

Intenção empreendedora: Alunos dos cursos de mestrado da ESEIG-IPP

Teresa Dieguez ¹

1) Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA) & Instituto Politécnico do Porto (IPP), Portugal

tdieguez@ipca.pt

Resumo

O presente artigo apresenta o resultado de uma pesquisa realizada na Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão (ESEIG), do Instituto Politécnico do Porto, localizada nos concelhos da Póvoa de Varzim e Vila do Conde, Portugal. Tem como objetivo principal o estudo da intenção empreendedora dos alunos dos cursos de mestrado, matriculados no ano letivo 2015/2016. Pretende analisar a perceção dos inquiridos sobre o que é o empreendedorismo, o que é ser empreendedor e, por consequência, conhecer quais as suas intenções empreendedoras e se estas variam consoante uma série de fatores entre os quais os fatores sociais, culturais, demográficos e de educação.

Os dados foram recolhidos no primeiro semestre académico de 2015/2016, através de um método misto, que envolveu a implementação de um inquérito em sala de aula e via *on-line*. O questionário foi preenchido por 147 estudantes e a amostra válida ficou constituída por 144 respostas (95% do universo de alunos de mestrado da ESEIG-IPP). Os resultados foram analisados através de estatísticas descritivas SPSS.

Em termos de resultados, esperamos que a razão de os estudantes estarem determinados a criar a sua própria empresa estará ligada a fatores como antecedentes familiares, clima propenso criado na Escola aonde estudam e género. Esperamos também compreender quais os principais obstáculos percebidos pelos alunos e que tipo de perspetiva (positiva ou negativa) têm sobre o a temática.

Em termos de investigação futura, seria interessante adicionar a figura de “estudante-licenciatura”, para diferenciar os estudantes-licenciatura dos estudantes-mestrado e ampliar a amostra a outras Instituições de Ensino Superior.

Palavras chave: Empreendedorismo; Intenção Empreendedora; Ensino Superior.

1. Introdução

As mudanças políticas e socioeconómicas a que temos vindo a assistir nos últimos anos, têm vindo a originar menos oportunidades de emprego contínuo e menor capacidade para se criarem novos postos de trabalho. É crucial encontrar mecanismos que contribuam para alterar esta situação e o empreendedorismo poderá ser o motor que impulsiona a economia (Gorman *et al.*, 1997), dado poder ser a conceção de novas empresas um fator importante para o desenho de estratégias de recuperação e crescimento económico (Birley, 1989; Acs & Armington, 2002; Acs & Armington, 2004). Hoje ter um curso superior não é sinónimo de garantia de emprego, embora as Instituições de Ensino Superior (IES) possam ter um papel importante na resolução deste flagelo social (Isenberg, 2010). Neste sentido, caber-lhes-á formar indivíduos competentes, bem como apostar na formação orientada para a criação de empresas, onde os alunos são criadores latentes (Goñi Gaztelu, 1999). O tema é atual, pertinente e tem vindo a ser estudado por muitos

investigadores, entre os quais se destacam Raijman (2001), Carayannis *et al.* (2003), Liñán & Chen (2009), Kuckertz & Wagner (2010), Oosterbeek *et al.*, 2010), Laspita *et al.* (2012), Liñán & Fayolle (2015).

Este artigo centra a sua investigação no estudo da intenção empreendedora dos estudantes dos cursos de mestrado e é composto por quatro secções. Inicia-se por uma breve revisão da literatura, apresenta a metodologia de investigação utilizada, analisa e comenta os resultados obtidos e finalmente apresenta as conclusões e sugere futuros desenvolvimentos.

2. Revisão de Literatura

O conceito de empreendedorismo foi introduzido e amplamente estudado ao longo dos anos. A origem do termo empreendedorismo remete-nos para o fim do século XVII e início do século XVIII (Pimentel, 2008) e deriva da palavra francesa *entrepreneur*, que diz respeito a todo aquele que está encarregado de fazer uma construção ou um empreendimento. Aponta-se que tenha sido o economista francês dos finais do século XVIII, Richard Cantillon, a primeira pessoa a usar o termo em contexto empresarial, descrevendo o empreendedor como sendo aquele que compra bens e serviços por um preço com intenção de vendê-los futuramente (Kornejczuk, 2004).

Na Idade Média, a atividade empreendedora era usada para definir a ação de um participante ou administrador de grandes e luxuosos projetos de produção e obras, contexto em que o empreendedor não corria risco, dado que somente geria os recursos provenientes geralmente do governo (Dornelas, 2005). A combinação entre empreendedor e risco torna-se mais estreita a partir do século XVII, altura em que o empreendedor passou a fazer acordos contratuais de valor fixo com o governo para cumprir um serviço ou abastecer produtos predefinidos, passando o lucro ou prejuízo a ser do empreendedor (Hisrich & Peters, 2004). Nas primeiras décadas do século XX surge uma nova conceção de empreendedorismo, a de Joseph Schumpeter, muito utilizada nos dias de hoje, que descreve o empreendedor como não sendo apenas a força motora que cria um novo negócio, mas também aquele que inova dentro do negócio já existente (Dornelas, 2014).

