

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Departamento de Comunicação e Ciências Empresariais

Mestrado em Comunicação Organizacional: Cidadania, Confiança e
Responsabilidade Social

Autoeficácia empreendedora no ensino superior: o caso
dos estudantes do Instituto Politécnico de Coimbra

Ana Marta Pereira Simões

Coimbra, 2016

esec

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE COIMBRA

Ana Marta Pereira Simões

Autoeficácia empreendedora no ensino superior: o caso dos estudantes do Instituto Politécnico de Coimbra

Dissertação de Mestrado em Comunicação Organizacional: Cidadania, Confiança e
Responsabilidade Social, apresentada ao Departamento de Comunicação e Ciências
Empresariais da Escola Superior de Educação de Coimbra para obtenção do grau de
Mestre

Constituição do júri

Presidente: Prof. Doutor(a) Maria de Fátima Neves

Arguente: Prof. Doutor(a) Rui Antunes

Orientador: Prof. Doutor(a) José Pedro Silva

Data da realização da Prova Pública: 21 de junho de 2016

Classificação: Muito Bom, 17 valores.

AGRADECIMENTOS

A tese de mestrado, apesar de ser um processo solitário, reúne contributos e apoios de várias pessoas sem as quais a sua realização não seria possível.

Ao Professor Doutor José Pedro Cerdeira, orientador da dissertação, agradeço o apoio e a partilha do saber que foram valiosos para a realização deste trabalho.

Agradeço aos presidentes das escolas que autorizaram a realização deste estudo, e aos professores que dispensaram algum tempo das suas aulas para a aplicação do inquérito.

Ao Dr. Pedro Maranha pela amizade e pelo seu contributo na realização deste trabalho.

Aos amigos e colegas, eles sabem quem são, pela amizade, por ouvirem os meus desabaços e por acreditarem que eu era capaz.

Aos meus amigos de há 36 anos pelo seu apoio e boa disposição, em especial à Margarida pelo apoio genuíno e fundamental na fase final da realização deste trabalho.

Deixo um agradecimento especial à minha mãe Teresa, por me ter ensinado que devemos sempre lutar por aquilo em que acreditamos, pela força, pelo carinho, e por todo o apoio familiar e não só que sempre me deu. À minha irmã Catarina, pela amizade, companheirismo e disponibilidade nos momentos em que precisei. À minha sogra que acolheu os meus filhos para que eu pudesse estar presente nas aulas.

Aos meus filhos, Rafael e Gonçalo, pela compreensão e carinho demonstrados apesar das ausências, pelo orgulho e entusiasmo com que sempre reagiram aos resultados académicos da mãe, que acredito lhes servirá de inspiração ao longo da sua vida.

Mais uma vez, o meu profundo e sentido agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para a concretização desta dissertação.

Autoeficácia empreendedora no ensino superior: O caso dos estudantes do Instituto Politécnico de Coimbra

RESUMO

O empreendedorismo assume nos dias de hoje uma importância inquestionável na dinamização económica das sociedades, agregando em torno do tema políticos, académicos e empresários. Identificado como processo dinâmico de mudança, de identificação e criação de novas oportunidades, o empreendedorismo assume-se na atualidade como elemento fundamental no desenvolvimento económico dos países, sendo encarado como um agente determinante de inovação, competitividade e crescimento.

Pretende-se com este estudo exploratório analisar a intenção empreendedora dos estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, relacionando-a com a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica, e determinar quais os fatores que a influenciam.

Para o efeito foram distribuídos questionários a uma amostra de 290 alunos de quatro escolas do IPC, constituída por 114 (39.3%) homens e 176 mulheres (60.7%).

Os resultados obtidos demonstram que o desenvolvimento de expectativas elevadas de autoeficácia académica e de autoeficácia empreendedora estão fortemente associadas à vontade de desenvolvimento de um projeto empreendedor e ao sentimento de que se é capaz de realizar os passos necessários para o conseguir.

Conclui-se também que os estudantes que mais acreditam nas suas capacidades académicas e nas suas capacidades empreendedoras são também aqueles que mais valorizam a importância de uma estrutura de apoio do IPC à criação de empresas.

Por fim, este estudo sugere que as estruturas do IPC dirigidas ao fomento de atitudes empreendedoras devem focar a sua atenção nos estudantes com uma autoeficácia académica e uma autoeficácia empreendedora elevadas, ou seja, aqueles que declaram uma intenção mais forte de serem empreendedores, e podem promover o espírito empreendedor realizando ações capazes de incrementarem as expectativas de autoeficácia académica e empreendedora dos seus estudantes.

Palavras-chave: IPC, Intenção Empreendedora, Autoeficácia Empreendedora, Autoeficácia Académica

ABSTRACT

Entrepreneurship assume nowadays an unquestionable importance in boosting corporate economic, adding around the theme of politicians, academics and businessmen. Identified as a dynamic process of change, of identifying and creating new opportunities, entrepreneurship is assumed today as a key element in the economic development of countries, being seen as a crucial agent of innovation, competitiveness and growth.

It is intended with this exploratory study examining the entrepreneurial intention of students from four schools of the Polytechnic Institute of Coimbra, relating it to the entrepreneurial self-efficacy and academic self-efficacy, and determine which factors influence.

To this end were distributed questionnaires to a sample of 290 students from four schools in the IPC, consisting of 114 (39.3%) men and 176 women (60.7%).

The results obtained show that the development of high expectations of academic self-efficacy and of entrepreneurial self-efficacy are strongly associated with the desire to develop a design entrepreneur and the feeling of being able to perform the necessary steps to achieve this.

It is concluded that the students who most believe their academic skills and entrepreneurial abilities are also those who most value the importance of a support structure of the IPC the creation of companies.

Finally, this study suggests that the IPC structures aimed at fostering entrepreneurial attitudes should focus its attention on students with an academic self-efficacy and a high entrepreneurial self-efficacy, that is, those who claim a stronger intention of being entrepreneurs, and can promote the entrepreneurial spirit by performing actions able to enhance self-efficacy expectations of their students ' academic and entrepreneurial.

Keywords: IPC, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial self-efficacy, Academic self-efficacy

Índice

Agradecimentos.....	V
Resumo.....	VII
Abstract	VIII
Abreviaturas e siglas	XI
Lista de figuras	XIII
Lista de quadros	XI
Introdução	1
1 - Empreendedorismo	3
1.1 – Empreendedorismo: evolução do conceito	5
1.2 – O empreendedorismo em Portugal.....	11
1.3 – O empreendedorismo nas instituições de ensino superior	16
1.4 – Conceito de escola empreendedora.....	16
1.5 – INOPOL Academia de Empreendedorismo do Politécnico de Coimbra	20
2– Autoeficácia empreendedora e académica: revisão de literatura	23
2.1 – Considerações iniciais.....	25
2.2 – Autoeficácia empreendedora.....	25
2.3 – Autoeficácia académica	35
3– Estudos empíricos	41
3.1 – Metodologia	43
3.2 – Objetivos do estudo.....	43
3.3 – Procedimentos.....	44
3.4 – Instrumentos de avaliação das variáveis	44
3.5 – Caraterização da amostra	46
3.6 – Análise de dados	48
3.6.1– Autoeficácia empreendedora.....	48
3.6.2 - Autoeficácia académica	55
3.6.3 – Questões de investigação	58
4 - Conclusões	69
4.1 - Limitações e recomendações	73
Bibliografia	75
Anexos	

ABREVIATURAS E SIGLAS

AEE - Escala de Autoeficácia do Empreendedor

CEE - Condições Estruturais do Empreendedorismo

CIM - Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra

CME - Consórcio Maior Empregabilidade

DITS - Divisão de Inovação e Transferências do Saber da Universidade de Coimbra

ESAC – Escola Superior Agrária de Coimbra

ESTeSC - Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra | Coimbra Health School.

ESTGOH - Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital

GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*

IES – Instituições de Ensino Superior

INOPOL - Academia de Empreendedorismo do Politécnico de Coimbra

INOVA – Concurso de Ideias

INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IPC – Instituto Politécnico de Coimbra

IPN – Instituto Pedro Nunes

ISCAC – Coimbra Business School

ISEC – Instituto Superior de Engenharia de Coimbra

MBA - Master of Business Administration

MSPSE - Escala Multidimensional de Auto-eficácia Percebida

PME – Pequenas e Médias Empresas

TEA – Total Entrepreneurial Activity

TIC - Tecnologias da Informação e Comunicação

WRC - Web para a Região Centro, Agência de Desenvolvimento Regional, EIM, S.A

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: As missões da universidade	17
Figura 2: Visão, missão e estratégia do INOPOL	22
Figura 3: Trabalhos publicados sobre a autoeficácia empreendedora segundo Moriano (2006)	35
Figura 4: O empreendedorismo em Portugal	83
Figura 5: Modelo GEM	84
Figura 6: Taxa de Atividade Empreendedora <i>early-stage</i> (TEA)	85
Figura 7: Taxa TEA por género	85
Figura 8: Atividade empreendedora induzida pela oportunidade e pela necessidade	86
Figura 9: Avaliação das condições estruturais do empreendedorismo	86

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Caracterização da amostra (N = 290)	47
Quadro 2: Valores das médias e dos desvios-padrão das respostas aos itens da escala de autoeficácia empreendedora (N= 290)	49
Quadro 3: Saturações fatoriais pelo método das componentes principais (com rotação varimax), comunalidades, valores próprios e percentagem da variância explicada das respostas aos itens da escala de autoeficácia empreendedora (N=290)	51
Quadro 4: Valores da média, do desvio-padrão das cinco dimensões da escala de autoeficácia empreendedora e do total na amostra portuguesa (N=290) e na amostra espanhola (N=1376)	55
Quadro 5: Valores das médias e dos desvios-padrão das respostas aos itens da escala de autoeficácia académica (N= 290)	56
Quadro 6: Valores da média e do desvio padrão das respostas dadas às questões de investigação	58
Quadro 7: Correlações de Pearson entre os valores da escala de autoeficácia académica, das cinco dimensões de autoeficácia empreendedora e as questões de investigação 1	60
Quadro 8: Correlações de Pearson entre os valores da escala de autoeficácia académica, das cinco dimensões de autoeficácia empreendedora e as questões de investigação 2	60
Quadro 9: Valores <i>t-student</i> relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 1 em função do sexo	63
Quadro 10: Valores <i>t-student</i> relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função do sexo	64
Quadro 11: Valores F ANOVA relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 1 em função da escola	66
Quadro 12: Valores F ANOVA relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função da escola	67
Quadro 13: Idade	87
Quadro 14: Curso	87
Quadro 15: Tem empresários na família?	87
Quadro 16: Grau parentesco	88
Quadro 17: Teste de KMO e Bartlett	88

Quadro 18: Valores da media, do desvio-padrão e das correlações (Pearson) da escala de autoeficácia académica e das cinco dimensões da escala de autoeficácia empreendedora (N=282)	89
Quadro 19: Correlações item-total e Coeficientes de alpha	89

Introdução

O presente estudo pretende analisar a intenção empreendedora dos estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, relacionando-a com a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica, e tentar perceber quais os fatores que a influenciam. A amostra deste estudo é constituída por 290 estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, dos quais 114 (39.3%) são do sexo masculino e 176 (60.7%) são do sexo feminino

Nesta primeira parte será apresentada uma breve revisão de literatura com a descrição da evolução histórica do fenómeno do empreendedorismo, bem como do conceito de empreendedor. Pretende-se assim, através da análise da evolução das definições de empreendedorismo, conceptualizar o fenómeno.

Posteriormente é feita uma análise sobre o empreendedorismo em Portugal através do projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras no mundo, onde se podem observar vários aspetos sobre a atividade empreendedora relevantes para o nosso país.

A seguir é feito um enquadramento do empreendedorismo nas instituições de ensino superior, bem como do conceito de escola empreendedora e de como estas instituições podem ser entendidas como agentes da máxima importância no fomento de uma cultura empreendedora.

A finalizar esta primeira parte, com o objetivo de evidenciar a importância desta temática nas instituições do ensino superior, é feita uma apresentação do INOPOL| Academia de Empreendedorismo do Politécnico de Coimbra, o qual se assume como uma "plataforma" de estímulo à criatividade e à inovação, numa dinâmica de atividades de incentivo ao empreendedorismo e à concretização de ideias em novas empresas e de promoção de projetos inovadores que possam surgir dentro da comunidade do Instituto Politécnico de Coimbra.

1 - EMPREENDEDORISMO

1.1 – Empreendedorismo: Evolução do Conceito

O empreendedorismo assume nos dias de hoje uma importância inquestionável na dinamização econômica das sociedades, agregando em torno do tema políticos, acadêmicos e empresários. A própria União Europeia promove o empreendedorismo como fator-chave da competitividade, e destaca a importância de fomentar uma cultura empreendedora europeia através da defesa do empreendedorismo e das respectivas capacidades (*Jornal Oficial da União Europeia, L 394/10, 2006*).

Identificado como processo dinâmico de mudança, de identificação/criação de novas oportunidades, o empreendedorismo assume-se na atualidade como elemento fundamental no desenvolvimento econômico dos países, sendo encarado como um agente determinante de inovação, competitividade e crescimento.

Convém por este motivo tentar perceber o que leva um indivíduo a ser empreendedor, qual a importância do empreendedorismo enquanto dinamizador da economia, sobretudo em período de crise, quais os fatores associados a uma atitude empreendedora e, entre outros, qual o papel das instituições de ensino superior na promoção do empreendedorismo.

A importância de todas estas questões, e do estudo desta temática, deve-se à relevância que vários autores têm dado ao empreendedorismo, sobretudo em termos do seu impacto no crescimento socioeconómico ao longo dos tempos. Apesar do empreendedorismo não ter uma definição única, existem aspetos e papéis que lhe têm sido atribuídos na dinamização económica e social, que são consensuais. Importa assim, ainda que resumidamente, rever a evolução histórica do empreendedorismo.

Foi através do economista francês, Cantillon (1755, citado por Caetano et al., 2012,p.3), que o conceito de empreendedorismo aparece associado ao indivíduo que compra, transforma e vende matérias-primas, identificando assim uma oportunidade de negócio e assumindo riscos. Para este autor, o empreendedor é aquele que “corre riscos porque investe o seu próprio dinheiro em empreendimentos, e é o responsável pela troca e circulação económica.”

Posteriormente, Say (1816, citado por Filion, L. J., 1999) dá um grande contributo na conceptualização do conceito, reconhecendo o empreendedor como “alguém que cria valor”, ou seja, o empreendedor é visto como um agente vital e ativo na mediação entre trabalhadores e consumidores, transferindo recursos económicos de um setor de produtividade mais baixa para outro de produtividade mais elevada. Com esta definição, Say faz uma distinção clara entre empreendedor e capitalista, associando o primeiro à criação de valor.

Em 1848 Mill (citado por Casteleiro, 2008) refere-se ao empreendedorismo como estando na origem das empresas privadas, e Menger (1871, citado por Sarkar, 2014), na sua obra *Principles of Economics*, considera o empreendedor “aquele que conduz ao crescimento industrial, transformando recursos em produtos e serviços úteis à sociedade.”

A revolução do entendimento dos conceitos de empreendedorismo dá-se com Schumpeter (1934, citado por de Paula & Bignetti, 2008), que na sua abordagem ao tema atribui ao empreendedor a concepção de uma inovação, isto é, o empreendedor é aquele que origina ideias novas, ou que aplica novos processos a produtos que já existiam, ou seja, o empreendedor é o responsável pelo processo de mudança, modificando assim toda a estrutura económica. Para Schumpeter, o empreendedor é um indivíduo que em contexto comercial aplica a inovação, que pode ser traduzida pela introdução de novos produtos, pela introdução de novos métodos de produção, pela abertura de novos mercados, pela aquisição de novas fontes de matérias-primas, e pela criação de uma nova empresa. Na sua obra *The Creative Response in Economic History* (1947 citado em Sarkar 2014, p.52), Schumpeter escreveu “é de particular importância distinguir entre empreendedores e inventores. Não há necessariamente uma ligação entre estas duas funções”, ou seja, para este autor o inventor produz ideias, o empreendedor concretiza essas ideias. Segundo Schumpeter (citado em Camargo et al, 2010), a inovação é a chave para a criação de novas empresas através de produtos e serviços e o empreendedor é o agente que inicia novos negócios para explorar essa inovação. O contributo teórico de Schumpeter na área do empreendedorismo foi notável, na medida em que a noção de oportunidade passou a ser central na definição de empreendedorismo. A inovação criada pelo empreendedor vem assim criar um

desequilíbrio no mercado e introduzir novas combinações de recursos, tornando-o um agente de mudança na economia. Schumpeter destaca a importância das relações sociais, considerando-as o suporte de qualquer ação empreendedora, ou seja, o empreendedor não pode ser visto como uma variável única, mas sim como um indivíduo envolvido numa rede de relações sociais que lhe dá suporte. Observa-se então as relações sociais como suporte da ação empreendedora, e ao mesmo tempo em que a inovação provoca alterações no ambiente e nas relações sociais. Schumpeter evidencia a ação empreendedora como sendo coletiva e um processo social.

Se até aqui as contribuições para o estudo do empreendedorismo foram analisadas por economistas, já McClelland (1961, citado por Santiago, 2009) propôs uma abordagem com foco no estudo específico do comportamento dos empreendedores, em que procurou analisar as motivações e as competências empreendedoras, marcando assim a evolução do estudo do empreendedorismo ao associá-lo às ciências sociais, em particular à Psicologia. Este autor, destaca a influência dos aspetos motivacionais associando-os à necessidade de realização pessoal e, identifica três tipos de necessidades motivacionais:

- A necessidade de realização (*need for achievement*) – é a necessidade de obtenção de *feedback* para a sua realização e progressão, bem como a necessidade de se sentir realizado;

- A necessidade de autoridade e poder (*need for power*) – é a necessidade de liderar e de fazer as suas ideias prevalecer com o objetivo de aumentar o seu estatuto pessoal e o seu prestígio;

- A necessidade de afiliação (*need for affiliation*) – necessidade de relações de amizade, de relacionamentos com outras pessoas.

No seu trabalho, intitulado *The Achieving Society*, McClelland (1961, citado por Rego, 2000) salienta que elevados níveis de necessidades de realização estão positivamente correlacionados com um comportamento empreendedor, ou seja, indivíduos com uma forte motivação de realização revelam maior aptidão para gerir negócios, maior capacidade de assumir riscos e responsabilidades, sendo indivíduos que estão mais

atentos ao *feedback* em termos de custos e lucros, e que encontram maneiras novas e inovadoras de fazer novos produtos ou serviços.

Num estudo sobre o caso de empreendedores na Índia, McClelland (1987, citado por Sarkar, 2014), identificou nove características que distinguem os empreendedores com muito sucesso dos medianos. Para McClelland, os empreendedores com sucesso são indivíduos proativos (com capacidade de iniciativa), que possuem uma boa capacidade de comunicação, que revelam um bom entendimento das oportunidades e uma orientação eficaz. São também, indivíduos preocupados com a qualidade do trabalho, sendo que este é sistematicamente planeado e monitorizado, são cumpridores dos contratos de trabalho, e reconhecem a importância das relações nos negócios.

Apesar de o desenvolvimento económico estar sujeito a variações, de acordo com McClelland, os empreendedores com elevados níveis motivacionais têm mais facilidade em maximizar a realização económica.

A proposta apresentada por Kirzner (1979, citado por Vale, 2014) também salienta as características individuais. Para este autor, o empreendedor é um decisor cujo papel principal consiste em estar sempre alerta para descobrir e explorar oportunidades que ainda não tinham sido percecionadas.

Importa salientar o contributo de Peter Drucker (citado por Theis & Schreiber, 2015), considerado o pai da gestão moderna que, em 1986, através do seu livro *Innovation and Entrepreneurship* define que a inovação é o instrumento específico dos empreendedores, ou seja, o meio através do qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para criar um negócio ou serviço diferente. Para este autor é possível apresentar a inovação sob a forma de disciplina, aprendê-la e praticá-la. Os empreendedores têm que procurar intencionalmente as fontes de inovação, as mudanças que assinalam oportunidades para serem bem-sucedidos.

É com base na inovação que Drucker (1986, citado por Barros, Fiúsa, & Ipiranga, 2005) analisa o empreendedor como aquele que cria novas oportunidades, seja na criação de algo novo ou na renovação de produtos ou serviços existentes, isto é, o empreendedor revela um elevado empenho na procura sistemática da inovação.

A definição de empreendedorismo mais partilhada pela comunidade académica e profissional nos dias de hoje, é a que foi proposta por Shane e Venkataraman (2000). A ideia de que o empreendedorismo procura entender como são exploradas as oportunidades, e de que forma os indivíduos as descobrem ou criam, é posteriormente reforçada por Shane (2012).

Segundo o GEM - *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM PORTUGAL 2012 - Estudo sobre o Empreendedorismo, p.4), o empreendedorismo é definido em termos gerais, como “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos”.

No entanto, apesar de no contexto económico conturbado em que vivemos, ser reconhecida a importância determinante do empreendedorismo como impulsionador da economia, não existe um consenso em torno da sua definição conceptual.

No Livro Verde do Empreendedorismo (2003), a definição de empreendedorismo salienta a criação de atividade económica, bem como o seu desenvolvimento, não se restringindo assim apenas à criação de novas empresas. Uma das definições de empreendedorismo que o Livro Verde (2003, p.7) contempla é “O empreendedorismo é a atitude mental e o processo para a criação e o desenvolvimento de atividades económicas, combinando o risco e a criatividade e/ou a inovação com uma gestão rigorosa, no âmbito de um organismo novo ou já existente”.

