



UC/FPCE 2017

Universidade de Coimbra
Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

**Empreendedorismo no ensino superior: Estudo
psicométrico da escala de motivações empreendedoras
e o seu impacto no potencial empreendedor**

Sofia Daniela Castro da Silva (e-mail: soofia.silva@hotmail.com)

Dissertação de Mestrado em Psicologia das Organizações e do Trabalho
sob a orientação dos Professores Doutores Carla Carvalho, Lisete
Mónico e Pedro Parreira

Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras e o seu impacto no potencial empreendedor

Resumo

O empreendedorismo tem sido considerado o motor de desenvolvimento da economia no qual a academia tem um papel determinante.

O presente trabalho encontra-se dividido em dois estudos. O primeiro tem como objetivo descrever a construção, análise e validação da escala ME: *motivações empreendedoras* (Pereira, 2001); o segundo pretende avaliar o impacto da variável avaliada pela mesma escala (ME) no potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior. A amostra foi constituída por 6532 estudantes, de 17 instituições do ensino superior politécnico português, associadas ao projeto Poliemprende, que responderam a um questionário desenvolvido por Parreira, Pereira e Brito (2011). Relativamente ao primeiro estudo foi realizada uma análise fatorial exploratória com metade da amostra, dividida aleatoriamente, da qual emergiram quatro fatores (“Motivações de Realização Familiar e Societal”; “Motivações de Prestígio”; “Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento” e “Motivações de Recursos e Rendimentos”), responsáveis por 60.16% da variância total. Com a segunda parte da amostra realizámos uma análise fatorial confirmatória, que apresentou bons índices de ajustamento, NFI = .906, CFI = .911, TLI = .887, RMSEA = .70 A escala apresentou validade discriminante e fiabilidade.

Na análise de dados do segundo estudo foi gerada uma matriz de intercorrelações entre as motivações empreendedoras, o desejo de empreender, a preparação académica e o potencial empreendedor sendo posteriormente apresentado um modelo de regressão múltipla e hierárquica. Os resultados sugerem que as motivações empreendedoras explicam 21% do potencial empreendedor. As *motivações de realização familiar e societal* e as *motivações de aprendizagem e desenvolvimento* são as que melhor predizem o *potencial empreendedor*, revelando-se estatisticamente significativas. Com efeito, a aposta da academia no desenvolvimento de competências empreendedoras dos estudantes revela-se cada vez mais importante para o desenvolvimento do empreendedorismo em Portugal.

São discutidas algumas limitações de ambos os estudos assim como são apresentadas algumas propostas de investigações futuras.

Palavras chave: Empreendedorismo; Motivações empreendedoras; Potencial empreendedor; Poliemprende; Ensino superior; Estudantes; Análise Fatorial; Regressão.

Entrepreneurship in higher education: Psychometric study of entrepreneurs motivation scale and its impact on entrepreneurial potential

Abstract

Entrepreneurship has been considered the engine of the development of the economy in which the academy has a determinant role. The present act is divided in two studies. The first one has the objective of describing the construction, analysis and validation of the entrepreneurial motivations scale (ME) (Pereira, 2001); the second one intends to evaluate the impact of the evaluated variable of the same scale (ME) on the potential entrepreneur of the students of the higher grade. The sample is composed by 6532 students from 17 Portuguese polytechnic higher education institutions, associated with the Poliempreende project, that replied to a questionnaire developed by Parreira, Pereira e Brito (2011).

In the first study, was made an exploratory factorial analysis with half of the sample, divided randomly, from which emerged four factors (“Family and Societal Fulfillment Motivations”, “Prestige Motivations”, “Learning and Development Motivations” and “Resources and Income Motivations”) which are responsible for 60.16% of the total variance. With the second part of the sample we performed a confirmatory factorial analysis that gave us good adjustment indices, NFI = .906, CFI = .911, TLI = .887, RMSEA = .70 the scale showed discriminant validity and reliability.