A literatura existente mostra que não existe uma definição única de empreendedorismo, tendo a sua definição sido sempre controversa e o termo usado por diferentes investigadores para abordar realidades diferentes (Dieguez, 2011). Contudo, existe consenso relativamente à ligação do empreendedorismo com a criação de empresas e com os aspetos inovadores (Sarkar, 2007). Uma das definições com maior concordância é a de (Hisrich & Peters, 2004), onde o empreendedorismo surge como um processo de criação de algo diferente e valioso, e onde o empreendedor dedica o tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação económica e pessoal. Neste pressuposto, ao empreendedorismo está intrinsecamente ligado o processo de conceção, de criação de algo de novo e com valor, resultante de um sacrifício contínuo em benefício da criação do negócio. Também a atitude e as competências de quem empreende são determinantes para o empreendedorismo (European Commission, 2005), sendo este um importante mecanismo para o desenvolvimento, com efeitos na geração de emprego, inovação e bem-estar para a sociedade (GEM, 2009). Ao ser a construção de um novo significado para a inserção profissional, visto que concilia a necessidade de reunir saberes de diversas áreas, a experiência e a prática, o empreendedorismo é uma relevante alternativa de emprego (Castillo *et al.*, 2008) e o principal fator de promoção do desenvolvimento económico e social de uma nação, tendo o empreendedor um papel fundamental a desempenhar.

Embora o termo empreendedor seja amplamente utilizado, também não é possível encontrar uma definição largamente aceite, existindo múltiplas razões para que este fenómeno ocorra, nomeadamente a natureza multidimensional e complexa de empreendedorismo, bem como a utilização de diferentes abordagens no desenvolvimento de investigações. Audretsch (2002). Existem também muitas definições para o termo “empreendedor” e realça-se a proposta feita por Schumpeter (1982), que define empreendedor como aquele que desestabiliza a ordem económica

existente pela introdução de novos produtos e serviços, por criar novas formas de organização ou por explorar novos recursos materiais.

O desenvolvimento de novas empresas e produtos constitui uma mais-valia na definição de estratégias de recuperação e crescimento económico (Birley, 1989) e a análise da intenção empreendedora pode ser vista como um modo para prever, embora de forma imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação a criar o seu próprio negócio (Davidsson, 1995). Segundo Ajzen (1991) as intenções de uma pessoa nascem imediatamente antes do comportamento efetivo e servem para identificar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e indicam a vontade de tentar, bem como o esforço que o indivíduo pretende despende para pôr em prática determinado comportamento. Em geral, quanto maior a intenção em desenrolar um comportamento, maior a tendência para alcançar o objetivo estabelecido (Ajzen, 1991). Tendo em conta diferentes autores, tais como, Spencer e Spencer (1993), Ajzen (1991), Shapero (1982) e Davidsson (1995), entre outros, as intenções empreendedoras podem ser influenciadas pela autoeficácia empreendedora, pela envolvente institucional, pelos antecedentes pessoais, pelos conhecimentos empresariais e pelas motivações empreendedoras.

Existem diversas variáveis associadas aos antecedentes pessoais que podem estar relacionadas com comportamento empreendedor. Além da personalidade de cada indivíduo, várias pesquisas apontam outros fatores de natureza sociodemográfica, tais como os elementos académicos, os elementos demográficos e a envolvente familiar e social. De acordo com Hisrich & Peters (2004) um maior nível educativo pode pressupor uma vantagem de base para o potencial empreendedor, mas não é condição necessária para a criação de um negócio. A idade é também uma variável importante para determinar a vontade para criar uma empresa, e de acordo com Shapero, (1982), normalmente está compreendida entre os 25 e 40 anos.

Os investigadores Sing e DeNoble (2003) e Laspita *et al.* (2012), citados por Vieira *et al.* (2014) afirmam que os indivíduos que fazem parte de famílias empreendedoras, ou seja, possuem um negócio familiar, apresentam maiores intenções empreendedoras, aumentando as perceções de que o autoemprego é uma opção de carreira e de que é possível obter rendimentos maiores. Deste modo, a intenção empreendedora pode ser influenciada por fatores genéticos elevados (Vieira *et al.*, 2014). Shapero (1982) menciona que relativamente à envolvência familiar, existe uma forte tendência para que os novos empreendedores descendam de famílias em que alguns dos seus membros, principalmente os pais, têm ou tiveram o seu próprio negócio. Todavia, Vieira *et al.* (2014), afirma que na prática, muitos empreendedores não detêm este background familiar, isto é, a existência de negócios na família. A envolvência social também tem influência nas decisões empreendedoras dos indivíduos (GEM, 2012) e as pessoas que têm dificuldades em encontrar emprego ou que são socialmente marginalizadas procuram resolver a sua situação, muitas vezes, através da criação de uma empresa ou negócio.

Outro fator influenciador das intenções empreendedoras são os conhecimentos empresariais. Chandler e Jansen (1992) referem que uma das principais características de um empreendedor é a rapidez e facilidade com que identifica e aproveita as oportunidades de negócio que vão aparecendo. Deste modo um elevado nível de conhecimentos pode contribuir para aproveitar as boas oportunidades de negócio, para melhorar o relacionamento com os outros e para a consciencialização da existência de riscos, sem que estes influenciem o seu comprometimento para com o projeto (Kirzner, 1979).

Quanto às motivações empreendedoras, existem diversos estudos que abordam este tema, destacando a necessidade de independência, a necessidade de desenvolvimento pessoal e de aprovação como os principais fatores motivacionais (Pereira, 2001). Shapero (1982) considera que o ato de criação de uma empresa é mais rapidamente influenciado pela insatisfação pessoal do que, por exemplo pelo ganhar dinheiro ou obter lucro. Embora este último tenha sempre um peso importante na tomada de decisão de criar uma empresa, para além do reconhecimento e

importância que a figura do empreendedor tem na maior parte das sociedades (Davidsson, 1995). Outro influenciador da intenção empreendedora é a convicção individual. Aliás para Davidsson (1995) este é o principal determinante da intenção empreendedora. A autoeficácia empreendedora, isto é, a percepção individual acerca do sucesso da criação de um novo negócio, é fator fulcral aquando da decisão de empreender. Quanto à envolvente institucional, Trice (1991), afirma que podemos considerar que as ambições profissionais dos estudantes permitem conjecturar, com alguma confiança, uma eventual escolha profissional futura. Por isso, cada vez mais se considera que o papel das Instituições de Ensino Superior, para além de formar pessoas competentes, deve formar pessoas com potencialidade para criar e conceber coisas diferentes e com valor (CE, 2006).