Esta breve resenha histórica da evolução histórica do conceito, permite compreender que o empreendedorismo tem sido amplamente estudado por autores de várias áreas científicas, assumindo por isso um carácter multidisciplinar que o torna um processo complexo em que não existe consenso na sua definição. Apesar de reconhecido como determinante na evolução económica das sociedades, o empreendedorismo é um fenómeno dependente de vários fatores (económicos, sociais, ambientais, comportamentais...) interligados entre si, e relevantes para se compreender o comportamento empreendedor dos indivíduos. Para Dornelas (2008), o processo empreendedor envolve todas as funções, atividades e ações associadas à criação de

novas empresas. O empreendedorismo envolve o processo inovação e criação de valor, requer dedicação, compromisso de tempo e do esforço necessário para fazer a empresa crescer, e que sejam assumidos os riscos e tomadas de decisão, isto é, para ser empreendedor é preciso ousadia e ânimo apesar de possíveis falhas e erros.

Em Portugal, consequência da crise económica, houve um aumento da taxa de desemprego e muitos portugueses encontraram na criação do próprio emprego uma solução, a qual foi acompanhada por diversas medidas de apoio ao empreendedorismo por parte de organismos públicos, entidades regionais e instituições de ensino superior.¹

Do estudo realizado pela Informa D & B, *O empreendedorismo em Portugal 2007/2014*, conclui-se que, entre 2013 e 2014 nasceram mais de 35 mil *start-ups* por ano, um dos valores mais altos desde 2007. O perfil das *start-ups* alterou-se, existindo mais empreendedores individuais, embora criem empresas de menor dimensão. O norte passou a ser a região mais empreendedora, sendo a maioria dos empreendedores do género masculino. As *start-ups* e as empresas jovens, com menos de 5 anos de atividade respondem por 46% do emprego anualmente gerado pelo universo empresarial em Portugal

Estas e outras conclusões do estudo realizado pela Informa D&B, podem ser observadas na figura 4 (anexo1: O empreendedorismo em Portugal).

¹ Atualmente existem diversos programas promotores do empreendedorismo tais como: *O Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação (+e+i)*; *“Erasmus para Jovens Empreendedores”*; *Programa ESJOVEM*; *Programa +Inovação +Indústria*; *Programa Investe Jovem*; *Empreender +*; *Programa Impulso Jovem*; *Projeto INOVA*; *Concurso Regional de Empreendedorismo – Construir Futuros na Região de Coimbra*; *Polieemprende – Projetos de vocação empresarial*

1.2 – O empreendedorismo em Portugal

Atualmente, o GEM é o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras no mundo e é através do projeto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM - www.gemconsortium.org) que a atividade empreendedora e as dificuldades dos empreendedores num conjunto alargado de países são anualmente avaliadas. O GEM define as Condições Estruturais do Empreendedorismo (CEE) como os indicadores do potencial de um país para promover o empreendedorismo. As CEE refletem as principais características do meio socioeconómico de um país, que se espera terem um impacto significativo no setor empresarial. A nível nacional, há diferentes condições estruturais que se aplicam a negócios já estabelecidos e a novos negócios. O GEM 2012 compara também estas condições, considerando a fase de desenvolvimento económico de cada país participante (na figura 5 dos anexos, apresentamos o modelo GEM).

Um país empreendedor é, segundo o GEM (2014), um país que promove oportunidades de negócio e disponibiliza infraestruturas para ajudar os novos empreendedores e estimular os seus negócios

O relatório GEM Portugal 2012 conclui que, apesar de entre 2011 e 2012 a situação económica e social do país se ter agravado, a atividade empreendedora em Portugal não sofreu alterações relevantes, ou seja, não houve diminuição da iniciativa empreendedora.

Concluiu-se neste estudo, como se pode verificar na figura 6 (anexo 3), que Portugal registou uma taxa TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) de 7.7%, o que significa que existem entre 7 a 8 *early-stage* por cada 100 indivíduos em idade adulta (um aumento relativamente a 2011 que tinha uma taxa TEA de 7,5%). Esta taxa coloca Portugal no 44º lugar do universo GEM (entre 67 países) e em 7º lugar no universo das economias orientadas para a inovação (entre 24 países)

A taxa TEA é o principal índice do GEM e ilustra a proporção de indivíduos em idade adulta (entre os 18 e os 64 anos) que está envolvida num processo de *start-up* (negócio nascente) ou na gestão de negócios novos e em crescimento. Conclui-se ainda que, os sectores que em Portugal registam uma maior atividade empreendedora são o

orientado para o consumidor (aquele que inclui todos os negócios orientados para o consumidor final), o da transformação e o setor orientado para o cliente organizacional (que inclui todas as atividades em que o cliente primário é outro negócio). O setor extrativo, apesar de ser o que regista menor atividade empreendedora (apenas 5.1%), é aquele que mais cresceu em comparação a 2011.

Em Portugal, o número de empreendedores *early-stage* do sexo masculino corresponde a 9.3% da população adulta masculina e o número de empreendedores *early-stage* do sexo feminino a 6.2% da população adulta feminina. Este estudo conclui que o número de empreendedores do sexo masculino é exatamente 50.0% superior ao número de empreendedores do sexo feminino, assumindo à partida que o número total de homens e mulheres em Portugal continental é igual.

Este estudo diz-nos ainda que, apesar do número de empreendedores do sexo masculino ser ligeiramente superior ao número de empreendedoras do sexo feminino, este número progride no sentido do equilíbrio e a taxa TEA global de Portugal aumentou à custa do aumento de mulheres empreendedoras, como se pode observar na figura 7 (anexo1: Taxa TEA por género).

A faixa etária onde se regista uma maior incidência da atividade empreendedora é a compreendida entre as idades de 25 e dos 34 anos.

Este relatório também identifica as motivações que levam os indivíduos a criar novos negócios, sendo que a maior percentagem (58.3%) o fazem motivados pela oportunidade (indivíduos que mesmo que possuam outras opções de emprego, decidem iniciar um novo negócio, fazendo um planeamento prévio e sempre focados nos objetivos que pretendem atingir), 26.2% motivados pela necessidade (indivíduos que por situação de desemprego ou outra, não têm acesso ao mercado de trabalho e, vêm-se obrigados a criar a sua própria empresa como meio de subsistência) e 15.6% apresentam uma mistura dos dois tipos de motivação, conforme identificado na figura 8 (anexo).

Em Portugal, no ano de 2012, 2.1% da população adulta desistiu de um negócio nos 12 meses anteriores à realização da sondagem, resultado inferior ao registado em 2011 (2.9%).

O relatório GEM Portugal 2012, também identifica os principais fatores que influenciam, positiva ou negativamente, a atividade empreendedora no país. Através de um inquérito sobre nove condições estruturais do empreendedorismo (figura 9 dos anexos), realizado a 38 especialistas nacionais sobre o tema, concluiu-se que:

- 1) relativamente ao *Apoio financeiro* os especialistas consideram que tem um impacto parcialmente insuficiente na atividade empreendedora (uma avaliação mais negativa em relação à realizada em 2001) e consideram também que o financiamento através de capital de risco é um aspeto positivo;
- 2) o *Acesso a infraestruturas físicas* obteve uma apreciação positiva e destacou-se como fator facilitador do empreendedorismo, embora o preço de algumas dessas infraestruturas suscite algumas críticas;
- 3) a condição estrutural *Infraestrutura comercial e profissional* continuou a obter uma das apreciações mais favoráveis, embora como anteriormente a opinião sobre os custos seja desfavorável;
- 4) a condição estrutural, *Normas culturais e sociais* embora tenham obtido uma opinião desfavorável, pela primeira vez, não registou a opinião mais desfavorável;
- 5) a condição estrutural *Políticas governamentais* foi a que registou a opinião menos favorável por parte dos especialistas na matéria, pois os especialistas são da opinião que existe em Portugal uma carga fiscal muito elevada e, excesso de burocracia. Como ponto mais favorável destacam a existência de parques de ciência e tecnologia, incubadoras de empresas, e o número de programas de apoio à criação de novas empresas, embora a eficiência e a eficácia desses programas seja criticada;
- 6) no que respeita à *Educação e formação*, os especialistas consideram que tendem a ser parcialmente insuficientes (resultado que piorou significativamente em relação ao ano anterior), e avaliam muito negativamente a capacidade de os níveis básico e

secundário promoverem a capacidade empreendedora. Por outro lado, a sua opinião sobre a formação superior em gestão e negócios é positiva;

7) a *Transferência de I&D* é considerada parcialmente insuficiente, resultado que piorou em relação a 2011. São avaliadas menos negativamente a facilidade de acesso de empresas novas e em crescimento à tecnologia e os subsídios governamentais à I&D que o preço das novas tecnologias e a capacidade de a base científica e tecnológica do País apoiar eficientemente a criação de novos negócios tecnológicos de nível mundial em pelo menos uma área;

8) em relação à *Abertura do mercado e barreiras à entrada*, a avaliação é considerada parcialmente insuficiente, sendo que o ponto mais negativo dentro desta condição estrutural é custo de entrada no mercado para empresas novas e em crescimento, e o menos negativo é a facilidade com que as mesmas podem entrar no mercado sem serem injustamente bloqueadas por outras já estabelecidas;

9) pela primeira vez desde a realização do relatório GEM, as *Normas sociais e culturais* são identificadas como o principal fator impeditivo à atividade empreendedora em Portugal. Apesar de registar uma melhoria na avaliação em relação ao ano anterior, como aspeto particularmente negativo o estímulo que a cultura nacional fornece à tomada de risco empreendedora, e o fator menos criticado é o fomento da criatividade e inovação por parte da sociedade. A avaliação das CEE está demonstrada na figura 6 (anexo);

Perante estes dados, urge apoiar a educação e fomentar uma cultura empreendedora em Portugal, pois estes são fatores determinantes nas condições estruturais no empreendedorismo. Exemplo desse apoio, são as diretrizes que constam nas agendas políticas aos mais diversos níveis, desde o europeu, onde a Comissão Europeia, fez do fomento ao empreendedorismo um dos principais vetores de reforço da competitividade, até ao nível nacional e local, onde se vem assistindo a cada vez mais políticas de apoio à criação de empresas e inovação.

Em Portugal, incluindo ilhas, e ao nível dos ensinos básico e secundário, foi lançado em 2011 o Projeto INOVA, a partir da cooperação interministerial entre as áreas da Economia, da Juventude e da Educação, com o objetivo de fomentar o empreendedorismo e a cultura empreendedora nas escolas. Ao nível regional, a Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra (CIM), em parceria com os municípios de Arganil, Cantanhede, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Figueira da Foz, Góis, Lousã, Mealhada, Mira, Miranda do Corvo, Montemor-o-Velho, Mortágua, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Penacova, Penela, Soure, Tábua e Vila Nova de Poiares, promove a realização do Concurso Regional de Empreendedorismo – Construir Futuros na Região de Coimbra. Pretende-se com esta iniciativa facilitar e apoiar a criação de projetos empresariais na região mobilizando um conjunto diversificado de atores locais que, trabalhando em rede, sensibilizem e mobilizem a população para o empreendedorismo, criando serviços partilhados e complementares que garantam o apoio desde a identificação de oportunidades de investimento à criação de empresas e emprego.

Também ao nível do ensino superior, iniciou no ano de 2003, o concurso Poliemprende, do qual fazem parte todas as instituições politécnicas do país e escolas superiores não integradas (Enfermagem de Coimbra, Hotelaria e Turismo do Estoril e Escola Náutica Infante D. Henrique), e escolas politécnicas das universidades. Este projeto é uma iniciativa que visa, através de um concurso de ideias e de planos de negócios, avaliar e premiar projetos desenvolvidos e apresentados por alunos, diplomados ou docentes destas instituições, e tem uma componente regional e outra nacional. O Poliemprende tem como objetivo máximo incutir e estimular o empreendedorismo, bem como proporcionar saídas profissionais de preferência através da criação do próprio emprego.²

² Para saber mais sobre o Concurso Regional de Empreendedorismo – Construir Futuros na Região de Coimbra visite <http://www.construirfuturos.pt/>
Para saber mais sobre o Poliemprende – Projetos de vocação empresarial visite <http://poliemprende.ipc.pt/>

1.3 – O empreendedorismo nas instituições de ensino superior

É inquestionável a elevada importância do empreendedorismo na dinamização socioeconómica e a contribuição muito positiva que a criação de novas empresas (PME) tem na criação líquida de emprego. A própria União Europeia, através da recomendação de 2006 do Parlamento Europeu e do Conselho sobre as competências chave para a aprendizagem ao longo da vida (2006/962/CE), inclui o empreendedorismo, estendendo-o a todos os níveis de ensino e formação, com vista a melhorar a criatividade e a inovação.

Um dos fatores, entre muitos, para criar uma cultura empreendedora, passa pela necessidade de difundir a ideia de que o empreendedorismo é uma opção de carreira viável, mas a maioria dos indivíduos aposta nos estudos com o objetivo de conseguir um emprego por conta de outrem. É no sentido de contrariar esta ideia, que as IES têm um papel fundamental, pois têm a capacidade de transferir conhecimentos/competências com o objetivo de desenvolver a capacidade empreendedora dos seus alunos.

“Os alunos, ao saírem da universidade, devem ter competências quer para procurarem ativamente emprego a que acrescentem valor, quer para perspetivarem a criação do próprio emprego” (Simões, Trigo & Moreira, 2012, p.638).

Nota-se uma preocupação crescente por parte das instituições do ensino superior (IES) nesta matéria, seja em disponibilizar cursos específicos sobre empreendedorismo, na criação de estruturas de apoio (academias de empreendedorismo, incubadoras, centros de transferência e tecnologia, entre outros...) e, também na promoção de concursos de ideias com vista a promover uma cultura empreendedora. O incremento do empreendedorismo em todo o sistema é um dos muitos desafios que se colocam às IES, como objetivo estratégico no desenvolvimento socioeconómico.

1.4 – Conceito de escola empreendedora

Segundo Etzkowitz e Webster (1991, citados por Sarkar, 2014), para além das atividades de ensino e pesquisa, as instituições do ensino superior estão a ter um papel fundamental como parte interveniente e atuante no desenvolvimento económico local

e regional, através da transferência tecnológica e de conhecimento para empresas de base tecnológica e inovadora.



Figura 1: As missões da universidade
Fonte: Segundo Sarkar (2014)

Para vários autores, as universidades devem promover o desenvolvimento do empreendedorismo em conjunto com escolas secundárias e outras instituições de ensino (Caird, 1990, McMullan & Long, 1987). Lipper (1987, citado por Sarkar, 2014) concorda, e argumenta que esta alteração, além de promover o pensamento crítico ao nível do ensino superior, vai igualmente promover o pensamento inovador, o *saber-fazer*, criando assim um ambiente propício à “produção de empreendedores”.

Para Volkmann (2004, p.185), o “empreendedorismo não é inato, mas sim desenvolvido pela educação, tal como pelas experiências vividas ao longo da vida”, mais, o empreendedorismo, ensinado e aprendido com base numa abordagem interdisciplinar nas universidades, introduz novas formas de conhecimento bem como novos métodos de ensino para os alunos, capacitando-os com ferramentas para resolução de problemas. Para este autor “o ensino de empreendedorismo é importante para a saúde de qualquer universidade e de qualquer economia, bem como de qualquer região.”

A educação para o empreendedorismo é um processo complexo, que tem evoluído nos últimos anos e cada vez mais se defende a ideia de os sistemas educativos poderem contribuir para promover o empreendedorismo em todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até à universidade (Comissão das Comunidades Europeias, 2006). Neste sentido, são diversas as orientações para fomentar o ensino do empreendedorismo nas IES, que vão desde a adequada formação de docentes, à

inclusão desta temática, de forma transversal às diversas disciplinas e cursos, ao estabelecimento de redes e ao encorajamento da mobilidade dos professores entre a universidade e o mundo empresarial (Comissão das Comunidades Europeias, 2006).

Levie (2005, citado em Mogollón, 2013) refere que a educação para o empreendedorismo tem efeitos diferentes nos estudantes. Se alguns descobrem que esse é o caminho que querem seguir, para outros essa via é mais complicada do que aquilo que pensavam e, por isso sentem necessidade de mais formação. Outros ainda concluem que, de facto, não têm vocação para serem empreendedores e prosseguem outras variantes de estudo relacionadas com a gestão.

Segundo Fleming (2005, citado em Mogollón, 2013), a educação para o empreendedorismo consciencializa os jovens relativamente à opção de criarem o seu próprio trabalho como uma opção de carreira e motiva-os a encarar com mais criatividade as oportunidades futuras.

Hatten e Ruhland (1995), realizaram um estudo, numa amostra de 220 estudantes universitários, para determinar se as características e atitudes empreendedoras se alteram após a implementação do programa *Small Business Institute* (SBI). O programa *Small Business Institute* (SBI) é um acordo cooperativo entre as faculdades e universidades, pequenas empresas e a Small Business Administration (SBA). A intenção do programa SBI é fornecer aconselhamento de negócios através do contacto direto entre os estudantes e as PME's. Os autores concluíram que, após frequentarem este programa os estudantes que possuem um controlo interno vão desenvolver atitudes mais positivas para o empreendedorismo, em relação aos alunos que não possuem. Os alunos da faixa etária entre os 20 e os 22 anos passaram a ter atitudes mais positivas para o empreendedorismo, por influência do SBI. Os resultados deste estudo indicam que pode haver uma melhoria na atitude empreendedora dos estudantes de faculdade e pós-graduação através da participação num programa da SBI.

O *empreendedorismo académico*, é definido por Louis et al (1989, citado em Pimpão et al, 2011, p.58), como uma “tentativa de aumentar o lucro individual ou institucional, influência ou prestígio através de desenvolvimento de investigação de ideias de marketing ou de produtos com base em investigação.”

Para Pimpão et al (2011) o ensino de empreendedorismo é importante para que sejam transmitidas aos alunos competências empreendedoras ao nível da inovação, financiamento, controlo, identificação, exploração de oportunidades de negócio e recursos, entre outras. Este autor considera que a formação é importante para ensinar a gerir as complicações e problemas que os empreendedores enfrentam, e também para adquirirem informação específica e útil à atividade da empresa, ao nível técnico.

Segundo Charney e Libecap (2000, citado em Pimpão et al, 2011, p.60), os alunos que que frequentem programas curriculares de empreendedorismo, revelam que estão mais predispostos a começar um novo negócio e a auto empregarem-se, estão menos predispostos a trabalhar para o estado, tendem a estar mais satisfeitos, em média, nos seus empregos do que os MBA, trabalham, em maior número, em empresas de alta tecnologia e estão mais envolvidos no desenvolvimento de novos produtos e atividades de I&D.

Redford (2007,p.16) refere a expansão dos cursos de empreendedorismo nas duas últimas décadas em Portugal, e concluiu que a educação em empreendedorismo é uma área emergente, na qual estão sobretudo envolvidos novos profissionais na educação superior, na qual tem havido um grande investimento nos últimos anos.

Parece claro, através da análise da literatura existente sobre o tema, que algumas características para a criação de empreendedores podem ser ensinadas. A serem verdade estas descobertas, deverão ser elaborados bons programas educacionais de empreendedorismo por parte das IES, que têm um papel fundamental no desenvolvimento de mentes mais empreendedoras, dado o seu acesso privilegiado aos jovens, numa etapa determinante das suas escolhas futuras.

1.5 – INOPOL| Academia de Empreendedorismo do Politécnico de Coimbra

Conhecedor de que a promoção e a educação para o empreendedorismo assim como a transferência de tecnologia e de conhecimento entre o meio académico e o tecido empresarial são vetores chave para o desenvolvimento e aumento da competitividade da economia portuguesa, o Instituto Politécnico de Coimbra (IPC) assumiu como estratégia a missão de promover o empreendedorismo através de várias vertentes.

O empreendedorismo é uma aposta clara e inequívoca do IPC, que com o objetivo de abrir a instituição à sociedade, é parceiro fundador das incubadoras de empresas Instituto Pedro Nunes (IPN) e Web para a região Centro (WRC – Curia Tecnoparque).

A par de várias iniciativas de promoção para o empreendedorismo, como o Polieempreende (concurso de ideias e de planos de negócios, que avalia e premeia projetos desenvolvidos e apresentados por alunos, diplomados ou docentes das instituições que integram o projeto), o Arrisca C (concurso que visa estimular o desenvolvimento de conceitos de negócio em torno dos quais se perspetive a criação de novas empresas ou apoiar o desenvolvimento de novos produtos /serviços de empresas), e do ensino de empreendedorismo através de unidades curriculares nos cursos ministrados nas 6 escolas que o constituem e, em 2015, com as pós-graduações de Empreendedorismo Ambiental na Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC), de Gestão das Instituições da Economia Social e de Gestão de PME's no ISCAC - Coimbra Business School, e do curso técnico superior profissional (CTeSP) em Gestão de Pequenas e Médias Empresas na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital (ESTGOH), o IPC, no seguimento da sua política de estímulo e fortalecimento do espírito empreendedor e do fomento da capacidade de iniciativa dos seus alunos, inaugura, em maio de 2013, a sua Academia de Empreendedorismo, o INOPOL.

