. A AFE é um método estatístico multivariado de interdependência cujo objetivo é determinar o número e a natureza das variáveis latentes ou dos fatores que explicam a variação e a covariação entre um conjunto de medidas observadas (Brown, 2015).

Ao abordar as premissas da AFE, foi averiguado a adequação da amostra, a normalidade multivariada e a multicolinearidade, para garantir a fiabilidade e a confiabilidade da amostra.

Para avaliação destas premissas, foi realizado em primeiro lugar os testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que indicam que, os KMO superiores a 0.7 e próximos de 1, refletem uma boa adequação dos dados para AFE, e, de seguida, através dos testes de sphericidade de Bartlett, foi apurada as correlações entre as variáveis, de forma a averiguar a ausência de multicolinearidade. Posteriormente, foi também aplicado o método de

extração através da análise das componentes principais e o método da rotação dos fatores através de Varimax, de maneira a fornecer maior clareza aos resultados (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

Desta forma, os dados evidenciados na Tabela 6 revelaram que, o coeficiente de KMO foi sempre superior a 0.7 e o teste de Bartlett foi significativo para o nível de 0.05, indicando uma boa adequação da amostra (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

O coeficiente KMO foi analisado para todos os constructos individualmente, mostrando em geral, que os indicadores foram adequados, uma vez que, os KMO's de cada constructo foram superiores a 0.7.

Cerny e Kaiser (1977) explicaram a leitura de valores do KMO da seguinte forma: 0.00 a 0.49 a qualidade da matriz de correlação é inaceitável, 0.50 a 0.59 é fraca, 0.60 a 0.69 é mediana, 0.70 a 0.79 é boa, 0.80 a 0.89 é muito boa e 0.90 a 1.00 é excelente. Da leitura dos dados, foi-nos possível aplicar a análise fatorial à amostra.

Foram também analisados os Factor Loading de todos os itens em relação a cada um dos constructos. Para a componente da Educação e Formação Empreendedora (fator 2) verificamos que, o EF2 (“O curso que escolhi proporciona-me conhecimentos e competências necessárias para iniciar o meu próprio negócio”.) e o EF3 (“O curso que escolhi prepara-me adequadamente para uma carreira empreendedora”.) são os indicadores que melhor explicam este fator, através dos valores de carga forte de, 0.886 e 0.872, respetivamente.

No que toca ao *Mindset* de Crescimento (fator 3) verificamos que, MC5 (“Ao enfrentar desafios, estou a promover gradualmente o desenvolvimento da minha experiência em empreendedorismo”.) e MC4 (“Os erros, em qualquer atividade, permitem melhorar práticas empreendedoras futuras”.) são as componentes que apresentam os valores mais elevados, considerando-se os melhores indicadores deste fator.

Por fim, na Intenção Empreendedora (fator 1), o OE2 (“Tenho a intenção de abrir uma empresa futuramente”.) e o OE3 (“Vejo-me a realizar todos os esforços imprescindíveis para iniciar e administrar a minha própria empresa”.) são os que apresentam as melhores cargas fatoriais para este fator (Field, 2018).

Posto isto, de seguida, observou-se a Variância Total Explicada pelos fatores. Os valores apresentados foram elevados em todos os grupos, e superiores a 60%, principalmente na

intenção empreendedora (77.76%) e na educação e formação empreendedora (68.85%), indicando que, os fatores extraídos são estatisticamente fortes e apresentam uma boa representação dos dados observados (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

De seguida, através da análise do Alfa de Cronbach, foi averiguada a credibilidade dos constructos, onde se verificou que, todos os fatores apresentaram um Alfa superior a 0.70, indicando que, os mesmos são estatisticamente fiáveis.

Assim, e de acordo com os dados analisados, os resultados da AFE indicam uma elevada consistência interna.

	FACTOR LOADING			KMO	TOTAL VARIANCIA EXPLICADA	ALFA
	1	2	3			
EF1	0,079	0,837	0,186	0,764	68,85%	0,834
EF2	0,199	0,886	0,047			
EF3	0,128	0,872	0,070			
EF4	-0,017	0,531	-0,022			
EF5	0,216	0,327	0,030			
MC1	0,288	0,291	0,624	0,761	60,25%	0,754
MC2	0,238	-0,037	0,057			
MC3	-0,021	0,030	0,334			
MC4	-0,009	0,021	0,635			
MC5	0,145	0,034	0,847			
OE1	0,803	0,213	0,042	0,807	77,76%	0,902
OE2	0,881	0,144	0,069			
OE3	0,879	0,092	0,176			
OE4	0,836	0,014	0,216			
OE5	0,548	0,100	0,599			

Tabela 6 - Análise Fatorial Exploratória

Fonte: Elaboração com base no SPSS 24.0

6.1 AFC- Análise Fatorial Confirmatória

A Análise Fatorial Confirmatória (AFC) é um método estatístico utilizado para testar a adequação de um modelo teórico previamente definido, possibilitando verificar se os dados empíricos se ajustam à estrutura fatorial com base nas hipóteses teóricas (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

Neste trabalho, a AFC permitiu avaliar a qualidade do modelo de mensuração composto por três fatores. Os resultados apurados permitiram demonstrar que, existe uma boa adequação dos dados, principalmente pelos valores apurados para o KMO de 0,764;0,761;0,807, respetivamente.

De seguida, a Variância Total Explicada pelos fatores mostrou-se bastante elevada, superando o limiar recomendado dos 50%, o que evidenciou a validade convergente defendida pelo autor. Também foi confirmado que, as cargas fatoriais foram, na maior parte dos casos, superiores a 0,50, especialmente na Intenção Empreendedora (OE), representando um padrão de saturação elevado e consistente da amostra.

No entanto, foi importante aferir que, em alguns fatores, como na Formação e Educação Empreendedora (EF), no EF5 (0,327), e no *Mindset* de Crescimento (MC) no MC2 (-0,037) e no MC3(-0,334), revelaram cargas fatoriais baixas sugerindo fraca representatividade dentro destes itens, indicando uma necessidade de revisão destes fatores.

Na análise efetuada à Confiabilidade Interna dos fatores, avaliada através do Alfa de Cronbach concluímos que, a mesma se mostra adequada, reforçando a consistência dos constructos, conforme evidenciado através da Análise Fatorial Exploratória (AFE).

Os resultados indicam que, a maioria dos itens apresenta uma distribuição que tende a ser normal, sugerindo que os dados apresentados são adequados.

Por fim, embora a estrutura fatorial geral do modelo seja favorável, alguns fatores como o MC4, MC5 e OE5, representaram algumas limitações quanto à normalidade, fundamentalmente por apresentarem valores elevados nos índices de curtose.

Seguindo a ideologia de Hair (2019), recomenda-se a utilização de novas ferramentas e indicadores auxiliares para avaliação do desempenho dos constructos.

6.2 Fiabilidade dos Constructos

Uma das ferramentas utilizada para análise da Fiabilidade dos Constructos, ou Consistência Interna, foi o Alfa de Cronbach (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019). Todos os valores obtidos mostram-se superiores a 0.75, ultrapassando o limite mínimo aceitável de 0.70 recomendado pelos autores. Assim os resultados de Alfa de Cronbach obtidos indicam que, os itens apresentam uma boa consistência interna.

Na Tabela 7, são apresentados outros indicadores relevantes para análise das variáveis, nomeadamente, a média, o erro desvio, a assimetria e a curtose. Estes indicadores

permitem analisar a distribuição das respostas e indicaram possíveis desvios que tendem a impactar na consistência interna dos constructos.

Na componente da Educação e Formação Empreendedora (EF) verificou-se que, a média dos itens variou entre 1.83 e 2.57, indicando uma concordância na tendência das respostas. As médias observadas foram importantes, representando uma medida de tendência central que descreveu o valor médio das respostas, permitindo auxiliar na compreensão da posição geral dos dados (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

O erro padrão, medida de variabilidade ou dispersão, apresentou uma variação entre 1.26 e 1.63, refletindo uma variabilidade considerável nos dados. Por outro lado, através da assimetria, e visto esta ter variado entre os 0.45 e 1.50, refletiu-se uma distribuição simétrica dos resultados (valores positivos e próximos de 0) (George & Mallery, 2019). No que toca á curtose, esta indicou que os itens variaram entre o 0.16 e 1.03, representando uma distribuição menos concentrada em torno dos valores médios. (McDonald, 2014).

Na componente do *Mindset* de Crescimento, a média variou entre 1.23 e 2.26, indicando uma variação no padrão das respostas, sendo maioritariamente médias/baixas, e, portanto, respostas concordantes às questões colocadas. No erro padrão os valores variaram entre 0.54 e 1.49, sendo MC5 a componente com menor valor e menor dispersão (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

A assimetria mostrou-se bastante alta, especialmente em MC1 e MC5 indicando que, a maioria dos resultados está concentrado nos extremos, refletindo falta de variabilidade. A curtose apresentada mostrou um comportamento similar, revelando-se bastante elevada especialmente no MC5, reforçando a falta de variabilidade dos dados (George & Mallery, 2019).