3. Recolha de resultados

Desenhou-se um inquérito por questionário e a recolha de dados foi realizada no primeiro semestre académico de 2015/2016, através de um método misto, que envolveu a implementação de um inquérito em sala de aula (96,53% do total das respostas obtidas) e via *on-line* (3,47% do total). O questionário foi preenchido por 147 estudantes, tendo sido excluídos 3 questionários, uma vez que não apresentavam informação relativa à data de nascimento. A amostra válida ficou constituída por 144 respostas (95% do universo de alunos de mestrado da ESEIG-IPP). As respostas dos participantes foram registadas num arquivo de dados eletrónicos (*Statistical Package for the Social Science - SPSS*), versão 20.0 para Windows. A análise dos resultados foi realizada inicialmente por meio de estatísticas descritivas, baseadas nas frequências das respostas, com o objetivo de traçar o perfil e discutir os traços mais marcantes da atitude empreendedora dos pesquisados. Para o estudo de relações entre variáveis nominais o teste de qui quadrado aplica-se a uma amostra em que a variável nominal tem duas ou mais categorias comparando as frequências observadas com as que se esperam obter no universo, para se inferir sobre a relação existente entre as variáveis. Se as diferenças entre os valores observados e esperados não se considerarem significativamente diferentes, o valor do teste pertence à região de aceitação e as variáveis são independentes, caso contrário, rejeita-se a hipótese de independência, ou seja, os valores do teste pertencem à região crítica. Quando há relação entre as variáveis, os resíduos ajustados estandardizados situam-se fora do intervalo -1.96 e 1.96, para $p=0.05$ (Pestana & Gageiro, 2005). No que concerne à comparação de médias de uma variável quantitativa em dois grupos de sujeitos diferentes e quando se desconhecem as respetivas variâncias populacionais, vamos utilizar o teste t de *Student* para amostras independentes. Durante este estudo aceitou-se o pressuposto de normalidade de distribuição, de acordo com o teorema do limite central, pois as amostras têm dimensão superior a 30. Nas hipóteses que, de seguida, se formulam, vamos utilizar como referência para aceitar ou rejeitar a hipótese nula, para um nível de significância (α) $\leq 0,05$.

- Hipótese 1: prevê-se que os indivíduos do sexo masculino demonstram maior intenção empreendedora que os do sexo feminino.
- Hipótese 2: existe uma relação estatisticamente significativa entre as variáveis independentes Pais empreendedores e a variável dependente intenção empreendedora.

4. Resultados e discussão

4.1. Caracterização demográfica

Em relação à classificação por género, pode-se verificar na tabela 1 que 45,1% dos respondentes são do sexo masculino (65 alunos) e 51,9% (79 alunas) do sexo feminino. Tanto para os participantes do género feminino como para o masculino, o 1º ano apresenta valores percentuais mais elevados, com 81,0% e 64,6% respetivamente. As diferenças encontradas são estatisticamente significativas ($\chi^2 = 4,936, p = 0,026$) e os valores residuais situam-nas entre o género feminino no 1º ano e o masculino no 2º ano. Ainda na mesma tabela fazemos referência

ao curso de mestrado frequentado pelos estudantes participantes neste estudo. Constatamos que a maior percentagem, com 34,7%, frequenta o curso de Engenharia e Gestão Industrial (50 alunos), seguido de 20,1% em Gestão e Desenvolvimento de Recursos Humanos, 18,8% em Finanças Empresariais), 16 % em Direção Hoteleira e 10,4% (15 alunos) em Informação Empresarial. Pelo teste de χ^2 , notamos existirem diferenças estatísticas significativas entre curso que frequenta e o género ($\chi^2=13,683$ 33.846; $p=0.008$), revelando os resíduos ajustados que estas se situam entre os estudantes femininos de Direção Hoteleira e nos masculinos de Engenharia e Gestão Industrial.

Género	Feminino		Masculino		Total		Residual	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Fem	Masc
Variáveis	(79)	(54,9)	(65)	45,1	(144)	(100)		
Ano de frequência								
1º ano	64	81,0	42	64,6	106	73,6	2,2	-2,2
2º ano	15	19,0	23	35,4	38	26,4	-2,2	2,2
Cursos de mestrado								
Direção Hoteleira	17	21,5	6	9,2	23	16,0	2,0	-2,0
Engenharia e Gestão industrial	20	25,3	30	46,2	50	34,7	-2,6	2,6
Finanças Empresariais	17	21,5	10	15,4	27	18,8	0,9	-0,9
Gestão e Desenvolvimento R Humanos	20	25,3	9	13,8	29	20,1	1,7	-1,7
Informação Empresarial	5	6,3	10	15,4	15	10,4	-1,8	1,8

Tabela 1 - Caracterização social

As estatísticas referentes à idade revelam que esta variou entre os 21 e os 53 anos, sendo a média das idades de todos os participantes de aproximadamente 28 anos e 6 meses, com um desvio padrão de 7,01 anos (cf. tabela 2). Para o género feminino, a idade máxima é de 53 anos, enquanto que para o masculino é de 51 anos, sendo a mínima de 21 anos para ambos os géneros. Os indivíduos do sexo masculino são, em média, mais velhos que os do sexo feminino. De forma a verificarmos se a idade diverge face ao género, efetuou-se o teste t para amostras independentes. O valor de t ($t=-1,819$; $p=0,071$) é explicativo, demonstrando que não há diferenças estatisticamente significativas entre os grupos e a idade.