O INOPOL| Academia de Empreendedorismo, surge do forte empenho do Instituto Politécnico de Coimbra em fomentar a capacidade de iniciativa, bem como estimular e fortalecer o espírito empreendedor dos seus alunos. Para além de fomentar o espírito empreendedor dos seus alunos, o INOPOL também tem como missão apoiar a criação e sustentabilidade de novas empresas, facilitando deste modo a inserção da

comunidade do IPC no mundo empresarial. Genericamente, o INOPOL, acolhe quatro grandes áreas:

1) A *Incubação*, atualmente com 14 espaços de incubação, 11 dos quais se encontram preenchidos e a funcionar em pleno;

2) A *Academia de Empreendedorismo*, com realização de conferências e workshops direcionados ao tema do empreendedorismo, e através da parceria com o projeto da Fórum Estudante no âmbito do Consórcio Maior Empregabilidade (CME), Maior Empregabilidade - Cidadania ativa (Promoção da empregabilidade, da igualdade de oportunidades e da inclusão social), constituído pelas ações Vitaminas para o emprego, *Europass CV Junior*, *Job Parties* e Dia Aberto nas Empresas.

3) A *Inserção Profissional*, que tem por missão contribuir para a inserção na vida ativa dos diplomados do IPC através da divulgação de ofertas de emprego e formação junto dos alunos e escolas; da colaboração com as entidades empregadoras no processo de recrutamento; do apoio na organização dos processos de pesquisa de emprego (elaboração de um curriculum vitae; carta de candidatura espontânea e/ou apresentação; comportamento assertivo a ter / comportamento a evitar numa entrevista profissional; análise e resposta a um anúncio de emprego; entre outros); da disponibilização de informação referente a oportunidades de estágios profissionais; da promoção das diversas áreas formativas do IPC junto dos potenciais agentes empregadores, públicos e privados, e da informação e orientação relativa à criação do próprio emprego.

4) Na área da *Transferência de Tecnologia*, o INOPOL já foi reconhecido como uma antena do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), tendo até ao presente registado algumas patentes, e estabelecido um acordo de colaboração com a Divisão de Inovação e Transferências do Saber da Universidade de Coimbra (DITS), com a qual já desenvolveu ações concretas de parceria.

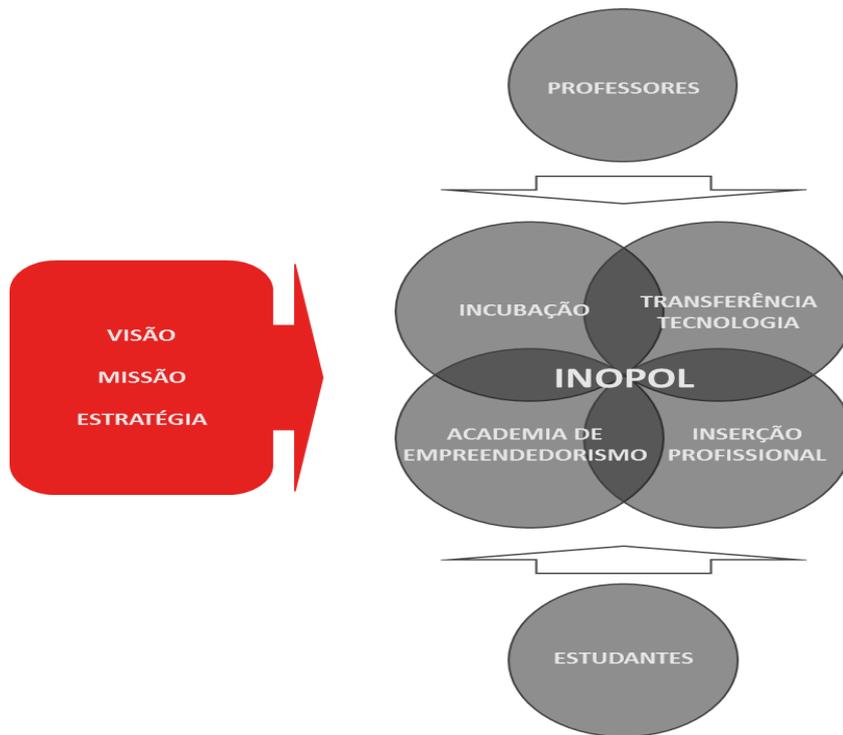


Figura 2: Visão, missão e estratégia do INOPOL (Maranha, 2013)

O INOPOL é uma estrutura que se afirma como uma "plataforma" que estimula a criatividade e a inovação, numa dinâmica de atividades de incentivo ao empreendedorismo e à concretização de ideias em novas empresas e de promoção de projetos inovadores que possam surgir dentro da comunidade do Politécnico de Coimbra.

2- AUTOEFICÁCIA EMPREENDEDORA E ACADÉMICA: REVISÃO DE LITERATURA

2.1 – Considerações iniciais

Na segunda parte deste estudo procura-se compreender quais são as características, as motivações, as atitudes e estratégias que os empreendedores partilham entre si através de uma abordagem ao comportamento empreendedor na perspetiva da psicologia da personalidade. É apresentado o conceito de autoeficácia de Bandura como elemento-chave na sua teoria social cognitiva e a importância como determinante genérico do comportamento. Posteriormente é descrito o trabalho de pesquisa de Moriano (2006) à volta da escala de autoeficácia empreendedora, sendo que para este autor a conduta empreendedora assume duas dimensões: as dimensões centrais proporcionam uma visão da conduta empreendedora, enquanto as periféricas estão associadas à eficácia dessa conduta.

Mais à frente é descrito o trabalho de investigação no qual foi usada a escala de autoeficácia do empreendedor (AEE), desenvolvida na Universidade do estado de San Diego, pelos professores Alex de Noble, Don Jung & Sanford Ehrlich (1999), posteriormente adaptada por Moriano et al. (2006), e são referidos os contributos de outros autores que fizeram as suas investigações recorrendo a esta escala.

A finalizar, e após enquadrar o conceito e descrever os estudos realizados por alguns investigadores no domínio da autoeficácia (académica e empreendedora), pretende-se analisar em que medida é que os alunos que com expectativas mais fortes de autoeficácia (académica e empreendedora) poderão desenvolver uma maior intenção empreendedora.

2.2 – Autoeficácia empreendedora

Como já foi referido anteriormente, o Livro Verde (2003, p.7) contempla uma definição de empreendedorismo que nos diz que “O empreendedorismo está, por isso, ligado a uma atitude mental que engloba a motivação e capacidade de um indivíduo, isolado ou integrado num organismo, para identificar uma oportunidade e para a concretizar com o objetivo de produzir um novo valor ou um resultado económico”, logo é de grande relevância o estudo psicossocial do empreendedor, pois neste

complexo processo intervêm para além dos contributos individuais, fatores culturais, institucionais, políticos e, até religiosos. Também se verificou que os traços emocionais e afetivos influenciam o desempenho empreendedor (Delgado-Garcia, Rodriguez-Escudero & Martín-Cruz, 2012 citado por Valencia, Restrepo, & Restrepo, 2014). Compreender quais são as características, as motivações, as atitudes e estratégias que os empreendedores partilham entre si é de extrema importância no estudo do empreendedorismo, pois a utilidade desse conhecimento permite ter ferramentas na formação de futuros empreendedores.

“O empreendedorismo envolve capital humano. O processo empreendedor ocorre porque os indivíduos agem para procurar oportunidades. Os indivíduos variam no seu desejo e capacidades para atuarem sobre essas oportunidades, uma vez que são diferentes uns dos outros” (Shane, Locke & Collins, 2012). Os conceitos psicológicos que diversos autores consideram fundamentais para que um individuo seja empreendedor são, a autoeficácia, a autoestima e autoconfiança (Bandura, 1993). Destas três características, a mais relevante na literatura como fator preditor da atividade empreendedora, é a autoeficácia.

O conceito de empreendedor reúne as atitudes e capacidades capazes de originar novas empresas e de inovar, com a capacidade de transformar diferentes oportunidades em novos desafios. Como explica Moriano (2005, citado por Oliveira, Moriano, & Soares, 2012), a conduta empreendedora pode assumir duas dimensões: as centrais (identificação de oportunidades, assunção de riscos e criação de novas empresas) e as periféricas (obtenção e utilização eficaz de recursos e realização de inovações). Para este autor, as dimensões centrais proporcionam uma visão da conduta empreendedora, enquanto as periféricas estão associadas à eficácia dessa conduta.

“O sucesso na criação de uma nova empresa, depende fundamentalmente da pessoa empreendedora que arrisca os seus recursos para trabalhar por conta própria” (Comissão das Comunidades Europeias, 2003), daí ser necessário o estudo do conceito de empreendedor na área da psicologia.

Tradicionalmente, o empreendedor é considerado por vários autores, como um individuo cujos comportamentos são pré-determinados pelas características intrínsecas

da personalidade em vez dos fatores externos, no entanto não existe consenso sobre quais são os traços de personalidade dos empreendedores (Chell, Haworth & Brearley, 1991, citado por Moriano et al, 2006).

A abordagem ao comportamento empreendedor na perspectiva dos traços de personalidade, foi criticada por Robinson et al. (1991 citados por Régis, Dias, & MELO, 2006), pois para estes autores, não se tinham até então desenvolvido metodologias específicas para medir estas características, as pontuações obtidas por diferentes instrumentos que medem o mesmo conceito tinham correlações fracas, e como as teorias de personalidade eram aplicáveis a tendências globais, falhavam ao ser aplicadas às características específicas dos empreendedores.

Em resposta a estas críticas, surge uma nova abordagem com base no estudo de autoeficácia de Bandura no comportamento empreendedor. O conceito de autoeficácia, é um elemento-chave na sua teoria social cognitiva, e faz referência à "crença nas habilidades do indivíduo para organizar e realizar cursos de ação necessários que satisfaçam determinadas realizações" (Bandura, 1990, p.316).

Investigações prévias realizadas nas áreas da Psicologia Social e das Organizações, encontraram relações positivas entre o nível da autoeficácia individual e o desempenho no local de trabalho (Gist, 1987, Stajkovic & Luthans, 1998).

O uso deste construto realça a importância das crenças do empreendedor sobre as suas capacidades como preditor de sucesso na criação de uma nova empresa (Chen, Green & Crick, 1998, KruegerJR & Dickson, 1994, citados por Salvador, 2008).

Na investigação do comportamento empreendedor existem duas abordagens diferentes, de acordo com a medida implícita ao conceito de autoeficácia. Para alguns investigadores, a autoeficácia é entendida num sentido amplo, isto é, a crença geral na própria capacidade de ter sucesso (Body & Vozikis, 1994, Markman, Balkin & Baron, 2002, citados em Cortés, 2015). Outros investigadores, realçam a importância do desenvolvimento de escalas de autoeficácia específicas para empreendedores, e nesta perspectiva, os indivíduos podem ser mais propensos a trabalhar por conta própria se acreditarem que têm as habilidades necessárias para liderar com sucesso os seus

próprios negócios (Chen et al. 1998 e De Noble et al., 1999, citados por Kickul, Jill & D'Intino, 2005). Assim, e usando as recomendações de Bandura (1997), é necessário usar medidas específicas de autoeficácia pessoais dirigidas a domínios específicos, além disso, “uma medida de autoeficácia contextualizada e multifacetada aplicada a um domínio específico, neste caso o dos empreendedores, é mais para a mudança pessoal do que as medidas de traço global” (Bandura, 1999, citado por Moriano et al., 2006).

Neste trabalho de investigação, foi usada a escala de autoeficácia do empreendedor (AEE), desenvolvida na Universidade do estado de San Diego, pelos professores Alex de Noble, Don Jung y Sanford Ehrlich (1999), posteriormente adaptada por Moriano et al. (2006). Estes autores identificaram seis dimensões que englobam a principais funções que um empreendedor deve desenvolver para criar com sucesso o seu próprio negócio. Essas dimensões são:

1) Desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado. Esta dimensão refere-se a um conjunto de habilidades que permitem o reconhecimento de oportunidades, ou seja, na crença do individuo na sua capacidade criativa para encontrar oportunidades de mercado que lhe permitam desenvolver os seus produtos/serviços e adaptar-se às mudanças.

2) Construir um ambiente inovador. Esta dimensão refere-se à crença que o individuo tem na sua capacidade de criar um ambiente de risco que favoreça a inovação. Este fator da escala AEE está relacionado com a dimensão "Assunção de risco e inovação" encontrada por Chen et al. (1998).

3) Iniciar relações com investidores. Refere-se à capacidade dos empreendedores em usar as suas redes sociais e estabelecer contactos que lhes permitam captar os recursos para criar o seu próprio negócio (Ehrlich, De Noble, Moore & Weaver, 1994).

4) Definir o objetivo central do negócio. Esta dimensão é fundamental, pois se o individuo se focar no objetivo do negócio, maior é a motivação para iniciar o próprio negócio.

5) **Lidar com alterações inesperadas.** Refere-se à crença na capacidade de trabalhar sob incerteza, e requer uma tolerância à ambiguidade e adaptação às mudanças.

6) **Desenvolver os recursos humanos chave.** Representa a crença na própria capacidade de atrair e reter os indivíduos que são a chave para a criação de uma nova empresa.

O comportamento empreendedor, dada a sua complexidade, não pode ser avaliado de uma forma global, sendo necessária a divisão em várias dimensões que permitam avaliar em que áreas os indivíduos são mais eficazes para criar e gerir o seu próprio negócio. Noble et al. (1999, citado por Moriano et al., 2006) realizaram várias investigações para estudar a validade da escala AEE. Num estudo inicial com 272 alunos encontraram uma correlação positiva e significativa entre a pontuação total da escala e a intenção dos participantes para iniciar o seu próprio negócio. Além disso, os resultados mostraram uma correlação positiva e significativa entre a intenção de empreender e as seguintes dimensões específicas da escala:

- *desenvolvimento de novos produtos ou oportunidades de mercado;*
- *construir um ambiente inovador, e*
- *enfrentar mudanças inesperadas.*

Posteriormente, Noble et al. (1999) realizaram outro estudo, no qual compararam as pontuações na escala AEE entre um grupo de 66 alunos que estava a fazer um mestrado em administração de empresas (MBA) e um grupo de 21 alunos que estava a fazer seu próprio projeto de negócios. O grupo dos 21 estudantes empreendedores obteve as pontuações mais elevadas em todas as dimensões da escala AEE. No entanto, essas pontuações só foram estatisticamente significativas nas seguintes duas dimensões:

- desenvolver novos produtos ou oportunidades, e
- enfrentar mudanças inesperadas.

Por último, Jung, Ehrlich, De Noble & Bok (2001) utilizaram a escala AEE numa investigação intercultural para avaliar o papel da autoeficácia sobre a intenção empreendedora. A amostra era constituída por 379 estudantes universitários dos Estados Unidos e 341 estudantes universitários Coreanos. Os estudantes norte-

americanos (representantes de uma cultura individualista) obtiveram pontuações mais altas na escala AEE do que os seus homólogos coreanos (representantes de uma cultura coletivista). Além disso, essa correlação foi significativamente mais forte na amostra dos EUA do que na Coreana. O interesse em ter a escala de autoeficácia empreendedora em espanhol para futuros estudos sobre o comportamento empreendedor, teve como objetivo a sua adaptação à língua espanhola, e a sua validação numa amostra de mais de mil indivíduos espanhóis.

A versão definitiva da escala de autoeficácia empreendedora, *Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)* de De Noble et al. (1999) é composta por 23 itens. Os valores das respostas atribuídos aos itens são adicionados para obtenção de um resultado global individual da autoeficácia empreendedora. Também se pode calcular a pontuação específica para cada um das seis dimensões que compõem a escala:

- (1) desenvolver novos produtos ou oportunidades de mercado,
- (2) construir um ambiente inovador,
- (3) iniciar relações com investidores,
- (4) definir o objetivo central do negócio,
- (5) enfrentar mudanças inesperadas e
- (6) desenvolver os recursos humanos essenciais.

A escala de autoeficácia empreendedora traduzida e adaptada foi incluída numa bateria de questionários que foram usados numa investigação, em 2002 pelos investigadores Moriano, Palací & Morales, sobre diferentes aspetos relacionados com o trabalho independente, numa amostra de 1376 alunos universitários da comunidade autónoma de Castilla y León. Tendo em conta os resultados obtidos com a escala, pode afirmar-se que a escala de autoeficácia empreendedora pode ter interesse para o estudo do fenómeno das atitudes empreendedoras, o que parece ser reafirmado por De Noble:

“Diversos estudos têm mostrado que as crenças da pessoa sobre as suas próprias capacidades para criar e gerir uma nova empresa têm uma relação positiva com a intenção de empreender” (De Noble et al., 1999, Jung et al., 2001). Seguindo esta abordagem, foi analisada a relação entre a autoeficácia empreendedora e a intenção para as diferentes carreiras profissionais. Verificou-se que cada um dos fatores da

escala de autoeficácia empreendedora apresenta correlações positivas e muito significativas com a intenção dos estudantes universitários em criar a sua própria empresa ou trabalhar por conta própria. Convém recordar, que no estudo realizado por De Noble et al. (1999), utilizando a escala AEE original, apenas se tinha falado de correlações significativas e positivas entre intenção empreendedora e os fatores de escala AEE: desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado; construir um ambiente inovador; e enfrentar as mudanças inesperadas. Por outro lado, três dos fatores de escala de autoeficácia empreendedora mostram uma relação significativa e positiva com a intenção de criar uma empresa privada.

Verificou-se que ser homem mostra ter uma influência positiva e significativa sobre a intenção de empreender. Deve destacar-se a importância da variável sexo na predição das diferentes intenções profissionais. Assim, ser homem prediz em maior medida a intenção de empreender, enquanto, por outro lado, ser mulher tem um impacto maior na intenção de trabalhar por conta de outrem. Da mesma forma, as diferentes áreas do conhecimento mostram uma influência diferente em cada uma das intenções profissionais. No entanto, não se encontra uma influência positiva de qualquer área do conhecimento na intenção de empreender. Concluiu-se com este estudo que avaliar, através de escalas de medição, a motivação empreendedora dos indivíduos, é de extrema importância porque fornece uma informação fiável e válida nas variáveis psicológicas que explicam este comportamento.

Os resultados dos diferentes estudos mostram que as pessoas com um alto nível de autoeficácia para a criação de empresas apresentam maior intenção de estabelecer-se por conta própria e desenvolver ações destinadas a alcançar este objetivo (Boyd & Vozikis, 1994, De Noble et al., 1999, Jung et al., 2001, KruegerJR et al., 2000).

Além disso, a autoeficácia pode ser utilizada não só como um poderoso preditor do comportamento empreendedor, como também como um elemento fundamental a desenvolver nos cursos de formação para empreendedores.

Este modelo teórico pode ser usado por professores para projetar as suas aulas de tal forma que permita aos estudantes desenvolver crenças de eficácia nos aspetos básicos relacionados com a criação e gestão de uma empresa de sucesso. Como afirmou

Bandura (1997), a autoeficácia torna-se um indicador do processo de aprendizagem, uma vez que esta se desenvolve através da experimentação, de realização em contextos protegidos (experiência de realização) e, do reforço continuado do professor.

A escala de autoeficácia de Moriano et al. (2006), foi utilizada por outros autores, nomeadamente no que diz respeito à exploração de eventuais diferenças de género e da sua relação com as três variáveis centrais do empreendedorismo: a autoeficácia empreendedora, a inteligência emocional e a satisfação com a vida. Mayoral & Ferrer (2014), realizaram um estudo com 329 homens e mulheres argentinos do setor das Tecnologias da Informação e Comunicação, e observaram diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres, especialmente no que diz respeito à satisfação com a vida. No caso dos homens, verificaram que a inteligência emocional é determinante para desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado, enquanto a inteligência emocional e a satisfação vital influenciam nas outras dimensões (gestão de recursos humanos, novas relações com investidores, criação de meios inovadores e trabalho sob pressão). Estes resultados são diferentes dos obtidos com as mulheres, onde se observou que só a inteligência emocional influencia na totalidade das dimensões que constituem a autoeficácia empreendedora. Os resultados deste estudo são concordantes com os resultados obtidos noutras investigações, e que estabelecem a existência de diferenças de género na perceção da autoeficácia empreendedora.

Ainda no âmbito da existência de diferenças de género, realizou-se no norte de Portugal um estudo exploratório sobre a intenção empreendedora em jovens universitários, utilizando a escala de autoeficácia empreendedora de Moriano et al (2013). A amostra deste estudo era constituída por 107 mulheres e 87 homens que frequentavam uma licenciatura. Verificou-se, de acordo com os dados sobre criação de empresas a nível internacional e nacional, que a intenção empreendedora das mulheres é menor e é influenciada por fatores diferentes daqueles que influenciam os homens, ou seja, observou-se neste estudo que a intenção empreendedora dos homens está fortemente associada à autoeficácia empreendedora, pelo que quando decidem trabalhar por conta própria, têm maior intenção de desenvolver uma carreira profissional através do autoemprego. No que diz respeito às mulheres, a intenção empreendedora depende tanto da autoeficácia como da atitude. Os valores individuais,

como o poder, estimulação e autodireção, correlacionam-se positivamente com a intenção de empreender, o que corrobora estudos anteriores que referem que as culturas individualistas favorecem a espírito empreendedor, promovem a responsabilidade, a obtenção de benefícios e a inovação (Morris, David & Allen, 1994, citados em Moriano et al 2013). A investigação do perfil psicossocial do empreendedor, segundo Moriano (2005) sugere que os estudantes com elevada intenção empreendedora obtiveram pontuações significativas relativamente à realização, ao hedonismo, à estimulação e à autodireção. Também se concluiu que pertencer a uma família empresária tem um papel significativo na intenção empreendedora, e é tão importante nos homens como nas mulheres, ou seja, pertencer a famílias empresárias atua como modelo e é um importante fator de influência na intenção de criar uma empresa. Uma das principais conclusões deste estudo, relaciona-se com a necessidade de implementação de ações informativas sobre empreendedorismo, como forma de incentivar a criação de empresas no norte de Portugal.

