

# Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora

Pedro Manuel Rodrigues de Carvalho

*Instituto Politécnico de Castelo Branco, Escola Superior de Gestão*

Luis González

*Universidad de Salamanca, Facultad de Economía y Empresa*

**Resumo.** O objectivo deste estudo é o de investigar a intenção empreendedora. Tendo em conta a revisão bibliográfica, foi desenvolvido um modelo sobre as características pessoais dos empresários, fundamentado na teoria sobre o *entrepreneurship*. O modelo de investigação inclui os seguintes elementos: antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, auto-eficácia empreendedora e envolvente institucional. No capítulo sobre as conclusões deste estudo são apresentadas as implicações teóricas e práticas, assim como as limitações e sugestões para futuras investigações.

*Palavras-chave:* *Entrepreneurship*, características pessoais dos empresários, intenção empreendedora.

## Introdução

As empresas são um dos factores mais importantes para o progresso económico e social de uma localidade ou região, sendo hoje em dia uma das principais soluções para o problema do desemprego. É difícil imaginar-se uma sociedade avançada sem uma florescente actividade empresarial, onde os empresários como agentes empreendedores desempenham um papel fundamental. Por outro lado, Pereira (1991) considera que, à incapacidade das economias para criar novos empregos em número suficiente para a satisfação das necessidades de uma população activa crescente, aliam-se as supressões massivas de emprego em sectores e empresas em reestruturação ou compressão de efectivos, com amplitude variável de país para país.

---

Endereço: Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Largo do Município, 6060 Idanha-a-Nova, Portugal. E-mail: [pmrc@aeiou.pt](mailto:pmrc@aeiou.pt)

A criação de novas empresas, em muitos países, é vista como um factor importante para o desenho de estratégias de recuperação e crescimento económico (Birley, 1989). Deste modo, Lumpkin e Ireland (1988) consideram que as novas empresas nos Estados Unidos da América são um importante mecanismo para a criação de empregos, apesar de neste país uma grande parte dos negócios fecharem no primeiro ano de vida. Contudo, verifica-se também que nos Estados Unidos da América o número de empresas tem vindo a aumentar em consequência do excesso acumulado de criação de empresas sobre a extinção das mesmas (Samuelson & Nordhaus, 1988).

As instituições de ensino superior detêm em seu poder um conjunto de conhecimentos e sabedoria indispensáveis para formar pessoas competentes (Goñi Gaztelu, 1999). Segundo Ussman e Postigo (2000) o fomento à actividade empresarial promove o auto-emprego como alternativa de carreira ao mesmo tempo que proporciona aos jovens competências requeridas para a criação de empresas. Deste modo, as instituições de ensino superior devem apostar na formação orientada para a criação de empresas, onde os alunos são potenciais criadores.

Parece, deste modo, interessante investigar a figura do aluno como potencial empresário, como uma pessoa que identifica uma oportunidade, cria um novo negócio e é capaz de reunir os recursos necessários face ao risco e incerteza, com a finalidade de obter lucro e fazer crescer o negócio (Scarborough & Zimmerer, 1993). Estes potenciais empresários podem englobar-se na categoria dos empreendedores ou fundadores de negócios, sendo fundamental para o sucesso das suas empresas terem competências para o entrepreneurship, ou seja, estes devem ser pessoas com uma forte intenção empreendedora e, ao mesmo tempo, deve reunir determinadas características individuais para o desempenho da função empresarial.

Podemos concluir que nos últimos anos tem vindo a aumentar o interesse pelo estudo da intenção empreendedora (Krueger, 1993; Krueger & Carsrud, 1993; Krueger & Brazeal, 1994; Davidsson, 1995; Krueger, Reilly & Carsrud, 1995; Reitan, 1996; Niittykangas & Laukkanen, 1996; Kolvereid, 1996; Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt, 1997; Rubio López, Córdón Pozo & Agote Martín, 1999; Summers, 1999; Audet, 2000; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000; Raijman, 2001; Brice, 2002).

O nosso estudo tem como finalidade continuar esta linha, principalmente porque o modelo proposto nesta investigação incorpora vários factores que influenciam a intenção empreendedora. Deste modo, o objectivo geral deste trabalho de investigação é produzir um conjunto de informações base, com a finalidade de elaborar um modelo explicativo sobre a intenção empreendedora aplicado aos alunos do ensino superior, onde são apresentados também os instrumentos, que consideramos serem mais convenientes para a avaliação dos diversos factores considerados no modelo.

### **Modelo sobre a intenção empreendedora**

O modelo proposto visa identificar os factores determinantes da intenção empreendedora. Segundo Bird (1988) a intenção pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta. Podemos então con-

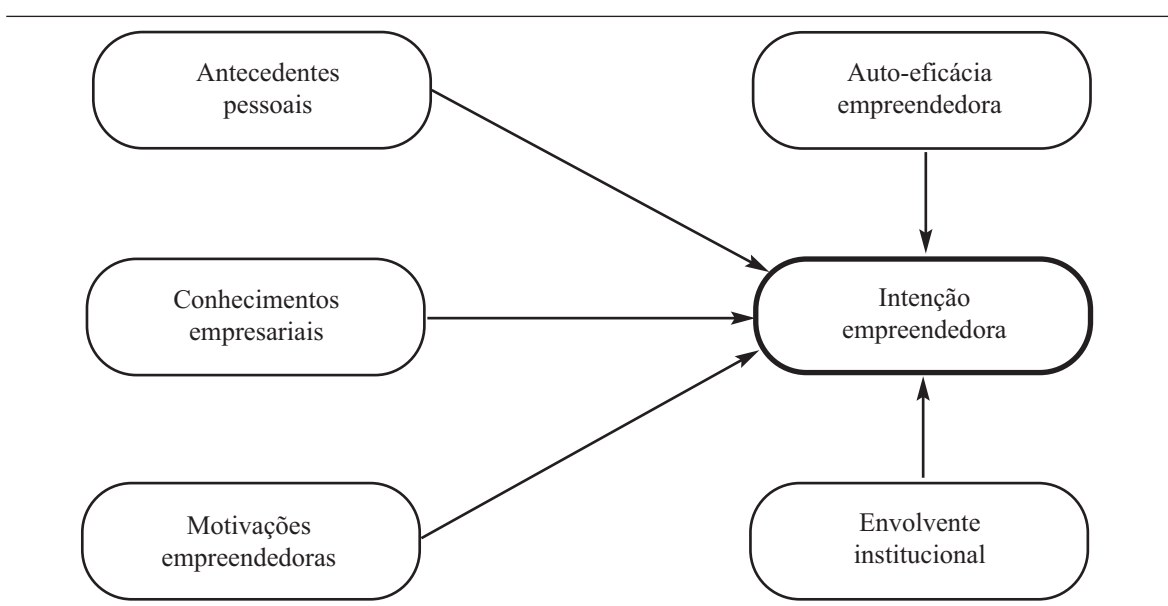
siderar que a concretização da ideia de criar uma nova empresa é precedida pela intenção, a qual por sua vez pode ser planeada durante algum tempo, porém, em alguns casos a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia, e noutros casos, a intenção nunca coincide com a realização do comportamento. Assim, a análise da intenção empreendedora pode ser assumida como servindo para prever, embora de forma imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação a fundar a sua própria empresa (Davidsson, 1995).

De acordo com o objectivo deste trabalho, esta investigação tem de ser aplicada numa envolvente onde possam existir potenciais empresários, sendo um exemplo ideal demonstrativo desta situação as instituições de ensino superior, porque nestas os estudantes passam parte do caminho que antecede a sua entrada no mercado de trabalho. Por outro lado, as preferências em termos de carreira dos alunos do ensino superior podem ser influenciadas por vários factores, e tal como refere Trice (1991), podemos considerar que as aspirações profissionais dos adolescentes permitem prever de uma forma significativa uma eventual escolha profissional futura.