With the analysis of the second study data it was created an intercorrelation matrix between entrepreneurial motivations, the desire to undertake, the academic preparation and the potential entrepreneur, after this, was introduced a model of multiple and hierarchical regression. The results suggest that the entrepreneurial motivations explain 21% of the entrepreneurial potential. The motivations of family and societal fulfillment and the motivations for learning and development are the ones which predict the entrepreneurial potential, revealing to be statistically significant. So, the investment of the academy in the development of entrepreneurial skills of students reveals to be more and more important for the development of entrepreneurship in Portugal. It Will be discussed some limitations of both studies as well as some proposals to future investigations.

Key Words: Entrepreneurship; Entrepreneurship motivations; Entrepreneur potential; Poliempreende; Higher education; Students; Factorial analysis; Regression;

Agradecimentos

Aos professores Carla Carvalho, Lisete Mónico e Pedro Parreira, pelo profissionalismo e partilha de conhecimento, pela sua orientação, pela disponibilidade incansável e pela valiosa contribuição para o presente trabalho.

Aos meus pais que sempre me apoiaram nas minhas decisões, depositando em mim a confiança precisa para eu alcançar as minhas próprias metas.

Ao Carlos, por ser o maior suporte da minha vida, pelo amor, respeito e pela imensa paciência para o meu stresse constante e a minha tão sentida ausência.

À Grilo, Nêê, Lila, Lilinha, Bea e à Cristi, por me ensinarem que os amigos são a família que nós escolhemos e por todos os momentos partilhados nesta cidade da Saudade.

Aos meus amigos da cidade berço que, mesmo à distancia sempre me apoiaram nesta longa caminhada.

À Fabrícia, Sofia, Alexandra e Ana Rita por todo o apoio e pela partilha desta etapa final.

A todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para que eu conseguisse alcançar tudo o que alcancei até hoje, o meu sincero Obrigada!

Índice

Introdução	1
Estudo 1 - Empreendedorismo no ensino superior: estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras	
I-Enquadramento concetual	3
II- Objetivos	5
III- Metodologia	6
IV- Resultados	9
V- Discussão	15
Estudo 2- Potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico português: o impacto das motivações empreendedoras controlando os efeitos da preparação académica e desejo de empreender	
VI- Enquadramento concetual	17
VII- Objetivos	20
VIII- Metodologia	21
IX- Resultados	24
X- Discussão	29
XI- Conclusões, Implicações e Investigações Futuras	29
XII- Bibliografia	33

Índice de Quadros

Quadro 1- Caracterização da Amostra	6/7
Quadro 2– Medida “Motivações empreendedoras”: saturações fatoriais, comunalidades (h^2), eigenvalues, proporções de variância explicada, coeficientes de consistência interna e descritivas para a solução com 4 fatores	11
Quadro 3 - Índices de ajustamento obtidos na análise fatorial confirmatória às “motivações empreendedoras”	12
Quadro 4 - Fiabilidade compósita (FC), variância média extraída (VE), valores de consistência interna, descritivas e intercorrelações entre os fatores (R^2 entre parêntesis) da escala “motivações empresariais”	14
Quadro 5 - Carcaterização da amostra	21
Quadro 6 - Médias, desvios-padrão e matriz de intercorrelações entre as medidas em estudo (R^2 entre parêntesis)	26
Quadro 7 - Regressão Múltipla e Hierárquica do potencial empreendedor previsto a partir das motivações empreendedoras controlando os efeitos da preparação académica e do desejo de empreender	28

Índice de Figuras

Figura 1 - Modelo estimado após correlacionar os erros com base nos índices de modificação: coeficientes de regressão estandardizados e proporções de variância explicada	13
--	----

Introdução

Nos últimos anos verificou-se uma verdadeira explosão no que diz respeito ao empreendedorismo. Este tem sido considerado essencial para criar valor, sendo um poderoso motor do desenvolvimento económico e social (Gibb, Haskins, & Robertson, 2009; Santos & Caseiro, 2012).