Idade	Min	Max	Média	Desvio Padrão	K/S
Feminino	21	53	27,5385	6,78557	0,000
Masculino	21	51	29,6615	7,14422	0,002
Total	21	53	28,50	7,01	0,000

Tabela 2 - Idade e género

Em relação à situação profissional (cf. tabela 3), a maioria dos estudantes declarou ser trabalhador estudante (70,1% por conta de outrem e 5,6% por conta própria). Entre a situação profissional e o género não encontramos diferenças significativas ($\chi^2 = 2,148$; $p=0,342$).

Gênero	Feminino		Masculino		Total		Residual	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Fem	Masc
Situação profissional	(79)	(54,9)	(65)	45,1	(144)	(100)		
Empregado(a) conta outrem	52	65,8	49	75,4	101	70,1	-1,2	1,2
Empregado(a) conta própria	6	7,6	2	3,1	8	5,6	1,2	-1,2
Apenas estudante	21	26,6	14	21,5	35	24,3	0,7	-0,7

Tabela 3 - Distribuição dos alunos por situação profissional em função do gênero

4.2. Criação, motivação e propensão ao negócio

A exposição à influência empreendedora familiar deve ser considerada como uma possível causa para a intenção empreendedora. Deste modo, considera-se relevante diferenciar os respondentes em função dos antecedentes familiares. Pelos resultados inseridos na tabela 4 é notório que cerca de seis em cada dez estudantes cresceu no seio de uma família empreendedora e dos 40,3% que não cresceram numa família empreendedora, o sexo feminino apresenta uma maior taxa (54,7%), relativamente ao sexo masculino (45,3%). Todavia, as diferenças entre os grupos não são significativas ($\chi^2 = 0,004$; $p=0,951$).

Ainda na sequência dos resultados obtidos anteriormente determinou-se a prevalência do comportamento familiar em relação ao ano de escolaridade. Configuram-se na mesma tabela os resultados obtidos e pela sua análise denota-se que a maioria dos inquiridos que respondeu ter nascido numa família empreendedora se centra, sobretudo, no 1º ano com 75,9%. Curioso é que neste grupo também se verifica um maior valor percentual (72,1%) em relação aqueles que afirmaram não terem crescido num meio empreendedor. As diferenças entre os grupos não são estatisticamente significativas ($\chi^2 = 0,253$; $p=0,615$) (tabela 4).

Pais empreendedores	Sim		Não		Total		Residual	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Sim	Não
Variáveis	(58)	(59,7)	(86)	(40,3)	144	100		
Gênero								
Feminino	32	55,2	47	54,7	79	54,9	-0,1	0,1
Masculino	26	44,8	39	45,3	65	45,1	0,1	-0,1
Ano que frequenta								
1º Ano	44	75,9	62	72,1	106	73,6	-0,5	0,5
2º Ano	14	24,1	24	27,9	38	26,4	0,5	-0,5

Tabela 4 - *Background* empreendedor dos alunos: gênero e ano de frequência

Reportando-nos agora à distribuição dos estudantes que afirmaram que cresceram numa família empreendedora (cf. tabela 5), cerca de 6 em cada dez estudantes (55,2%), refere que o negócio ainda está ativo, sendo esta percentagem menor nos estudantes masculinos (31,2%). Somente 8,6% dos estudantes afirmam que o negócio acabou e funcionou há mais de 5 anos contribuindo para este valor percentual os 40% dos estudantes femininos e 60% dos masculinos. Com a amostra utilizada neste trabalho, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas na duração dos negócios em função do gênero ($\chi^2 = 5,327$; $p=0,070$), nem em função do ano que frequentam ($\chi^2 = 1,829$ $p=0,401$).

Variáveis	Terminou, mas funcionou pelo menos até há 5 anos. (1)		Terminou, mas funcionou há mais de 5 anos. (2)		O negócio ainda está ativo. (3)		Residuais		
	Nº (5)	% (8,6)	Nº (21)	% (36,2)	Nº (32)	% (55,2)	1	2	3
Género									
Feminino	2	40,0	8	38,1	22	68,8	-0,7	-2,0	2,3
Masculino	3	60,0	13	61,9	10	31,2	0,7	2,0	-2,3
Ano que frequenta									
1º Ano	5	100	15	71,4	24	75,0	1,3	-0,6	-0,2
2º Ano	0	0	6	28,6	8	25,0	-1,3	0,6	0,2

Tabela 5 - Distribuição dos alunos em relação à duração do negócio dos Pais

Procurou-se também analisar se os alunos alguma vez tiveram intenção de criar o seu próprio negócio e para tal recorremos à pergunta "Alguma vez ponderou seriamente iniciar o seu próprio negócio?" adaptada de Laspita *et al.* (2012) e Liñán y Chen (2009). Segundo os dados obtidos e representados na tabela 6, a maioria dos estudantes (85,4%) afirma que já considerou criar o seu próprio negócio, enquanto 14,6% nunca pensou nisso. Foram detetadas relações de dependência entre a intenção empreendedora e o género ($\chi^2 = 17,549$; $p = 0,007$), situando-se estas no sexo masculino para os "Sim, tenho pensado no assunto e tenho recolhido informação de como criar uma empresa" (46,2%) e no feminino para os residentes "Não, nunca pensei nisso" (22,8%) (cf. tabela 6).