Na Intenção Empreendedora, a média dos valores situou-se entre 1.39 e 2.05 mostrando uma tendência similar à dos anteriores constructos. Por outro lado, o erro padrão variou entre 0.74 e 1.29 indicando uma variabilidade moderada nas respostas (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019).

Nos índices de assimetria, verificamos que, esta componente variou entre -0.29 e 1.69, sendo que, OE4 apresentou o valor mais alto (1.69) conferindo que, as respostas tenderam a estar mais concentradas do lado direito na premissa do “concordo totalmente”,

sugerindo um índice de curtose moderada. As componentes OE4 e OE5, por outro lado, apresentaram os valores mais elevados de 4.43 e 2.09, respetivamente, indiciando uma ligeira concentração dos dados obtidos (George & Mallery, 2019).

Nesta análise foi também possível reforçar a importância da Variância Total Explicada, defendida por Hair (2019), em que esta deveria apresentar valores superiores a 60% para que a validade total das escalas fosse considerada boa.

Os resultados obtidos indicaram uma Variância Total Explicada para cada constructo superior, entre os 60% e os 78%, comprovando que a validade total das escalas é considerada boa.

Estatísticas	Média	Erro Desvio	Assimetria	Curtose
EF1	1,83	1,261	1,502	1,036
EF2	1,96	1,343	1,223	0,161
EF3	2,26	1,494	0,770	-0,934
EF4	2,57	1,629	0,455	-1,431
EF5	2,10	1,472	1,012	-0,499
MC1	1,42	0,770	2,122	4,821
MC2	1,86	1,350	1,442	0,687
MC3	1,72	1,278	1,802	1,894
MC4	1,44	0,909	2,610	6,904
MC5	1,23	0,542	3,084	12,865
OE1	2,05	1,286	0,925	-0,293
OE2	2,01	1,266	0,994	-0,131
OE3	1,81	1,171	1,269	0,495
OE4	1,61	1,032	1,696	2,094
OE5	1,39	0,738	2,110	4,435

Tabela 7-Média, desvio padrão, erro desvio, assimetria e curtose

Fonte: Elaboração própria com base no SPSS 24.0

6.3 Validade dos Constructos

Para analisar o ajustamento do modelo, foram recolhidos vários indicadores. A Tabela 8 reflete os indicadores utilizados, os resultados obtidos e as advertências dos autores.

Indicadores	Recomendações	Valores obtidos	Análise ajustamento
X ² /DF (X ² -chi-square; DF- degrees of freedom)	X ² /DF ≤ 2 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019)	1,716	Excelente
CFI- Comparative Fit Index	CFI > 0,95 (Bentler, 1990)	0,984	Excelente
NFI- Normed-Fit Index	NFI > 0,95 (Ramírez, et al., 2024)	0,962	Excelente
TLI- Tucker Lewis Index or NNFI- Non-Normed Fit Index	TLI > 0,95 (Tucker & Lewis, 1973)	0,976	Excelente
IFI- Incremental Fit Index	IFI > 0,95 (Gana & Broc, 1989)	0,984	Excelente
GFI- Goodness of Fit Index	GFI > 0,90 (Jöreskog & Sörbom, 1981)	0,963	Excelente
RFI- Relative Fit Index	RF I > 0,90 (Gana & Broc, 1989)	0,945	Excelente
RMR- Root Mean Square Residual	RMR < 0,05 (Jöreskog & Sörbom, 1981)	0,066	Bom
RMSEA- Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA < 0,05 (Beribisky & Hancock, 2024)	0,054	Excelente
PGFI- Parsimony Goodness of Fit Index	PGFI > 0,50 (Sathyanarayana & Mohanasundaram, 2024)	0,535	Excelente

Tabela 8-Indicadores de ajustamento do modelo

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

Com base nos resultados apresentados na Tabela 8, observou-se que, os valores obtidos encontravam-se dentro dos parâmetros recomendados pelos autores, o que indicou um excelente ajustamento do modelo, conforme evidenciado pela Análise Fatorial Confirmatória (AFC).

No entanto, foi relevante analisar a unidimensionalidade e a validade convergente do modelo, sendo para isso, utilizado os seguintes indicadores:

- CR: Composite Reliability;
- AVE: Average Variance Extracted;
- MSV: Maximum Shared Variance;
- ASV: Average Shared Variance;

Para avaliar a Consistência Interna de um fator foi necessário realizar-se a Confiabilidade Composta (CR). Os resultados indicaram valores superiores a 0,70, mostrando que, os indicadores representavam adequadamente o constructo. Além disso, a Variância Média Extraída (AVE) superior a 0,50 permitiu concluir que, o constructo consegue explicar mais de metade da variância dos seus indicadores, reforçando a sua validade convergente.

Por outro lado, para apurar a Validade Discriminante, foram analisados os valores da Variância Máxima Compartilhada (MSV) e Variância Compartilhada Média (ASV). Os resultados demonstraram que, uma vez que, estes foram inferiores à AVE, confirmaram os critérios defendidos por Fornell e Larcker, (1981), conforme refletido na Tabela 9.

	CR	AVE	MSV	ASV	Mindset Crescimento	Formação Empreendedora	Intenção Empreendedora
Mindset Crescimento	0,730	0,587	0,238	0,206	0,766		
Formação empreendedora	0,857	0,610	0,173	0,138	0,416	0,781	
Intenção Empreendedora	0,892	0,734	0,238	0,170	0,488	0,320	0,857

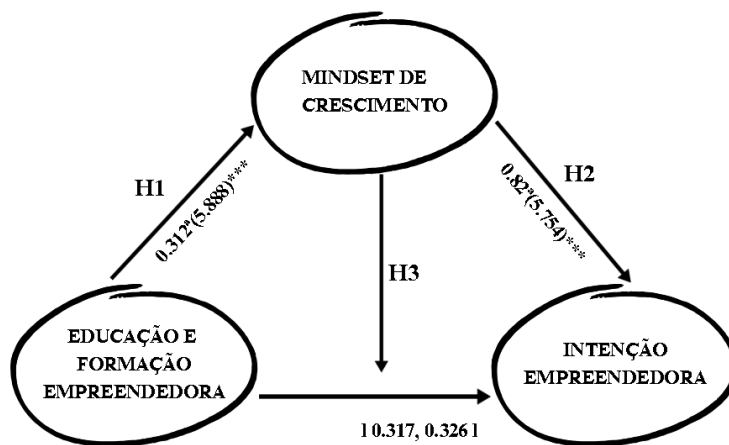
Tabela 9-Indicadores de validade convergente e discriminante

Fonte: Elaboração própria com base no AMOS-SEM 20.0

Estes resultados reforçaram a presença de um elevado nível de unidimensionalidade de cada constructo, bem como, a forte validade convergente do modelo teórico proposto.

7 Modelo Estrutural e Testes de Hipótese

O modelo estrutural é uma representação conceitual das principais relações entre os constructos (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019), permitindo testar as hipóteses de relacionamento das variáveis latentes e as relações estruturais entre os constructos, conforme evidenciado na Figura 4. Esta abordagem foi essencialmente útil para analisar as relações causais complexas, permitindo a criação de múltiplas equações que mostraram a interdependência entre os constructos teóricos.



LEGENDAS:

*Estimações standardizadas:(...) Valor de t:***significativo para o nível de $p<0.001$

Figura 3-Modelo das equações estruturais

Fonte: Elaboração própria

De forma a testar as hipóteses H1, H2, H3, foram apurados tanto os efeitos diretos quanto os indiretos entre as variáveis envolvidas no modelo teórico. No âmbito dos efeitos diretos, recorreu-se à Tabela dos Pesos de Regressão (Regression Weights), que apresentou os coeficientes que quantificavam a influencia de uma variável sobre a outra. Estes coeficientes representavam a força e a direção das relações causais presumidas entre os constructos, sendo assim essenciais na validação das hipóteses propostas.

Na análise aos efeitos indiretos recorreu-se à análise à metodologia das Equações Estruturais (Structural Equation Modeling - SEM) para analisar as múltiplas relações de dependência entre variáveis observáveis e constructos latentes (Robitzsch, 2023).

Assim, conforme evidenciado pela Tabela 10, a Formação e Educação Empreendedora apresentou um efeito positivo e estatisticamente significativo sobre o *Mindset* de Crescimento ($\beta= 0.312$; S.E= 0.053; C.R= 5.888; $p < 0.001$). Os resultados permitiram

sustentar a H1, reforçando que, um aumento dos níveis de formação e educação direcionados ao empreendedorismo tendem a estar associados ao fortalecimento de uma mentalidade de crescimento, isto é, à percepção de que as competências tendem a ser desenvolvidas por meio de esforço e da aprendizagem, conforme evidenciado por Dweck (2016).

Adicionalmente, os efeitos diretos também demonstraram que, o *Mindset* de Crescimento influenciou positivamente a Intenção Empreendedora ($\beta = 0.820$; S.E = 0.142; C.R = 5.754; $p < 0.001$), fortalecendo o suporte empírico necessário à H2 e H3.