O presente modelo conceptual foi desenvolvido com base numa revisão da literatura sobre os conhecimentos empresariais, características pessoais dos empresários, intenções empreendedoras, e teve em conta principalmente os modelos de Spencer e Spencer (1993), Ajzen (1991), Shapero (1982), Davidsson (1995) e Autio, Keeley, Klofsten e Ulfstedt (1997). Em termos gerais este modelo foi construído tendo em conta os estudantes do ensino superior e os aspectos ligados à criação da empresa e ao desempenho da função empresarial.

Assim, o modelo base do nosso estudo é o apresentado na Figura 1.

*Figura 1. Modelo sobre a intenção empreendedora*



*Fonte:* Elaboração própria.

Tendo em conta o modelo proposto, a seguir apresentamos o significado de cada um dos elementos que compõem o modelo: antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, auto-eficácia empreendedora, envolvente institucional e intenção empreendedora.

## **Desenvolvimento do modelo**

### *Antecedentes pessoais*

Podemos considerar que existe uma relação importante entre determinadas variáveis referentes aos antecedentes pessoais e o comportamento empreendedor (Stanworth, Blythe, Granger & Stanworth, 1989). Além dos traços próprios de personalidade de cada indivíduo, diversas investigações põem em relevância outros factores de natureza socio-demográfica que podem influenciar o comportamento empreendedor (Rubio López, Cordón Pozo & Agote Martín, 1999). Mais concretamente, os que interessam na nossa investigação foram os elementos académicos, os elementos demográficos e a envolvente familiar e social.

A formação académica dos empresários é também um tema que tem merecido especial atenção na literatura relacionada com a criação de empresas (Brockhaus, 1982; Cooper & Dunkelberg, 1984; Jacobowitz & Vidler, 1982; DeCarlo & Lyons, 1979; Hisrish & Bruschi, 1983; Gasse, 1982). Podemos também encontrar na literatura um conjunto de variáveis que têm uma aplicação específica no contexto estudantil, como são exemplo a área científica, o ano frequentado pelo aluno e o seu estatuto de estudante.

O resultado verificado nos estudos onde se analisa a relação entre o nível de educação do empresário e o *entrepreneurship* é controverso (Davidsson, 1989; Storey, 1994). Na Suécia verifica-se que, em média, os fundadores de empresas tem tradicionalmente um nível educacional baixo. Contudo, neste país nos últimos anos os fundadores de novas empresas já apresentam um nível de educação mais elevado (Wärneryd, Davidsson & Wahlund, 1987). Nos EUA os dados revelam que quanto maior é o nível de educação menor é o interesse para seguir uma carreira empresarial (Reynolds, 1995; Reynolds & Miller, 1990). Podemos, contudo, estabelecer uma relação positiva entre o nível de educação e a intenção empreendedora, embora devesse ser reconhecido que tal relação pode estar dependente do custo de oportunidade (Wärneryd, Davidsson & Wahlund, 1987), ou seja, as pessoas com um nível educacional mais elevado podem ter melhores hipóteses de conseguirem atingir as suas metas pessoais não só como empresários, mas também como trabalhadores por conta de outrem. Uma outra perspectiva é apresentada por Veciana (1989a), segundo a qual os empresários normalmente deixaram de frequentar a escola quando eram ainda bastante jovens. Este autor considera ainda que o nível de formação não é uma característica peculiar que distinga o empresário do resto da população, nem é uma garantia do sucesso da empresa, embora a formação seja necessária.

Como vimos, as investigações revelam que não é estritamente necessário ter um nível de edu-

cação elevado para criar um negócio. Contudo, constata-se que um maior nível educativo, e especialmente se relacionado com o campo das ciências empresariais, pode pressupor uma vantagem de base para o potencial empresário (Hisrich, 1990). Em concreto, cabe esperar que os futuros alunos diplomados na área científica relacionada com as ciências empresariais manifestem uma maior propensão empreendedora.

Algumas investigações têm mostrado que a criação de uma empresa é valorizada e perspectivada como carreira de futuro por alunos do ensino superior (Brenner, Pringle & Greenhaus, 1991). Os estudantes do ensino superior têm de tomar a decisão acerca de qual vai ser a sua carreira profissional futura, muitas vezes antes de ficarem graduados (Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt, 1997), o que nos permite estabelecer uma relação entre o ano frequentado e a intenção empreendedora. Em concreto, cabe esperar que os alunos dos últimos anos manifestem uma maior propensão à criação de empresas.

Convém acrescentar que o estatuto de estudante pode ter influência na intenção empreendedora, uma vez que a experiência profissional pode funcionar como um factor bastante importante na criação de empresas. Em concreto, cabe esperar que os alunos que sejam trabalhadores e estudantes manifestem uma maior propensão à criação de empresas.

Podemos encontrar na literatura um conjunto de variáveis sobre a informação acerca dos empresários, como são por exemplo a idade, o sexo, a situação como filho, a origem e a experiência profissional anterior.

Os estudos sobre o tema têm vindo a demonstrar que a idade é uma variável importante para determinar a propensão para fundar uma empresa (Brockhaus, 1982; Reynolds, 1995). A pessoa que toma a decisão de converter-se em empresário tem uma idade compreendida entre os 25 e 40 anos (Shapiro, 1971). De acordo com o estudo de Petrof (1980) a idade média para a criação de uma empresa é de 30,1 anos. Segundo Davidsson (1995) a idade mais frequente para criar uma empresa situa-se ao redor dos 35 anos.

Em relação ao sexo são muitos os estudos onde se encontram evidências empíricas que mostram a existência de diferenças nos rasgos de personalidade entre sexos, o que pode influenciar a atitude empreendedora (Rubio López, Cordón Pozo & Agote Martín, 1999). No caso da investigação de Brenner (1992), este autor indica que os homens são mais empreendedores e estão mais orientados para a necessidade de realização pessoal. Em termos gerais podemos considerar que os homens tem uma maior propensão a criar empresas, isto tendo em conta os estudos desenvolvidos em vários países (Wit & van Winden, 1989, na Holanda; Reynolds, 1995 nos EUA; Carvalho, 1997 em Portugal, etc.). A justificação deste facto encontra-se nas diferenças entre homens e mulheres em relação à valorização do trabalho (Brenner, Pringle & Greenhaus, 1991) e também em relação às características psicológicas (Sexton & Bowman-Upton, 1990). A variável sexo pode estar relacionada com a convicção para criar uma empresa e, deste modo, ter alguma influência na intenção empreendedora (Davidsson, 1995).

Segundo Petrof (1980) na maior parte dos casos relativamente à situação como filho, verifica-se que o empresário é o irmão mais velho. Em muitas situações também se verifica que os empresários pertencem a famílias muito numerosas, como se pode constatar no estudo de Carvalho (1997) em

que, em média, os empresários tinham três irmãos. Em concreto, cabe esperar que manifestem uma maior propensão para a criação de empresas, os alunos que pertencem a famílias muito numerosas e este seja o irmão mais velho.

Veciana (1989a), por seu lado, considera que as pessoas desempregadas, os imigrantes, certas minorias étnicas e até os próprios estudantes do ensino superior tem dificuldades em encontrar emprego, são pessoas por vezes socialmente marginalizadas e que normalmente se encontram numa posição insegura consequentemente são como que obrigadas a tomar uma decisão sobre o seu futuro profissional, que passa em muitas situações pela criação de uma empresa ou negócio. Encontramos estudos que demonstram que os imigrantes têm um espírito mais competitivo, dão muita importância ao dinheiro e à realização pessoal (Lynn, 1991; Hofstede, 1980), aspectos estes que aprofundaremos de uma forma mais detalhada quando abordarmos as motivações empreendedoras. Em concreto, cabe esperar que a origem dos alunos, e mais concretamente os imigrantes, manifestem uma maior propensão à criação de empresas.