A capacidade de empreender e inovar tornou-se fundamental para fazer frente à competitividade local e global. E as instituições de ensino não podem ficar indiferentes a este cenário, devendo para tal investir no desenvolvimento de habilidades empreendedoras nos estudantes (Parreira, Oliveira, Castilho, Melo, Graveto, Gomes, Vaquinhas, Carvalho, Mónico, & Brito, 2016). As universidades pioneiras na educação para o empreendedorismo foram as americanas, com a implementação de um curso de empreendedorismo na Harvard Business School em 1947. Não obstante o crescimento do empreendedorismo em muito países, dados recentes revelam que existem poucos empreendedores em Portugal, e para que o cenário evolua é necessário que o sistema educativo sofra algumas alterações, sendo para tal necessário um maior investimento na formação de empreendedores (Duarte & Esperança, 2012).

O presente trabalho insere-se no âmbito do programa Poliempree, que segundo Gonçalves (2009) é o programa que merece maior destaque ao nível do ensino superior. Este teve a sua ação pioneira no Instituto Politécnico de Castelo Branco, mas foi posteriormente alargado ao Instituto Politécnico da Guarda e de Viseu, e atualmente já é constituído por 17 institutos politécnicos portugueses. O Poliempree tem como objetivo a promoção do espírito empreendedor nas comunidades académicas, através da realização de oficinas, de concursos de ideias de negócio e da apresentação de planos de negócio (Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

1. No seio da equipa de investigação, em que o presente projeto está inserido, e no âmbito do potencial empreendedor, outros estudos estão a ser desenvolvidos. Estes pretendem investigar os apoios ao empreendedorismo, as influências do meio e a auto-eficácia no empreendedorismo.

Face ao exposto a presente investigação teve como objetivo central conhecer o potencial empreendedor dos estudantes, tendo-se para isso inquirido uma amostra de alunos do ensino superior politécnico português, com o fim de obter informação através do questionário sobre *motivações pessoais e os fatores facilitadores do empreendedorismo* (Pereira, 2001), centrando-se nos fatores que mais influenciam o comportamento empreendedor dos estudantes. O presente trabalho encontra-se dividido em dois estudos², o primeiro teve como objetivo a compreensão dos fatores que motivam os estudantes a empreender e a construção, análise e validação da escala sobre *motivações empreendedoras*; o segundo estudo procurou perceber a capacidade preditiva das referidas motivações relativamente ao potencial empreendedor dos referidos estudantes.

2. Uma vez que são apresentados dois estudos que pretendem ser complementares e apresentam as motivações empreendedoras como uma variável em comum, alerta-se o leitor para a presença de ideias eventualmente redundantes ao longo do texto. Este facto deriva ainda de ter sido nosso objetivo publicar, separadamente os dois estudos, tendo ambos um tronco comum e a partilha de uma parte da revisão da literatura.

Estudo 1 – Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras

I – Enquadramento conceptual

O termo *entrepreneur* surgiu do francês para referir aquele que assumia riscos e iniciava algo novo (Lobato & Carmo, 2009; Parreira, Pereira, Arreguy-Sena, Gomes, Marques, Melo, Oliveira, Fonseca, Carvalho, & Mónico, 2016). A primeira referência ao termo terá acontecido em 1755 por Richard Cantillon (Van Praag, 1999). Contudo, é Jean- Baptiste Say (1971) o pioneiro na ideia de incluir a função empreendedora na componente de gestão.

Durante o século XX este conceito teve a sua grande mudança, quando, Schumpeter (1947) atribui ao empreendedor a força motora do sistema económico, desempenhando ao mesmo tempo o papel de líder e de agente de inovação. Assim, o empreendedorismo pode ser definido como um ato inovador que cria uma nova capacidade de produzir riqueza (Drucker, 1959) ou a criação de uma nova organização (Gartner, 2001).

Mais recentemente, Timmons e Spinelli (2009), descrevem o empreendedorismo como forma de pensar, raciocinar e agir, orientada para a oportunidade, sendo necessária uma abordagem holística e uma forma equilibrada de liderança para criar e capturar valor (e.g., Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016).