Através do coeficiente padronizado obtido ($\beta = 0.820$) foi possível analisar uma relação de intensidade moderada, mas consistente, que evidenciou que o *Mindset* de Crescimento desempenhava um papel significativo sobre a intenção empreendedora. Além disso, o elevado valor do Critical Ratio (C.R > 1.96) e o nível de significância inferior a 0.001 confirmaram a robustez estatística desta relação.

Este resultado foi coerente com a literatura apresentada, apontando que, as experiências educativas teóricas e práticas orientadas para o empreendedorismo permitem atitudes mais resilientes e orientadas para o desenvolvimento de uma mentalidade de crescimento, estimulando continuamente a intenção empreendedora.

Por outro lado, foi também analisado aos efeitos indiretos, através do Método dos Efeitos Indiretos Padronizados (Standardized Indirect Effects), que permitiram avaliar a influencia de uma variável exógena sobre outra variável endógena mediada por uma terceira variável. Os resultados apurados permitiram auferir que, o efeito indireto da Formação e Educação Empreendedora sobre a Intenção Empreendedora, tem por base a variável mediadora do *Mindset* de Crescimento (Hayes, 2022).

Neste sentido, para avaliar o nível de significância estatística destes efeitos indiretos foram utilizados Intervalos de Confiança com Correção de Viés (Bias-Corrected Bootstrap) a 95%. Este método baseou-se essencialmente na reamostragem e ajuste dos resultados a fim de obter uma maior precisão estatística. Assim considerava-se que um efeito seria estatisticamente significativo quando o intervalo de confiança não incluísse o valor zero (Hayes, 2022).

Os resultados desta análise mostraram que, o efeito indireto da Formação e Educação Empreendedora sobre a Intenção Empreendedora encontrava-se refletido num intervalo

de confiança entre 0.137 (limite inferior) e 0.326 (limite superior) evidenciando que, o *mindset* de crescimento atuava como forte mediador desta relação.

Estes resultados significaram que, a formação empreendedora influencia diretamente a intenção de empreender, mas também indiretamente através do fortalecimento de uma mentalidade voltada para o desenvolvimento pessoal e superação de desafios, conforme evidenciado por Agbonna e Obarinu (2020) e Baptista (2024).

Do mesmo modo, mostrou-se que a Formação e Educação Empreendedora exerceu efeitos significativos sobre algumas variáveis específicas da Intenção Empreendedora (OE2, OE3, OE4), uma vez que, os respectivos intervalos de confiança foram tendencialmente positivos. Por exemplo, a variável OE3 apresentou um intervalo de confiança entre 0.114 e 0.291, confirmando a força da medição parcial nestas dimensões.

Segundo Wu, Qi e Zhong (2022) estes resultados evidenciavam que, determinados aspectos da intenção empreendedora são particularmente sensíveis à mensuração exercida pelo *mindset* de crescimento, quando associados a aspectos pessoais como, a autoconfiança, a percepção de oportunidades ou a disposição empreendedora.

Em conjunto, estes resultados ofereceram suporte empírico à H3, reforçando o papel mediador do *mindset* de crescimento na relação entre a formação e educação empreendedora e a intenção de iniciar um negócio.

Tal constatação contribui, por um lado, para oferecer suporte empírico às hipóteses teóricas evidenciadas na Figura 4, bem como, ao nível da literatura por destacar a importância de desenvolver, nos programas educacionais as competências técnicas e os aspectos psicológicos que favoreçam o surgimento de atitudes empreendedoras sustentáveis.

CAPÍTULO IV- DISCUSSÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

8 Sumário dos Resultados

Com base nos resultados obtidos, observou-se que maior parte dos participantes são jovens, com idades entre os 18 anos e os 25 anos e provém predominantemente de áreas de negócios, gestão e engenharia. Muitos dos inquiridos mostraram ter familiares próximos proprietários de negócios, no entanto, a nível profissional afirmaram ter pouca experiência nessa área.

Além disso, demonstraram possuir uma rede de apoio empreendedor moderada e identificaram a necessidade de identificar oportunidades sustentáveis para criarem os seus próprios negócios, recorrendo principalmente à tradicional fonte de financiamento o empréstimo bancário, ou por outro lado às poupanças pessoais.

Ao nível empírico, na componente da formação e educação empreendedora, verificou-se uma maior concordância às questões relacionadas com as instituições de ensino oferecerem áreas dedicadas à formação e estímulo do empreendedorismo, e a possibilidade de os cursos profissionais desenvolverem as competências individuais empreendedoras.

Estes resultados alinharam-se às conclusões defendidas por Yaping e Lu (2024) e Martin, B.C., McNally e Kay (2013), destacando a importância da educação formal e profissional ao estímulo empreendedor, mas contrastando com a ideia defendida por Fayolle et. al. (2016), que defende que a educação empreendedora nem sempre resulta na intenção de empreender.

Na componente do *mindset* de crescimento, observou-se uma maior consistência nos resultados, com os inquiridos a afirmarem que as competências empreendedoras são desenvolvidas ao longo do tempo, dependendo essencialmente do seu esforço pessoal e alinhado a um feedback construtivo. Esta abordagem permitiu averiguar que, os erros são frequentemente encarados como oportunidades de crescimento, estimulando uma atitude empreendedora resiliente, consistente à ideia defendida por Dweck (2006).

Estes aspetos, quando conjugados, permitiram confirmar a intenção dos indivíduos de se tornarem empreendedores, mobilizando os seus interesses nesse sentido e encarando esse objetivo profissional como um aspeto com impacto positivo na sociedade.

Este resultado vem confirmar estudos recentes de que os estudantes não veem apenas o empreendedorismo como forma de obter rendimentos, mas como uma oportunidade de gerar mudanças, conforme defendido por Rigtering, Kraus, Eggers e Jensen (2014).

Por forma a compreender as relações existentes entre os constructos, foi realizada uma Análise Fatorial Exploratória (AFE) segundo a metodologia proposta por Hair (2019). Esta metodologia confirmou a adequação da amostra e a validade dos constructos, permitindo identificar os padrões subjacentes aos dados e agrupando as variáveis correlacionadas em fatores latentes.

Posteriormente, foi avaliada a consistência interna dos constructos, onde foi calculado o Alfa de Cronbach, conforme recomendado por Hair (2019). Este valor indicou uma boa confiabilidade dos constructos, confirmando que, os mesmos apresentaram elevada consistência interna, aumentando os níveis de confiança obtidos.

De seguida, através dos índices de ajustamento obtidos incluindo o Comparative Fix Index, o Tucker Lewis Normed Fix Index, o Incremental Fix Index, o Goodness of Fit Index, o Relative fit Index, o Root Mean Square Residual, o Root Mean Square Error Of Approximation e o Parsimony Goodness of Fit Index foi confirmada a validade total das escalas. Os resultados permitiram corroborar as recomendações da literatura defendidas por Hair (2019), Tucker e Lewis (1973), Bentler (1990), Gana (1989), Jöreskog e Sörbom (1981), Beribisky e Hancock (2024) e Sathyanarayana e Mohanasundaram (2024) confirmando que, o modelo refletia um excelente ajustamento e representava uma base sólida para a análise das relações entre os constructos latentes.

Com base nos resultados obtidos, foi possível confirmar todas as hipóteses teóricas. A hipótese 1 que postula que educação e formação empreendedora tem impacto positivo e significativo na intenção empreendedora, foi validada. De seguida, as hipóteses 2 e 3, que indicavam que o *mindset* de crescimento exercia impacto positivo e significativo na intenção empreendedora e que atuava como mediador entre esta e a formação e educação empreendedora, também foram também confirmadas.

Os dados obtidos obedeceram aos critérios definidos pelos Intervalos de Confiança com Correção de Viés (Bias-Corrected Bootstrap) a 95%, aos efeitos diretos e indiretos entre os constructos e passaram nos testes de normalidade.

CAPÍTULO V- CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS E IMPLICAÇÕES PRÁTICAS

No que se refere às implicações deste trabalho, consideramos que o objetivo principal deste estudo, de investigar de que forma a educação e formação empreendedora, mediadas pelo *mindset* de crescimento, influenciavam na intenção empreendedora, foi alcançado.

A definição e a validação do modelo conceptual possibilitaram a construção de um sistema coerente e fundamentado de relações entre a educação e formação empreendedora, o *mindset* de crescimento e a intenção empreendedora, oferecendo fundamentos valiosos para futuras investigações práticas no campo do empreendedorismo.

De modo geral, o modelo conceptual contribuiu para o avanço do conhecimento no âmbito do empreendedorismo, sobretudo ao incorporar conceitos diferenciadores relacionados aos fatores que influenciam o caminho empreendedor dos estudantes.

Ao relacionarmos a educação e formação empreendedora com o *mindset* de crescimento, o modelo proporciona uma perspectiva inovadora ao estudo dos mecanismos que impactam na intenção empreendedora, podendo resultar deste estudo uma reflexão sobre políticas educacionais empreendedoras e programas no âmbito deste setor.