Os estudos apresentam muitas razões para explicar a relação entre a discriminação social e a criação de empresas (Hagen, 1962; Stanworth & Curran, 1973). É provável que estas diferentes explicações sejam em parte verdadeiras, todavia, Hoselitz (1971) e Wilken (1979) referem que as pessoas ou grupos sociais que normalmente são objecto de marginalidade, seja de origem religiosa, cultural ou étnica, tendem a lançar-se na criação de negócio como uma forma de escapar a esta situação. O facto de as pessoas terem também passado por uma mudança radical na sua vivência pode aumentar a probabilidade de fundarem a sua própria empresa (Davidsson, 1995; Reynolds, 1995). Então as pessoas que moraram em vários lugares diferentes deveriam ser mais propensas a fundar os seus próprios negócios do que as outras que não passaram por esta situação.

Os conhecimentos adquiridos com a educação formal, juntamente com experiência profissional anterior, são factores bastante importantes na criação de empresas. Em relação à formação, o facto de se obterem mais conhecimentos e habilidades por parte das pessoas pode incrementar a sua capacidade para conceber e iniciar actividades produtivas (Hagen, 1968). A experiência profissional como trabalhador por conta de outrem vai permitir uma aprendizagem sobre a função empresarial em termos práticos (Gibb, 1993). Segundo este mesmo autor o indivíduo vai aprender por ele próprio, observando as pessoas a fazer as coisas, quando e com quem fazer as coisas; e aprende também a relacionar-se com os clientes, fornecedores, entidades financeiras, etc., tudo num processo de interacção pessoal que vai mais além do que a simples instrução formal. Também existe evidência empírica que demonstra que 64,5% das pessoas que tinham criado um negócio tinham tido dois ou mais empregos anteriormente (Cooper & Dunkelberg, 1984), o que mostra a grande importância da experiência profissional anterior no potencial empresário.

Entre os inúmeros factores apontados na literatura especializada sobre o tema como tendo influência no comportamento empreendedor destacam-se os factores relacionados com os antecedentes familiares (Rubio López, Cordon Pozo & Agote Martín, 1999) e um conjunto de factores sociais (Reynolds, 1991). Podemos encontrar na literatura um conjunto de variáveis que têm uma aplicação específica neste contexto, como são exemplos o facto de haver na família do empresário

antecedentes familiares empreendedores, as habilitações académicas dos pais do empresário e também o nível de rendimento dos pais do empresário.

Existe uma forte evidência empírica que mostra que os empresários fundadores descendem em grande parte de famílias em que alguns dos seus membros, principalmente os pais, foram ou são ainda empresários ou auto-empregados (Collins & Moore, 1970; Cooper & Dumkelberg, 1984; Jacobowitz & Vidler, 1982; Shapero & Sokol, 1982; Wit & van Widen, 1989; Davidsson, 1995; Rubio López, Cordón Pozo & Agote Martín, 1999). Assim, cabe também esperar que os alunos com progenitores ou familiares mais próximos que tenham estado envolvidos em actividades empreendedoras, tenham uma maior probabilidade de virem a ser empresários no futuro (Hisrish, 1990; Kets de Vries, 1996; Grant, 1996), ou seja, podemos considerar que os antecedentes familiares empreendedores podem funcionar como um factor bastante importante na intenção empreendedora.

Uma infância difícil é um dos traços que caracteriza alguns empresários, levando-os a criar uma empresa como forma de fugir à pobreza, à insegurança e ao abandono familiar (Collins & Moore, 1964; Veciana, 1989a). Além desta situação, segundo o estudo de Carvalho (1997), o nível educacional e o nível de rendimento do agregado familiar do empresário fundador na maioria dos casos são bastante baixos. Assim, por este motivo seria interessante analisar as habilitações académicas dos pais do aluno e também o nível de rendimento dos pais do aluno de forma a poder estabelecer-se uma relação com a intenção empreendedora.

### *Conhecimentos empresariais*

Na literatura sobre o tema encontram-se vários estudos com a finalidade de investigar os conhecimentos empresariais, dos quais destacamos os estudos de alguns autores (McClelland, 1987; Mitton, 1989; Adam & Chell, 1993; Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993; Martín & Staines, 1994; Snell & Lau, 1994; Thompson, Stuart & Lindsay, 1996; Gasse, d'Amboise, Simard & Lasker, 1997; Lau, Chan, & Man, 1999; Man, 2001). Estes trabalhos sobre empresários abordam fundamentalmente a componente das competências necessárias para um desempenho do exercício da actividade empresarial, tendo em conta diversas áreas do conhecimento relacionadas com a gestão de empresas, das quais destacamos a oportunidade, a organização, a estratégia, o relacionamento, o compromisso e o conceptual.

Uma das características mais distintivas do empresário é os seus conhecimentos relacionados com o sentido de oportunidade (Man, 2001). McClelland (1987) refere que se deve observar e agir conforme as oportunidades, sendo então esta uma das características que deve estar presente nos empresários de sucesso. Chandler e Jansen (1992) referem que uma das funções do empresário é a habilidade que este deve ter para identificar e tirar o maior proveito das oportunidades de negócio que vão surgindo. Em Hong Kong, num estudo empírico realizado por Snell e Lau (1994), chegou-se à conclusão que a rapidez que o empresário tem para aproveitar as oportunidades de negócio que vão surgindo é uma característica muito importante para o crescimento da sua empresa. Estas competências são semelhantes às identificadas pelo economista austríaco Kirzner (1979), em que a visão por parte do empresário de novas oportunidades de negócio é considerada como sendo

um factor muito importante no processo de *entrepreneurship*. Outro aspecto igualmente importante é a atitude proactiva que deve estar presente no empresário, para que este identifique novas oportunidades de negócio, apoiada por uma estratégia de marketing bastante agressiva direccionada para as vendas (Adams & Chell, 1993; Hood & Young, 1993; Lau, Chan, & Man, 1999; Thompson, Stuart & Lindsay, 1996). Deste modo, podemos considerar que esta área do conhecimento está directamente relacionada com a constante procura, identificação e desenvolvimento de novas oportunidades de negócio, sendo esta uma capacidade que o empresário deve ter presente para um bom desempenho da sua actividade empresarial.

Um empresário não trabalha sozinho e, obrigatoriamente, necessita de lidar com as outras pessoas que fazem parte da empresa. Portanto, uma tarefa importante do empresário é tirar o maior partido dos seus contactos e conhecimentos pessoais (Mitton, 1989). Assim, o empresário precisa de desenvolver de forma correcta este aspecto, que pode estar presente na sua capacidade de comunicação, persuasão e nas relações inter-pessoais (McClelland, 1987; Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993; Lau, Chan, & Man, 1999; Gasse, d'Amboise, Simard & Lasker, 1997; McGregor, Tweed, Kolb & Henley-King, 2000). Um estudo recente de Lau, Chan e Man (1999) veio demonstrar a importância da capacidade de relacionamento, que deve estar presente de forma constante nos empresários de PME de Hong Kong, sendo este factor fundamental para o sucesso empresarial. Deste modo, podemos considerar que as capacidades de relacionamento do empresário estão relacionadas com a compreensão por parte deste das outras pessoas que trabalham na empresa, nomeadamente a capacidade para interagir com os colegas, motivar os subordinados e dirigir projectos em equipa.

A área do conhecimento designada por conceptual representa uma categoria de competências que não é facilmente identificável no indivíduo, contudo, é considerada uma competência importante para o sucesso empresarial. A capacidade cognitiva, o pensamento analítico, a aprendizagem, a tomada de decisões e a resolução dos problemas, são aspectos a ter em conta quando se está a fazer uma análise das capacidades ao nível conceptual que devem estar presentes no empresário (Baum, 1994; McClelland, 1987; Bird, 1995; Hood & Young, 1993; Mitton, 1989). Podemos considerar que os empresários podem melhorar o desenvolvimento da função empresarial no futuro. Por exemplo, a capacidade que estes têm de aprender permite levar a cabo a utilização de uma forma mais eficiente dos recursos da empresa (Lau, Chan, & Man, 1999; Snell & Lau, 1994), assim como o pensamento analítico quando o empresário tem que enfrentar situações mais complexas (Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993; Eyre & Smallman, 1998). Convém referir que esta área do conhecimento empresarial também é importante para manter a eficácia e a orientação do empresário (Hunt, 1998; Lau, Chan, & Man, 1999). Da mesma forma os conhecimentos ao nível da estratégia e os conhecimentos necessários ao nível conceptual requerem, por parte do empresário, um nível mais abstracto de capacidades. Deste modo, podemos considerar que as capacidades conceptuais do empresário estão relacionadas com a compreensão por parte deste da interacção entre o meio envolvente e a empresa, nomeadamente a capacidade para ter uma visão alargada das questões, ter uma perspectiva de longo prazo e tomar decisões complexas.