No que diz respeito às diferenças individuais, Mortan et al. (2014) realizaram um estudo com uma amostra de 394 estudantes universitários oriundos da Universidade de Valência (Espanha, 51.7%) e da Universidade de Coimbra (Portugal, 48.3%) com vista a analisar a relação entre a inteligência emocional e o potencial empreendedor, depois de controlar as variáveis demográficas e traços de personalidade. Os resultados deste estudo contribuíram para confirmar que a inteligência emocional desempenha um papel importante na intenção de empreender, e que existe relação entre certas dimensões da inteligência emocional e a intenção empreendedora mediada pela autoeficácia. Observou-se, à semelhança de estudos anteriores, que os homens mostram maior intenção de se tornar empreendedores do que as mulheres. Mais especificamente, em conformidade com descobertas anteriores (Salvador, 2008), os resultados indicaram uma relação positiva entre a autoeficácia empreendedora e duas dimensões de inteligência emocional, regulação e utilização das emoções.

As implicações práticas destes resultados sugerem que a inteligência emocional, e mais especificamente a capacidade de gerir e usar de forma adequada as emoções, desempenha um papel importante na autoeficácia empreendedora. Indivíduos com

elevada inteligência emocional acreditam nas suas capacidades empreendedoras e percebem-se como pessoas com mais e melhores oportunidades na atividade empreendedora. Os resultados deste estudo, em linha com os de Zhao et al. (2005), fornecem evidências empíricas no sentido de que os indivíduos formulam a sua intenção de se tornar empreendedores influenciados pela perceção de uma autoeficácia alta. Como resultado, a autoeficácia em conjunto com a capacidade de manusear e de usar adequadamente as emoções são fatores chave para o desenvolver intenções empreendedoras. Portanto, em linha com as hipóteses iniciais deste estudo, pode-se inferir que a inteligência emocional alta, juntamente com altas perceções de autoeficácia contribuem para a intenção de tomar ações empreendedoras.

Para além dos trabalhos de investigação acima mencionados, apresenta-se de seguida um quadro síntese de alguns trabalhos publicados sobre a autoeficácia empreendedora segundo Moriano (2006).

Autores	Trabalhos publicados
Moriano et al. (2009)	Neste estudo deteta-se uma relação entre comportamento intraempreendedor dos membros de uma organização, a identificação com a organização e o assumir de riscos com benefício para a organização.
Ferrer (2009).	Neste estudo verifica-se o impacto das variáveis determinantes do autoeficácia empresarial como preditores do comportamento empreendedor, especialmente a inteligência emocional.
Salazar-Carvajal et al. (2014).	Verificou-se que a perda e ganho de recursos contribuíram para a decisão de criar uma empresa e que o efeito positivo de ambas as variáveis foi maior quando se unia ao efeito da percepção criativa, sendo a autoeficácia empreendedora a variável que apresentou maior força preditiva.
Mortan et al. (2014).	Este estudo sugere que duas dimensões da inteligência emocional, a regulação e o uso das emoções, afetam positivamente a autoeficácia empreendedora. Além disso, a percepção de autoeficácia é mediadora entre inteligência emocional e ser empreendedor.
Lanero et al. (2015).	Neste estudo verifica-se uma relação positiva entre interesses vocacionais e comportamento empreendedor, desencadeada por crenças de autoeficácia e expectativas de resultados intrínsecos e extrínsecos, atribuídas à criação de empresas
Mas et al. (2009).	Neste estudo observa-se que a autoestima e a autoeficácia, aliadas à motivação, promovem um melhor desempenho e uma maior satisfação dos indivíduos no trabalho, que por sua vez realizam um maior esforço para atingir os seus objetivos.
Durán-Aponte et al. (2015)	Neste estudo constatou-se que uma alta autoeficácia para a liderança de recursos chave contribui para a intenção de empreender.
Moriano et al. (2012)	Este estudo suporta uma relação positiva entre as atitudes e a autoeficácia com a intenção empreendedora.

Figura 3: Trabalhos publicados sobre a autoeficácia empreendedora segundo Moriano (2006)
Elaboração própria

2.3– Autoeficácia académica

No plano académico, as crenças de autoeficácia representam um dos fatores que interferem na motivação e conseqüentemente no desempenho escolar dos estudantes. O conceito de autoeficácia, concebido inicialmente na Teoria Social Cognitiva de Bandura (1991) é de extrema relevância no domínio académico como preditor da realização académica, e tem sido amplamente utilizado em várias áreas de conhecimento. O autor define a autoeficácia como “as crenças dos indivíduos nas suas capacidades em exercer controlo sobre os acontecimentos que influenciam as suas vidas”, e “a crença dos indivíduos nas suas capacidades para mobilizar motivação, recursos cognitivos e os cursos de ação necessários para o exercício de controlo sobre as tarefas exigidas” (Bandura 199, p.257).

O investigador que mais contribuiu para a aplicação do conceito de autoeficácia em contexto escolar, foi Dale Schunk (1989) com a concretização de estudos específicos para tentar perceber a influência das crenças de autoeficácia na motivação e no processo de aprendizagem dos alunos. Para Cerdeira (1995, p.144), as expectativas de autoeficácia não são uma entidade absoluta, mas definem-se como um continuum, dependendo dos conhecimentos e experiências do indivíduo. Assim, “a obtenção de um determinado nível de rendimento depende não apenas do desenvolvimento de um determinado tipo de cognições (expectativas de autoeficácia), como também do desenvolvimento de um determinado tipo de habilidades pessoais (mecanismos autorreguladores).”

Para estes autores, as crenças de autoeficácia são formadas a partir de quatro fontes de informação ou de tipos de aprendizagem:

Experiências de êxito – estas experiências constituem a fonte mais importante das crenças de autoeficácia por se basearem em experiências reais. O que estas experiências nos dizem é que, o sucesso repetido em determinadas tarefas proporciona ao aluno uma avaliação positiva de autoeficácia. Pelo contrário, os fracassos repetidos diminuem a crença de autoeficácia. O que os estudos também revelam, é que um fracasso após êxitos sucessivos não tem um impacto relevante sobre as crenças positivas de autoeficácia, bem como um sucesso obtido num historial de fracassos terá pouca influência no aumento das crenças de autoeficácia (Schunk, 1989).

Experiências vicárias- estas experiências resultam da observação de modelos, e dizem-nos que a observação de bons resultados obtidos na execução de determinadas tarefas, sugere a um estudante que ele próprio tem capacidades para realizar essa tarefa com êxito. Por outro lado, se o estudante observar que os seus pares fracassam ao realizar determinadas tarefas, também ele concluirá que não é capaz de as realizar, e conseqüentemente o seu empenho na realização da tarefa irá diminuir (Bzuneck, 2000)

Persuasão verbal – a crença dos estudantes na sua autoeficácia pode ser estimulada, se alguém credível e que posteriormente lhes comprove, lhes comunicar que têm capacidades para realizar determinadas tarefas com êxito. A persuasão verbal pode ter um efeito positivo nas crenças de autoeficácia dos estudantes.

Estados fisiológicos – Quando o organismo do indivíduo responde emocionalmente, isto é, através de sintomas psicossomáticos que são percebidos pelo próprio, sinalizam vulnerabilidade produzindo um julgamento de pouca capacidade perante determinada situação. Estes estados de ansiedade têm uma influência negativa na percepção de autoeficácia e no desempenho. (Bandura, 1991).

As crenças da autoeficácia por si só, não garantem ao aluno um bom desempenho acadêmico, isto é, um estudante não conseguirá realizar com êxito determinada tarefa só por acreditar na sua capacidade de a executar. A crença na autoeficácia assume-se como resultado do equilíbrio das habilidades percebidas pelo estudante, e de toda a envolvente à situação, isto é, do equilíbrio entre fatores pessoais e ambientais.

As diversas pesquisas efetuadas por Schunk, concluíram que as crenças de autoeficácia dos estudantes podem ser promovidas se, forem orientados a trabalhar com tarefas cujos objetivos tenham de ser cumpridos, e essas tarefas/objetivos terão um efeito motivacional se cumprirem três requisitos: (a) ser próximas (que possam ser cumpridas num curto espaço de tempo); (b) específicas (não podem ser genéricas, os seus objetivos têm de ser bem definidos e específicos), e (c) com grau de dificuldade adequado (atribuir inicialmente tarefas mais fáceis favorece a percepção de autoeficácia).

A autoeficácia influencia o desempenho acadêmico dos indivíduos, e pode ser determinante na escolha das áreas de formação/cursos, no estabelecimento de objetivos a atingir e na persistência face às adversidades (Pajares, 1996).

Cerdeira e Palenzuela (1998) defendem, de acordo com o programa de investigação que tem sido promovido por Palenzuela, que o construto da autoeficácia também pode ser entendido como uma “expetativa de controlo percebido” uma vez que envolve “crenças sobre as capacidades das pessoas mobilizarem os recursos cognitivos, motivacionais e os cursos de ação necessários para o exercício de controlo sobre as exigências das tarefas” (Bandura 1990). Pelo poder preditivo que o construto demonstra sobre o estudo dos determinantes cognitivos-sociais e motivacionais do comportamento e da aprendizagem, as expetativas de autoeficácia têm merecido a atenção dos investigadores.

Schunk (1991) concluiu nas suas investigações que, alunos com crenças elevadas de autoeficácia obtinham melhores resultados na resolução de problemas matemáticos e nas tarefas de leitura do que os alunos com crenças mais fracas. Concluiu ainda que, mesmo controlando variáveis como habilidades cognitivas e desempenhos anteriores, as crenças de autoeficácia prediziam seguramente o nível de performance. Posteriormente, Multon, Brown e Lent (1991 citados por Bandura, 2001) desenvolveram um trabalho de meta-análise muito importante sobre 36 estudos publicados entre os anos de 1977 e 1988, em que se focaram na relação entre as crenças de autoeficácia, o desempenho escolar e a persistência dos alunos. Este trabalho revelou um efeito positivo e significativo, indicando que as crenças de autoeficácia nos estudantes explicavam em 14% a variância na persistência que demonstravam na realização de determinada tarefa.

Pajares e Graham (1999) realizaram um estudo com o objetivo de perceber qual a influência das variáveis relacionadas com a motivação e o desempenho dos alunos em tarefas específicas de matemática, e se essas variáveis mudavam ao longo do ano. Concluíram que a única varável motivacional a predizer o desempenho ao longo do ano foi a autoeficácia, e que não havia diferença entre os géneros.

Teixeira (2008) realizou um estudo onde apresenta os dados da versão portuguesa da escala multidimensional de autoeficácia percebida (MSPSE), numa amostra de estudantes do primeiro ano, do ensino superior. Os resultados das escalas tendem a confirmar a natureza do construto de eficácia pessoal em contexto educacional, e revelam a forte relação entre as crenças de eficácia académica e as aprendizagens escolares e sociais. As evidências apontam para a relação dos resultados escolares com as crenças de eficácia académica, e para a associação entre as escolhas, os interesses e as crenças de eficácia.

Cerdeira e Palenzuela (1998) apresentaram alguns dados estatísticos referentes à adaptação portuguesa da escala de autoeficácia percebida específica de situações académicas, concebida por Palenzuela (1983) no âmbito da teoria social cognitiva de Bandura. Para tal, realizaram um estudo numa amostra de 285 alunos do 9º ano de várias escolas da cidade de Beja. O objetivo foi apresentar um primeiro estudo da

adaptação do instrumento à população estudantil portuguesa no sentido de avaliar as crenças sobre as capacidades de cada um executar determinados comportamentos em situações especificamente académicas. Os autores concluíram que as propriedades psicométricas da escala na amostra portuguesa revelaram-se muito semelhantes às que o autor da escala identificou na amostra espanhola, embora encontrem algumas diferenças entre as duas amostras.

Neves & Faria (2012), realizaram um estudo com 207 estudantes do 9º e 10º anos de escolaridade e concluíram que, os alunos do 10ºano mostram ter melhores expectativas de eficácia pessoal quer para a realização escolar em geral, quer para a realização nos domínios específicos da língua portuguesa e da matemática. Neste estudo, os autores observaram que as correlações entre as três dimensões de autoeficácia académica e os resultados escolares (obtidos em língua portuguesa/Português e Matemática) são todas significativas e positivas, mostrando que, de um modo global, quanto maiores são as expectativas de autoeficácia académica, melhores são as notas nas duas disciplinas em ambos os anos de escolaridade.

Com base na revisão de literatura sobre autoeficácia académica e nos estudos realizados sobre esta temática, podemos numa primeira fase afirmar que *estudantes com uma autoeficácia académica mais elevada têm uma maior propensão a obter um melhor rendimento escolar.*

Nos estudos realizados por (Chen, Greene & Crick, 1998), os autores encontraram um efeito positivo e consistente entre a autoeficácia empreendedora e a probabilidade do sujeito se tornar empreendedor, isto é, aqueles estudantes que relataram autoeficácia empreendedora mais elevada também expressaram uma intenção mais forte para iniciar um negócio próprio, o que corrobora estudos feitos anteriormente por outros investigadores.

Com base na revisão de literatura sobre a autoeficácia e nos estudos realizados por alguns autores, podemos afirmar que um estudante com uma autoeficácia académica mais elevada terá uma maior propensão para criar o seu próprio negócio, ou seja, os alunos que acreditam mais nas suas capacidades para desempenhar as tarefas com sucesso serão aqueles que têm uma maior autoeficácia empreendedora.

3– ESTUDOS EMPÍRICOS

3.1 – Metodologia

Este estudo tem um carácter exploratório baseado no método de inquérito sob a forma de questionário. Pretende-se com a presente investigação analisar a intenção empreendedora dos estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, relacionando-a com a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica, e tentar perceber quais os fatores que a influenciam. Nesta seção, apresentam-se os procedimentos usados na realização do estudo onde são descritos os objetivos do mesmo, o procedimento na recolha de dados, os instrumentos de medida utilizados. Posteriormente apresenta-se e caracteriza-se a amostra e faz-se referência aos procedimentos estatísticos da análise de dados. Por último, apresentam-se as conclusões, fazendo-se uma discussão de resultados, e apresentando ainda as limitações e implicações práticas do estudo realizado.

3.2 – Objetivos do estudo

Tendo em conta a revisão de literatura apresentada, bem como os resultados obtidos nos estudos realizados pelos diversos investigadores sobre o tema, apresentam-se de seguida os objetivos estabelecidos:

- (i) Adaptar a uma amostra portuguesa um instrumento de avaliação da autoeficácia empreendedora, na versão usada por Moriano et al. (2006), e através deste analisar a intenção dos estudantes de quatro escolas do IPC em criarem a sua própria empresa;
- (ii) Caracterizar a intenção empreendedora dos estudantes de quatro escolas do IPC, e avaliar a eventual existência de diferenças em função do sexo, idade, escola, ciclo e área de estudos que frequentam, realização de estágio durante o curso, ter familiares empresários, e de ter participado em concursos de promoção de empreendedorismo;
- (iii) Avaliar a eventual relação entre a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica.
- (iv) Avaliar a eventual relação entre estas variáveis e a vontade/intenção de criar a própria empresa, e ao conhecimento das estruturas de apoio ao empreendedorismo do Instituto Politécnico de Coimbra.

3.3 – Procedimentos

Foi solicitada, via e-mail, no dia 24 de abril de 2015, aos presidentes das unidades orgânicas envolvidas neste estudo, autorização para aplicação do questionário aos estudantes das escolas que dirigem. Após parecer favorável dos mesmos, os questionários foram distribuídos e recolhidos entre os meses de abril e junho de 2015.

A participação neste estudo foi voluntária e os questionários foram entregues aos estudantes em contexto de sala de aula e na presença de um professor. Os participantes responderam de forma individual, anónima, e foi assegurada a confidencialidade dos dados obtidos.

O tratamento de dados foi realizado através do *software* de análise estatística IBM SPSS (*Statistic Program for Social Sciences*) versão 21 para Windows. Os testes do SPSS realizados foram a F ANOVA, os T Test e testes de correlação para obtenção dos coeficientes de correlação de Pearson entre a escala de autoeficácia académica, as cinco dimensões de autoeficácia empreendedora e as questões de investigação.

3.4 – Instrumentos de avaliação das variáveis

A recolha de dados efetuou-se com base num questionário estruturado da seguinte forma:

Parte I

Dados demográficos: Nesta parte do questionário recolhem-se informações sobre as características pessoais dos participantes: idade, sexo e estado civil;

Formação académica: Nesta seção os participantes informam sobre a escola do IPC que frequentam, o curso, o ano, o ciclo de estudos, se o curso que frequentam tem ou não estágio integrado, e se são ou não trabalhadores estudantes;

Dados Familiares: Nesta seção questiona-se os participantes sobre a existência de familiares empresários, tipo, dimensão e sector da empresa.

Promoção de empreendedorismo: Nesta parte os estudantes fornecem informações sobre o seu conhecimento de eventos de promoção de empreendedorismo, e se já participaram em algum desses eventos/concursos.

Parte II

Questões de investigação (1): Nesta seção do questionário são apresentadas quatro itens contendo afirmações destinadas a avaliar as atitudes empreendedoras dos estudantes. As respostas foram codificadas através do recurso a uma escala de resposta tipo Likert de sete pontos, em que “1” significa “pouco” e “7” significa “muito”. Os quatro itens utilizados para avaliar as atitudes empreendedoras dos estudantes foram: “*Considero-me capaz de criar uma empresa*”, “*Desejo criar a minha própria empresa*”, “*Tenho capacidade de trabalhar por conta própria*”, e “*Tenho uma ideia concreta do negócio a criar.*”

Autoeficácia empreendedora: Para avaliar esta variável foi usada a escala de autoeficácia do empreendedor (AEE), desenvolvida na Universidade do estado de San Diego por Alex de Noble, Don Jung & Sanford Ehrlich (1999), posteriormente adaptada por Moriano et al. (2006) a uma amostra espanhola. A escala é composta por 23 itens referem-se à capacidade dos inquiridos em realizar cada uma das tarefas descritas. As dimensões avaliadas neste estudo foram: “Desenvolver novos produtos ou oportunidades de mercado”, através de itens como por exemplo o 6 “descobrir novas maneiras de melhorar os produtos existentes”; a segunda dimensão avaliada foi “Desenvolver um ambiente inovador” e um dos itens utilizado para a avaliar foi o item 5 “Estabelecer a visão e os valores da organização”; a avaliação da terceira dimensão “Iniciar contactos com investidores” foi efetuada a partir do item 23 “Formar parcerias ou alianças com outros”, entre outros; a quarta dimensão “Gerir recursos humanos” foi avaliada a partir de quatro itens, sendo que um deles é o item 14 “Criar um ambiente de trabalho que permita às pessoas ser o seu próprio patrão” e, por fim a quinta dimensão “Trabalhar sob stress” foi avaliada recorrendo a dois itens, sendo que um dos que foi utilizado foi o item 1 “Trabalhar de forma eficaz em situações de conflito, pressão e stress”. As respostas são codificadas numa escala tipo Likert de sete pontos, em que (1) corresponde a “Totalmente incapaz” e (7) a “Totalmente capaz”.

Autoeficácia académica: Para avaliar esta variável foi usada a adaptação portuguesa da escala de autoeficácia percebida específica de situações académicas de Cerdeira e Palenzuela (2008). Esta escala é composta por 10 itens, sendo as respostas codificadas por uma escala do tipo Likert, em que “Discordo fortemente” (1) e “concordo fortemente” (7), que avaliam as crenças sobre as capacidades de cada um executar determinados comportamentos em situações especificamente académicas, respondendo a questões como “*Creio que sou uma pessoa bastante capacitada e competente na minha vida escolar*” ou outro exemplo, “*Creio que estou preparado e bastante capacitado para conseguir muitos êxitos escolares.*”

Questões de investigação (2): Na última parte do questionário os estudantes fornecem informações referentes ao seu conhecimento de estruturas de apoio a criação de empresas no IPC numa escala de resposta tipo Likert de 1 “Muito mal” a 7 “Muito bem”, informam se já pensaram em criar um negócio/própria empresa, através de uma questão numa escala de resposta tipo Likert de 1 “Nunca” a 7 “Sempre”.

Por fim, através de uma escala constituída por 7 itens do tipo Likert desde “Nada importante” (1) e “muito importante” (7), referem o grau de importância que atribuem às estruturas de apoio aos estudantes para a criação de uma empresa mencionadas.

3.5 – Caraterização da amostra

A amostra deste estudo é constituída por 290 estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, dos quais 114 (39.3%) são do sexo masculino e 176 (60.7%) são do sexo feminino. Quanto ao estado civil, 96.9% são solteiros (cf. Quadro 1). A média de idades é de 22.82 anos (DP = 4.62), e varia entre os 18 e os 53 anos (cf. Quadro 13 dos anexos).