Além disso os resultados do estudo contribuíram igualmente para a compreensão de que muitos indivíduos atualmente não dispõem dos meios adequados, quer contactos, recursos financeiros, referências familiares ou experiências práticas suficientes que fortaleçam o caminho empreendedor.

Esta carência constitui um fator de atenção para que as instituições de ensino assumam um papel ativo no desenvolvimento de ambientes favoráveis ao desenvolvimento do empreendedorismo dentro e fora das salas de aula, oferecendo apoio contínuo e oportunidades concretas de experimentação em contextos empresariais.

Este acompanhamento revela-se crucial, sobretudo tendo em conta que uma parte significativa da amostra revelou interesse na carreira empreendedora. Tal constatação reforça a necessidade de aposta em políticas educativas mais inclusivas, fundamentalmente em contextos reais, bem como, o reforço do envolvimento por parte dos pais e professores ao estímulo de uma mentalidade orientada ao crescimento, nas

diversas fases da vida, tal como defendido por Carol Dweck, na obra: “The New Psychology of Success”.

Para além deste potencial motivacional, os resultados evidenciaram a importância da percepção por parte dos indivíduos, do contributo do empreendedorismo para a economia e para o desenvolvimento do país, mas também ao nível pessoal, nomeadamente no que diz respeito ao crescimento individual e à conquista da independência financeira.

Estas conclusões estão em consonância com os estudos da Global Entrepreneurship Monitor, com os trabalhos de Moura, Gupta e Barzotto (2020) e com a literatura de Gimenez, Edelman, Dawson e Calabro (2022), que sublinhavam o impacto transformador do empreendedorismo tanto em contextos macroeconómicos como na trajetória de vida dos estudantes.

Estas conclusões foram fundamentais para analisar o papel central da formação empreendedora orientada para o desenvolvimento de competências cognitivas e comportamentais associadas a uma mentalidade de crescimento, ao evidenciarem a importância do desenvolvimento de atitudes empreendedoras desde as fases iniciais da educação formal, conforme defendido na literatura de Yaping e Lu (2024).

Deste modo as instituições de ensino alinhadas às diversas culturas institucionais, desempenham um papel fundamental e estratégico no desenvolvimento de um ambiente propício à inovação e ao empreendedorismo.

Para favorecer esse ambiente, torna-se essencial o desenvolvimento de iniciativas que envolvam todo o meio educativo, com a realização de palestras com empreendedores, e que interajam ativamente com os alunos, bem como, a oportunidade de antigos estudantes que tenham criado os seus próprios negócios relatarem os desafios e conquistas do seu percurso, interagindo com os recém-formados e inspirando-os.

Por outro lado, será igualmente necessário que, as escolas e universidades recorram aos meios de comunicação para divulgar iniciativas empreendedoras, por forma a estimular os alunos e sensibilizar a comunidade para a relevância do empreendedorismo.

Ao tornarem-se públicas estas iniciativas, a instituição tem a possibilidade de aumentar o seu potencial de atrair parcerias estratégicas com o setor empresarial, permitindo a criação de redes de colaboração que podem, a todo tempo, resultar em oportunidades de estágios e financiamento de projetos.

CAPÍTULO VI- LIMITAÇÕES E IMPLICAÇÕES FUTURAS

Embora o estudo tenha demonstrado que a intenção empreendedora depende da implementação eficaz da educação e formação empreendedora, aliada ao desenvolvimento de uma mentalidade orientada para o crescimento, reconhecemos que esta investigação não se encontra isenta de limitações.

Uma primeira limitação prende-se com o facto de o modelo proposto ter considerado apenas dois fatores principais, o *mindset* de crescimento e a educação/formação empreendedora, como preditores da intenção empreendedora.

Embora se tenha verificado que estes fatores tenham demonstrado impacto positivo e significativo, a literatura refere que a intenção empreendedora depende de um conjunto de variáveis, nomeadamente a autoeficácia, aversão ao risco, apoio familiar, mas também de características individuais como resiliência, proatividade e a criatividade.

Assim, as investigações futuras poderão alargar este modelo teórico integrando os fatores enumerados, de forma a contribuir para uma compreensão mais aprofundada e multifatorial da intenção empreendedora sobre os estudantes.

Adicionalmente, embora este estudo tenha comprovado que o *mindset* de crescimento atua como mediador na relação entre a educação/ formação empreendedora e a intenção empreendedora, importa referenciar que este constructo também poderá mediar outras relações, nomeadamente em relação a experiências práticas, à perceção do controlo ou individualmente ao ambiente institucional.

As futuras investigações poderão explorar novos modelos moderadores, com o objetivo de aprofundar o impacto do *mindset* de crescimento em diferentes contextos, uma vez que, este é um fator pouco aprofundado pela literatura atual.

Uma segunda limitação pode residir na ausência de uma análise diferenciada por género, uma vez que esta pode impactar de forma diferente estes dois grupos.

Ainda que, a amostra inclua indivíduos de ambos os sexos, não foi efetuada uma análise comparativa que permita concluir se existem diferenças positivas e significativas no impacto do *mindset* de crescimento e da educação/ formação empreendedora na intenção dos estudantes do sexo feminino face ao masculino. Tendo em conta que o género tende a influenciar as perceções de capacidade empreendedora, bem como, o acesso a recursos e oportunidades, esta constitui uma possibilidade de investigação a futuros estudos.

Uma terceira limitação prende-se como o número de participantes, sendo que foram apenas recolhidas 243 participações.

Embora seja suficiente para a realização das análises estatísticas propostas e para a validade dos modelos subjacentes, este constitui-se uma limitação em termos de generalização dos resultados. A inclusão de uma amostra mais significativa e diversificada, envolvendo a participação de um maior número de estudantes, de diferentes áreas científicas, diferentes níveis de ensino, diferentes instituições superiores, diferentes experiências, permitiria uma análise mais representativa da realidade.

Ainda nesta vertente, poderá destacar-se um número reduzido de questões utilizadas para medir as variáveis em estudo. Embora as escalas aplicadas tenham sido baseadas em instrumentos validados previamente, poderia considerar-se a inclusão de um maior número de questões por variável de maneira a obter uma amostra robusta dos constructos.

Por fim, este estudo permitiu dar continuidade à pesquisa de Adekiya e Ibrahim sobre a intenção empreendedora entre estudantes, salientado o papel da formação e cultura empreendedora, mostrando se tratar de uma análise transversal baseada no estudo das relações causais entre variáveis relevantes ao empreendedorismo.

Desta forma, a análise de estudos de natureza longitudinal, que acompanhem a evolução do *mindset* de crescimento e a intenção empreendedora ao longo do percurso académico e profissional dos estudantes oferece contributos importantes para a compreensão atemporal destes fenómenos.

CAPÍTULO VII- CONCLUSÃO

Ao longo do tempo e à medida que as relações internacionais passaram por profundas transformações o fenómeno do empreendedorismo revela-se um veículo essencial para o crescimento económico e para a geração de novos empregos.

Reconhecendo o empreendedorismo como um fenómeno de forte importância para o desenvolvimento económico e social, mostrou-se relevante compreender quais os fatores que motivam os estudantes a seguirem por este caminho como carreira profissional.

Neste sentido foi essencial para o presente estudo perceber de que forma a formação/educação empreendedora e o *mindset* de crescimento tendem a influenciar na decisão de os estudantes criarem o seu próprio negócio.

Os resultados revelaram que o *mindset* de crescimento atuava como forte mediador da relação entre a formação/educação empreendedora e a intenção empreendedora, sugerindo que, além de se adquirir conhecimentos teóricos e técnicos seria necessário deter de uma mentalidade de crescimento orientada para o desenvolvimento pessoal e superação de desafios, de maneira a potenciar a transição da aprendizagem para a ação.

Desta forma, ao verificar-se que todas as hipóteses testadas foram confirmadas, por meio do método direto da Tabela dos Pesos de Regressão, e indireto através da análise das Equações Estruturais (SEM), e conjugada com análise dos Intervalos de Confiança com Correção de Viés a 95%, foi-nos possível validar o modelo proposto e apurar as relações empíricas entre as variáveis em estudo.

Estas relações possibilitaram a criação e validação do modelo conceptual apresentado, ao qual permitiu ampliar as considerações até aqui obtidas sobre a intenção empreendedora, desdobrando-as em duas dimensões fundamentais: a formação e educação empreendedora, enquanto um processo estruturado para a aquisição de competências, conhecimentos, saberes e o *mindset* de crescimento, enquanto perspectiva defendida por Dweck, referindo-se a como estas competências, conhecimentos, habilidades podem ser desenvolvidos ao longo do tempo, mobilizando as forças necessárias no sentido da carreira empreendedora.

Estes resultados revelam-se particularmente relevantes ao demonstrarem que, mesmo na ausência de antecedentes familiares empreendedores, com poucas experiências

profissionais na área e identificando lacunas nas instituições de ensino que frequentam, muitos inquiridos identificaram interesse em prosseguir por uma carreira empreendedora.

Os indivíduos mostraram-se dispostos a realizarem esforços nesse sentido e reconheceram o empreendedorismo como fator positivo para a economia portuguesa. Desta forma ao encorajar os estudantes a conceberem a importância deste fator, constrói-se condições para favorecer a cultura empreendedora inclusiva em Portugal.