As capacidades que o empresário deve ter ao nível da organização são também um aspecto importante para o bom desempenho da função empresarial. Esta característica distintiva do empresário



está relacionada com os conhecimentos administrativos que este deve ter para poder organizar bem a sua empresa. A este respeito McClelland (1987) refere que a orientação para a eficiência, uma elevada qualidade de trabalho e a formação dos trabalhadores deveriam ser factores fundamentais para uma boa administração das várias áreas funcionais numa PME, para deste modo a manter a funcionar de uma forma eficaz. Chandler e Jansen (1992) referem a importância da função administrativa para um bom desempenho da função empresarial. Num estudo desenvolvido em Hong Kong, Snell e Lau (1994) identificaram os factores que são necessários para o desempenho da função empresarial e que devem estar relacionados com os conhecimentos de gestão financeira e de gestão de recursos humanos. De facto, a gestão do pessoal é uma área do conhecimento bastante importante que deve estar presente no administrador de uma PME e que requer por parte deste capacidades de liderança, delegação e aprendizagem (Gasse, d'Amboise, Simard & Lasker, 1997; Martin & Staines, 1994), bem como habilidades para trabalhar com o pessoal da empresa (Chandler & Jansen, 1992; Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993). Podemos considerar que, em geral, as competências da organização são semelhantes às competências administrativas ou de gestão identificadas na literatura (Boyatzis, 1982; Woodruffe, 1992; Cockerill, Hunt & Schroder, 1995; Evers & Rush, 1996).

Partindo do pressuposto que o empresário tem como função principal a direcção da empresa no seu todo, logo, exige-se por parte deste uma visão bastante alargada do seu negócio (Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993; Mitton 1989; Snell & Lau, 1994; Thompson, Stuart & Lindsay, 1996), capacidades para definir bem quais são os objectivos da sua empresa (Snell & Lau, 1994) e, por conseguinte, formular e implementar estratégias em conformidade com os objectivos do seu negócio. A estratégia é o conjunto de decisões e acções da empresa que, de uma forma consistente, visam proporcionar aos clientes mais valor que o oferecido pela concorrência (Freire, 1999). Assim, para um bom desempenho da função empresarial é necessário ter capacidades para liderar a elaboração do planeamento estratégico da empresa (Bird, 1995; McClelland, 1987; Lau, Chan, & Man, 1999). Os investigadores Lau, Chan e Man (1999) consideram que a capacidade para implementar o planeamento estratégico numa empresa, assim como a habilidade para lidar com as várias áreas funcionais que foram definidas como estratégicas para a empresa, são fundamentais para o desempenho da função empresarial. Em resumo, esta área do conhecimento empresarial é fundamental porque obriga o empresário a ter capacidades e habilidades numa perspectiva de visão alargada e de longo prazo.

Os empresários de sucesso são caracterizados normalmente como pessoas diligentes e com uma atitude responsável no seu trabalho, ou seja, eles têm um elevado rigor para com os seus compromissos, sendo pessoas determinadas e dedicadas e têm uma atitude proactiva relativamente às suas responsabilidades e deveres. Os empresários que possuem esta capacidade terão então um forte espírito de missão (Mitton, 1989). Esta área do conhecimento também poderá estar relacionada com o motivo de realização de McClelland (1961) e que posteriormente vem referida em vários estudos (Durkan, Harrison, Lindsay & Thompson, 1993; Eyre & Smallman, 1998; Hood & Young, 1993; Martin & Staines, 1994). Outro aspecto que convém referir, relativamente a esta área do conhecimento, é a iniciativa ou orientação proactiva, que leva os empresários a desenvolverem determinadas acções que prevêm de alguma forma os acontecimentos (McClelland, 1987). Podemos então

considerar que é necessário um grande sentido de responsabilidade, sendo esta uma capacidade que deve estar presente no empresário para o bom desempenho da função empresarial.

Convém referir que, se compararmos a grande quantidade de estudos no campo dos conhecimentos sobre gestão, verificamos que o estudo dos conhecimentos para o desempenho da função empresarial ainda está emergindo (Man, 2001). Enquanto a maioria dos estudos tende apenas a abordar e identificar os vários tipos de conhecimentos empresariais, apenas alguns estudos analisam o desempenho da empresa (Baum, 1994; McClelland, 1987; Chandler & Hanks, 1994a). Na sua investigação McClelland (1987) apenas investigou os empresários com um elevado nível de desempenho, contudo, encontramos outros estudos empíricos desenvolvidos por Chandler e Hanks (1994a) e Baum (1994) que analisaram os efeitos do nível dos conhecimentos empresariais no desempenho da empresa.

De acordo com a análise que fizemos sobre as diversas áreas do conhecimento, podemos considerar que é razoável acreditar que os conhecimentos exigidos para o desempenho da função empresarial têm um âmbito mais abrangente do que, por exemplo, as funções do simples gestor empresarial. O empresário é responsável pelas decisões mais importantes na empresa, assim deve mostrar um elevado nível de conhecimentos para aproveitar as boas oportunidades de negócio, para relacionar-se com os outros, para ter capacidade de liderança, para correr riscos, para desempenhar funções de gestão, para implementar o planeamento estratégico na empresa e para assumir compromissos. Assim, podemos considerar que com estes conhecimentos empresariais é possível construir uma empresa de sucesso.

Deste modo, foram incluídas no modelo seis áreas de conhecimentos empresariais (Quadro 1). Por conseguinte, agrupamos os conhecimentos empresariais de acordo com o instrumento de avaliação apresentado por Man (2001).

Podemos então supor que quanto mais (menos) elevados forem os conhecimentos empresariais maior (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa, porque este sente-se melhor (pior) preparado para o desempenho da função empresarial.

### *Motivações empreendedoras*

Na literatura sobre o tema encontram-se vários estudos com a finalidade de investigar os motivos que levam os empresários a criarem a sua própria empresa (Quadro 2). Por conseguinte, agrupamos assim quatro motivações empreendedoras, de acordo com os trabalhos de Dubini (1988), Scheinberg e MacMillan (1988), Alänge e Scheinberg (1988), Jesuíno, Reis e Cruz (1988), Carvalho (1997), e Pereira (2001).

Estes trabalhos sobre empresários abordam fundamentalmente a componente das competências relacionada com as motivações para criarem o seu próprio negócio, tendo em conta quatro factores motivacionais, dos quais destacamos a necessidade de independência, a necessidade de desenvolvimento pessoal, a percepção da instrumentalidade da riqueza e a necessidade de aprovação.