Quadro 1: Caracterização da amostra (N = 290)

<i>Caraterísticas</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Sexo		
Masculino	114	39.3
Feminino	176	60.7
Estado civil		
Solteiro	281	96.9
Casado/União de facto	8	2.8
Divorciado/Separado	1	.3
Escola		
ESAC	58	20.0
ESTeS	104	35.9
ISEC	60	20.7
ISCAC	68	23.4
Ciclo de Estudos		
CET	30	10.3
Licenciatura	224	77.2
Mestrado	36	12.4
Estágio curricular		
Não	121	41.7
Sim	169	58.3
Estudante trabalhador		
Não	261	90.0
Sim	29	10.0
Ano de frequência dos cursos		
CET		
1º ano	29	10.0
2º ano	1	.3
Licenciatura		
1º ano	2	.7
2º ano	1	.3
3º ano	175	60.3
4º ano	46	15.9
Mestrado		
1º ano	34	11.7
2º ano	2	.7

Relativamente às escolas do IPC que os estudantes frequentam, verificou-se que 20.0% dos alunos desta amostra estudam na ESAC, 35.9% estudam na ESTeS, 20.7% no ISEC e 23.4% no ISCAC – *Coimbra Business School*, sendo que, 10.3% frequentam cursos de especialização tecnológica – CET, 77.2% licenciaturas e 12.4% mestrados, e 58.3% dos participantes neste estudo têm estágio integrado no curso que frequentam, contra 41.7% que não têm estágio integrado (cf. Quadro 1).

No que se refere ao curso que os inquiridos frequentam, agrupando por áreas de estudo verifica-se que 44.8% frequentam a área das Tecnologias, 35.9% a área da saúde, e 19.3% as áreas de Economia, Gestão e Contabilidade (cf. Quadro 14 dos anexos).

No ano letivo 2014/15, os alunos da amostra frequentavam na sua maioria o 3º ano da licenciatura (60.3%), 15.9% o 4º ano da licenciatura (exclusivo da ESTeS), e o 1º de mestrado era constituído por 11.7% dos estudantes (cf. Quadro 1).

De referir ainda que apenas 10.0% da amostra inquirida é estudante trabalhador (cf. Quadro 1), 37.9% dos participantes afirmaram ter familiares empresários (cf. Quadro 15 dos anexos), sendo que a maioria das empresas são detidas pelo progenitor masculino (16.6%) contra 3.1% que são geridas apenas pela progenitora feminina (cf. Quadro 16 dos anexos).

3.6 – Análise de dados

O tratamento de dados foi realizado através do software de análise estatística IBM SPSS (*Statistic Program for Social Sciences*) versão 21.0 para Windows. Os testes do SPSS realizados foram a F ANOVA, os *t test* e testes de correlação para obtenção dos coeficientes de correlação de Pearson entre a escala de autoeficácia académica, as cinco dimensões de autoeficácia empreendedora e as questões de investigação.

3.6.1– Autoeficácia Empreendedora

A versão final da escala de autoeficácia empreendedora (AEE) adaptada por Moriano et al. (2006) é composta por 23 itens, organizados em cinco dimensões ou fatores: desenvolver novos produtos e oportunidades de mercado (F1), desenvolver ambiente inovador (F2), iniciar contactos investidores (F3), gerir recursos humanos (F4) e trabalhar sob stress (F5). Os participantes respondem em formato tipo Likert de 7 pontos desde “Totalmente incapaz” (1) a “Totalmente capaz” (7). Foram calculadas as estatísticas descritivas dos itens e dos fatores avaliados pela escala (cf. Quadro 2).

Quadro 2: Valores das médias e dos desvios-padrão das respostas aos itens da Escala de Autoeficácia Empreendedora (N= 290)

	X	DP
AEE01_Trabalhar de forma eficaz em situações de conflito, de pressão e de stress.	4.75	1.27
AEE02_Desenvolver e manter relacionamentos favoráveis com potenciais investidores.	5.19	1.07
AEE03_Reconhecer novas oportunidades no mercado de novos produtos e serviços.	4.89	1.10
AEE04_Recrutar e formar funcionários chave.	4.81	1.13
AEE05_Estabelecer a visão e os valores da organização.	4.86	1.08
AEE06_Descobrir novas maneiras de melhorar os produtos existentes.	4.92	1.08
AEE07_Desenvolver relacionamentos com pessoas chave para obter capital.	4.76	1.09
AEE08_Identificar novas áreas de potencial crescimento.	4.66	.99
AEE09_Desenvolver um planeamento adequado de pessoal para preencher as posições-chave da empresa.	4.66	.99
AEE10_Inspirar os outros a aceitar a visão e os valores da empresa.	4.97	1.07
AEE11_Tolerar as mudanças inesperadas nas condições de realização dos negócios.	4.70	.98
AEE12_Projectar produtos que resolvam problemas comuns.	4.68	.99
AEE13_Identificar potenciais recursos de financiamento.	4.64	1.04
AEE14_Criar um ambiente de trabalho que permita às pessoas ser o seu próprio patrão.	4.78	1.19
AEE15_Persistir perante a adversidade.	5.02	1.08
AEE16_Criar produtos que vão ao encontro das necessidades dos clientes.	4.94	1.05
AEE17_Desenvolver uma ação rápida em busca de oportunidades.	4.76	1.00
AEE18_Desenvolver um ambiente de trabalho que incentive as pessoas a tentarem fazer coisas novas.	5.04	.99
AEE19_Usar antigos conceitos e ideias de negócios de uma forma nova.	4.74	1.02
AEE20_Determinar se o negócio vai bem.	5.15	1.08
AEE21_Motivar as pessoas a tomar iniciativas e responsabilidade sobre as suas ideias e as suas decisões, independentemente dos seus resultados.	5.09	1.04
AEE22_Identificar e construir equipas de gestão.	4.81	1.07
AEE23_Formar parcerias ou alianças com outros parceiros.	4.92	1.06

A média mais elevada foi obtida no item “AEE02_Desenvolver e manter relacionamentos favoráveis com potenciais investidores” com uma média de 5.19 (DP=1.07), e a mais baixa, embora acima do valor médio, no item “AEE13_Identificar potenciais recursos de financiamento” com uma média de 4.64 (DP=1.04). O presente estudo de investigação seguiu a adaptação espanhola da escala original e neste sentido, tal como fez Moriano (2006), eliminaram-se os seguintes quatro itens: 10 “Inspirar os outros a aceitar a visão e os valores da empresa”, 17 “Desenvolver uma ação rápida em busca de oportunidades”, 19 “Usar antigos conceitos e ideias de negócios de uma forma nova”, e 20 “Determinar se o negócio vai bem”.

Para estudar a validade do construto procedeu-se a uma análise fatorial por componentes principais seguindo o trabalho de Moriano. Contrariamente a Moriano, neste estudo, a análise fatorial apenas permitiu a extração de três fatores. Assim sendo, considerando que na escala original Noble extraiu seis fatores, que Moriano extraiu

cinco fatores (consistentes com os fatores originais encontrados por De Noble et al.,1999), e que neste estudo apenas se conseguiu extrair três, optou-se por considerar um modelo fatorial de cinco fatores, já que se trata de um estudo exploratório. Dada a complexidade do comportamento empreendedor é necessário não só uma pontuação global de autoeficácia empreendedora, mas também das diferentes dimensões, permitindo assim avaliar em que áreas a pessoa é considerada eficaz para criar e gerir seu próprio negócio, e nas quais deve centrar a sua formação para desenvolver a sua crença de autoeficácia. Noble et al. (1999) realizaram várias investigações para estudar a validade da escala ESE. Num estudo inicial com 272 alunos encontraram uma correlação positiva e significativa entre a pontuação total da escala e a intenção dos participantes para iniciar o seu próprio negócio. Além disso, os resultados mostraram uma correlação positiva e significativa entre a intenção de empreender e as seguintes dimensões específicas da escala: desenvolvimento de novos produtos ou oportunidades de mercado, construção de um ambiente inovador e enfrentar mudanças inesperadas. Num estudo posterior, Noble et al. (1999) compararam as pontuações na escala ESE entre um grupo de 66 alunos que estavam a fazer um mestrado em administração de empresas (MBA) e um grupo de 21 alunos que estava a fazer seu próprio projeto de negócios. Os estudantes empreendedores obtiveram as mais altas pontuações em todas as dimensões da escala ESE. No entanto, essas pontuações só foram estatisticamente significativas nas seguintes duas dimensões: desenvolver novos produtos ou oportunidades e enfrentar mudanças inesperadas.

Quadro 3: Saturações fatoriais pelo método das componentes principais (com rotação varimax), comunalidades, valores próprios e percentagem da variância explicada das respostas aos itens da Escala de Autoeficácia Empreendedora (N=290)

	Saturações fatoriais			h^2
	1	2	3	
AEE14_Criar um ambiente de trabalho que permita às pessoas ser o seu próprio patrão.	.72			.56
AEE21_Motivar as pessoas a tomar iniciativas e responsabilidade sobre as suas ideias e as suas decisões, independentemente dos seus resultados.	.70	.35		.61
AEE15_Persistir perante a adversidade.	.69			.55
AEE22_Identificar e construir equipas de gestão.	.67			.59
AEE18_Desenvolver um ambiente de trabalho que incentive as pessoas a tentarem fazer coisas novas.	.66	.35		.57
AEE17_Desenvolver uma ação rápida em busca de oportunidades.	.66		.36	.63
AEE23_Formar parcerias ou alianças com outros parceiros.	.64	.39		.56
AEE13_Identificar potenciais recursos de financiamento.	.62		.40	.59
AEE10_Inspirar os outros a aceitar a visão e os valores da empresa.	.60	.33	.34	.59
AEE16_Criar produtos que vão ao encontro das necessidades dos clientes.	.57		.36	.51
AEE20_Determinar se o negócio vai bem.	.56	.37		.49
AEE11_Tolerar as mudanças inesperadas nas condições de realização dos negócios.	.50		.40	.48
AEE02_Desenvolver e manter relacionamentos favoráveis com potenciais investidores.	.36	.75		.70
AEE05_Estabelecer a visão e os valores da organização.	.33	.75		.72
AEE03_Reconhecer novas oportunidades no mercado de novos produtos e serviços.		.72		.64
AEE06_Descobrir novas maneiras de melhorar os produtos existentes.		.71		.65
AEE04_Recrutar e formar funcionários chave.		.69	.30	.62
AEE01_Trabalhar de forma eficaz em situações de conflito, de pressão e de stress.		.60		.47
AEE07_Desenvolver relacionamentos com pessoas chave para obter capital.	.42	.53		.52
AEE19_Usar antigos conceitos e ideias de negócios de uma forma nova.			.61	.37
AEE12_Projetar produtos que resolvam problemas comuns.	.49		.60	.65
AEE09_Desenvolver um planeamento adequado de pessoal para preencher as posições-chave da empresa.	.41	.41	.58	.69
AEE08_Identificar novas áreas de potencial crescimento.		.51	.53	.61
Valores próprios (após rotação)	5.99	4.79	2.57	
% da variância explicada (após rotação)	26.0	20.8	11.2	

Teste da esfericidade de Bartlett χ^2 (253, N=290) = 3715.79 ($p < .000$); Índice K.M.O. = .95

Seguindo o trabalho de Moriano et al. (2006), procedeu-se a uma análise fatorial das respostas dadas aos 23 itens da escala de autoeficácia empreendedora de DeNoble (1999), usando para o efeito o método das componentes principais, com rotação varimax, com o objetivo de construir um modelo mais simples (Pestana & Gageiro 2005).

Para o efeito, procedeu-se ao cálculo dos valores de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e à estimação do teste de esfericidade de Bartlett (cf. Quadro 3). O teste KMO apresenta um resultado de .95 o que sugere que os valores de correlação entre pares de itens poderão eventualmente ser explicados por outros fatores a serem extraídos a partir da análise fatorial. O teste de esfericidade de Bartlett baseado na distribuição qui-quadrado sugere-nos que a matriz de correlações é diferente de uma matriz de identidade, o que permite avançar para uma análise fatorial da matriz de correlações.

Como se pode observar no quadro 3 os três fatores encontrados são consistentes com os fatores descobertos na escala de Moriano (2006), e consequentemente com os fatores originais da escala de DeNoble (1999). Neste estudo, o primeiro fator corresponde à dimensão "Desenvolver novos produtos ou oportunidades de mercado" e explicou 26.0% da variância encontrada, um valor ligeiramente superior aos 25.0% de variância encontrada na escala original de DeNoble, mas muito superior aos 12.3% da variância encontrada por Moriano. Esta diferença da variância encontrada deve-se ao facto de o número de itens que constitui o primeiro fator ser diferente em todas as escalas, isto é, se para DeNoble o primeiro fator era constituído por sete itens, na escala adaptada de Moriano foram eliminados três itens, e no presente estudo como foram encontrados apenas três fatores em oposição aos cinco de Moriano e aos seis de DeNoble, o primeiro fator agregou dezassete itens.

O fator dois relativo à dimensão "Desenvolver um ambiente inovador", explicou 20.8% da variância encontrada em oposição aos 10.7% da escala original, e aos 12.1% da escala adaptada. A diferença dos valores da variância encontrada deve-se novamente ao número de itens que constituem o segundo fator, sendo que se a escala de DeNoble e de Moriano é constituída por quatro itens, no presente estudo o número de itens eleva-se para catorze.

O terceiro fator referente à dimensão "Iniciar contactos com investidores" explicou 11.2% da variância encontrada, valor este mais próximo dos valores encontrados na escala adaptada (11.9% de variância explicada) e na escala original (8.3% da variância explicada), embora na escala original de DeNoble este fator seja constituído por três itens, na escala adaptada de Moriano por cinco itens, e neste estudo por dez itens.

Como neste estudo a estrutura fatorial da amostra identificou apenas três fatores, por oposição aos cinco fatores do estudo espanhol de Moriano (2006), e dos seis fatores do estudo original de Noble (1999), optou-se por seguir o modelo espanhol. Assim, seguindo a investigação de Moriano, procedeu-se à exclusão dos quatro itens seguintes: AEE10 “ Inspirar os outros a aceitar a visão e valores da empresa”, AEE17 “ Desenvolver uma ação rápida em busca de oportunidades”, AEE19 “Usar antigos conceitos e ideias de negócios de uma forma nova”, AEE20 “ Determinar se o negócio vai bem”, e passou-se ao cálculo dos subtotais por cada um dos 5 fatores identificados pelo estudo espanhol com o lote de itens também identificados pelo estudo espanhol. Em termos de conteúdo dos fatores, o primeiro fator da escala original chamado "desenvolvimento de novos produtos ou oportunidades de mercado" mantém-se na escala adaptada (fator 1). Da mesma forma, o segundo fator que faz referência a "construir um ambiente inovador" é mantido em escala adaptada (fator 2). De igual modo, o terceiro fator na escala ESE, "Iniciar relações com investidores" também se mantém na escala adaptada (fator 3), mesmo que os itens não sejam exatamente os mesmos. Em relação ao quarto fator da escala ESE, foi excluído na escala adaptada como anteriormente se referiu. Em relação ao quinto fator da escala original que foi chamado de "enfrentar mudanças inesperadas", na escala adaptada mantém dois dos seus três itens (fator 5), mas considera-se mais acertado rotulá-lo como "trabalho sob stress". Finalmente, o sexto fator de escala ESE que faz referência a "desenvolver recursos humanos chave" mantém dois dos seus itens no fator 4 da escala adaptada e passa a ser chamado de "gestão recursos humanos".

Depois de analisadas as correlações entre os fatores encontrados, Moriano (2006) agrupou os itens de acordo com a escala original para comparar a fidelidade entre as duas escalas, tendo obtido valores muito satisfatórios exceto no fator “trabalho sob stress.”

Deste modo, e visto que o autor propõe que a avaliação da autoeficácia empreendedora se deve a cinco dimensões, os dados utilizados nesta investigação partem do mesmo pressuposto do modelo teórico, ou seja, serão utilizadas as cinco dimensões da escala espanhola. O primeiro fator é constituído pelos itens 6 “descobrir novas maneiras de melhorar os produtos existentes”, 8 “identificar novas áreas de potencial crescimento”,

12 “Projetar produtos que resolvam problemas comuns”, e 16 “criar produtos que vão ao encontro das necessidades dos clientes”, relativos à dimensão “Desenvolver novos produtos ou oportunidades de mercado”. O segundo fator é composto pelos itens 3 “reconhecer novas oportunidades no mercado de novos produtos e serviços”, 4 “Recrutar e formar funcionários chave”, 5 “Estabelecer a visão e os valores da organização”, e 9 “Desenvolver um planeamento adequado de pessoal para preencher as posições-chave da empresa”, que pertencem à dimensão “Desenvolver um ambiente inovador”. O terceiro fator reúne os itens 2 “Desenvolver e manter relacionamentos favoráveis com potenciais investidores”, 7 “Desenvolver relacionamentos com pessoas chave para obter capital”, 13 “Identificar potenciais recursos de financiamento”, 22 “Identificar e construir equipas de gestão”, e 23 “Formar parcerias ou alianças com outros” que constituem a dimensão “Iniciar contactos com investidores”. O quarto fator referente à dimensão “Gerir recursos humanos” é formado pelos itens 11 “Tolerar as mudanças inesperadas nas condições de negócios”, 14 “Criar um ambiente de trabalho que permita às pessoas ser o seu próprio patrão”, 18 “Desenvolver um ambiente de trabalho que promova a que as pessoas tentem fazer coisas novas”, e 21 “Motivar as pessoas a tomar iniciativas e responsabilidade sobre suas ideias e decisões, independentemente dos seus resultados”. Por último, o fator relativo à dimensão “Trabalhar sob stress” é representado pelos itens 1 “Trabalhar de forma eficaz em situações de conflito, pressão e stress” e 15 “Persistir perante a adversidade”.

Quadro 4: Valores da média, do desvio-padrão das cinco dimensões da escala de Autoeficácia empreendedora e do total na amostra portuguesa (N=290) e na amostra espanhola (N=1376)

	Amostra portuguesa (N=290)			Amostra espanhola (N=1376)
	X	DP	alpha	alpha
F1_Desenvolver novos produtos e oportunidades mercado	19.21	3.27	.81	.75
F2_Desenvolver ambiente inovador	19.22	3.53	.84	.65
F3_Iniciar contactos investidores	24.31	4.18	.84	.72
F4_Gerir recursos humanos	19.60	3.22	.77	.68
F5_Trabalhar sob stress	9.77	1.95	.54	.40
Total Escala	92.11	14.03	.94	.86

No quadro 4, os itens foram agrupados de acordo com os fatores propostos pela escala adaptada de Moriano (2006) para comparar os seus coeficientes de fidelidade com os fatores de escala da amostra portuguesa usada neste estudo. Como se pode observar, os fatores obtidos na presente investigação oferecem coeficientes de fidelidade superiores aos fatores propostos pela escala espanhola de Moriano (2006), e conseqüentemente, superiores aos obtidos na escala original de Noble (1999). No que diz respeito à fidelidade da escala na sua totalidade, a escala utilizada na amostra portuguesa obteve um coeficiente de fidelidade oito décimas mais elevado do que a escala adaptada, e seis décimas mais elevado do que a escala original. Tendo em conta estes resultados, podemos dizer que a escala de autoeficácia empreendedora da amostra portuguesa tem uma elevada fidelidade, embora tenha uma estrutura fatorial menor que a escala original e seja composta por menos quatro itens. Além disso, os fatores desta escala obtêm uma fidelidade satisfatória e até superior aos fatores da escala original.

3.6.2 - Autoeficácia académica

Neste trabalho de investigação, foi usada a adaptação portuguesa da escala de autoeficácia percebida específica de situações académicas de Cerdeira e Palenzuela (2008). Esta escala é composta por 10 itens, sendo as respostas codificadas numa escala do tipo Likert de 7 pontos desde “discordo fortemente” (1) até “concordo

fortemente” (7), os quais avaliam as crenças sobre as capacidades de cada um executar determinados comportamentos em situações especificamente académicas.

Depois de calculados os valores da média e do desvio-padrão dos dez itens da escala (cf. Quadro 5), verificou-se que o valor mais alto da média corresponde ao item “Considero-me suficientemente capacitado para enfrentar com êxito qualquer tarefa escolar”, com uma pontuação de 5.22 (DP= 1.05), e a mais baixa no item “Sou daquelas pessoas que não necessita de estudar para fazer uma disciplina ou passar de ano” com a pontuação de 3.55 (DP= 1.68).