Estes esforços traduziram-se em maiores oportunidades de emprego, maior competitividade, maior independência financeira e dinamizam diversos setores da economia, beneficiando os empreendedores e a sociedade em geral.

A partir destes resultados e sugestões futuras foi importante sublinhar a necessidade de um maior investimento por parte das instituições de ensino na difusão do empreendedorismo, através de parcerias estratégicas com novas empresas ou através da utilização dos meios de comunicação social que tenham à sua disposição para reforçar o acompanhamento desde as fases iniciais do seu percurso académico.

A análise deste estudo a outras perspetivas e modelos teóricos que permitam identificar novos fatores associados a intenção empreendedora, mostra-se relevante, na medida em que, contribuirá para reforçar o ecossistema empreendedor aliado à inovação.

Em suma, este estudo permite uma análise mais aprofundada dos fatores que influenciam a intenção empreendedora entre os estudantes, destacando o papel elementar da formação, educação e *mindset* de crescimento, permitindo efetivar-se um passo significativo no espírito empreendedor.

Desta forma permite-se, a todo tempo, o desenvolvimento de orientações práticas para as instituições de ensino e a formulação de políticas fundamentais ao desenvolvimento económico e social do empreendedorismo em Portugal.

O objetivo principal deste estudo foi concluído, construindo uma base científica sólida para futuras investigações e para a implementação de estratégias que promovam o empreendedorismo entre os estudantes.

9 Bibliografia

- Acuna-Durán, E., Pradenas-Wilson, C., Oyanedel, J., & Jalon-Gardella, R. (2021). Entrepreneurial intention and perceived social support from academics-scientists at chilean universities. *Frontiers in Psychology*, 12. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.758041>
- Adekiya, A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 3-5. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Agbonna, A., & Obarinu, A. (2020). Self-efficacy and entrepreneurial mindset: Towards societal re-engineering. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 261-273. doi:<https://doi.org/journal.62.2020.75.261.273>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. 50, pp. 179-211. doi:[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbari, M., Irani, H., Zamani, Z., Valizadeh, N., & Arab, S. (2024). Self-esteem, entrepreneurial mindset, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 100934. doi:[10.1016/j.ijme.2024.100934](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100934)
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Tautiva, J. (2021). Entrepreneurial Intention: Creativity, Entrepreneurship, and University Support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333-350. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review.

- Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
doi:<https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bakar, A., Ahmad, S., Wright, N., & Skoko, H. (2017). The propensity to business startup: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) data in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, pp. 161-181.
doi:<https://doi.org/10.1108/JEEE-11-2016-0049>
- Baker, E. (2025). The Insidious Charms of the Entrepreneurial Work Ethic. Em E. Baker, *Modern critiques of work culture* (pp. 45-62). Routledge.
- Bandeira, P., & Silva, T. (2023). Motivações para o Empreendedorismo: Necessidade e Oportunidade. *Revista de Psicologia*, 18(3), 190-208.
doi:<https://doi.org/10.14295/online.v17i66.3771>
- Baptista, R. (07 de 2024). *Intenção empreendedora de estudantes universitários: uma perspectiva da geração z*. Universidade do Minho, Escola de Engenharia.
- Barbosa, R., Da Silva, E., Gonçalves, F., & De Moraes, F. (2020). O impacto da educação empreendedora na intenção de empreender: Análise dos traços de personalidade. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(1), 124-158.
doi:<https://doi.org/10.14211/regepe.v9i1.1589>
- Bates, T., & Li, Y. (2017). Does growth mindset improve children's IQ, educational attainment or response to setbacks? Active-control interventions and data on. *Journal of Experimental Psychology: General*, 146(7), 939-953.
doi:<https://doi.org/10.31235/osf.io/tsdwy>
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. doi:<https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Bergmann, H., Audretsch, D., & Bohinc, R. (2021). The influence of cultural and economic factors on entrepreneurial activity: A comparative analysis. *Small Business Economics*, 56(4), 1235-1252. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00411-8>
- Beribisky, N., & Hancock, G. R. (2024). Comparing RMSEA-Based Indices for Assessing Measurement Invariance in Confirmatory Factor Models. *Educational*

and *Psychological Measurement*, 84(4), 716-735.
doi:<https://doi.org/10.1177/00131644231202949>

Brandão, A., & Costa, A. (2020). Jogos de Simulação no Ensino de Empreendedorismo: Uma Análise da Sua Eficácia. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 123-135. doi:<https://doi.org/10.20872/2447-8407/regmpe.v5n1p123-135>

Brown, T. (2015). Em *Confirmatory Factor Analysis for Applied*. The Guilford Press.

Brush, C., Edelman, L., Monalova, T., & Welter, F. (2019). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 224. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-018-9992-9>

Bucha, A., Pereira, R., & Alves, A. (2015). Em A. Bucha, R. Pereira, & A. Alves, *Economia, Gestão e Empreendedorismo*. Editora RH.

Cerny, C. A., & Kaiser, H. F. (1977). A study of a measure of sampling adequacy for factor-analytic correlation matrices. *Multivariate Behavioral Research*, 12(1), 43-47. doi:https://doi.org/10.1207/s15327906mbr1201_3

Cohen, G., & Garcia, J. (2020). Evaluative Audience Perception (EAP): How Children Come to Care About Reputation. *Child Development Perspectives*, 14(1), 3-9. doi:<https://doi.org/10.1111/cdep.12335>

Cruzeiro, C., & Minello, I. (2019). Afinal o que é o empreendedorismo? Uma revisão sistemática da pesquisa científica. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 4(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.20872/24478407/regmpe.v4n1p1-15>

Csaszar, F., Ketkar, H., & Kim, H. (2024). *Artificial intelligence and strategic decision-making: Evidence from entrepreneurs and investors*. doi:<https://doi.org/10.48550/arXiv.2204.13807>

Cui, J., & Bell, R. (2022). Behavioural entrepreneurial mindset: How entrepreneurial education activity impacts entrepreneurial intention and behaviour. *International Journal of Management in Education*, 20(2). doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100639>

- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *International Journal of Management in Education*, 19(1), 123-135. doi: <https://doi.org/10.14489/ijem.2021.v19.i1.a10>
- Davey, T., Hannon, P., & Penaluna, A. (2016). Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue. *Industry and Higher Education*, pp. 171-182. doi: <https://doi.org/10.1177/0950422216656699>
- Debacker, T., Heddy, B., Kershen, J., Crowson, H., Looney, K., & Goldman, J. (2018). Effects of a one-shot growth mindset intervention on beliefs about intelligence and achievement goals. *Education Psychology*, 38(6), pp. 711-733. doi: <https://doi.org/10.1080/01443410.2018.1426833>
- Debra, L.-A. (2015). Marketing plan research and assessment. Em D. Lucas-Alfieri, *Marketing the 21st Century Library* (pp. 19-30). Chandos Publishing.
- Dijkstra, N., Groot, K., & Rietveld, C. (2023). Entrepreneurial orientation and decision-making under risk and uncertainty: Experimental evidence from the Columbia Card Task. *Applied Psychology*, 72(4), 1577-1592. doi: <https://doi.org/10.1111/apps.12436>
- Donaldson, C. (2019). Intentions resurrected: A systematic review of entrepreneurial intention research from 2014 to 2018 and future research agenda. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(3), 953-975. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00578-5>
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*.
- Dweck, C. (2006). *The New Psychology of Success*. Random House.
- Dweck, C. (2017). *Mindset: How you can fulfill your potential*.
- Dweck, C. S. (2016). What having a 'growth mindset' actually means. *Harvard Business Review*, 1-5. doi: <https://hbr.org/2016/01/what-having-a-growth-mindset-actually-means>

- Dweck, C., & Leggett, E. (1988). A Social-Cognitive Approach to Motivation and Personality. *Psychological Review*, 95(2), pp. 256-273. doi:<https://doi.org/10.1037/0033-295X.95.2.256>
- Dweck, C., & Yeager, D. (2019). Mindset: A view from two eras. *Perspectives on Psychological Science*, 14(3), 481-496. doi:<https://doi.org/10.1177/1745691618804166>
- Dweck, C., & Yeager, D. (2021). A growth mindset about intelligence. Em *Handbook of wise interventions: How social psychology can help people change* (pp. 9-35). In G. M. Walton & A. J. Crum (Eds.).
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding Entrepreneurial Intentions: A Developed Integrated Structural Model Approach. *Journal of Business Research*, 172-174. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Estrin, S. K. (2022). Schumpeterian entry: Innovation, exporting, and growth aspirations of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(5), 1013-1041. doi:<https://doi.org/10.1177/1042258720909771>
- Fa, J., Hu, J., & Wang, J. (2024). How entrepreneurship education affects college students entrepreneurial intention: Samples from China. *Heliyon*, 10(10). doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30776>
- Fairlie, R. (2022). *National Report on Early Stage Entrepreneurship in the United States*. National Report on Early Stage Entrepreneurship in the United States:2020, Ewing Marion Kauffman Foundation, Kansas City. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.4061122>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 903-918. doi:<https://doi.org/10.1111/jsbm.12025>
- Field, A. (2018). Em *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (5th Edition ed.). Newbury Park.
- Figueiredo, A., & Souza, R. (2019). A importancia de mitigar o risco de preparação inadequada dos professores para o ensino do empreendedorismo. *Revista*

Brasileira de Educação, 24(79), 89-112. doi:<https://doi.org/10.1590/s1413-24782019247905>

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(2), pp. 387-414. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. doi:<https://doi.org/10.2307/3151312>

Fuentelsaz, L., González, C., Maicas, J., & Montero, J. (2015). How Different Formal Institutions Affect Opportunity and Necessity Entrepreneurship. *Business Research Quarterly*, 18(4), 246-258. doi:<https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.001>

Gana, K., & Broc, G. (1989). Structural Equation Modeling. Em *Structural Equation Modeling*. Wiley. doi:<https://doi.org/10.1002/9781118619179.ch1>

Gartner, W. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), pp. 11-32. doi:<https://doi.org/10.1177/104225878801200401>

GEM. (2022). GEM Angola 2022/2023, Estudo sobre o Empreendedorismo.