O empresário é caracterizado pela sua resistência a trabalhar em organizações hierárquicas, sujeito a uma autoridade, sentindo então a necessidade de criar a sua própria empresa (Collins &

Quadro 1  
*Instrumento para a avaliação dos conhecimentos empresariais*

---

<b>Factores</b>	<i>Se eu fosse proprietário/sócio de uma empresa/negócio, considero ter habilidades e conhecimentos para...</i>
<b>Oportunidade</b>	I01: Identificar as necessidades dos clientes I02: Satisfazer de forma eficaz as necessidades dos clientes I03: Desenvolver novos produtos e serviços I04: Identificar boas oportunidades de negócio
<b>Relacionamento</b>	I05: Me relacionar facilmente com o pessoal da empresa I06: Negociar I07: Interagir com os outros I08: Estabelecer bons contactos pessoais I09: Entender as necessidades dos outros I10: Comunicar de forma correcta
<b>Conceptual</b>	I11: Aplicar na empresa as minhas próprias ideias I12: Pôr em prática ideias inovadoras na empresa I13: Correr riscos relacionados com o trabalho I14: Lidar com determinadas situações arriscadas I15: Enfrentar os problemas de diferentes formas I16: Explorar novas ideias para aplicar futuramente na empresa I17: Enfrentar os problemas como sendo oportunidades
<b>Organização</b>	I18: Planear as operações do negócio I19: Fazer o planeamento dos diferentes recursos da empresa I20: Manter a empresa a funcionar com bons resultados I21: Gerir os vários recursos da empresa I22: Coordenar tarefas I23: Supervisionar os subordinados I24: Liderar I25: Gerir o pessoal da empresa I26: Motivar o pessoal da empresa I27: Delegar tarefas
<b>Estratégia</b>	I28: Identificar os problemas e oportunidades a longo prazo I29: Elaborar o plano estratégico da empresa I30: Organizar o trabalho em função dos objectivos da empresa I31: Estruturar a empresa I32: Decidir de acordo com o plano estratégico da empresa I33: Definir tarefas I34: Avaliar os progressos alcançados tendo em conta os objectivos definidos I35: Analisar os resultados da empresa I36: Tomar decisões estratégicas para a empresa
<b>Compromisso</b>	I37: Implementar na empresa novas áreas de negócio I38: Não deixar a empresa entrar em declínio I39: Controlar o funcionamento da empresa I40: Definir os objectivos da empresa a longo prazo

---

*Fonte:* Adaptado a partir de Man (2001).

Quadro 2  
*Instrumento para a avaliação das motivações empreendedoras*

Factores	<i>Eu gostava de criar a minha própria empresa/negócio para...</i>	Autor(es) <sup>a</sup>					
		1	2	3	4	5	6
<b>Necessidade de independência</b>	I41: Pôr em prática as minhas próprias ideias					*	*
	I42: Ter mais autonomia no trabalho					*	*
	I43: Ter uma maior flexibilidade na vida privada	*	*	*	*		*
	I44: Tirar vantagens das novas tecnologias		*	*	*		
<b>Necessidade de desenvolvimento pessoal</b>	I45: Implementar um negócio de sucesso		*	*	*	*	
	I46: Implementar um negócio inovador	*	*	*			*
	I47: Realização pessoal	*					
<b>Percepção da instrumentalidade da riqueza</b>	I48: Ter mais rendimentos	*	*	*	*		
	I49: Ser rico	*	*	*	*	*	
	I50: Fugir ao desemprego				*		
	I51: Ter mais segurança no futuro	*					*
	I52: Beneficiar de subsídios para a criação de uma empresa		*	*	*	*	
<b>Necessidade de aprovação</b>	I53: Ganhar prestígio na sociedade	*	*	*	*		*
	I54: Realizar algo e ser reconhecido por isso		*	*	*		
	I55: Ter mais influência na sociedade	*	*	*	*		*
	I56: Ser mais respeitado pelos meus amigos e colegas	*	*	*	*		*
	I57: Seguir o exemplo de empresários que admiro	*	*	*	*	*	*
	I58: Dar continuidade à tradição empresarial da minha família	*					*

<sup>a</sup> 1 – Dubini (1988); 2 – Scheinberg & MacMillan (1988); 3 – Alänge & Scheinberg (1988); 4 – Jesuíno, Reis & Cruz (1988); 5 – Carvalho (1997); 6 – Pereira (2001)

Fonte: Elaboração própria

Moore, 1964; Shapero, 1975; Genesca & Veciana, 1984). Segundo Veciana (1989a) o desejo de independência está associado à realização pessoal, à possibilidade de pôr em prática as próprias ideias, assim como de criar o próprio negócio. A necessidade de autonomia ou independência é um dos motivos empreendedores que aparecem mais frequentemente citados nos estudos (Bamberger, 1986; Cromie, 1988; Hamilton, 1988; Scheinberg & MacMillan, 1988; Scott & Twomey, 1988; entre outros).

A necessidade de desenvolvimento pessoal é um factor motivacional que foi investigado inicialmente por McClelland (1961) e que aparece também referido posteriormente noutros trabalhos de investigação sobre empresários (Dubini, 1988; Alänge & Scheinberg, 1988; Jesuíno Reis & Cruz, 1988; Carvalho, 1997). As investigações de McClelland (1961) sobre as motivações revelaram que os empresários são indivíduos que se caracterizam por terem grande necessidade de realização ou necessidade de desenvolvimento pessoal, que este investigador designa nos seus trabalhos por *Need for Achievement* (N-Ach). O factor necessidade de desenvolvimento pessoal pode ser entendido como a necessidade que um indivíduo tem de realizar bem as suas tarefas, alcançando para o efeito certos standards de excelência; não com o objectivo de obter um reconhecimento ou prestígio social, mas sim para alcançar um sentimento de realização pessoal (McClelland, 1961; McClelland & Winter, 1969). Os empresários são pessoas que normalmente têm uma grande necessidade de realização, às quais estão associados seguintes atributos: assunção de responsabilidades individuais de

acordo com os resultados das suas acções (realização pessoal); tendência a correr riscos moderados; capacidade de inovação; capacidade de avaliar o resultado das suas acções; capacidade de planear a longo prazo (McClelland & Winter, 1969).

Segundo Veciana (1989a) alguma evidência empírica vem refutar a ideia bastante generalizada de que a obtenção de lucro é um dos principais factores motivacionais do empresário. Encontramos estudos empíricos onde se pode constatar esta situação (Bamberger, 1986; Cromie, 1988; Hamilton, 1988; Carvalho, 1997), sendo ainda muito menor a importância deste factor nos países escandinavos (Scheinberg & MacMillan, 1988). Shapero (1982) considera que o acto de criação de uma empresa deve-se mais a factores negativos relacionados com a insatisfação pessoal do que a factores positivos, como por exemplo o ganhar dinheiro ou obter lucro. No entanto, podemos considerar que este factor é sempre bastante importante na tomada de decisão de criar uma empresa.

A necessidade de aprovação é um factor que explica o valor que tem o empresário na sociedade (Davidsson, 1995). Convém referir que um elevado reconhecimento social da figura do empresário numa determinada sociedade tem influência na criação de novas empresas (Wilken, 1979; Carvalho, 1997). Porém a inclusão deste factor no modelo pode ter uma menor importância quando se estudam os factores motivacionais em outros países ou culturas (Scheinberg & MacMillan, 1988; McGrath & MacMillan, 1992). No entanto, também podemos considerar que o enorme reconhecimento e importância que a figura do empresário tem na maior parte das sociedades tornam este factor motivacional bastante importante na tomada de decisão de criar uma empresa.

Podemos então supor que quanto mais (menos) elevadas forem as motivações empreendedoras, designadas por necessidade de independência ou autonomia, necessidade de desenvolvimento pessoal, percepção da instrumentalidade da riqueza e necessidade de aprovação, maior (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

#### *Auto-eficácia empreendedora*

A teoria da auto-eficácia foi apresentada em 1977 por Bandura. A auto-eficácia explica o grau em que uma pessoa acredita nas suas próprias capacidades para desempenhar uma determinada tarefa. Trata-se de um traço de personalidade que afecta a motivação para realizar com sucesso as tarefas, ou a selecção de uma carreira profissional, ou o grau de tolerância para enfrentar determinadas situações adversas e a percepção individual acerca do risco (Bandura, 1982).

Esta teoria faz a distinção entre a expectativa de eficácia e a expectativa de resultado. A expectativa de resultado define-se como a estimativa que o indivíduo faz de que determinado comportamento conduz a um determinado resultado, enquanto que a expectativa de eficácia é a convicção de que ele próprio consegue realizar com sucesso, o comportamento necessário para produzir tais resultados, ou seja, a expectativa de resultado e a expectativa de eficácia diferenciam-se porque o indivíduo pode acreditar que determinada acção conduz a determinado resultado, mas, se tiver dúvidas acerca da sua capacidade para realizar essa acção, a crença inicial não influencia o seu comportamento (Bandura, 1977).