Apesar de ao longo da sua história o empreendedorismo ter tido diversas abordagens, este termo só atingiu o seu apogeu no último meio século. Com efeito, o crescimento económico e o desenvolvimento social impulsionaram para a necessidade de uma formação específica nesta área, tendo surgido os primeiros cursos sobre empreendedorismo em Escolas de gestão. Não obstante o primeiro investimento nesta área ter acontecido no ano de 1947, foi apenas nos anos setenta que as universidades e as escolas de negócios iniciaram a criação de programas de ensino com o intuito de formar empreendedores. É depois na década de oitenta que ocorre uma decisiva expansão deste movimento (Parreira et al., 2016) com um investimento das academias na formação dos empreendedores, assistindo-se ao crescimento das empresas, aumento dos postos de trabalho e decréscimo do desemprego (Audretsch, 2002; Parreira et al., 2016). Estes resultados consolidam a ideia de que os empreendedores são os verdadeiros condutores da economia de mercado (Parreira et al., 2016). Com efeito, hoje em dia o empreendedorismo é visto como um dos principais mecanismos de promoção e desenvolvimento da economia, da inovação e do bem-estar das sociedades, visão esta sustentada na identificação de oportunidades de negócios e de novas propostas de valor para a resolução de problemas e necessidades das pessoas. É neste sentido que diversos autores (e.g., Aponte, Urbano, & Toledano, 2008; Edwards & Muir, 2005; Fayolle, 2005; Katz, 2003; Kuratko, 2005; McMullan & Gillin, 2001) salientam a importância da formação em empreendedorismo na educação. Com efeito, a presença e vivência do empreendedorismo nas instituições de ensino superior é vista

como determinante para melhorar, preparar e capacitar os estudantes para o mundo do trabalho.

A importância que a academia representa para o empreendedorismo é, em 2006, salientada pela Comissão Europeia, cuja visão realça que, para que haja um efetivo aumento da inovação e do crescimento económico de uma nação, terá que haver um claro investimento na educação empreendedora. Com efeito, segundo diversos autores (e.g., Aponte, Urbano, & Toledano, 2008; *Commission of the European Communities*, 2006; Matlay, 2005; Oosterbeek, Praag, & Jsselstein, 2007; Van der Sluis, & Van Praag, 2007), a educação e formação em empreendedorismo constituem valiosas ferramentas para uma transição mais eficaz para o mercado de trabalho.

Para se obter uma adesão por parte dos estudantes a uma cultura e ação empreendedora é então necessário avaliar os fatores que estão na origem do comportamento empreendedor. Segundo Locke (2000), o empreendedorismo é o resultado da integração de fatores cognitivos (conhecimentos e habilidades) com fatores motivacionais. Desta forma, se o objetivo da educação para o empreendedorismo é contribuir para o aumento da atividade empresarial, esta deve, não só capacitar os estudantes (Hynes, 1996), mas também motivá-los para ações empreendedoras (Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016). Diversos autores (e.g., Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016; Herron & Sapienza, 1992, Kuratko, 2005, Storen, 2014,) salientam que compreender os fatores que motivam os indivíduos a adotar comportamentos empreendedoras constituem-se como pré-requisitos para a compreensão global do processo de empreender. A motivação ajuda a descrever o processo que leva os indivíduos a se envolverem num comportamento empreendedor (Naffziger, Hornsby, & Kuratko, 1994). Além disso, é vital identificar as motivações empreendedoras para que, dentro da esfera de influência, as políticas nesta área e a tomada de decisão possa propor programas mais eficazes para apoiar e promover o empreendedorismo bem-sucedido (Hessels, Gelderen, & Thurik, 2008).