Variáveis	Género		Feminino		Masculino		Total		Residual	
	Nº (79)	% (54,9)	Nº (65)	% (45,1)	Nº (144)	% (100)	Fem	Masc		
Sim, estou determinado a ser o meu próprio patrão no futuro.	17	21,5	19	29,2	36	25,0	-1,1	1,1		
Sim, estou a iniciar o processo.	2	2,5	1	1,5	3	2,1	0,4	-0,4		
Sim, sou o meu próprio patrão.	5	6,3	2	3,1	7	4,9	0,9	-0,9		
Sim, tenho pensado no assunto e tenho recolhido informação de como criar uma empresa.	18	22,8	30	46,2	48	33,3	-3,0	3,0		
Sim, mas abandonei a ideia.	15	19,0	9	13,8	24	16,7	0,8	-0,8		
Sim, já fui o meu próprio patrão, mas atualmente não sou.	4	5,1	1	1,5	5	3,5	1,1	-1,1		
Não, nunca pensei nisso.	18	22,8	3	4,6	21	14,6	3,1	-3,1		

Tabela 6 - Intenção empreendedora em função do género

Quisemos, de igual modo, entender se existia algum efeito relacionado com a atividade empreendedora dos Pais e a intenção empreendedora dos respondentes ao questionário. O resultado do teste de qui-quadrado e os valores residuais encontrados permitem-nos afirmar que não existem diferenças significativas ($\chi^2 = 7,433$; $p = 0,283$) (cf. tabela 7). Contudo, segundo a mesma tabela, os estudantes da categoria "Sim" têm maior valor percentual no item de resposta "Sim, estou a iniciar o processo".

Variáveis	Pais empreendedores		Sim		não		Total		Residual	
	Nº (58)	% (40,2)	Nº (86)	% (59,8)	Nº (144)	% (100)	sim	Não		
Sim, estou determinado a ser o meu próprio patrão no futuro	17	29,3	19	22,1	17	25,0	1,0	-1,0		
Sim, estou a iniciar o processo	3	5,2	0	0	3	2,1	2,1	-2,1		
Sim, sou o meu próprio patrão.	2	3,4	5	5,8	2	4,9	-0,6	0,6		

Sim, tenho pensado no assunto e tenho recolhido informação de como criar uma empresa	18	31,0	30	34,9	18	33,3	-0,5	0,5
Sim, mas abandonei a ideia	8	13,8	16	18,6	8	16,7	-0,8	0,8
Sim, já fui o meu próprio patrão, mas atualmente não sou	3	5,2	2	2,3	3	3,5	0,9	-0,9
Não, nunca pensei nisso	7	12,1	14	16,3	7	14,6	-0,7	0,7

Tabela 7- *Intenção empreendedora em função da atividade empreendedora dos Pais*

Com a questão “Suponha que inesperadamente herda 50 000 euros, como investia esse dinheiro?” (adaptada de Rajiman, 2001) quisemos avaliar a predisposição empreendedora dos estudantes. Pela observação da tabela 8 a maioria dos respondentes (37,1 %) mostra-se determinado a ser empreendedor, dado que refere que investia num negócio próprio. Nesta predisposição surgem predominante os alunos do sexo feminino (43,6%). Entre a predisposição empreendedora dos estudantes e o género encontramos diferenças significativas ($\chi^2 = 13,316$; $p=0,010$), situando-se estas no sexo masculino para “outro” (c.f. tabela 8).

Variáveis	Feminino		Masculino		Total		Residual	
	Nº (78)	% (54,5)	Nº (65)	% (45,5)	Nº (143)	% (100)	Fem	Masc
Investia num negócio próprio	34	43,6	19	29,2	53	37,1	1,8	-1,8
Investia num carro ou casa própria	17	21,8	7	10,8	24	16,8	1,8	-1,8
Investia num fundo de investimentos	11	14,1	13	20,0	24	16,8	-0,9	0,9
Depositava numa conta bancária	11	14,1	10	15,4	21	14,7	-0,2	0,2
Outro	5	6,4	16	24,6	21	14,7	-3,1	3,1

Tabela 8 - Predisposição Empreendedora em função do género

Quando se analisa a predisposição empreendedora em função da intenção, os maiores valores percentuais ocorrem para “investia num negócio próprio” (39,3%) para os estudantes com intenção empreendedora. enquanto nos estudantes que não têm intenção de empreender o maior valor percentual recai na resposta “Investia num carro ou numa casa própria” com 23,8%. O teste qui quadrado ($\chi^2 = 11,029$ e $p=0,026$) permite-nos afirmar que entre a intenção empreendedora e como investia o dinheiro são encontradas diferenças significativas revelando os valores residuais que estas se encontram no “Sim” para o investimento num carro ou numa casa própria e no “Não” para investia num fundo de investimentos (cf. tabela 9).