A teoria da auto-eficácia foi aplicada, por alguns autores, no estudo da intenção empreendedora. Os modelos de Davidsson (1995) e Autio, Keeley, Klofsten e Ulfstedt (1997) apresentam como principal determinante da intenção empreendedora a convicção individual. Este conceito é semelhante à percepção da auto-eficácia, já apresentado noutros trabalhos teóricos (Boyd & Vozikis, 1994; Krueger & Brazael, 1994; Krueger & Carsrud, 1993), como também em trabalhos empíricos na área de investigação da intenção e do comportamento empreendedor (Scherer, Adams, Carley & Wiebe, 1989; Krueger, 1994; Kolveried, 1996).

A convicção empreendedora adaptada do estudo de Davidsson (1995) refere-se à percepção da viabilidade desenvolvida no modelo de Shapero e à percepção do controlo de comportamento, apresentada no modelo de Ajzen. Este conceito avalia a percepção individual sobre a viabilidade da criação de um novo negócio.

Na avaliação da auto-eficácia os investigadores questionam os indivíduos sobre se conseguem realizar com um determinado nível uma tarefa específica (as respostas são do tipo sim ou não) ou então questionam-nos, utilizando para o efeito uma escala de avaliação que pode variar entre a total certeza até à total incerteza, acerca do seu grau de confiança no desempenho de uma determinada tarefa (Lee & Bobko, 1994).

Assim, foram incluídas as seguintes afirmações adaptadas do trabalho de Kolveried (1996), com o objectivo de avaliar a auto-eficácia empreendedora (Quadro 3). Instrumento para a avaliação da auto-eficácia empreendedora).

Podemos então supor que quanto mais (menos) elevado for a auto-eficácia empreendedora, maior (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

### Quadro 3

#### *Instrumento para a avaliação da auto-eficácia empreendedora*

<b>Factor</b>	<b>Considero que (...)</b>
<b>Auto-eficácia empreendedora</b>	I59: Para mim é mais fácil a carreira de empresário I60: Se eu quisesse vou ser muito bem sucedido como empresário I61: Ser empresário possibilita-me uma maior independência I62: Ser empresário possibilita-me um melhor controlo do tempo I63: Vou ser um empresário de sucesso I64: As hipóteses de falência da minha eventual futura empresa serão baixas

*Fonte:* Adaptado a partir de Kolveried (1996).

*Envolvente institucional*

A percepção individual acerca da influência do meio-envolvente relacionado com a instituição de ensino superior pode demonstrar até que nível este factor vai influenciar as aspirações empresariais dos alunos (Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt, 1997). De acordo com o trabalho destes autores foram incluídas as seguintes afirmações, com o objectivo de avaliar a percepção individual da influência da envolvente institucional (Quadro 4).

Quadro 4  
*Instrumento para a avaliação da envolvente institucional*

<b>Factor</b>	<b>Considero que na minha escola:</b>
<b>Envolvente institucional</b>	I65: Se encontram muitos alunos que criaram a sua própria empresa I66: Os alunos são encorajados a porem em prática as suas próprias ideias I67: Se encontram muitos alunos com boas ideias para criar novas empresas I68: Sou bem preparado para seguir no futuro uma carreira de empresário I69: É permitida muita autonomia durante a realização dos trabalhos práticos I70: Existe uma envolvente favorável para a criação de novas empresas

*Fonte:* Adaptado a partir de Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt (1997).

Pretende-se com este instrumento de avaliação analisar se existe um ambiente na instituição de ensino superior que favorece e incentiva a iniciativa empresarial dos alunos. Podemos então supor que quanto mais (menos) elevada for a percepção individual acerca da influência da envolvente da instituição de ensino superior, maior (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

*Intenção empreendedora*

Segundo Bird (1988) a intenção pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta. Podemos então considerar que a concretização da ideia de criar uma nova empresa é precedida pela intenção, a qual por sua vez pode ser planeada durante algum tempo, porém, em alguns casos a intenção é formada no momento antes de se concretizar a ideia, e noutros casos, a intenção nunca coincide com a realização do comportamento. Assim, a análise da intenção empreendedora pode ser assumida como servindo para prever, embora de forma imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação a fundar a sua própria empresa (Davidsson, 1995).

O factor intenção empreendedora tem sido abordado de forma diferente nos trabalhos de investigação sobre o tema. Krueger (1993) utilizou no seu estudo uma variável dicotómica, sim ou não, com a seguinte pergunta: Pensa em criar o seu próprio negócio? Davidsson (1995) utilizou uma metodologia diferente, em que fez a análise da intenção empreendedora utilizando para o efeito um conjunto de três questões: Já alguma vez pensou em criar o seu próprio negócio?; Considera que dentro de um ano vai criar a sua própria empresa?, e Considera que dentro de cinco anos vai criar a sua própria empresa? No estudo de Autio, Keeley, Klofsten e Ulfstedt (1997) a intenção empreendedora é apenas avaliada pela resposta à questão: Considera que dentro de um ano vai criar a sua própria empresa?

No presente estudo consideramos ser melhor efectuar a análise da intenção empreendedora utilizando apenas uma questão Pretendo vir a criar a minha própria empresa? Nos casos em que a resposta é afirmativa, é pedido ao inquirido que refira se vai criar a empresa dentro de um ano, ou dentro de um a cinco anos, ou então se já é empresário.

## **Conclusão**

O actual clima de incerteza no emprego dos jovens demonstra a necessidade de criar alternativas para o futuro, sendo claro que o auto-emprego e, mais concretamente a criação de empresas, pode funcionar sem dúvida como uma das soluções para resolver este problema. Não obstante já terem sido efectuados diversos estudos empíricos sobre criação de empresas, pouca investigação tem sido feita com o objectivo de detectar a vocação empresarial, pelo que este estudo pretendeu acrescentar evidência empírica ao corpo do conhecimento sobre a intenção empreendedora. O modelo explicativo sobre a intenção empreendedora descrito no presente estudo pode funcionar como meio de detecção de potenciais empresários nas instituições de ensino superior, ou seja, pode ser um instrumento essencial para o lançamento de novos empresários com formação superior.

De acordo com a apresentação e desenvolvimento do modelo podemos estabelecer um quadro representativo das variáveis que fazem parte do modelo base de investigação (Quadro 5).

O modelo proposto pode vir a ser melhorado com a inclusão de alguns factores relacionados com os traços de personalidade dos empresários, como por exemplo o *locus* de controlo, a tolerância da ambiguidade, a auto-confiança, a propensão para correr riscos, a propensão para inovar, perspicácia, etc., e também elementos relacionados com outras características e factores que normalmente são estudadas nos trabalhos sobre esta área, como são o caso da insatisfação profissional, o desemprego, obstáculos e as barreiras, os apoios institucionais, desenvolvimentos tecnológicos, a estabilidade macro-económica, entre outros.

A finalidade do nosso trabalho entra em linha de conta com os aspectos referentes às componentes das competências denominadas por antecedentes pessoais, conhecimentos empresariais, motivações empreendedoras, auto-eficácia empreendedora e envolvente institucional. Assim, constatamos ser também importante fazer um levantamento dos estudos que abordam de uma forma mais específica as variáveis representativas de cada um dos factores. Apresentamos também os instru-



Quadro 5  
*Variáveis do modelo base de investigação*

---

**Antecedentes Pessoais**

Área científica  
Ano frequentado  
Estatuto de estudante  
Idade  
Sexo  
Situação como filho  
Origem  
Experiência profissional anterior  
Antecedentes familiares empreendedores  
Habilitações académicas dos pais  
Nível de rendimento dos pais

**Conhecimentos Empresariais**

Oportunidade  
Relacionamento  
Conceptual  
Organização  
Estratégia  
Compromisso

**Motivações Empreendedoras**

Necessidade de independência  
Necessidade de desenvolvimento pessoal  
Percepção da instrumentalidade da riqueza  
Necessidade de aprovação

**Auto-eficácia Empreendedora**

**Envolvente Institucional**

**INTENÇÃO EMPREENDEDORA**

---

*Fonte:* Elaboração própria.

mentos, que consideramos serem mais convenientes para a avaliação dos diversos factores considerados no modelo.