As motivações empreendedoras têm sido amplamente discutidas, muito devido à diversidade de fatores que para elas contribuem. Embora nos últimos anos diversos autores (e.g., Shane, Locke, & Collins, 2003) tenham investigado as influências do meio e as características das oportunidades para a criação de empresas, para além destes fatores é importante ter em conta as características e especificidades dos indivíduos, dado o seu papel decisivo nas suas escolhas. Deste modo, compreender o que motiva um indivíduo a empreender, para além da identificação dos traços de personalidade típicos dos empreendedores, é algo que importa, quer para investigadores, quer para a academia (Parreira et al., 2016).

Nesta investigação centrámo-nos apenas nos fatores a seguir descritos e que foram o suporte do instrumento de recolha de dados usado no estudo que aqui descrevemos. A necessidade de realização é uma das motivações que tem sido mais estudada sustentando-se na Teoria das Motivações de McClelland (1961). O impulso para a realização reflete-se nas pessoas ambiciosas que iniciam novas empresas e orientam o seu crescimento. Esta

motivação ajuda a entender a atividade empresarial (McClelland, 1961; Pereira, 2001), e pode estar vinculada à aquisição de conhecimento, motivando os estudantes a criarem as suas empresas (Parreira, Pereira, & Brito, 2011). A motivação para a necessidade de independência tem revelado índices mais elevados nos indivíduos empreendedores do que na população em geral (Hornaday & Aboud, 1971) tendo sido encontrado no seio das comunidades académicas (Gartner, 2001; Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991). Assinala-se ainda que tal característica parece ser comum à maioria dos empresários (Pereira, 2001).

Outro dos motivos presentes na maioria dos empresários reporta-se à necessidade em concretizar oportunidades de negócio, a qual representa uma possibilidade concreta, com efetiva hipótese de realização (Parreira, Pereira, & Brito, 2011). Segundo Shane e Venkataraman (2000), as oportunidades permitem introduzir no mercado novos serviços, bens e métodos de organização, que podem ser lucrativos, razão pela qual este motivo é visto como orientador dos comportamentos empresariais.

Ser admirado e reconhecido é uma característica humana, pelo que a procura pelo reconhecimento e aceitação possa apresentar-se como uma necessidade (Lin, 1999) para o comum dos mortais. Assim, para um grupo de indivíduos empreendedores, conseguir notoriedade e *status* na sociedade pode ser uma motivação suficientemente válida para impulsionar a criação da sua própria empresa (Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Por último, o papel representado pela família também constitui um motivo para empreender. Esta representa uma motivação importante ao nível social e económico para a criação e desenvolvimento das empresas, pois os negócios de família representam uma das principais fontes de criação de postos de trabalho nas economias de mercado (Shanker & Astrachan, 1996).

II – Objetivos

Pese embora se conheça, em traços gerais, as características mais salientes do empreendedor, uma pesquisa sistemática da literatura em bases de dados indexadas, não revelou a existência de um instrumento validado, em Portugal, que permita avaliar tais motivações empresariais. Por este motivo, foi nosso objetivo central desenvolver um instrumento que permita avaliar as motivações empreendedoras dos estudantes do ensino superior português, bem como, analisar as características psicométricas do referido instrumento na realidade portuguesa por forma a identificar fatores que verdadeiramente motivam os indivíduos a empreender.

A relação entre empreendedorismo e o crescimento económico pode ser explicada pela relação entre inovação e economia, pois segundo o Global Entrepreneurship Model-GEM (2010), é nos momentos de crise que emergem mais ideias impulsionando as organizações a aproveitarem esses momentos mais frágeis para se reinventarem.

Perante o momento de crise que a economia nacional ainda atravessa, e tendo em conta que as perceções acerca do empreendedorismo advêm da educação, dos meios de comunicação social e do seio familiar, construir um

instrumento de medida que permita estudar as motivações empresariais, bem como averiguar possíveis relações destas com outras variáveis do seio empresarial, é a nosso ver, fundamental, pois permitirá identificar lacunas neste processo, e melhor formar/educar os indivíduos para o empreendedorismo.