Variáveis	Intenção empreendedora		Sim		Não		Total		Residual	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Sim	Não
Investia num negócio próprio	122	84,7	48	39,3	21	15,3	144	100	-1,4	1,4
Investia num carro ou numa casa própria	17	13,9	17	13,9	7	33,3	24	16,8	2,2	-2,2
Investia num fundo de investimentos	24	19,7	24	19,7	0	0	24	16,8	-2,2	2,2
Depositava numa conta bancária	16	13,1	16	13,1	5	23,8	21	14,7	1,3	-1,3
Outro	17	13,9	17	13,9	4	19,0	21	14,7	0,6	-0,6

Tabela 9 - Predisposição Empreendedora em função da intenção empreendedora

Já no que respeita à perceção face ao autoemprego, à imagem percebida do empreendedor, às barreiras percebidas ao empreendedorismo, aos riscos, às capacidades e competências percebidas e suporte percebido no que respeita ao empreendedorismo na ESEIG, as respostas dos estudantes estão refletidas na tabela 10. Como se pode verificar, a afirmação que obteve um maior grau de concordância foi “Se eu tivesse oportunidade e recursos,

gostaria de criar uma empresa”, com uma média de 4,26. Seguido de “Eu adapto os meus planos às alterações das circunstâncias” (Média=4,03). E com uma média de 4,00 a declaração “Eu sou sempre perseverante até atingir os meus objetivos”. Por outro lado, destacando-se com menor grau de concordância encontra-se “O empreendedorismo é basicamente uma saída ou recurso para pessoas que falharam.” (Média=1,49), “A concorrência é indesejável porque destrói a economia.” (média= 1,53) e “O empreendedorismo estraga a vida familiar” (média=1,60).

Afirmção	N	Média	DP	Mínimo	Máximo
Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa	142	4,26	0,889	1	5
Eu adapto os meus planos às alterações das circunstâncias	144	4,03	0,668	2	5
Eu sou sempre perseverante até atingir os meus objetivos	144	4,00	0,793	2	5
O empreendedorismo estraga a vida familiar	143	1,60	0,920	1	4
A concorrência é indesejável porque destrói a economia.	144	1,53	0,852	1	5
O empreendedorismo é basicamente uma saída ou recurso para pessoas que falharam	142	1,49	0,814	1	5

Tabela 10 - Análise do grau de concordância dos alunos

No intuito de verificarmos se existiam diferenças significativas nas respostas recebidas nas afirmações, decidiu-se realizar uma análise do grau de concordância médio em função de uma variável de caracterização. As variáveis adotadas foram: género, Pais empreendedores e intenção empreendedora e empreendedorismo. A tabela 11 ilustra os graus de concordância médios obtidos.

	Género		Pais empreendedores		Intenção empreendedora	
	Feminino Média	Masculino Média	Sim Média	Não Média	Sim Média	Não Média
Atitudes face ao autoemprego						
Eu prefiro ser o meu próprio patrão a ter um emprego seguro	3,04	3,23	3,05	3,17	3,20*	2,71*
Eu prefiro construir uma nova empresa a ser o gestor de uma já existente	3,09	2,95	2,81*	3,17*	3,06	2,86
Apenas posso fazer muito dinheiro se for o meu próprio patrão	2,44	2,52	2,48	2,48	2,54	2,10
Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa	4,09*	4,47*	4,26	4,26	4,37*	3,60*
Não tenho horário mais fixo se for o meu próprio patrão.	3,01	3,14	2,61*	3,37*	3,08	3,00
Imagem percebida do empreendedor						
Em negócios é preferível alguém ter a iniciativa de criar o próprio emprego (ser empreendedor) do que ser um empregado numa grande empresa ou no estado	3,05	3,05	3,02	3,07	3,07	2,90

O sucesso de alguém que cria o próprio emprego (um empreendedor) é fortemente determinado pela “sorte”.	2,23	2,34	2,24	2,30	2,27	2,33
A formação é mais importante do que a personalidade como fator de sucesso na iniciativa de criar o próprio emprego (empreendedorismo).	2,46	2,60	2,43	2,59	2,53	2,48
Os que criam o seu próprio emprego (os empreendedores) têm uma imagem positiva na sociedade	3,19*	3,65*	3,38	3,41	3,42	3,24
É mais benéfico para a sociedade ter grandes empresas do que muitas empresas pequenas	2,28	2,37	2,40	2,27	2,30	2,43
A concorrência é indesejável porque destrói a economia.	1,59	1,45	1,48	1,56	1,51	1,62
O empreendedorismo é basicamente uma saída ou recurso para pessoas que falharam	1,47	1,51	1,42	1,53	1,45	1,67
O empreendedorismo estraga a vida familiar	1,48	1,75	1,59	1,61	1,61	1,52
Barreiras percebidas ao empreendedorismo						
Os bancos não dão facilmente crédito para o início de empresas.	3,04*	3,59*	3,17	3,36	3,29	3,29
A legislação é desfavorável (adversa) à gestão de uma empresa.	2,92	3,05	2,98	2,98	3,01	2,81
É difícil encontrar uma ideia para um negócio que não tenha sido identificada	3,10	3,06	3,09	3,08	3,07	3,20
Tempo limitado para outras atividades, por ter que trabalhar demasiadas horas (tempo para a família, desporto, etc.)	3,15	3,31	3,19	3,24	3,23	3,19
Medo de fracassar	3,57	3,54	3,61	3,52	3,59	3,38
Dificuldades financeiras ou de capital (falta de capital inicial)	3,80	3,66	3,59	3,84	3,73	3,76
Desconhecimento da regulamentação necessária para implementar um negócio.	3,55	3,35	3,33	3,55	3,43	3,62
Não ter perfil/não ver o empreendedorismo como prioridade	3,27*	2,86*	3,09	3,08	3,04	3,33
Não considerar o empreendedorismo possível na sua área profissional	2,54	2,20	2,28	2,47	2,29*	2,95*
Riscos						
Muitos dos melhores momentos da minha vida ocorreram quando lutava para atingir um objetivo difícil.	3,87	3,98	3,81	4,00	3,98	3,57
Iniciar o meu próprio negócio é arriscado, posso perder tudo.	3,38	3,43	3,50	3,34	3,38	3,52
É verdade que somos o nosso próprio patrão, mas gerir a nossa própria empresa implica muito trabalho e responsabilidade e apenas traz grandes dores de cabeça	3,14	3,17	3,14	3,16	3,15	3,19
Gerir o próprio negocio é muito arriscado.	3,37	3,16	3,26	3,28	3,31	3,05
Capacidades e competências percebidas						
Eu prefiro que as outras pessoas decidam por mim	1,84	1,66	1,78	1,74	1,72	1,95