Uma pergunta central que se pode estabelecer sobre este modelo é até que ponto as relações entre as variáveis podem ser directas ou indirectas. De acordo com as características do modelo proposto apresentamos apenas a influência directa entre todos os factores de forma independente tendo em atenção a intenção empreendedora, ao contrário doutros estudos (Krueger & Carsrud, 1993; Davidsson, 1995; Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt, 1997) em que a intenção empreendedora é moderada por outros factores que fazem parte dos modelos por estes autores apresentados. Os motivos pelos quais não analisamos as relações indirectas entre as diversas variáveis são porque o

modelo proposto é apenas exploratório e também não encontramos fundamentação teórica suficiente para podermos estabelecer as relações entre os diversos factores que fazem parte deste modelo. Contudo, encontram-se na literatura trabalhos onde algumas das variáveis representativas dos antecedentes pessoais têm influência directa na auto-eficácia empreendedora (Autio, Keeley, Klofsten & Ulfstedt, 1997; Reynolds, 1995).

## Referências

- Adam, E., & Chell, E. (1993). *The successful international entrepreneur: A profile*. Comunicação apresentada no 23rd European Small Business Seminar, Belfast, Northern Ireland.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211.
- Alänge, S., & Scheinberg, S. (1988). Swedish entrepreneurship in a cross-cultural perspective. In *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 8th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference* (pp. 1-15), Massachusetts.
- Audet, J. (2000). Evaluation of two approaches to entrepreneurship education using an intention-based model of venture creation. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6 (1), 57-63.
- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). Entrepreneurial intent among students. Testing an intent model in Asia, Scandinavia and USA. In *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 17th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*.
- Bamberger, I. (1986). *The starts project: Theoretical bases and some first descriptive results*. Comunicação apresentada na 4th Nordic Research Conference on Small Business, Umeå/Vasa, June 4-6.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84 (2), 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37 (2), 122-147.
- Baum, J. R. (1994). *The relationship of traits, competencies, motivation, strategy and structure to venture growth*. Dissertação de doutoramento, University of Meryland, MD, USA.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intentions. *Academy of Management Review*, 13 (3), 442-454.
- Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2, 51-72.
- Birley, S. (1989). Females' entrepreneurs: Are they really any different? *Journal of Small Business Management*, January, 27 (1), 32-37.
- Borjas, G. J. (1986). The self-employment experience of immigrants. *Journal of Human Resources*, 21, 485-506.
- Boyatziz, R. (1982). *The competent manager – A model for effective performance*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (4), 63-77.

### *Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora*

- Brenner, O. C. (1992). Relationship of education to sex, managerial status, and the managerial stereotype. *Journal of Applied Psychology*, 67 (3), 380-383.
- Brenner, O. C., Pringle Ch., D., & Greenhaus, H. (1991). Perceived fulfillment of organizational employment versus entrepreneurship: Work values and career intentions of business college graduates. *Journal of Small Business Management*, 29 (3), 62-74.
- Brice, J. Jr. (2002). *The role of personality dimensions and occupational preferences on the formation of entrepreneurial intentions*. Dissertação de doutoramento, Mississippi State University, USA (Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services).
- Brockhaus, R. H. (1982). The Psychology of the Entrepreneur. In *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 39-71). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Butler, J. B., & Herring, C. (1991). Ethnicity and entrepreneurship in America: Toward an explanation of racial and ethnicity group variations in self-employment. *Sociological Perspectives*, 34 (19), 79-94.
- Carvalho, P. M. R. (1997). Características e motivações dos empresários: O caso dos fundadores de pequenos negócios na cidade da Guarda. *Anais Universitários, Série de Ciências Sociais e Humanas*, 8, 107-136.
- Chandler, G. H., & Hanks, S. H. (1994a). Founder competence, the environment, and venture performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 77-89.
- Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture preference. *Journal of Business Venturing*, 7 (3), 223-236.
- Cockerill, T., Hunt, J., & Schroeder, H. (1995). Managerial competencies: Fact or fiction? *Business Strategy Review*, 6 (3), 1-12.
- Collins, O. F., & Moore, D. G. (1970). *The Organization Makers*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Colins, O. F., & Moore, D. G. (1964). *The enterprising man*. East Lansing, MI: University Press.
- Cooper, A. C., & Dunkelberg, W. C. (1984). *Entrepreneurship and paths to business ownership*. Paper 846, Krannert Graduate School of Management, Purdue University.
- Cromie, S. (1988). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behavior*, 4, 251-261.
- Davidsson, P. (1989). *Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth*. Stockholm: The Economic Research Institute.
- Davidsson, P. (1995). *Determinants of entrepreneurial intentions*. Comunicação apresentada na conferência Rent IX, Piacenza, Itália, 23-24 de Novembro.
- DeCarlo, J., & Lyons, P. R. (1979). A comparison of selected personal characteristics of minority and non-minority female entrepreneurs. *Journal of Small Business*, December, 22-29.
- Dubini, P. (1988). Motivational and environmental influences on business start-ups: Some hints for public policies. In *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 8th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference* (pp. 31-45), Massachusetts.
- Durkan, P., Harrison, R., Lindsay, P., & Thompson, E. (1993). Competence and executive education and development in an SME environment. *Irish Business and Administrative Research*, 14 (1), 65-80.
- Evers, F. T., & Rush, J. C. (1996). The bases of competence: Skill development during the transition from university to work. *Management Learning*, 27 (3), 275-300.
- Eyre, P., & Smallman, C. (1998). Euro management competences in small- and medium-sized enterprises: A development path for the new millennium? *Management Decision*, 36 (1), 34-42.

- Freire, A. (1999). *Estratégia: Sucesso em Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Gasse, Y. (1982). Elaborations on the psychology of the entrepreneur. In *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 57-71). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Gasse, Y., d'Amboise, G., Simard, G., & Lasker, K. (1997). *Entrepreneurial-managerial competencies and practices of growing SMEs: Summary results from empirical study (Preliminary)*. Centre for Entrepreneurship and SME and Entrepreneuriat Laval, University Laval, Quebec, Canada.
- Genesca, E., & Veciana, J. M. (1984). Actitudes hacia la creación de empresas. *Información Comercial Española*, 611, Julio, 147-155.
- Gibb, A. (1993). The enterprise culture and education. Understanding enterprise education and its links with small business. Entrepreneurship and wider educational goals. *International Small Business*, 11 (3), 11-34.
- Goñi Gaztelu, E. (1999). Se necesitan emprendedores. ¿Tiene la universidad algo que ofrecer? La educación basada en competencias como respuesta. *Boletín de Estudios Económicos*, 54 (168), 445-460.
- Grant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34 (3), 42-49.
- Hagen, E. (1962). *On the theory of social change: How economic growth begins*. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Hagen, E. (1968). *La teoría económica del desarrollo*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hamilton, R. T. (1988). Motivations and aspirations of business founders. *International Small Business Journal*, 6, 70-78.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. (1983). The woman entrepreneur. Implications of family, educational, and occupational experience. In *Frontiers of Entrepreneurship Research, Proceedings of the 3rd Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference* (pp. 255-270), Massachusetts.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist*, 45 (2), 209-222.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hood, J. N., & Young, J. E. (1993). Entrepreneurship's requisite areas of development: Survey of top executives in successful entrepreneurial firms. *Journal of Business Venturing*, 8 (2), 115-135.
- Hoselitz, B. F. (1971). *Industrialización y sociedad*. Madrid: Fundación Foessa.
- Hunt, J. M. (1998). *Toward the development of a competency model of family firm leadership*. Comunicação apresentada na 12th Annual National Conference, United States Association for Small Business and Entrepreneurship, Clearwater, FL, January, 15-18.
- Jacobowitz, A., & Vidler, D. C. (1982). Characteristics of Entrepreneurs: Implications for Vocational Guidance. *The Vocational Guidance Quarterly*, 30, 252-257.
- Jesuino, J. C., Reis, E., & Cruz, E. (1988). Motivações empresariais em Portugal, uma perspectiva transcultural. *Revista de Gestão*, 2/3, 43-50.
- Kets de Vries, M. F. R. (1996). The anatomy of entrepreneur: Clinical observations. *Human Relations*, 49 (7), 853-883.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity and profit*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kolvereid, L. (1996). *Prediction of entrepreneurial choice*. Working paper nº HWP 9629, Henley Management College.