III – Metodologia

Amostra

Quadro 1 – Caracterização da Amostra

	Amostra 1 (N = 6532)		Amostra 2 (N =3197)	
	n	%	n	%
<i>Sexo</i>				
Masculino	1117	34.2	1135	34.8
Feminino	2099	64.3	2095	64.1
Não resposta	50	1.5	36	1.1
<i>Área do curso</i>				
Saúde	903	27.6	913	28.0
Tecnológicas	805	24.6	842	25.8
Ciências sociais	664	20.3	672	20.6
Gestão	771	96.2	729	22.3
Não resposta	123	3.8	110	3.4
<i>Ano do curso</i>				
1º	1027	31.4	1028	31.5
2º	1122	34.4	1096	33.6
3º	818	25.0	888	27.2
4º	247	7.6	215	6.6
Não resposta	52	1.6	39	1.2
<i>Condições perante o ensino</i>				
Estudante	2260	81.4	2699	82.6
Trabalhador estudante	551	16.9	526	16.1
Não resposta	55	1.7	41	1.3
<i>Estado civil</i>				
Solteiro(a)	2910	89.1	2926	89.6
Divorciado(a)	54	1.7	35	1.1
Casado(a)	197	6.0	212	6.5
União de facto	51	1.6	57	1.7
Não resposta	54	1.7	36	1.1
<i>Instituto politécnico</i>				
IP Beja	226	6.9	243	7.4

IP Bragança	130	4.0	125	3.8
IP Castelo Branco	173	5.3	214	6.6
IP Cávado e Vale do Ave	158	4.8	164	5.0
IP Coimbra	260	8.0	253	7.7
IP Guarda	241	7.4	222	6.8
IP Leiria	241	7.4	251	7.7
IP Lisboa	156	4.8	120	3.7
IP Portalegre	67	2.1	83	2.5
IP Porto	227	7.0	221	6.8
IP Santarém	251	7.7	249	7.6
IP Setúbal	197	6.0	208	6.4
IP Viana Castelo	254	7.8	223	6.8
IP Viseu	271	8.3	278	8.5
IP Tomar	95	2.9	92	2.8
ESEnfC	85	2.6	100	3.1
EST-UAAlgarve	234	7.2	220	6.7

A presente investigação teve como alvo os estudantes dos cursos das várias Escolas integradas e não integradas do Ensino Superior Politécnico português, participantes no concurso Poliempreeunde. Para constituição da amostra recorreu-se ao método de amostragem por conveniência ou acessibilidade (Hill & Hill, 2012), tendo-se obtido uma amostra constituída por 6532 estudantes de 17 instituições. Foram tidas em consideração variáveis como o género, a qualidade de estudante, os anos de curso, e as diferentes áreas de ensino, como Saúde, Gestão, Tecnológicas e de Ciências Sociais.

A amostra foi estratificada pelos três ou quatro anos das licenciaturas nas quatro áreas de conhecimento presentes: saúde, gestão, tecnologias e ciências sociais, procedendo à recolha de 40 questionários por cada ano e em cada uma das áreas já mencionadas. A média de idades dos respondentes foi de 22 anos, variando entre os 17 e os 57 anos. Foram excluídos casos com missing values superiores a 10% e no final o N obtido foi de 6394. A amostra foi em seguida aleatoriamente dividida em duas (comando RV uniform), ficando cada uma composta por 3197 estudantes. Na Amostra 1, 64.3% dos participantes são do género feminino, enquanto na Amostra 2, 64.1% são do sexo feminino. Na Amostra 1, relativamente às condições perante o ensino, 81.4% dos estudantes apenas estudam, enquanto 16.9% são trabalhadores e estudantes, 89.1% são solteiros e a maioria da amostra é representada pelos estudantes do primeiro (31.4%) e segundo anos (34.4%). Na Amostra 2, relativamente às condições perante o ensino, 82.6% dos inquiridos apenas estudam, enquanto 16.2% são trabalhadores e estudantes, 89.6% são solteiros e a maioria da amostra é representada pelos estudantes do primeiro (31.5%) e do segundo anos (33.6%).