GEM Portugal 2019/2020. (2020). *Estudo de avaliação sobre as dinâmicas empreendedoras em Portugal*, pp. 1-86.

George, D., & Mallery, P. (2019). Em *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference* (15 ed., p. 402). New York: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9780429056765>

Gimenez-Jimenez, D., Edelman, L. F., Dawson, A., & Calabro, A. (2022). Women entrepreneurs' progress in the venturing process: The impact of risk aversion and culture. *Small Business Economics*, 58, 1091-1111. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-020-00435-8>

Gupta, V. K., Wieland, A. M., & Turban, D. B. (2019). Gender characterizations in entrepreneurship: A multi-level investigation of sex-role stereotypes about high-

- growth, commercial, and social entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 131-153. doi:<https://doi.org/10.1111/jsbm.12495>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Em Multivariate data analysis* (8 ed.). Cengage Learning.
- Halvarsson, D., Korpi, M., & Wennberg, K. (2018). Entrepreneurship and income inequality . *Journal of Economic Behavior & Organization*, 275-293. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2017.11.003>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset? *Heliyon*, 6(11). doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>
- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81-112. doi:<https://doi.org/10.3102/003465430298487>
- Hayati, D., Karami, E., & Silavi.S. (2006). Combining qualitative and quantitative methods in the measurement of rural poverty : The case of Iran. 3, pp. 361-394. doi:<https://doi.org/10.1007/S11205-004-6299-9>
- Hayes, A. F. (2022). *Em Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach* (Third Edition ed.). Guilford Press.
- Haynie, J., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 217-229. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>
- Hofstede, G. (1997). *Cultures and Organizations: Software of the mind*. New York:McGraw-Hill.
- Hugles, M., Irlanda, R., & Morgan, R. (2007). Estimular o Valor Dinámico: Capital Social e Incubação de Empresas como Caminho para o Sucesso Competitivo. *Planeamento de Longo Prazo*, 154-157.
- Igwe, P., Madichie, N., Chukwuemeka, O., Rahman, M., Ochinanwata, N., & Uzuegbunam, I. (2022). Pedagogical approaches to responsible entrepreneurship education. *Sustainability*, 14(15). doi:<https://doi.org/10.3390/su14159440>

- INE. (2020). Obtido de Instituto Nacional de Estatística .
- INE. (2023). Instituto Nacional de Estatística. *Estatísticas de Emprego: 4º trimestre de 2023*.
- Instituto Nacional de Estatística . (2020). Obtido de INE.
- Jiang, Y. (2024). Childhood financial difficulty and entrepreneurial intention: The roles of work-family conflict and openness to experience. *Journal of Business Research*, 175. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114559>
- Jiantong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact os entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intentions: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12(724440). doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1981). *Em likelihood, LISREL V: Analysis of linear structural relationships by the method of maximum*. Scientific Software, Inc.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279-356. doi:<https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Klofsten, M. (2000). Training entrepreneurship at universities: A Swedish case. *European Journal of industrial Training*, 24(6), 337-344. doi:<https://doi.org/10.1108/03090590010373325>
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330. doi:<https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. doi:[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kruger, C., Cavalheiro, G., Zonatto, V., & Kaczam, F. (2021). Intenção empreendedora e motivação para aprender de estudantes do curso de ciencias contábeis. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)*, 15(4), 403-424. doi:<https://doi.org/10.17524/repec.v15i4.2795>

- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergeneration transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414 -435. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.006>
- Lee, S., Kang, M.-J., & Kim, B.-K. (2022). Factors influencing entrepreneurial intention: Focusing on individuals knowledge exploration and exploitation activities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 8(3). doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc8030165>
- Lessa, B., & Sousa, J. & Costa, J. (2021). A Influência da Exaptação Empreendedora na Relação entre Educação e Intenção Empreendedoras. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 18(3), 219-233.
- Li, J., Wang, J., Li, J., Quian, J., Ling, R., Jia, R., & Xu, Y. (2022). Family socioeconomic status and mental health in Chinese adolescents: the multiple mediating role of social relationships. *Journal of Public Health*, 44(4), 823-833. doi:<https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab280>
- Li, X., Lin.C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10(869). doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Liberato, N., Marcolino, W., & Wânia, S. (2022). Ciência Dinâmica: Revista Científica Eletrônica. *Fatores que influenciam na atitude empreendedora: uma revisão sistematica*, pp. 8-18.
- Lopez, S., & Garcia, A. (2020). Testing innovation, risk-taking, and proactivity as antecedents of entrepreneurial behavior. *Journal of Venturing*, 335-357. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.01.004>
- Lopez-Carril, S., Rodríguez-García, M., & Mas-Tur, A. (2024). TED Talks and entrepreneurial intention in higher education: A fsQCA approach. *The International Journal of Management Education*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100980>
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Aparicio-García, M. E., & Díaz-Ramiro, E. M. (2020). Are entrepreneurs born or made? The influence of personality. *Personality and Individual Differences*, 154. doi:<https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109699>

- Macnamara, B. N., & Burgoyne, A. P. (2022). Do growth mindset interventions impact students' academic achievement? A systematic review and meta-analysis with recommendations for best practices. *Psychological Bulletin*, *149*(3-4), 133-173. doi:<https://doi.org/10.1037/bul0000352>
- Maheshwari, G., & Kha, K. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *The International Journal of Management in Education*, *20*(2). doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100553>
- Makai, A., & Dory, T. (2023). Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention: Evidence from Western Transdanubia Region. *PLOS ONE*, *18*(3). doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283850>
- Marques, C., Ferreira, J., Marques, C., & Leal, C. (2024). Understanding university-industry collaboration: A social exchange perspective on the entrepreneurial university. *The Journal of Technology Transfer*. doi:<https://doi.org/10.1007/s10961-024-10084-8>
- Martin, B.C., McNally, J., & Kay, M. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, *28*(2), 211-224. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- Martin-Navarro, A., Velicia-Martin, F., Medina-Garrido, J., & Palos-Sanchez, P. (2023). Impact of effectual propensity on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, *157*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113604>
- Mccarthy, P., Gong, X., Stephany, F., Braesemann, F., Rizoïu, M., & Kern, M. (2023). The Science of Startups: The impact of Founder Personalities on Company Success. doi:<https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.07968>
- McDonald, R. P. (2014). *Em Test theory: A unified treatment* (p. 498). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mensah, I. K., Khan, M. K., & Mwakapesa, D. S. (2023). Factors determining the entrepreneurial intentions among Chinese university students: The moderating

- impact of student internship motivation. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.1057/s41599-023-02275-9>
- Meyer, T., Quaedflieg, C., Weijland, k., Schruers, K., Merckelbach, H., & Smeets.T. (2017). Frontal EEG asymmetry during symptom provocation predicts subjective responses to intrusions in survivors with and without PTSD. *Psychophysiology*, 54(3), 354-360. doi: <https://doi.org/10.1111/psyp.12779>
- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C., & Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention: Gender differences in Italy. *PLOS ONE*, 13(6). doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924>
- Morris, S., Chade, C., Kistruck, G., Lount, J., & Thomas, T. (2023). The Impact of Growth Mindset Training on Entrepreneurial Action Among Necessity Entrepreneurs: Evidence from a Randomized Control Trial. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 17(3), 671-692. doi:<https://doi.org/10.1002/sej.1472>
- Mothibi, N., Malebana, M., & Rankhumise, E. (2024). Munificent Environment Factors Influencing Entrepreneurial Intention and Behaviour: The Moderating Role of Risk-Taking Propensity. *Administrative sciences*, 14(9). doi:<https://doi.org/10.3390/admsci14090230>
- Moura, A., Gupta, J., & Barzotto, M. (2020). Estudo revela como empresas usam a falencia para reestruturar as finanças. *Revista Abacus*. doi:<https://doi.org/10.1111/abac.12345>
- Mueller, P. (2007). Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The Impact of Entrepreneurship on Growth. *Small Business Economics*, 28(4), 355-362. doi:<https://doi.org/10.1007/s11187-006-9035-9>
- Müller, F. A., & Wulf, T. (2020). Technology-supported management education: A systematic review of antecedents of learning effectiveness. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(47), 1-33. doi:<https://doi.org/10.1186/s41239-020-00226-x>
- Munir, H., Jianfeng, C., & Ramzan, S. (2019). Personality traits and theory of planned behavior: Comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial*