### *Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora*

- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15* (5/6), 411-432.
- Krueger, N. F. Jr., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18* (3), 91-104.
- Krueger, N. F. Jr., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development, 5* (3), 315-330.
- Krueger, N. F. Jr. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18* (1), 5-21.
- Krueger, N. F. Jr. (1994). *Strategic optimism. Antecedents of perceived probabilities of new venture success.* Comunicação apresentada no Academy of Management Meeting, BPS Division.
- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (1995). *Entrepreneurial intentions: A competing models approach.* Comunicação apresentada na United States Association of Small Business and Entrepreneurship, Boulder, CO.
- Lau, T., Chan, K. F., & Man, T. W. Y. (1999). Entrepreneurial and managerial competencies: Small business owner-managers in Hong Kong. Hong Kong Management and Labour: Change and Continuity. In *Advances in Asia Pacific Business, 9*. London: Routledge.
- Lee, C., & Bobko, P. (1994). Self-efficacy beliefs: comparison of five measures. *Journal of Applied Psychology, 79* (3), 364-369.
- Lumpkin, J. R., & Ireland, R. D. (1988). Screening practices of new business incubators: The evaluation of critical success factors. *American Journal of Small Business, Spring*, 59-81.
- Lynn, R. (1991). *The Secret of the Miracle Economy: Different National Attitudes to Competitiveness and Money.* London: The Social Affairs Unit.
- Man, T. W. Y. (2001). *Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector.* Dissertação de doutoramento, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong (Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services).
- Martín, G., & Staines, H. (1994). Managerial competencies in small firms. *Journal of Management Development, 13* (7), 23-34.
- McClelland, D. C., & Winter, D. G. (1969). *Motivating economic achievement.* New York, NY: Free Press.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society.* Princeton, NJ: Van Nostrand Reinold.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior, 21* (3), 219-233.
- McGrath, R., & MacMillan, I. (1992). More like each other anyone else? A cross-cultural study of entrepreneurial perceptions. *Journal of Business Venturing, 7*, 419-429.
- McGregor, J., Tweed, D., Kolb, D., & Henley-King, J. (2000). *Gender and managerial competence: A comparative study of male and female manufacturers.* Comunicação apresentada na British Academy of Management, The Management School, The University of Edinburgh, 13-15 September 2000.
- Mitton, D. G. (1989). The complete entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice, 13* (3), 9-19.
- Niittykangas, H., & Laukkanen, M. (1996). Potential entrepreneurs – Can they be located? In *RISE '96 Conference on Innovative Strategies and Entrepreneurship, Conference Proceedings* (pp. 204-223), June, Jyväskylä, Finland.
- Pereira, F. C. (2001). *Representação social do empresário* (1.ª ed.). Lisboa: Edições Silabo.

- Pereira, J. C. S. (1991). *Criar uma empresa: Alternativa ao desemprego*. Instituto de Emprego e Formação Profissional, Outubro.
- Petrof, J. V. (1980). Entrepreneurial profile: A discriminant analysis. *Journal of Small Business Management*, 18 (4), PÁGINAS ???-???
- Raijman, R. (2001). Determinants of entrepreneurial intentions: Mexican immigrants in Chicago. *Journal of Socio-Economics*, 30, 393-411.
- Reitan, B. (1996). *Entrepreneurial intentions: A combined models approach*. 9th Nordic Small Business Research Conference, May 29-31, Lillehammer, Norway.
- Reynolds, P. D. (1995). *Who starts new firms? Linear additive versus interaction based models*. Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference, April 19-23, London Business School, England.
- Reynolds, P. D., & Miller, B. (1990). *Race, gender, and entrepreneurship: Participation in new firm start-ups*. Comunicação apresentada no American Sociological Association Annual Meeting, Washington D.C., USA.
- Reynolds, P. D. (1991). Sociology and entrepreneurship: Concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Winter, 47-70.
- Rubio López, E. A., Cordon Pozo, E., & Agote Martín, A. L. (1999). Actitudes hacia la creación de empresas: Un modelo explicativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), 37-52.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (1988). *Economia* (12.ª ed.). Lisboa: McGraw-Hill.
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (1993). *Effective small business management* (4.ª ed.). New York, NY: Macmillan Publishing Company.
- Scheinberg, S., & MacMillan, I. C. (1988). An 11 country study of motivations to start a business. In *Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Proceedings of the 8th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference* (pp. 669-687). Massachusetts.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13 (3), 53-80.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: Students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26 (4), 5-13.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. B. (1990). Female and male entrepreneurs. Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination. *Journal of Business Venturing*, 5 (1), 29-36.
- Shapiro, A. (1971). *An action programme for entrepreneurship*. Austin, TX: Multi-disciplinary Research Inc..
- Shapiro, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 9, 83-133.
- Shapiro, A. (1982). The Social dimensions of entrepreneurship. In *Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Snell, R., & Lau, A. (1994). Exploring local competencies salient for expanding small business. *Journal Management Development*, 13 (4), 4-15.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Stanworth, J., Blythe, S., Granger, B., & Stanworth, C. (1989). Who becomes an entrepreneur? *International Small Business Journal*, 8, 11-22.

### *Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora*

- Stanworth, M. J., & Curran, J. (1973). *Management motivation in the smaller business*. Epping, Essex: Gower Press.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Summers, D. F. (1999). *An empirical investigation of personal and situational factors that relate to the formation of entrepreneurial intentions*. Dissertação de doutoramento, The University of North Texas, USA (Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services).
- Thompson, J. E., Stuart, R., & Lindsay, P. R. (1996). The competence of top team members: A framework for successful performance. *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 48-66.
- Trice, A. (1991). Relationship among first aspirations, parental occupations and current occupations. *Psychological Reports*, 68 (1), 287-290.
- Ussman, A. M., & Postigo, S. (2000). O papel da universidade no fomento da função empresarial. Anais Universitários. *Ciências Sociais e Humanas, Anais Universitários*, número especial 1990-2000, 219-233.
- Veciana, J. M. (1989a). Características del Empresario en España. *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36.
- Wärneryd, K-E., Davidsson, P., & Wahlund, R. (1987). *Some characteristics of the Swedish self-employed*. Research Paper, Stockholm: The Economic Research Institute.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship. A comparative historical study*. USA: Alex Publishing Corporation.
- Wit, G., & van Winden (1989). An empirical analysis of self-employment in the Netherlands. *Small Business Economics*, 1, 263-272.
- Woodruffe, C. (1992). What is meant by a competency? In *Designing and Achieving Competency*. New York, NY: McGraw-Hill.

**Abstract.** The aim of this study was to investigate the entrepreneurial intention. Based on the literature review, a theoretical model relating entrepreneur's personal characteristics studied from entrepreneurship approach has been developed. The research model included constructs from each theoretical model: personal background, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivations, entrepreneurial self-efficacy and institutional environment. Hypotheses were developed along the respective constructs required. Theoretical and practical contributions along with directions for future research and limitations to the study were presented in conclusion chapter.

*Key words:* Entrepreneurship, entrepreneur's personal characteristics, entrepreneurial intention.