Quadro 5: Valores das médias e dos desvios-padrão das respostas aos itens da Escala de Autoeficácia Académica (N= 290)

	M	DP
AE01_Considero-me suficientemente capacitado para enfrentar com êxito qualquer tarefa escolar.	5.22	1.05
AE02_Penso que tenho grandes capacidades para compreender bem e com rapidez uma matéria.	5.12	1.00
AE03_Sinto-me com confiança para abordar situações que ponham à prova a minha capacidade escolar.	4.95	1.03
AE04_Tenho a convicção de que posso fazer exames excelentes.	4.74	1.07
AE05_Pouco me importa que os professores sejam exigentes e duros, pois confio muito nas minhas próprias capacidades escolares.	4.322	1.33
AE06_Creio que sou uma pessoa bastante capacitada e competente na minha vida escolar.	4.93	1.06
AE07_Se eu quiser, creio que tenho as capacidades suficientes para obter um bom desempenho escolar.	5.47	1.05
AE08_Penso que posso passar de ano com bastante facilidade e, inclusive, conseguir boas notas.	5.09	1.12
AE09_Sou daquelas pessoas que não necessita de estudar para fazer uma disciplina ou passar de ano.	3.55	1.68
AE10_Creio que estou preparado e bastante capacitado para conseguir muitos êxitos escolares.	4.90	1.05

Depois de calculadas as estatísticas descritivas, procedeu-se a uma análise fatorial exploratória dos 10 itens da escala com o objetivo de avaliar a sua estrutura fatorial. Para o efeito, procedeu-se ao cálculo dos valores de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e à estimação do teste de esfericidade de Bartlett (cf. Quadro 17 dos anexos). O teste KMO

apresenta um resultado de .915, o que sugere que os valores de correlação entre pares de itens poderão eventualmente ser explicados por outros fatores a serem extraídos a partir da análise fatorial. O teste de esfericidade de Bartlett baseado na distribuição qui-quadrado sugere-nos que a matriz de correlações é diferente de uma matriz de identidade, o que permite avançar para uma análise fatorial da matriz de correlações.

Ponderados estes elementos, procedeu-se à análise fatorial exploratória, usando o método da análise dos componentes principais e rotação varimax. Contrariamente ao suposto, em vez de um fator, como tem sido habitualmente a prática (Cerdeira & Palenzuela, 1998), obtiveram-se dois fatores com valores próprios superiores à unidade. O primeiro fator explica 51.78% da variância, sendo que o segundo acrescenta mais 15.98% da variância total explicada. No seu conjunto, os dois fatores explicam 67.77% da variância dos resultados.

A consistência interna foi estimada através do coeficiente alpha de Cronbach, tendo-se encontrado um valor de .91. Considerando que o valor de alfa obtido na adaptação portuguesa da escala de autoeficácia percebida específica de situações académicas de Cerdeira e Palenzuela (2008) foi de .93, os valores obtidos neste estudo podem ser considerados muito bons.

Os valores de correlação de cada item com o total da escala são altos, e variam entre .54 e .77, à exceção do item 9 “Sou daquelas pessoas que não necessita de estudar para fazer uma disciplina ou passar de ano” no qual se obteve um valor relativamente baixo de correlação na ordem de .23. Em contrapartida, tendo em conta os valores do alpha com a remoção de um item, verifica-se que a consistência interna da escala aumenta com a exclusão do item 9 (Cf. Quadro 19 dos anexos). Deste modo, seguindo a sugestão de Cerdeira e Palenzuela (1998), somos de parecer também que este item pode ser retirado da escala.

3.6.3 – Questões de Investigação

Nesta seção, apresentam-se os resultados correspondentes às respostas dos estudantes da amostra sobre o grau de conhecimento que possuíam em relação às estruturas de apoio a criação de empresas no IPC. Sendo as suas respostas codificadas pelo recurso a uma escala Likert de sete pontos, em que (1) corresponde a etiqueta ”Muito mal” e (7) “Muito bem”. Na sequência, os estudantes foram ainda questionados sobre se já tinham pensado criar um negócio/própria empresa e sobre o grau de importância que atribuíam às estruturas IPC de apoio aos estudantes para a criação de uma empresa. Em ambos os casos, recorreu-se a uma escala de tipo Likert para a codificação das respostas em sete pontos.

Quadro 6: Valores da média e do desvio padrão das respostas dadas às questões de investigação

	X	DP
Quest01_ Considero-me capaz de criar uma empresa.	3.95	1.46
Quest02_ Desejo criar a minha própria empresa.	3.98	1.70
Quest03_ Tenho capacidade de trabalhar por conta própria.	4.58	1.46
Quest04_ Tenho uma ideia concreta do negócio a criar.	3.42	1.70
Quest05_ Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?	2.22	1.39
Quest06_ Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa?	3.72	1.91
Quest07_ Aconselhamento e apoio à validação da ideia de negócio.	5.52	1.19
Quest08_ Apoio à formulação/realização do plano de negócio.	5.73	1.12
Quest09_ Aconselhamento sobre os incentivos/concursos de apoio à criação de empresas.	5.68	1.16
Quest10_ Apoio na procura de financiamento e contacto com investidores.	5.86	1.11
Quest11_ Espaços e equipamento para arranque do negócio (incubação).	5.61	1.18
Quest12_ Aconselhamento e “Mentoring” no desenvolvimento da empresa.	5.77	1.11
Quest13_ Acesso a rede de contactos e mercados.	6.04	1.08

Como se pode observar (Quadro 6), as respostas dos alunos apresentam valores superiores ao ponto médio da escala de Likert, apenas no que respeita à afirmação das suas crenças nas suas capacidades para trabalharem por conta própria, Q_03 (M=4.58; DP=1.46). Relativamente à questão Q_01 “Considero-me capaz de criar uma empresa” (M= 3.95; DP=1.46), à questão Q_02 “Desejo criar a minha própria empresa” (M=3.98; DP=1.70), e à questão Q_04 “Tenho uma ideia concreta do negócio a criar” (M=3.42; DP=1.70) os valores das respostas ficaram abaixo do ponto médio

Relativamente à questão 5 “Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?”, as respostas dos alunos exibem valores muito inferiores ao ponto médio (M=2.22; DP=1.39).

No que diz respeito ao grau de importância que os estudantes atribuem às estruturas de apoio do IPC para a criação de uma empresa, todas as respostas obtiveram pontuações acima do ponto médio, sendo que as mais relevantes foram as questões 13 “Acesso a rede de contactos e mercados” (M= 6.04, DP=1.08), a questão 10 “Apoio na procura de financiamento e contacto com investidores” (M=5.86, DP=1.11), a questão 12 “Aconselhamento e “Mentoring” no desenvolvimento da empresa” (M=5.77, DP=1.11), a questão 8 “Apoio à formulação/realização do plano de negócio.” (M= 5.73, DP=1.12), a questão 9 “Aconselhamento sobre os incentivos/concursos de apoio à criação de empresas” (M=5.68, DP=1.16), e a questão 11 “Espaços e equipamentos para arranque do negócio (incubação) ” (M=5.61, DP=1.18).

Para analisar a forma como as respostas às questões de investigação se associam ou não às variáveis teóricas consideradas, a saber: as cinco dimensões da autoeficácia empreendedora e autoeficácia académica, recorreu-se à análise estatística das correlações de Pearson (Quadro 7 e Quadro 8).

Quadro 7: Correlações de Pearson entre os valores da Escala de Autoeficácia Académica, das cinco dimensões de Autoeficácia Empreendedora e as questões de investigação 1

	A-E	AEE_F1	AEE_F2	AEE_F3	AEE_F4	AEE_F5
Quest01_Considero-me capaz de criar uma empresa.	.314*	.474*	.482*	.440*	.378*	.435*
Quest02_Desejo criar a minha própria empresa.	.248*	.366*	.356*	.328*	.265*	.303*
Quest03_Tenho capacidade de trabalhar por conta própria.	.331*	.467*	.466*	.447*	.409*	.401*
Quest04_Tenho uma ideia concreta do negócio a criar.	.169*	.345*	.301*	.270*	.247*	.220*

* $p < .05$ **Quadro 8: Correlações de Pearson entre os valores da Escala de Autoeficácia Académica, das cinco dimensões de Autoeficácia Empreendedora e as questões de investigação 2**

	A-E	AEE_F1	AEE_F2	AEE_F3	AEE_F4	AEE_F5
Quest05_Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?	.051	.076	.037	.042	.095	.003
Quest06_Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa?	.205*	.347*	.303*	.271*	.257*	.265*
Quest07_Aconselhamento e apoio à validação da ideia de negócio.	.237*	.213*	.164*	.199*	.251*	.292*
Quest08_Apoio à formulação/realização do plano de negócio.	.294*	.304*	.258*	.240*	.296*	.373*
Quest09_Aconselhamento sobre os incentivos/concursos de apoio à criação de empresas.	.244*	.295*	.301*	.298*	.312*	.348*
Quest10_Apoio na procura de financiamento e contacto com investidores.	.312*	.315*	.312*	.324*	.341*	.433*
Quest11_Espaços e equipamento para arranque do negócio (incubação).	.218*	.229*	.200*	.281*	.322*	.311*
Quest12_Aconselhamento e “mentoring” no desenvolvimento da empresa.	.227*	.230*	.259*	.239*	.285*	.335*
Quest13_Acesso a rede de contatos e mercados.	.242*	.275*	.291*	.284*	.320*	.398*

* $p < .05$

Como se pode verificar pela leitura dos resultados do Quadro 7, as respostas relativas às quatro questões “Considero-me capaz de criar uma empresa“, ”Desejo criar a minha própria empresa”, “Tenho capacidade de trabalhar por conta própria”, e “Tenho uma ideia concreta do negócio a criar” apresentam um valor de correlação positivo e estatisticamente significativo (para um valor de $p < .05$) com as respostas dadas aos itens da escala da autoeficácia académica e com as respostas dadas às cinco dimensões da escala de autoeficácia empreendedora. Por outro lado, considerando agora a leitura dos resultados do Quadro 8, com a exceção da questão 05 “Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas”, verifica-se a existência de correlações positivas e estatisticamente significativas entre as respostas dadas às questões e os valores das respostas dadas aos itens das cinco dimensões da escala de autoeficácia empreendedora e aos itens da escala de autoeficácia académica.

Face a estes resultados, podemos concluir que os estudantes com expectativas de autoeficácia académica mais elevadas e com expectativas de autoeficácia empreendedora mais elevadas são aqueles que se “Consideram mais capazes de criarem uma empresa” (Questão Investigação 01), que manifestam uma intenção mais forte de “Criarem a sua própria empresa” (Questão Investigação 02), que considerem ter “capacidade de trabalharem por conta própria” (Questão Investigação 03) e que declaram ter “uma ideia concreta de negócio a criar” (Questão Investigação 04). Deste ponto de vista, o desenvolvimento de expectativas elevadas de autoeficácia académica e de autoeficácia empreendedora estão fortemente associadas à vontade de desenvolvimento de um projeto empreendedor e ao sentimento de que se é capaz de realizar os passos necessários para o conseguir.

Face à segunda coleção de resultados, relativos às questões de investigação associadas à avaliação da importância que os estudantes atribuem às estruturas de apoio do IPC para a criação de empresas, verificamos também a existência de valores de correlação positivas e estatisticamente significativas entre as duas medidas da autoeficácia (académica e empreendedora) e o reconhecimento da importância do IPC proporcionar “Aconselhamento à validação de uma ideia de negócio” (Questão Investigação 07), à “formulação de um plano de negocio” (Questão Investigação 08), ao aconselhamento sobre incentivos de apoio à criação de empresas (Questão Investigação 09), ao apoio na procura de financiamento (Questão Investigação 10), à disponibilização de espaços de incubação (Questão Investigação 11), ao *mentoring* (Questão Investigação 12) e ao acesso

a redes de contactos (Questão Investigação 13), o que quer dizer que os estudantes que mais acreditam nas suas capacidades académicas e nas suas capacidades empreendedoras são também aqueles que mais valorizam a importância de uma estrutura de apoio do IPC à criação de empresas. Se considerarmos que os estudantes com elevadas expectativas de autoeficácia académica e empreendedora são também os que declaram uma intenção mais forte de criarem um projeto empreendedor, a conjugação destas duas coleções de resultados sugere que as estruturas do IPC dirigidas ao fomento de atitudes empreendedoras devem focar a sua atenção neste tipo de estudantes e, indiretamente, para promoverem o espírito empreendedor podem promover ações capazes de incrementarem as expectativas de autoeficácia académica e empreendedora dos seus estudantes.

Na sequência destes resultados e ainda em relação às questões de investigação pretendeu-se avaliar em que medida as respostas dadas às questões de investigação variavam em função de vários critérios, por exemplo, em função do sexo. Estudos efetuados por vários autores mostram que a intenção empreendedora é mais elevada nos homens do que nas mulheres. Para analisar estas diferenças utilizou-se o teste *t student*. Os resultados demonstram que existe uma diferença significativa, sendo que os homens apresentam valores mais elevados que as mulheres nas quatro questões “Considero-me capaz de criar uma empresa“ ($M_{\text{homens}} = 4.12$; $M_{\text{mulheres}} = 3.70$), ”Desejo criar a minha própria empresa” ($M_{\text{homens}} = 4.16$; $M_{\text{mulheres}} = 3.51$), “Tenho capacidade de trabalhar por conta própria” ($M_{\text{homens}} = 4.77$; $M_{\text{mulheres}} = 4.25$), e “Tenho uma ideia concreta do negócio a criar” ($M_{\text{homens}} = 3.65$; $M_{\text{mulheres}} = 2.98$), conforme se pode observar no Quadro 9.

Quadro 9: Valores *t-student* relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 1 em função do Sexo

	Sexo	n	X	DP	<i>t-student</i>	<i>p</i>
Quest01_Considero-me capaz de criar uma empresa.	Masc	114	4.12	1.52	2.478	.014*
	Fem	176	3.70	1.36		
Quest02_Desejo criar a minha própria empresa.	Masc	114	4.16	1.78	3.115	.002*
	Fem	175	3.51	1.70		
Quest03_Tenho capacidade de trabalhar por conta própria.	Masc	114	4.77	1.50	3.096	.002*
	Fem	175	4.25	1.35		
Quest04_Tenho uma ideia concreta do negócio a criar.	Masc	114	3.65	1.54	3.373	.001*
	Fem	174	2.98	1.70		

* $p < .05$

Procedeu-se à mesma análise em relação às restantes questões de investigação (questões de investigação 2), e à exceção da questão 6 “Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa”, cujo resultado revela uma diferença significativa ($t = 4.338$; $p < .05$) entre os homens ($M=4.05$) e as mulheres ($M=3.11$), não se encontram diferenças estatisticamente significativas entre os valores da média e do desvio-padrão (Quadro 10).

Quadro 10: Valores *t*-student relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função do Sexo

	Sexo	n	X	DP	<i>t</i> -student	<i>p</i>
Quest05_Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?	Masc	114	2.24	1.48		
	Fem	174	2.51	1.39	-1.598	n.s.
Quest06_Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa?	Masc	113	4.05	1.85		
	Fem	174	3.11	1.75	4.338	.000*
Quest07_Aconselhamento e apoio à validação da ideia de negócio.	Masc	112	5.33	1.26		
	Fem	175	5.34	1.34	-.043	n.s.
Quest08_Apoio à formulação/realização do plano de negócio.	Masc	113	5.53	1.14		
	Fem	175	5.53	1.25	.036	n.s.
Quest09_Aconselhamento sobre os incentivos/concursos de apoio à criação de empresas.	Masc	113	5.50	1.12		
	Fem	174	5.48	1.25	.189	n.s.
Quest10_Apoio na procura de financiamento e contacto com investidores.	Masc	113	5.72	1.07		
	Fem	174	5.54	1.22	1.256	n.s.
Quest11_Espaços e equipamento para arranque do negócio (incubação).	Masc	113	5.44	1.21		
	Fem	174	5.41	1.27	.228	n.s.
Quest12_Aconselhamento e “mentoring” no desenvolvimento da empresa.	Masc	113	5.49	1.14		
	Fem	175	5.54	1.26	-.345	n.s.
Quest13_Acesso a rede de contatos e mercados.	Masc	113	5.81	1.13		
	Fem	174	5.75	1.21	.368	n.s.
Quest14_Se pensasse em apoios que necessita para criar a sua empresa, qual indicaria.	Masc	67	7.76	8.36		
	Fem	72	6.63	6.56	.895	n.s.

* $p < .05$

Com o objetivo de explorar eventuais diferenças nos valores das médias e desvios padrão das respostas dadas às questões de investigação em função das escolas do IPC, procedeu-se a uma comparação das médias em função das quatro escolas, usando-se para o efeito o teste F Anova. Como se pode verificar no Quadro 11, foram identificadas diferenças estatisticamente significativas nas respostas dadas à questão 2 “Desejo criar a minha própria empresa” onde o ISCAC apresenta uma média superior às restantes escolas ($M_{ISCAC} = 4.31$; $M_{ISEC} = 3.92$; $M_{ESAC} = 3.89$; $M_{ESTES} = 3.25$), e na questão 4 “Tenho uma ideia concreta do negócio a criar”, onde o ISCAC revela novamente uma média superior

comparativamente às outras três escolas ($M_{ISCAC}= 3.78$; $M_{ISEC}= 3.43$; $M_{ESAC}=3.35$; $M_{ESTeS}= 2.74$). No que se refere às outras duas questões de investigação “Considero-me capaz de criar uma empresa”, e “Tenho capacidade de trabalhar por conta própria”, não se encontraram diferenças significativas entre as quatro escolas do IPC.

Para avaliar eventuais diferenças nos valores das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função da escola, procedeu-se novamente à análise através do teste F ANOVA. A partir da leitura do Quadro 12, registam-se diferenças significativas nas respostas dadas à questão “Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?”, na qual os resultados demonstram serem os estudantes do ISCAC que melhor conhecem as referidas estruturas de apoio, embora com valores muito abaixo do valor médio, ao contrário dos alunos do ISEC que revelam ser os menos conhecedores dessas estruturas ($M_{ISCAC}= 2.83$; $M_{ISEC}= 1.80$; $M_{ESAC}=2.43$; $M_{ESTeS}= 2.46$), e na questão “Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa?”, onde novamente os resultados obtidos no ISCAC revelam com maior clareza essa intenção, contrariamente à intenção demonstrada pelos alunos da ESTeS ($M_{ISCAC}= 4.08$; $M_{ISEC}= 3.98$; $M_{ESAC}=3.25$; $M_{ESTeS}= 2.495$).

Relativamente ao grau de importância que os alunos atribuem às estruturas de apoio do IPC para a criação de uma empresa há uma diferença estatisticamente significativa, pela qual se destacam os alunos do ISEC que são os que mais importância atribuem aos “Espaços e equipamento para arranque do negócio (incubação)” ($M_{ISEC}= 5.63$; $M_{ESAC}= 5.61$; $M_{ESTeS}=5.44$; $M_{ISCAC}= 5.04$), contrariamente aos alunos do ISCAC. No que diz respeito às restantes questões não se observam diferenças significativas entres os valores das médias das respostas dadas em função da escola.

Quadro 11: Valores F ANOVA relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 1 em função da Escola

		N	X	DP	F	<i>p</i>
Quest01_Considero-me capaz de criar uma empresa.	ESAC	58	3.90	1.37	.565	n.s.
	ESTeS	104	3.74	1.44		
	ISEC	60	3.87	1.41		
	ISCAC	68	4.03	1.52		
Quest02_Desejo criar a minha própria empresa.	ESAC	57	3.89	1.91	5.659	.001*
	ESTeS	104	3.25	1.51		
	ISEC	60	3.92	1.79		
	ISCAC	68	4.31	1.79		
Quest03_Tenho capacidade de trabalhar por conta própria.	ESAC	57	4.46	1.49	.151	n.s.
	ESTeS	104	4.38	1.37		
	ISEC	60	4.48	1.36		
	ISCAC	68	4.53	1.57		
Quest04_Tenho uma ideia concreta do negócio a criar.	ESAC	57	3.35	1.67	6.646	.001*
	ESTeS	104	2.74	1.66		
	ISEC	60	3.43	1.51		
	ISCAC	67	3.78	1.64		

* $p < .05$

Quadro 12: Valores F ANOVA relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função da Escola

		N	X	DP	F	p
Quest05_Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?	ESAC	58	2.43	1.26	5.898	.001*
	ESTeS	104	2.46	1.49		
	ISEC	60	1.80	1.10		
	ISCAC	66	2.83	1.58		
Quest06_Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa?	ESAC	57	3.25	1.84	7.392	.000*
	ESTeS	104	2.95	1.71		
	ISEC	60	3.98	1.83		
	ISCAC	66	4.08	1.83		
Quest07_Aconselhamento e apoio à validação da ideia de negócio.	ESAC	58	5.12	1.46	2.072	n.s.
	ESTeS	103	5.46	1.28		
	ISEC	59	5.44	1.26		
	ISCAC	67	5.24	1.22		
Quest08_Apoio à formulação/realização do plano de negócio.	ESAC	58	5.43	1.34	2.345	n.s.
	ESTeS	104	5.66	1.18		
	ISEC	59	5.71	1.04		
	ISCAC	67	5.24	1.22		
Quest09_Aconselhamento sobre os incentivos/concursos de apoio à criação de empresas.	ESAC	58	5.53	1.25	1.272	n.s.
	ESTeS	104	5.57	1.24		
	ISEC	58	5.59	1.08		
	ISCAC	67	5.24	1.20		

* $p < .05$

Quadro 12: Valores F ANOVA relativos à diferença das médias das respostas dadas às questões de investigação 2 em função da Escola (Cont.)