Os serviços financeiros são complicados e confusos para mim	2,59	2,34	2,40	2,53	2,44	2,71
Quando início algo de novo, eu sei que serei bem-sucedido	3,24*	3,55*	3,45	3,34	3,43	3,14
Eu tenho muita autoconfiança	3,20*	3,78*	3,38	3,52	3,54*	3,05*
O meu conhecimento técnico é muito bom	3,48	3,57	3,45	3,57	3,53	3,48
Se decidir participar na criação de um negócio, estou confiante de que terei sucesso	3,53	3,77	3,62	3,65	3,68	3,38
Eu sou extremamente orientado para atingir resultados	3,76*	4,02*	3,84	3,90	3,94*	3,48*
Eu estou bastante confiante em relação à minha capacidade de decisão técnica	3,67*	3,95*	3,90	3,73	3,88*	3,33*
Eu sou sempre perseverante até atingir os meus objetivos	3,92	4,09	3,91	4,06	4,06	3,67
Eu adapto os meus planos às alterações das circunstâncias	3,99	4,08	4,07	4,00	4,09*	3,67*
Suporte percebido ao empreendedorismo						
O ambiente criativo da ESEIG inspira o desenvolvimento de ideias para novos negócios.	3,06	3,05	3,22	2,94	3,02	3,24
A ESEIG incentiva o desenvolvimento de qualidades pessoais relevantes para a iniciativa empresarial.	3,22	3,18	3,44*	3,05*	3,16	3,48
O mestrado que frequento incentiva e prepara para criar a minha própria empresa	3,42	3,29	3,45	3,30	3,32	3,62
Na ESEIG existem especialistas ou conselheiros (consultadoria qualificada) e serviços de apoio a empresas novas.	3,17	3,05	3,21	3,05	3,05	3,48
Existe um clima positivo para eu me tornar empreendedor na ESEIG.	3,15	3,02	3,21	3,01	3,07	3,19
Na ESEIG, os alunos são incentivados a participar em atividades empreendedoras.	3,42	3,25	3,43	3,28	3,31	3,52

Tabela 11 - Análise do grau de concordância das afirmações

Para avaliar as diferenças motivacionais entre os participantes efetuamos um teste t para diferença de médias. Os resultados evidenciados na tabela 11, indicam que no que diz respeito às diferenças em função do género, se verificaram múltiplas diferenças estatisticamente significativas. No caso das afirmações “Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa”, “Os bancos não dão facilmente crédito para o início de empresas”, “Quando início algo de novo, eu sei que serei bem-sucedido”, “Eu tenho muita autoconfiança”, “Eu sou extremamente orientado para atingir resultados”, e “Eu estou bastante confiante em relação à minha capacidade de decisão técnica” regista-se que os alunos do género masculino atribuem um maior grau de concordância. Por outro lado, a afirmação “Não ter perfil/não ver o empreendedorismo como prioridade” apresentam níveis de concordância mais elevados nos praticantes do género feminino.

No que diz respeito às diferenças em função dos Pais empreendedores (Sim e Não), também se apuraram várias desigualdades, onde os estudantes “Não” invocam com maior grau de concordância nas afirmações “Eu prefiro construir uma nova empresa a ser o gestor de uma existente” e “Não tenho horário mais fixo se for o meu próprio patrão” e os “Sim” na afirmação “A ESEIG incentiva o desenvolvimento de qualidades pessoais relevantes para a iniciativa empresarial”.

Finalmente, relativamente à intenção empreendedora, os perfis médios das respostas diferem: os alunos com intenção empreendedora tendem a concordar mais com as declarações positivas “Eu prefiro ser o meu próprio patrão a ter um emprego seguro.”, “Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa”, “Eu tenho muita autoconfiança”, “Eu estou bastante confiante em relação à minha capacidade de decisão técnica” e “Eu adapto os meus planos às alterações das circunstâncias” e a discordar mais nas afirmações negativas (por exemplo, na afirmação “Não considerar o empreendedorismo possível na sua área profissional”).

5. Conclusões e desenvolvimentos futuros

O presente artigo retrata o resultado de uma pesquisa realizada na Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão (ESEIG) e tem como objetivo principal o estudo da intenção empreendedora dos alunos dos cursos de mestrado, matriculados no ano letivo 2015/ 2016. Pretende analisar a perceção dos inquiridos sobre o que é o empreendedorismo, o que é ser empreendedor e, por consequência, conhecer quais as suas intenções empreendedoras e se estas variam consoante uma série de fatores entre os quais os fatores sociais, culturais, demográficos e de educação.

A maioria dos respondentes (84,7%) já pensaram alguma vez criar a sua própria empresa, embora apenas 25% estejam determinados a fazê-lo. Este valor pode ser explicado por diversos fatores, nomeadamente os antecedentes familiares (cerca de seis em cada dez dos estudantes inquiridos cresceram no seio de uma família empreendedora) e o clima propenso ao empreendedorismo criado na ESEIG. Ainda assim e, relativamente à intenção empreendedora e o género, são os estudantes do género feminino que mais admitiram nunca terem pensado em criar o seu próprio negócio.