Behavior & Research , 25(3), 554-580. doi:<https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2018-0336>

- Nabi, G., Linán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. doi:<https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Aktar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 452-467. doi:<https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Navío-Marco, J., Mendieta-Aragon, A., Fernandez de Tejada Munoz, V., & Bautista-Cerro Ruiz, M. (2024). Driving students engagement and satisfaction in blended and online learning universities: Use of learner-generated media in business management subjects. *The International Journal of Management Education*, 22(2). doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100963>
- Nielsen, S., & Lassen, A. (2012). Identity in Entrepreneurship Effectuation Theory: A Supplementary Framework. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 373-389. doi:<https://doi.org/10.1007/s11301-012-0081-0>
- O'Callaghan, M. (2023). Can decision intelligence help organizations retain employees? Serial multiple mediation of job characteristics and meaningful work. *Cogent Psychology*, 10. doi:<https://doi.org/10.1080/23311908.2023.2258475>
- Oliveira, A., Barros, A., Oliveira, A., Correia, A., Pinheiro, J., Rocha, L., & Santos, S. (2018). Empreendedorismo: registros de estudos teóricoempíricos no semiárido. p. 247. doi:<https://doi.org/10.7476/9786587108667>
- Oliveira, A., Melo, M., & Muijder, C. (2016). Educação Empreendedora: O Desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social em Instituições de Ensino Superior. *Revista Administração em Diálogo (RAD)*, 23(2), 29-56. doi:<https://doi.org/10.20946/rad.v18i1.12727>
- Otache, I., Umar, K., Audu, Y., & Onalo, U. (2021). The effects of entrepreneurship education on students entrepreneurial intentions: A longitudinal approach.

Education + Training, 67(7/8), 967-991. doi:<https://doi.org/10.1108/ET-01-2019-0005>

Palma, P. J., & Silva, R. (2014). *Psicologia para Não Psicólogos: A Gestão à Luz da Psicologia*. Lisboa, Editora RH.

Parker, S. B. (2006). What happens nascent entrepreneurs ? An econometric analysis of the PSED. *Small Business of Economics*, 27(1), 81-101. doi:<https://doi.org/10.1007/s1187-006-9003-4>

Peralta, H. (2023). Portugal, um país com clima dinâmico para empreendedores. *Forbes Portugal*.

Pereira, M., & Silva, D. (2019). Educação empreendedora: Desenvolver competências para a identificação de oportunidades. *Revista Portuguesa da Educação*, 65-80.

Pereira, M., Dias, A., & Gomes, F. R. (2022). The influence of social media on entrepreneurial intention: The mediating role of self-efficacy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(15). doi:<https://doi.org/10.3390/ijerph19159374>

Pinto, S., Ossmane, E. S., & Carvalho, L. C. (2020). Implementing Academic Business Incubators: Reflections and Best Practices of a Portuguese Case Study. Em *In Handbook of Research on Approaches to Alternative Entrepreneurship Opportunities* (pp. 22-65). In J. G. Leitão Dantas & L. C. Carvalho (Eds.). doi:<https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1981-3.ch004>

Ramadani, V., Rahman, M., Salamzadeh, A., Rahaman, M., & Abazi-Alili, H. (2022). *Educação para o Empreendedorismo e Intenções Empreendedoras dos Graduados: O Género é importante? Uma Análise Multigrupo usando AMOS*(121693), p. 180. doi:<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121693>

Ramírez, A., Benavides, L., Sinchi, H., Calle, J., Díez, F., & Díaz, F. (2024). Adaptation and Validation of Psychological Assessment Questionnaires Using Confirmatory Factor Analysis: A Tutorial for Planning and Reporting Analysis. *Preprints*. doi:DOI:10.20944/preprints202502.1192.v1

Ramos- Rodriguez, A., Martinez-Fierro, S., Medina- Garrido, J., & Ruiz-Navarro, J. (2023). Global entrepreneurship monitor versus panel study of entrepreneurial

dynamics: comparing their intellectual structures.
doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-013-0292-1>

Ramos-Rodriguez, A., Medina-Garrido, J., & Ruiz-Navarro, J. (2019). Why not now? Intended timing in entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management*, 15(4), 1221-1246. doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-019-00586-5>

Redford, D. (2006). Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(1), pp. 19-41.

Rigtering, J., Kraus, S., Eggers, F., & Jensen, S. (2014). A comparative analysis of the entrepreneurial orientation/growth relationship in service firms and manufacturing firms. *The Service Industries Journal*, 34(4), 275-294. doi:<https://doi.org/10.1080/02642069.2013.778978>

Rissanen, I., Kuusisto, E., & Kuusisto, A. (2016). Developing teachers intercultural sensitivity: Case study on a pilot course in Finnish teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 59, 446-456. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tate.2016.07.018>

Rissanen, I., Kuusisto, E., Tuominen, M., & Tirri, K. (2019). In search of a growth mindset pedagogy: A case study of one teacher's classroom practices in a Finnish elementary school. *Teaching and Teacher Education*, 77, 204-213. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tate.2018.10.002>

Robitzsch, A. (2023). Modeling Model Misspecification in Structural Equation Models. *Stats*, 6(2), 689-705. doi:<https://doi.org/10.3390/stats6020044>

Rodrigues, D. (2018). *The Impact of (Opportunity and Necessity) Entrepreneurship on Economic Growth: Does Human Capital Matter?* Dissertation, Porto.

Rye, D. (1998). Empreendedores. Em D. E. Rye, *Ferramentas de decisão para executivos*, *Empreendedores* (R. F. Oliveira, Trad., pp. 10-192). Abril/Controljornal Editora, Lda.

Sahagun, M., Moser, R., Shomaker, J., & Fortier, J. (2021). Developing a growth-mindset pedagogy for higher education and testing its efficacy. *Social Sciences & Humanities Open*, 4(1), 100168. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2021.100168>

- Sahid, S., Norsam, S., & Safira, N. (2024). Interconnectedness between entrepreneurial self-efficacy, attitude, and business creation: A serial mediation of entrepreneurial intention and environmental factor. *Heliyon*, 9(4), e30478. doi:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30478>
- Sahlman, W. (2002). Riscos no empreendedorismo. *Harvard Business Review*, 80(6), 1-10.
- Santos, A., Teixeira, C., & Saramago, G. (2022). Reflexões sobre metacognição e estratégias de metacognitivas no ensino de matemática: Algumas indicações sobre as possibilidades para a aprendizagem. *Revista Augustus*, 30(57), 105-121. doi:<https://doi.org/10.15202/19811896.2022v30n57p105>
- Santos, L., & Teixeira, C. (2024). Políticas de formação contínua de professores no Brasil: um panorama das pesquisas entre 2013 e 2022. *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 16(11).
- Santos, T., Tavares, J., Donelate, C., Silva, A. & Silva, A. (2021). Mindset de crescimento e os alunos de empreendedorismo no ensino médio técnico. *Revista Científica ACERTTE*, 9(3). doi:<https://doi.org/10.47820/acertte.v1i3.30>
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243-263. doi:<https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Sardina, B., & Carvalho, L. (2007). O Papel dos Business Innovation Centers na Promoção do Empreendedorismo: Um Estudo em Portugal Continental. *Revista Empresarial*, 1387-1399.
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e Inovação*. (3. edição, Ed.) Escolar Editora. doi:978-972-592-406-8
- Sathyanarayana, P., & Mohanasundaram, S. (2024). Fit Indices in Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis: Reporting Guidelines. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(7), 561-577. doi:<https://doi.org/10.9734/ajeva/2024/v24i730317>
- School, P. B. (2016). *Ecossistema de Empreendedorismo em Portugal*, pp. 6-22.