		N	X	DP	F	p
Quest10_Apoio na procura de financiamento e contacto com investidores.	ESAC	58	5.67	1.39	.681	n.s.
	ESTeS	104	5.63	1.18		
	ISEC	59	5.71	.98		
	ISCAC	66	5.44	1.08		
Quest11_Espaços e equipamento para arranque do negócio (incubação).	ESAC	57	5.61	1.33	3.108	.027*
	ESTeS	104	5.44	1.25		
	ISEC	59	5.63	1.08		
	ISCAC	67	5.04	1.24		
Quest12_Aconselhamento e <i>mentoring</i> no desenvolvimento da empresa.	ESAC	58	5.64	1.29	2.424	n.s.
	ESTeS	104	5.65	1.25		
	ISEC	59	5.54	.99		
	ISCAC	67	5.18	1.22		
Quest13_Acesso a rede de contatos e mercados.	ESAC	58	5.81	1.32	2.471	n.s.
	ESTeS	104	5.83	1.17		
	ISEC	59	6.00	1.00		
	ISCAC	66	5.45	1.17		

* $p < .05$

4 - CONCLUSÕES

O presente estudo pretende analisar a intenção empreendedora dos estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, relacionando-a com a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica, e tentar perceber quais os fatores que a influenciam. A amostra deste estudo é constituída por 290 estudantes de quatro escolas do Instituto Politécnico de Coimbra, dos quais 114 (39.3%) são do sexo masculino e 176 (60.7%) são do sexo feminino.

Para o efeito, e tendo em conta a revisão de literatura apresentada, bem como os objetivos estabelecidos para esta investigação, apresentam-se as conclusões relativas a cada um deles.

Em relação à adaptação a uma amostra portuguesa de um instrumento de avaliação da autoeficácia empreendedora, na versão usada por Moriano et al. (2006), verificou-se que neste estudo apenas se conseguiram extrair três fatores em oposição aos cinco fatores obtidos por Moriano (2006), e aos seis fatores que constituem a escala original de DeNoble (1999). Consequentemente também se verificaram diferenças no número de itens que constituem cada um dos fatores, ou seja, o primeiro fator deste estudo é constituído por dezassete itens, em oposição aos cinco encontrados por Moriano (2006), e aos seis da escala original de DeNoble (1999), enquanto o segundo fator é composto por catorze itens por oposição aos quatro da escala adaptada e da escala original, e também o terceiro fator revelou diferenças no número de itens que o constituem, sendo que neste estudo observou-se que agregava dez itens por oposição aos três itens de DeNoble (1999) e aos cinco de Moriano (2006). Como este é um estudo exploratório, optou-se por considerar o modelo conceptual dos cinco fatores proposto pela adaptação de Moriano (2006) da escala original de DeNoble (1999). Este tema, poderá justificar a realização de estudos posteriores com o objetivo de esclarecer melhor a estrutura fatorial da escala.

A respeito dos estudos de avaliação da consistência interna dos itens das diferentes subescalas, na versão portuguesa obtiveram-se valores altos do alpha de Cronbach, por comparação com os obtidos na versão espanhola e na versão original, o que significa que pode ser vantajoso realizar outros estudos futuros para esclarecer melhor esta questão da dimensionalidade da versão portuguesa da escala. Tendo em conta estes resultados, podemos dizer que a versão portuguesa da escala de autoeficácia empreendedora tem valores muito altos de consistência interna, embora tenha uma estrutura fatorial menos

clara por comparação com a escala original. A este propósito, podemos sugerir que provavelmente esta questão está relacionada com o facto Moriano (2006) ter eliminado alguns itens da escala original de DeNoble (1999).

Do ponto de vista conceptual, os dados obtidos neste estudo exploratório sugerem que o desenvolvimento de expetativas de autoeficácia académica nos estudantes está fortemente associado ao desenvolvimento de expetativas de autoeficácia empreendedora, ou seja, que a perceção de que se é capaz de obter bons resultados académicos pode associar-se à perceção de que se é também capaz de realizar um projeto empreendedor bem-sucedido.

Os dados obtidos com a realização deste estudo exploratório sugerem que são os estudantes com expetativas de autoeficácia académica e com expetativas de autoeficácia empreendedora mais elevadas a) que manifestam uma intenção mais forte em criarem a sua própria empresa, b) que se consideram capazes de criarem uma empresa, c) que se consideram capazes de trabalhar por conta própria e d) que declaram ter uma ideia mais concreta do negócio a criar. Assim, e de acordo com a literatura, sugere-se que o desenvolvimento de expetativas elevadas de autoeficácia académica a par do desenvolvimento de expetativas de autoeficácia empreendedora está fortemente associado à vontade criação de um projeto empreendedor e ao sentimento de que se é capaz de dar os passos necessários para o conseguir.

Neste estudo pretendeu-se também avaliar eventuais diferenças nas intenções empreendedoras dos estudantes em função de diversas variáveis sociodemográficas (sexo, ciclo de estudos, ano, realização ou não de estágios, escolas, estatuto de estudante trabalhador), já que alguns estudos e de acordo com os estudos efetuados por vários investigadores o sugeriam. No caso concreto dos resultados obtidos, não foram identificadas diferenças estatisticamente significativas nas variáveis teóricas (autoeficácia académica e empreendedora), apesar de se terem identificado diferenças estatisticamente significativas nas respostas dadas às questões de investigação (1º grupo de questões) em função destas mesmas variáveis sociodemográficas.

Concretamente, nesta amostra verificou-se que em relação à capacidade de criar a própria empresa, de trabalhar por conta própria, ao desejo de criar a própria empresa, e de ter uma ideia concreta do negócio a criar, a intenção empreendedora dos estudantes do sexo masculino é mais elevada do que a intenção empreendedora das estudantes do sexo feminino. Já no que diz respeito ao segundo grupo de questões de investigação, os

resultados mostram que à exceção da questão “Já pensou em criar um negócio/criar uma empresa”, não se encontram diferenças estatisticamente significativas entre homens e mulheres.

Na análise das diferenças entre escolas, verificou-se a existência de diferenças estatisticamente significativas nas questões relativas ao desejo de criar a própria empresa e em ter uma ideia concreta de negócio a criar, nas quais o ISCAC revelou uma média superior em relação às outras três escolas. Em relação às outras duas questões de investigação “Considero-me capaz de criar uma empresa”, e “Tenho capacidade de trabalhar por conta própria”, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas entre as quatro escolas do IPC.

Também se verificaram diferenças estatisticamente significativas nas respostas dadas à questão “Conhece as estruturas do IPC de apoio à criação de empresas?”, na qual os resultados revelam que são os estudantes do ISCAC aqueles que melhor conhecem as referidas estruturas de apoio, embora com valores muito abaixo do valor médio.

Relativamente ao grau de importância que os alunos atribuem às estruturas de apoio do IPC para a criação de uma empresa há uma diferença estatisticamente significativa, pela qual se destacam os alunos do ISEC que são os que mais importância atribuem aos “Espaços e equipamento para arranque do negócio”. No que diz respeito às restantes questões não se observam diferenças estatisticamente significativas entre os valores das médias das respostas dadas em função da escola.

4.1 - Limitações e recomendações

Tal como no estudo original de DeNoble (1999), e no estudo da escala adaptada de Moriano (2006), uma das limitações deste estudo refere-se ao facto de se tratar de uma amostra de conveniência, unicamente constituída por estudantes e de os resultados obtidos poderem refletir alguma inexperiência dos alunos por ainda não terem desenvolvido atividades relacionadas com a criação de uma empresa. No que diz respeito às implicações práticas, a escala de autoeficácia empreendedora constitui um instrumento de grande valor, uma vez que permite avaliar a intenção empreendedora dos indivíduos.

O facto de a amostra não abranger todos os cursos do IPC e de estar limitada a quatro escolas, não permite generalizar os resultados a outros cursos e escolas. No entanto, porque se trata de um primeiro estudo exploratório parece-nos que pode contribuir para evidenciar a importância da temática do empreendedorismo no ensino superior politécnico. Com efeito, a partir deste estudo podem delinear-se outras possíveis linhas de investigação, envolvendo a realização de estudos longitudinais que permitam explorar a relação entre a autoeficácia empreendedora e a autoeficácia académica com a intenção de empreender.

Este estudo sugere ainda que as estruturas do IPC dirigidas ao fomento de atitudes empreendedoras devem focar a sua atenção nos estudantes com uma autoeficácia académica e uma autoeficácia empreendedora elevadas, ou seja, aqueles que declaram uma intenção mais forte de serem empreendedores, e podem promover o espírito empreendedor realizando um conjunto de ações capazes de incrementarem as expectativas de autoeficácia académica e de autoeficácia empreendedora dos seus estudantes nas cinco dimensões de Moriano (2006): “Desenvolver novos produtos ou oportunidades de mercado”, “Desenvolver um ambiente inovador”, “Iniciar contactos com investidores”, “Gerir recursos humanos” e “Trabalhar sob stress”.

Por último, julgamos ser possível também extrair deste estudo algumas indicações relevantes para que o IPC e as suas estruturas de apoio ao empreendedorismo possam ajustar os seus serviços e as suas estratégias de comunicação ao perfil dos estudantes com apetência para o desenvolvimento de um projeto empreendedor.

BIBLIOGRAFIA

- Bandura, A. (1990). Reflections on nonability determinants of competence. In R. J. Sternberg & J. Kolligian (Eds), *Competence Considered* (pp. 315-363). New Haven: Yale University Press.
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 248-287.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86-104.
- Barros, F. S. D. O., Fiúsa, J. L. A., & Ipiranga, A. S. R. (2005). O empreendedorismo como estratégia emergente de gestão: Histórias de sucesso. *Organizações & Sociedade*, 12(33), 109-128.
- Bzuneck, J. A. (2000). *A motivação do aluno: Contribuições da psicologia contemporânea*. Petrópolis: Editora Vozes, 58-77.
- Caetano, A., Santos, S.C. & Costa, S.F., (2012). *Psicologia do Empreendedorismo – Processos, Oportunidades e Competências*. Lisboa, Editora Mundos Sociais.
- Caird, S. (1990). What does it mean to be enterprising? *British Journal of Management*, 1(3), 137-145.
- Camargo, D. D., Kind da Cunha, S., & Mazziotti Bulgacov, Y. L. (2010). A psicologia de McClelland e a economia de Schumpeter no campo do empreendedorismo. *RDE-Revista de Desenvolvimento Econômico*, 10(17), 111-120.
- Cássia, S., Sassi, G. A. & Sassi, G. M., (2010). Relações entre autoeficácia e motivação acadêmica. *Psicologia Ciência e Profissão*, 30(43), 780-791
- Casteleiro, C. M. L. (2008). *Empresas de inserção como instrumento de empreendedorismo social em Portugal: Estudo exploratório com base na percepção dos principais implicados*. Dissertação de mestrado - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade do Minho.
- Cerdeira, J. P. (1995). A percepção da eficácia pessoal e os mecanismos de auto-regulação das aprendizagens. *Revista Portuguesa de Pedagogia*, 29(2), 137-159.
- Cerdeira, J. P., & Palenzuela, D. L. (1998). Expectativas de auto-eficácia percebida: Versão portuguesa de uma escala específica para situações académicas. *Revista Portuguesa de Educação*, 11(1), 103-112.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316.
- Cortés Alonso, E. (2015). *El impacto de la educación en emprendimiento en la auto-eficacia emprendedora, las intenciones emprendedoras, el capital social y los*

empreendedores nacientes: Evidencia de una escuela de negocios. Dissertação de doutoramento- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid.

- de Paula, E. W., & Bignetti, L. P. (2008). Estudo sobre as práticas de inovação e as estratégias adotadas por empreendedores de alta tecnologia. *Revista Economia & Gestão*, 3(6), 42-57.
- Dornelas, J. C. A. (2008). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. Elsevier, Rio de Janeiro, Brasil.
- Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(4), 329-348.
- Drucker, P. (1986). *Inovação e gestão. Uma nova concepção de estratégia de empresa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Drucker, P. (2000). *Inovação e espírito empreendedor*. S. Paulo: Pioneira.
- Ferrer, C. M. S. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 65-78.
- Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: Empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 34(2), 5-28.
- GEM (2014) Global Report, obtido a 5 de agosto de 2015, de <http://www.gemconsortium.org/>
- GEM. (2010). GEM Portugal 2010 - Estudo sobre o empreendedorismo. Obtido a 5 de agosto de 2015, de <http://www.gemconsortium.org/>
- GEM. (2012). GEM Portugal 2012 - Estudo sobre o empreendedorismo. Obtido a 5 de agosto de 2015, de <http://www.gemconsortium.org/country-profile/100>
- GIST, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management obtido a 3 de janeiro de 2016 de http://cyb.ox.or.kr/lms_board/bbs_upload/03.pdf
- Hatten, T. S., & Ruhland, S. K. (1995). Student attitude toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 70(4), 224-227.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). When does entrepreneurial self-efficacy enhance versus reduce firm performance? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 57-72.
- IFDEP (2014). Empreendedorismo jovem, um olhar sobre Portugal. Obtido a 5 de agosto de 2015, de http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-jovem_versao_web2.pdf
- INFORMA D&B (2015). O empreendedorismo em Portugal 2007/2014. Obtido a 30 de outubro de 2015, de <http://biblioteca.informadb.pt/>

- Izquierdo, E., & Buelens, M. (2011). Competing models of entrepreneurial intentions: The influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 75-91.
- Jornal Oficial da União Europeia (2006). Recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho de 18 de Dezembro de 2006 sobre as competências essenciais para a aprendizagem ao longo da vida (2006/962/CE), obtido a 26 de julho de 2015, de <http://www.esev.ipv.pt/docs/geaba/file/Programas%20Internacionais/PI/LexUriServ.do1.pdf>.
- Jung, D. I., Ehrlich, S. B., De Noble, A. F., & Baik, K. B. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: a comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41-53
- Kickul, J., & D'Intino, R. S. (2005). Measure for measure: Modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 1-9.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., & Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología*, 31(1), 243-259.
- Livro Verde do Empreendedorismo (2003). Obtido em 26 de julho de 2015, de http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm
- Lizote, S. A., Verdinelli, M. A., & Silveira, A. (2013) Relação entre autoeficácia e competências empreendedoras de gerentes com o desempenho das empresas instaladas em incubadoras tecnológicas de Santa Catarina, Brasil, *Actas do Congresso de Gestão de Tecnologia Latino-Iberoamericano-ALTEC*, 1, 1-17.
- Maranha, P. (2013). Comunicação Pessoal.
- Mas, C. A., & Desiderio, R. V. (2009). Autoestima y autoeficacia de los chilenos. *Ciencia & Trabajo*, 11(32), 111-116.
- Mayoral, L. A. & Ferrer, C.M.S., (2014). Emprendedorismo tecnológico y género en la Argentina: Factores determinantes en la percepción de auto-eficácia emprendedora. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 22(2), 97-108.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- McMullan, W. E., & Long, W. A. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3), 261-275.
- Mogollón, R. H. (2013). O papel do ensino superior do Empreendedorismo no desenvolvimento sustentável da sociedade, 1-10. Repositório Comum /IPP - Instituto Politécnico de Portalegre/IPP - C3i – Coordenação Interdisciplinar para a Investigação e Inovação/IPP - C3i - Comunicações em Conferências e Congressos Internacionais
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185.
- Moriano, J. A., Oliveira, B. & Soares, V. S. (2013). Estudo exploratório das diferenças na intenção empreendedora entre

- homens e mulheres em Portugal: O caso dos jovens universitários do norte de Portugal. *Produção e Sociedade CEPESSE*, 21, 217-235.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. & Morales, J.F., (2006). *Adaptación e validación en españade la escala de autoeficacia emprendedora*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 51-64.
- Moriano, J. A., Topa, G., Valero, E., & Lévy, J. P. (2009). Identificación organizacional y conducta “intraemprendedora”. *Anales de psicología*, 25(2), 277-287.
- Mortan, R. A., Pilar, R., Carvalho, C., & Bernal, M. C., (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 97-104.
- Mortan, R. A., Ripoll, P., Carvalho, C., & Bernal, M. C. (2014). Effects of emotional intelligence on entrepreneurial intention and self-efficacy. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 30(3), 97-104.
- Neves, S. P., & Faria, L. (2012). Auto-eficácia académica e atribuições causais em português e matemática. *Análise Psicológica*, 25(4), 635-652.
- Oliveira, B., Moriano, J. A., & Soares, V. S. (2012). Estudo exploratório das diferenças na intenção empreendedora entre homens e mulheres em Portugal: O caso dos jovens universitários do norte de Portugal. *População e Sociedade*, 217-236.
- Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in academic settings. *Review of Educational Research*, 66(4), 543-578.
- Pajares, F., & Graham, L. (1999). Self-efficacy, motivation constructs, and mathematics performance of entering middle school students. *Contemporary Educational Psychology*, 24, 124-139.
- Parreira, P., Pereira, F. C., & Brito, N. V. (2011). *Empreendedorismo e motivações empresariais no ensino superior*. Lisboa, Edições Sílabo.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2005). *Análise de dados para ciências sociais: A complementaridade do SPSS*. Lisboa, Edições Sílabo.
- Pimpão, A., Costa, S., Santos, S. C., & Caetano, A. (2011). A formação em empreendedorismo: Análise comparativa no ensino superior Português. *Livro de Actas, II Simposium Nacional sobre formação e desenvolvimento organizacional*, 54-73.
- Redford, D. T. (2007) Perspetiva global da educação em empreendedorismo em Portugal. *Handbook de Educação em Empreendedorismo no Contexto Português*, 9-18.
- Régis, H. P., Dias, S. M. R. C., & Melo, P. (2006). Redes informais de mentoria no ambiente de incubadoras de base tecnológica: O apoio ao desenvolvimento da carreira empreendedora. *Journal of Technology Management & Innovation*, 1(5), 40-52.
- Rego, A. (2000). Os motivos de sucesso, afiliação e poder. Desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. *Análise Psicológica*, 3(28), 335-344.
- Salazar-Carvajal, P. F., Herrera-Sánchez, I. M., Rueda-Méndez, S., & León-Rubio, J. M. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: El rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de psicología*, 30(2), 549-559.

- Salvador, C. M. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de Psicología*, (92), 65-80.
- Santiago, E. G. (2009). Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Shumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. *Revista de Ciências Sociais*, 40(2), 87-103.
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e inovação*. Lisboa: Escolar Editora.
- Schunk, D. H. (1989). Self-efficacy and achievement behaviors. *Educational Psychologist*, 1(3), 173-208.
- Schunk, D.H., (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26, 207-231.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). *Entrepreneurial motivation*. Cornell University, ILR School, obtido a 3 de setembro em: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/830>
- Simões, J., Silva, M. J., Trigo, V., & Moreira, J., (2012). The dynamics of firm creation fuelled by higher education institutions within innovation networks. *Science and Public Policy*, 630-640.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240 – 261
- Teixeira, M. O. (2008). A escala multidimensional de auto-eficácia percebida: Um estudo exploratório numa amostra de estudantes do ensino superior. *RIDEP*, 25 (1), 141–157.
- Theis, V., & Schreiber, D. (2015). Análise das práticas ambientais em atividade de inovação de produtos e processos. *Sustentabilidade em Debate*, 6(2), 155-170.
- Vale, G. M. V. (2014). Empreendedor: Origens, concepções teóricas, dispersão e integração. *Revista de Administração Contemporânea [online]*, 18(6), 874-891.
- Valencia, F. A. M., Restrepo, I. A. M., & Restrepo, J. M. V. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración, Universidad del Valle*, 30(51), 89-99.
- Volkman, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education: Entrepreneurship studies—an ascending academic discipline in the twenty-first century. *Higher Education in Europe*, 29(2), 177-185.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 387-406.
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.
- Zhao, H., (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.
- Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 82–91.

ANEXOS

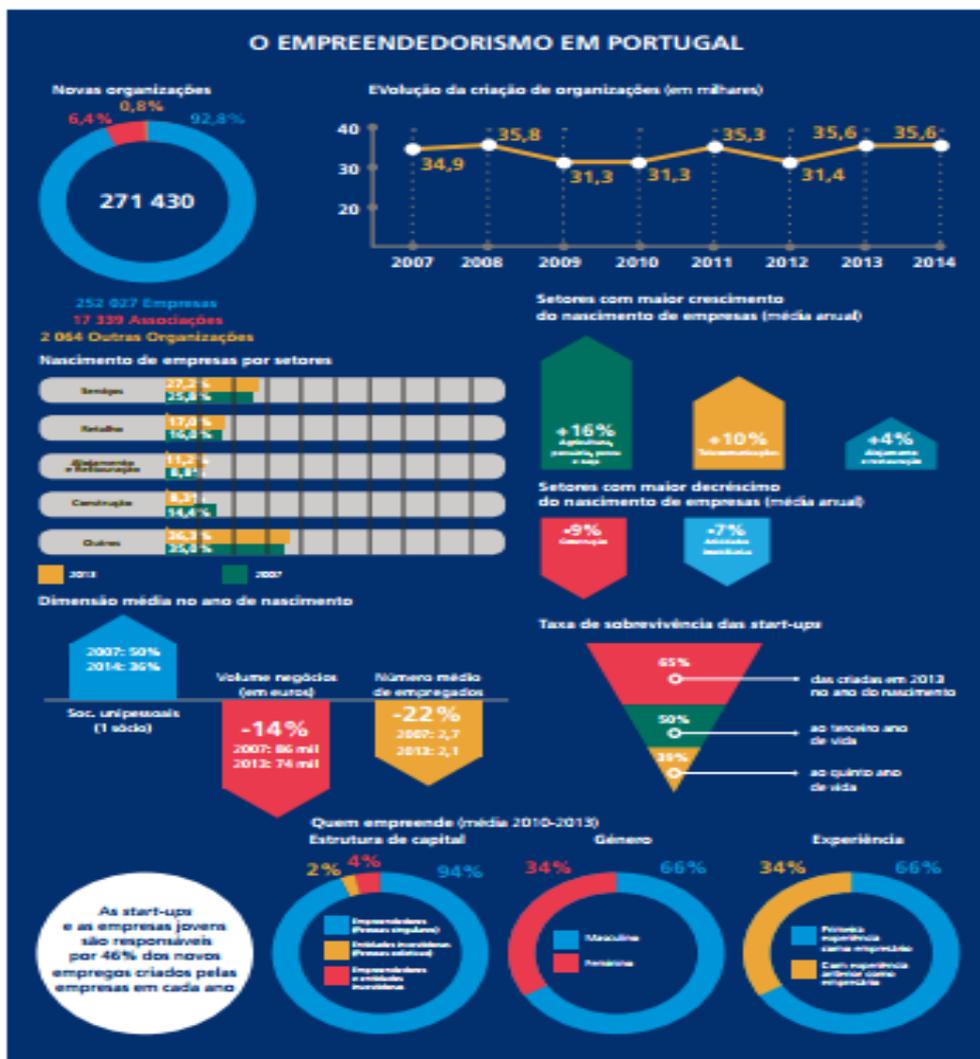


Figura 4: O empreendedorismo em Portugal

Fonte: Informa D&B - Serviço de Gestão de Empresas Sociedade Unipessoal, Lda.