Os obstáculos percebidos pelos estudantes na criação da própria empresa e que registaram maior concordância são, essencialmente: i) os obstáculos de natureza económica e financeira, tais como a falta de recursos e o financiamento, e ii) os obstáculos de natureza empresarial e de marketing, como a falta de ideias e oportunidades de negócio.

Os alunos com intenção empreendedora tendem a concordar mais com as declarações positivas “Eu prefiro ser o meu próprio patrão a ter um emprego seguro.”, “Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa”, “Eu tenho muita autoconfiança”, “Eu estou bastante confiante em relação à minha capacidade de decisão técnica” e “Eu adapto os meus planos às alterações das circunstâncias” e a discordar mais nas afirmações negativas, por exemplo, na afirmação “Não considerar o empreendedorismo possível na sua área profissional”.

Como limitação do estudo apontamos o facto de o estudo ter ocorrido apenas entre os alunos dos cursos de mestrado da Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão. Para pesquisa futura, será conveniente 1) adicionar a figura de “estudante-licenciatura”, para diferenciar os estudantes-licenciatura dos estudantes-mestrado e 2) ampliar a amostra a outras Instituições de Ensino Superior.

6. Referências

- Acs, Z. J. and C. Armington (2002), *Entrepreneurial activity and economic growth*, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College:Wellesley, Mass.
- Acs, Z. J. and C. Armington (2004), *Employment Growth and Entrepreneurial Activity in Cities*, *Regional Studies*, Volume 38, Issue 8, 2004, 911-927.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision*

- Process*, Volume 50, Issue 2, December 1991, 179-211.
- Audretsch, D. (2002): *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*. Institute for Development Strategies, Indiana University & Centre for Economic Policy. Research (CEPR). Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General. London.
- Birley, S. (1989). Females' entrepreneurs: Are they really any different? *Journal of Small Business Management*, January, 27 (1), 32-37.
- Carayannis, E. G., Evans, D. and Hanson, M. (2003) "A cross-cultural learning strategy for entrepreneurship education: outline of key concepts and lessons learned from a comparative study of entrepreneurship students in France and the US", *Technovation*, Vol. 23, 757-771.
- Castillo, P., Venegas, C., Leiva, Y., Bennett, S., Ortiz, E. and Neto, B. (2008). Una Innovación pedagógica para la formación de universitarios emprendedores. *Rev. FAE*, Curitiba, 113-126.
- Chandler, G. N. and Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture preference. *Journal of Business Venturing*, 7 (3)
- Commission of the European Communities 2006. *Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*, Brussels.
- Davidsson, P. (1995). Determinants of entrepreneurial intentions. *Comunicação apresentada na conferência Rent IX*, Piacenza, Itália, 23-24 de Novembro, 1995.
- Dieguez, T. (2011). "Empreendedorismo: Um grande passo para alcançar o crescimento económico sustentável e uma maior prosperidade global", IPCA, Fevereiro 2012, 7- 42.
- Dornelas, J. (2005), *Transformando ideias em negócios*, 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier.
- European Commission (2005), *Proposal for a Recommendation of the European Parliament and of the Council on key competences for lifelong learning*, Brussels, 10.11.2005, COM(2005)548 final.
- GEM. (2010). GEM Portugal 2010, Estudo sobre o Empreendedorismo, Available on <http://www.gemconsortium.org/country-profile/100>.
- Goñi Gaztelu, E. (1999). Se necesitan emprendedores. ¿Tiene la universidad algo que ofrecer? La educación basada en competencias como respuesta. *Boletín de Estudios Económicos*, 54 (168), 445-460.
- Gorman, G., Hanlon, D. and King, W. (1997), "Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review", *International Small Business Journal*, Vol. 15, No. 3, 56 (22)
- Hisrich, R.; Peters, M. (2004), *Empreendedorismo*, 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004
- Isenberg, D. J. (2010). How to Start an Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review*, 89(6), 40-50.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity and profit*. Chicago: University Chicago Press.
- Kornijezuk, F. B. S. (2004), *Características Empreendedoras de Pequenos Empresários de Brasília*, Universidade de Brasília.
- Kuckertz, A. and Wagner, M. (2010) "The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions - Investigating the role of business experience", *Journal of Business Venturing*, Vol. 25, pp 524-539.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S. and Patzelt, H. (2012) "Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, vol 27, no. 4, pp. 414-435.

- Liñan, F. and Chen, Y.W. (2009), Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp. 593-617.
- Liñan, F. and Fayolle, A. (2015) A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International, Entrepreneurship and Management Journal* 11:4, 907-933.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M. and Ijsselstein, A. (2010) “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation”, *European Economic Review*, Vol. 54, pp 442–454.
- Pereira, F. J. (2001), *Representação social do empresário*, Lisboa: Edições Sílabo.
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2005), *Análise de Dados para Ciências Sociais – A Complementaridade do SPSS*, Lisboa: Sílabo.
- Pimentel, A. (2008), *Curso de empreendedorismo*, São Paulo: Digerati Books.
- Raijman, R. (2001), “Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago”, *Journal of Socio-Economics*, Vol. 30, pp 393–411.
- Sarkar, S. (2007), *Empreendedorismo e Inovação*, Escolar Editora: Lisboa.
- Shapiro, A. (1982), *The Social dimensions of entrepreneurship*, In *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Trice, A. (1991), Relationship among first aspirations, parental occupations and current occupations, *Psychological Reports*, 68
- Vieira, D. and Rodrigues, C. (2014), Os estudantes de engenharia e as suas intenções empreendedoras, *Revista Produção Online*, Florianópolis, SC, v.14, n. 1, p. 242-263, jan./mar. 2014.