- Shahin, M., Gonsalvez, C., & Whittle, J. (2020). The impact of a STEM-based entrepreneurship program on the entrepreneurial intention of secondary school female students. *International Entrepreneurship and Management Journal*. doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00713-7>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. doi:<https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Sigmundsson, H. H. (2020a). Aspects of reliability and validity of a new 8-item scale assessing passion. *New Ideas in Psychology*, 58, 100752. doi:<https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2020.100752>
- Silva, M., Rrustemi, V., & Santos, J. (2025). Bricoleur mindset in sales: Empowering trade fair performance. *Management Letters/Cuadernos de Gestion*, 1-16. doi:<https://ojs.ehu.es/index.php//CG>
- Sisk, V., Burgoyne, A., Sun, J., Butler, J., & Macnamara, B. (2018). To What Extent and Under Which Circumstances Are Growth Mind-Sets Important to Academic Achievement? Two Meta-Analyses. *Psychological Science*, 29(4), 549-571. doi:<https://doi.org/10.1177/0956797617739704>
- Sleuwaegen, L., & Ramboer, S. (2020). Regional competitiveness and high growth firms in the EU: The creativity premium. *Applied Economics*, 52(22), 2325-2338. doi:<https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1686454>
- Soares, A., Pereira, M., & Canavarro, J. (2010). Competências do século XXI, transição para o Ensino Superior e sucesso académico: Estudo do nível de proficiência linguística em Inglês e Português dos estudantes do 1º ano da Universidade de Coimbra. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, 219-238. doi:https://doi.org/10.14195/1647-8614_44-2_7
- Sorheim, R. (2019). Entrepreneurship and innovation in the nordic countries: a comparative perspective. *Scandinavian Journal of Management*, 35(3), 101-110.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2019). Do university support affect entrepreneurial intentions? As study of the impact of university support

- programmes on the entrepreneurial intentions of business students in the UK and Germany. *International Small Business*, 25(3), 249-271.
- Soutaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students ? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Startup Portugal*. (2023). Obtido de Startup & Entrepreneurial Ecosystem Report 2023.
- Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), 296-313. doi:<https://doi.org/10.1108/14626001311326743>
- Taneja, M., Kiran, R., & Bose, S. (2023). Assessing entrepreneurial intentions through experiential learning , entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude. *Studies in Higher Education*, 49(1), 98-110. doi:<https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2223219>
- Teng, F., & Mizumoto, A. (2024a). Validation of metacognitive knowledge in vocabulary learning and its predictive effects on incidental vocabulary learning from reading. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching (IRAL)*. doi:<https://doi.org/10.1515/iral-2023-0294>
- Thompson, E. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Tseng, T., Wang, Y., Lin, S., Wang, Y., & Tsai, T. (2022). Relationships between locus of control, theory of planned behavior, and cyber entrepreneurial intention: The moderating role of cyber entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 100682. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100682>
- Tucker, L. R., & Lewis, C. (1973). A Reliability Coefficient for Maximum Likelihood Factor Analysis. *Psychometrika*, 1, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1007/BF02291170>

- Uemura, M., Vasconcellos, L., & Silva, L. (2023). Educação empreendedor na educação básica: uma revisão sistemática da literatura. *Revista de Ciências da Administração*, 21(1). doi:<https://doi.org/10.5007/2175-8077.2023.e86177>
- Watson, K. M. (2018). An exploration of the Business Plan Competition as a methodology for effective nascent entrepreneurial learning. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 121-146. doi:<https://doi.org/10.1108/IJEBr-05-2017-0158>
- Wattanajantira, A. (12 de setembro de 2023). *Sage Advice Portugal*. doi:<https://www.sage.com/pt-pt/blog/como-mudar-a-sua-forma-de-pensar-e-fazer-a-sua-empresa-crescer/>
- Wu, B., & Knott, A. (2006). Entrepreneurial risk and market entry. *Management Science*, 52(9), 1315-1330. doi:<https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0543>
- Wu, J., Qi, S., & Zhong, Y. (2022). Intrinsic motivation, need for cognition, grit, growth mindset, and academic achievement in high school students: Latent profiles and their predictive effects. *Frontiers in Psychology*, 13, 1032820. doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1032820>
- Xiao, L., Larson, M., & Norte, D. (2013). Influence of entrepreneurial teams on the growth orientation of early stage high-tech SMEs in China: Multiple measures of performance. *International Journal of Entrepreneurial and Innovation*, 14(1), 29-38. doi:<https://doi.org/10.5367/ije.2013.0106>
- Yaping, C., & Lu, G. (24 de 03 de 2024). The impact of university entrepreneurship support on college students' entrepreneurial intention: A cognitive-affective perspective. *The International Journal of Management Education*, 22, 101087. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101087>
- Yeager, D., & Dweck, C. (2020). What can be learned from growth mindset controversies? *American Psychologist*, 75(9), 1269-1284. doi:<https://doi.org/10.1037/amp0000794>
- Yu, W., Zhou, F., Liu, M., & Wang, J. (2022). What does not kill you makes you stronger: Entrepreneurs' childhood adversity, resilience, and career success. *Journal of Business Research*, 40-55. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.015>

- Zarelli, P., Otto, E., & Junior, S. (09 de 2021). Intenção empreendedora entre estudantes universitários: características e formação empreendedora. *Revista de Gestão Organizacional*, 3, 298-319. doi:<https://doi.org/10.22277/rgo.v14i3.5249>
- Zeng, G., Hou, H., & Peng, K. (2016). Effect of Growth Mindsets on School Engagement and Psychological Well-Being of Chinese Primary and Middle School Students: The Mediating Role of Resilience. *Frontiers in Psychology*, 7(1873). doi:<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01873>
- Zhao, H., Seibert, S., & Lumpkin, G. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404. doi:<https://doi.org/10.1177/0149206309335187>

Anexo I – Questionário

O Impacto do Mindset de Crescimento na Formação e Intenção Empreendedora

Este questionário foi desenvolvido no âmbito da minha dissertação, referente ao Mestrado em Gestão das Organizações do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto, com o objetivo de investigar de que forma os aspetos psicológicos, como o mindset de crescimento, moldam a relação entre a formação em empreendedorismo e a intenção de iniciar um negócio.

As respostas são anónimas e os dados serão tratados de forma agregada, respeitando a confidencialidade dos mesmos, e serão eliminados imediatamente após a conclusão do estudo.

A sua participação é muito importante para o sucesso deste trabalho e para uma melhor compreensão deste tema. Agradeço desde já a sua colaboração.

1. Declaro que tomei conhecimento das condições da investigação e aceito *
participar?
 Sim
 Não

Impacto da Formação na Intenção Empreendedora

Utilizando uma escala de Likert de 1 a 5, onde 1 significa 'Discordo totalmente' e 5 significa 'Concordo totalmente', identifique o grau de concordância com as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
A minha instituição de ensino oferece áreas dedicadas à formação e desenvolvimento em empreendedorismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O curso que escolhi proporciona-me conhecimentos e competências necessárias para iniciar o meu próprio negócio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O curso que escolhi prepara-me adequadamente para uma carreira empreendedora.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A rede de contactos oferecida pela minha instituição de ensino é útil para o desenvolvimento de uma carreira empreendedora.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As oportunidades de estágio e projetos práticos proporcionados pelo meu curso contribuem para a minha formação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Impacto do Mindset de Crescimento na Intenção Empreendedora

Utilizando uma escala de Likert de 1 a 5, onde 1 significa 'Discordo totalmente' e 5 significa 'Concordo totalmente', identifique o grau de concordância com as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
As habilidades empreendedoras são desenvolvidas ao longo do tempo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O sucesso em empreender depende mais do esforço e da aprendizagem contínua do que dos talentos inatos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O feedback negativo é uma oportunidade para crescer e aprimorar as minhas competências empreendedoras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os erros, em qualquer atividade, permitem melhorar práticas empreendedoras futuras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ao enfrentar desafios, estou a promover gradualmente o desenvolvimento da minha experiência em empreendedorismo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avaliação da Intenção Empreendedora

Utilizando uma escala de Likert de 1 a 5, onde 1 significa 'Discordo totalmente' e 5 significa 'Concordo totalmente', identifique o grau de concordância com as seguintes afirmações:

	Discordo totalmente	Discordo	Neutro	Concordo	Concordo totalmente
O meu objetivo profissional é ser empreendedor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho intenção de abrir uma empresa futuramente.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vejo-me a realizar todos os esforços imprescindíveis para iniciar e administrar a minha própria empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se tivesse a oportunidade e os recursos necessários abriria uma empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vejo o empreendedorismo como uma oportunidade de criar impacto positivo na sociedade.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dados gerais

Género *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Outro

Idade *

Marcar apenas uma oval.

- Entre os 18 e os 25 anos
- Entre os 26 e os 33 anos
- Entre os 34 e os 41 anos
- Entre os 42 e os 49 anos
- Mais de 50 anos

Que tipo de instituição de ensino frequenta/ou? *

- Pública
- Privada

Selecione a área de formação mais próxima da sua: *

- Negócios e Gestão
- Engenharia e Tecnologia
- Ciências Naturais e Matemáticas
- Ciências Humanas e Sociais
- Saúde e Medicina
- Artes e Design
- Outra

Tem familiares próximos que possuem ou já possuíram negócios próprios? *

- 0
- 1
- 2
- 3
- + de 3

Qual é o seu nível de experiência profissional em gestão de negócios? *

- Nenhuma experiência
- Pouca experiência
- Experiência moderada
- Muita experiência
- Experiência extensa

Quão forte é a sua rede de contactos profissionais e pessoais que poderiam apoiar o seu processo empreendedor?

- Muito fraca
- Fraca
- Moderada
- Forte
- Muito forte

Caso prosseguisse para um negócio próprio, de onde viria o capital * inicial para esse empreendimento?

- Poupança pessoal
- Empréstimo bancário
- Investimento de familiares ou amigos
- Investidores externos (business angels, fundos, etc.)
- Outro