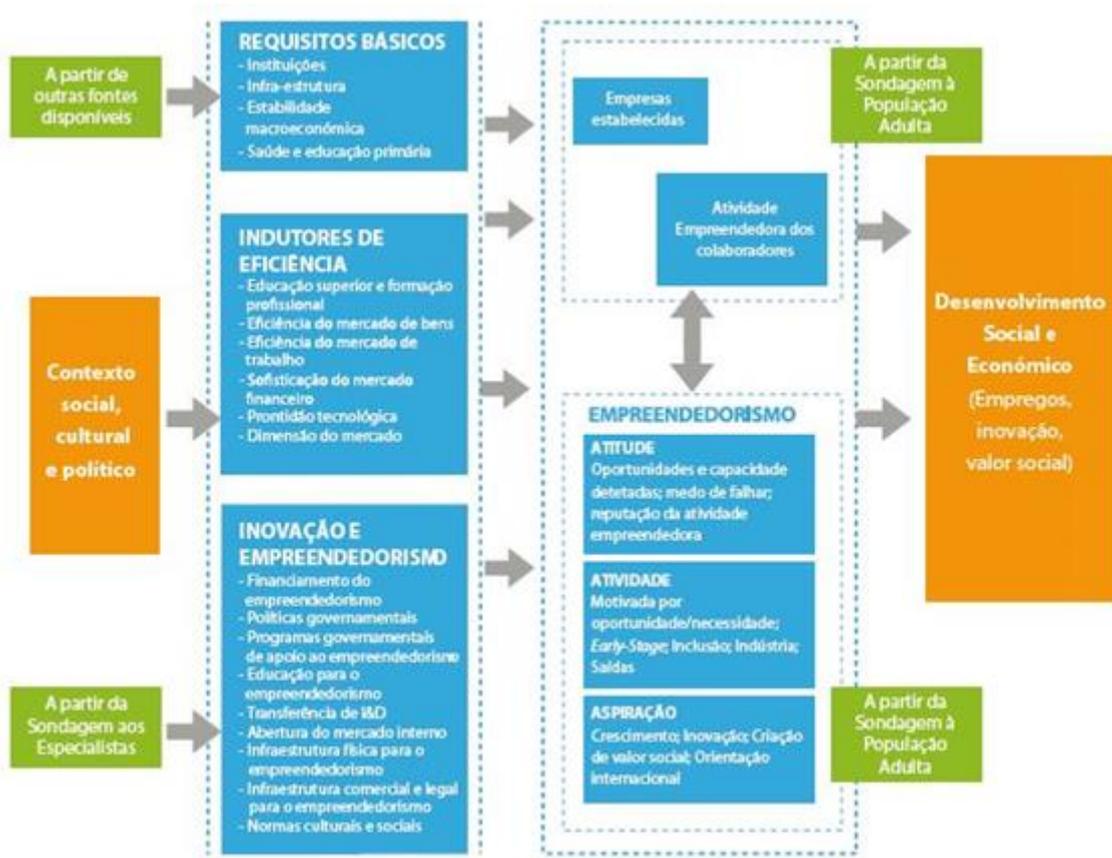


Figura 5: Modelo GEM
 Fonte: Gera, Global Report, 2012

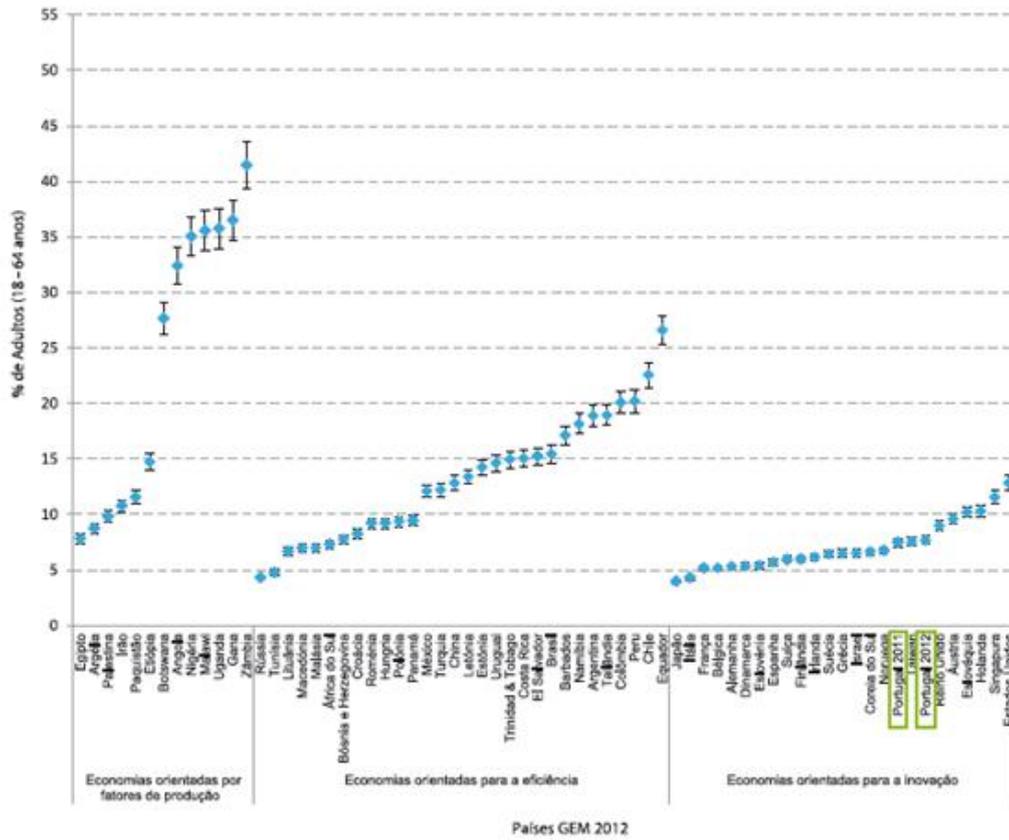


Figura 6: Taxa de Atividade Empreendedora *early-stage* (TEA)

Fonte: Gera, Global Report, 2012

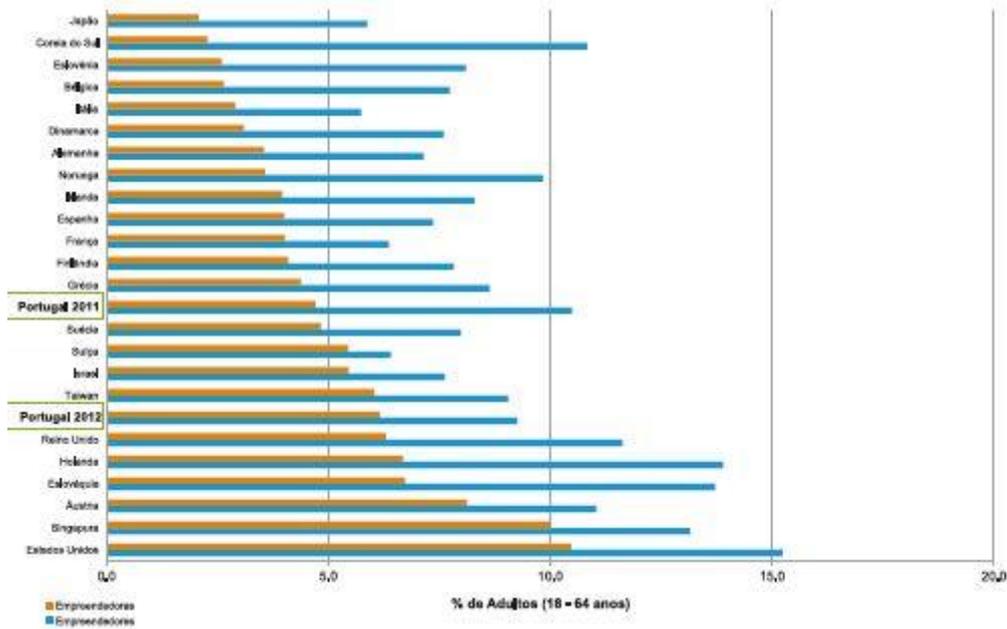
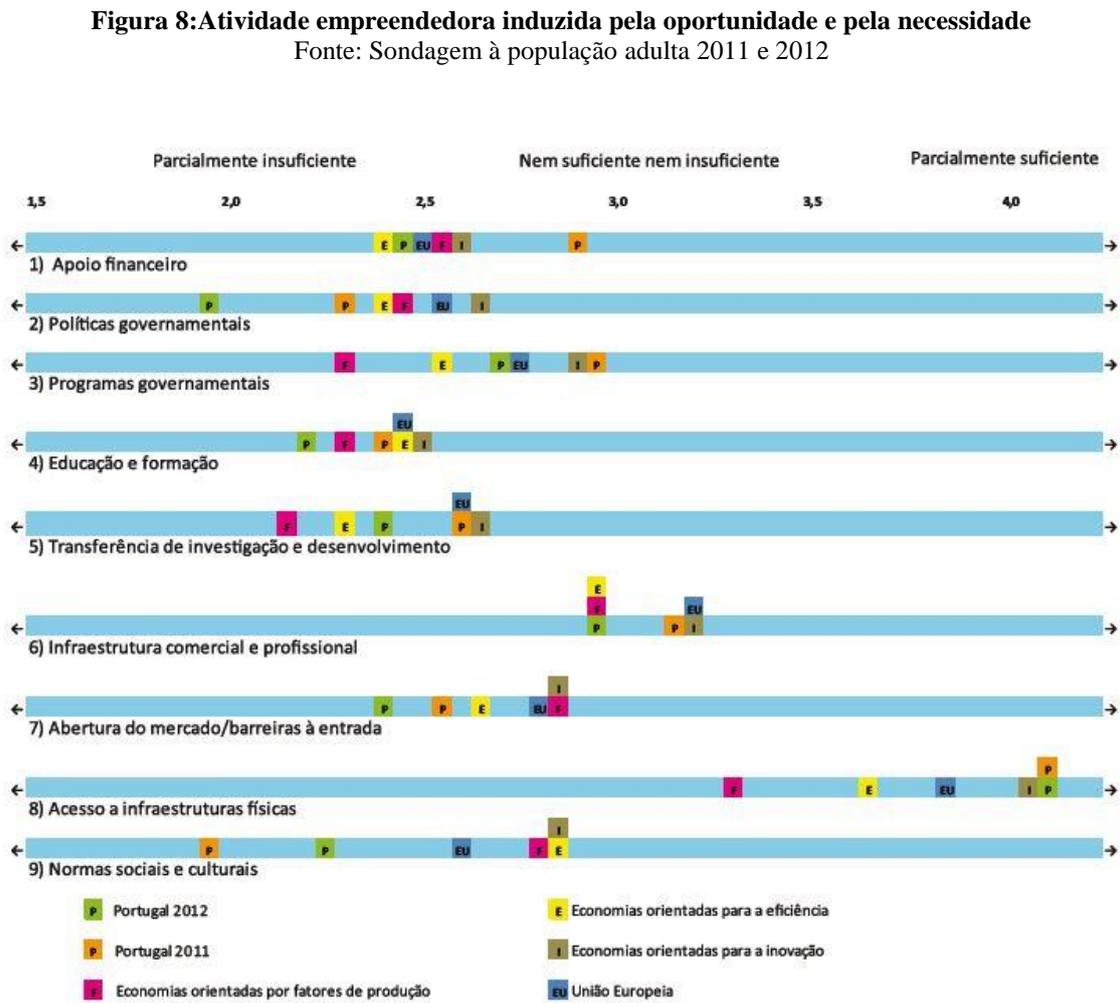
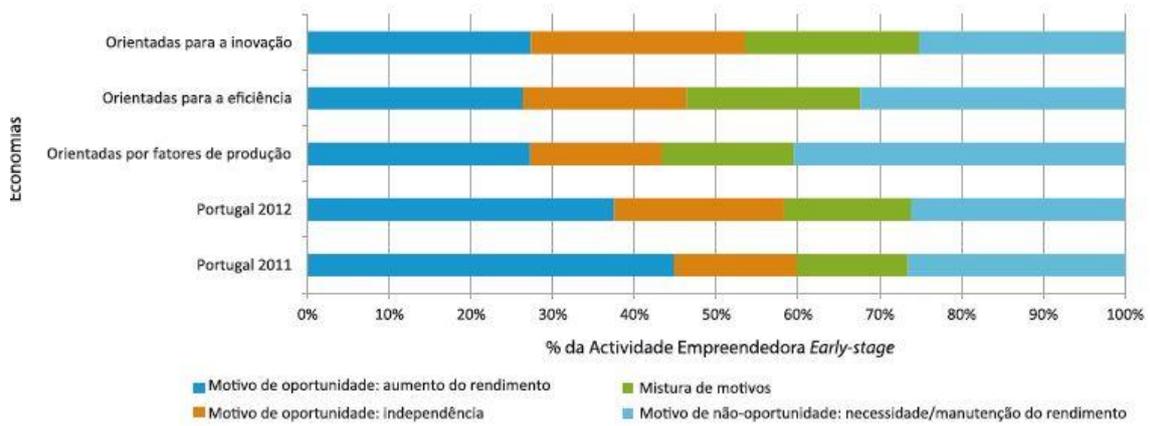


Figura 7: Taxa TEA por género

Fonte: Sondagem à população adulta 2011 e 2012



Quadro 13: Idade

	N	Mínimo	Máximo	M	DP
Idade	289	18	53	22,82	4,620
N válido (de lista)	289				

Quadro 14: Curso

	Frequência	%	% válida	% acumulativa
Qualidade Alimentar	29	10,0	10,0	10,0
Engenharia do Ambiente	14	4,8	4,8	14,8
Biotecnologia	15	5,2	5,2	20,0
Engenharia Mecânica	42	14,5	14,5	34,5
Engenharia Civil	18	6,2	6,2	40,7
Ciências Biomédicas Laboratoriais	26	9,0	9,0	49,7
Imagem Médica e Radioterapia	46	15,9	15,9	65,5
Farmácia	27	9,3	9,3	74,8
Gestão de Empresas	45	15,5	15,5	90,3
Contabilidade e Auditoria	9	3,1	3,1	93,4
Informática de gestão	12	4,1	4,1	97,6
Contabilidade e Gestão Pública	2	,7	,7	98,3
Saúde Ambiental	5	1,7	1,7	100,0
Total	290	100,0	100,0	

Quadro 15: Tem empresários na família?

Tem empresários na Família)	Frequência	%	% válida	% acumulativa
Não	180	62,1	62,1	62,1
Sim	110	37,9	37,9	100,0
Total	290	100,0	100,0	

Quadro 16: Grau parentesco

Grau de Parentesco	Frequência	%	% válida	% acumulativa
Pai	48	16,6	44,9	44,9
Pai e Mãe	8	2,8	7,5	52,3
Mãe	9	3,1	8,4	60,7
Padrasto	1	,3	,9	61,7
Tio/Tia	30	10,3	28,0	89,7
Primo/Prima	6	2,1	5,6	95,3
Irmã/Irmão	1	,3	,9	96,3
Avô /Avó	2	,7	1,9	98,1
o próprio	1	,3	,9	99,1
Marido/Mulher	1	,3	,9	100,0
Total	107	36,9	100,0	
Ausente	Sistema	183	63,1	
Total		290	100,0	

Quadro 17: Teste de KMO e Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		,915
	Qui-quadrado aprox.	1730,170
Teste de esfericidade de Bartlett	df	45
	Sig.	,000

Quadro 18: Valores da média, do desvio-padrão e das correlações (Pearson) da escala de Auto-eficácia Académica e das 5 dimensões da escala de Auto-eficácia Empreendedora (N=282)

	X	DP	A-E	F1	F2	F3	F4	F5
A-E	48.40	8.25	-					
F1_Desenvolver novos produtos e oportunidades mercado	19.20	3.27	.489*	-				
F2_Desenvolver ambiente inovador	19.20	3.52	.519*	.772*	-			
F3_Iniciar contactos investidores	24.26	4.17	.486*	.732*	.756*	-		
F4_Gerir recursos humanos	19.57	3.24	.508*	.682*	.659*	.754*	-	
F5_Trabalhar sob stress	9.75	1.96	.467*	.559*	.554*	.604*	.660*	-

* $p < .000$ **Quadro 19: Correlações item-total e Coeficientes de alfa**

	Média de escala se item for excluído	Variância de escala se item for excluído	Correlação de item total corrigida	Correlação múltipla ao quadrado	Alfa Cronbach se item for excluído
AE01_Considero-me suficientemente capacitado para enfrentar com êxito qualquer tarefa escolar.	43,08	55,976	,645	,579	,876
AE02_Penso que tenho grandes capacidades para compreender bem e com rapidez uma matéria.	43,18	54,978	,756	,668	,869
AE03_Sinto-me com confiança para abordar situações que ponham à prova a minha capacidade escolar.	43,35	54,713	,752	,650	,869
AE04_Tenho a convicção de que posso fazer exames excelentes.	43,56	54,047	,763	,617	,868
AE05_Pouco me importa que os professores sejam exigentes e duros, pois confio muito nas minhas próprias capacidades escolares.	43,98	54,906	,539	,335	,884
AE06_Creio que sou uma pessoa bastante capacitada e competente na minha vida escolar.	43,38	54,782	,727	,639	,870
AE07_Se eu quiser, creio que tenho as capacidades suficientes para obter um bom desempenho escolar.	42,83	55,809	,659	,584	,875
AE08_Penso que posso passar de ano com bastante facilidade e, inclusive, conseguir boas notas.	43,22	53,354	,770	,654	,867
AE09_Sou daquelas pessoas que não necessita de estudar para fazer uma disciplina ou passar de ano.	44,76	58,455	,231	,206	,920
AE10_Creio que estou preparado e bastante capacitado para conseguir muitos êxitos escolares.	43,40	54,491	,750	,605	,869

	1	2	3	4	5	6	7				
	Totalmente incapaz	Bastante incapaz	Pouco incapaz	Nem incapaz, nem capaz	Muito capaz	Bastante capaz	Totalmente capaz				
11					1	2	3	4	5	6	7
12					1	2	3	4	5	6	7
13					1	2	3	4	5	6	7
14					1	2	3	4	5	6	7
15					1	2	3	4	5	6	7
16					1	2	3	4	5	6	7
17					1	2	3	4	5	6	7
18					1	2	3	4	5	6	7
19					1	2	3	4	5	6	7
20					1	2	3	4	5	6	7
21					1	2	3	4	5	6	7
22					1	2	3	4	5	6	7
23					1	2	3	4	5	6	7
24					1	2	3	4	5	6	7
25					1	2	3	4	5	6	7
26					1	2	3	4	5	6	7
27					1	2	3	4	5	6	7

As afirmações que a seguir vai encontrar estão relacionadas com o que pode pensar sobre *alguns aspectos da sua vida académica*. Leia atentamente cada uma delas e faça um círculo em volta do número que melhor corresponde aquilo que pensa ou acredita. Utilize a seguinte chave de resposta:

1	2	3	4	5	6	7
Discordo fortemente	Discordo moderadamente	Discordo ligeiramente	Nem discordo, nem concordo	Concordo ligeiramente	Concordo moderadamente	Concordo fortemente

28					1	2	3	4	5	6	7
29					1	2	3	4	5	6	7
30					1	2	3	4	5	6	7
31					1	2	3	4	5	6	7
32					1	2	3	4	5	6	7
33					1	2	3	4	5	6	7
34					1	2	3	4	5	6	7
35					1	2	3	4	5	6	7
36					1	2	3	4	5	6	7
37					1	2	3	4	5	6	7

	Muito mal						Muito bem
38	1	2	3	4	5	6	7

	Nunca						Sempre
39	1	2	3	4	5	6	7

Das seguintes estruturas de apoio aos estudantes para a criação de uma empresa, indique a importância que atribui a cada um deles.

	Nada importante						Muito importante
40	1	2	3	4	5	6	7
41	1	2	3	4	5	6	7
42	1	2	3	4	5	6	7
43	1	2	3	4	5	6	7
44	1	2	3	4	5	6	7
45	1	2	3	4	5	6	7
46	1	2	3	4	5	6	7

47) Se pensasse em apoios que necessita para criar a sua empresa, qual indicaria? _____

Terminou o questionário. Obrigada pela sua colaboração.