Medidas

A recolha de informação decorreu através de um questionário auto-administrado, composto por um conjunto de medidas que refletem o modelo de investigação utilizado nas anteriores investigações sobre a temática do empreendedorismo (Kristiansen & Indarti, 2004; Lüthje & Franke, 2003). O referido questionário designado por “motivações pessoais e fatores facilitadores do empreendedorismo” foi criado por um conjunto de cinco *experts*, constituído por investigadores Doutorados provenientes de áreas diversas: saúde, psicologia, informática, engenharia e gestão. O instrumento referido teve por base as escalas (dimensões) sobre motivos para a criação de empresas, as influências sociais e do meio e os apoios para a criação de empresas, baseadas no trabalho da *Society for Associated Researchers on International Entrepreneurship* (SARIE) com contribuições de teóricos reputados como Aldrich, Rozen e Woodward (1987), Baumol (1990) e Shaper e Sokol (1982); as motivações empresariais basearam-se em autores clássicos de referência, como McClelland (1961) e investigações anteriores efetuadas por Pereira (2001). A versão final constituiu-se por 23 itens, medidos numa escala de Likert de 5 pontos (de 1 = pouco importante a 5 = muito importante (ver descritores no Quadro 1).

Procedimentos Éticos e Formais

A distribuição dos questionários foi feita através dos coordenadores do concurso Poliemprende em cada instituição aderente, que procederam à divulgação do processo de recolha em cada uma das instituições que coordenavam. Posteriormente procedeu-se à aplicação dos questionários aos estudantes das instituições do ensino superior politécnico portugueses aderentes, tendo sido assegurados os pressupostos éticos, nomeadamente o consentimento informado aos participantes, bem como a confidencialidade e o anonimato das respostas.

Tratamento Estatístico dos Dados

Os dados foram tratados com a versão 22.0 dos programas IBM SPSS e AMOS (para o sistema operativo Windows). A existência de outliers foi avaliada pela distância quadrada de Mahalanobis (Tabachnick & Fidell, 2013), não tendo sido encontrados valores extremos relevantes. Os *missing-values*, todos MCAR, foram substituídos pelo método *series mean*. Previamente à realização das análises fatoriais exploratória e confirmatória, averiguou-se a distribuição dos itens pelas cinco opções de resposta. As frequências relativas confirmaram que os itens se distribuíam por todas as opções de resposta da escala, nenhuma absorvendo significativamente mais de 50% de respostas.

A análise fatorial exploratória (AFE) realizou-se através de uma Análise em Componentes Principais (ACP) com a Amostra 1. Testaram-se os pressupostos de uma correta ACP através da dimensão da amostra, da normalidade e linearidade das variáveis, bem como dos valores extremos (outliers), fatorabilidade do R e adequação amostral (Tabachnick & Fidell,

2013). Optámos por utilizar o método de rotação *Varimax*, dado que pretendemos obter fatores tão distintos quanto possível.

As análises fatoriais confirmatórias (AFC) foram feitas com o *software* AMOS, v. 22 (Arbuckle, 2013), com a Amostra 2. Recorreu-se ao método de estimação da máxima verosimilhança (Maximum Likelihood). A fiabilidade compósita e a variância média extraída para cada fator foram analisadas como descrito em Fornell e Larcker (1981). A existência de outliers foi avaliada pela distância quadrada de Mahalanobis (Tabachnick & Fidell, 2013), não tendo sido encontrados valores considerados relevantes. A normalidade das variáveis foi analisada pelos coeficientes de assimetria (Sk) e de curtose (Ku). Nenhuma das variáveis apresentou valores de Sk e Ku que pudessem indicar violações da distribuição normal, sendo que $|Sk| < 1.5$ e $|Ku_{univariada}| < 2$.

A qualidade do ajustamento global dos modelos fatoriais foi feita pelos índices de NFI (Normed of fit index; bom ajustamento $> .80$; Schumacker & Lomax 2010), SRMR (Standardized Root Mean Square Residual; ajustamento apropriado $< .08$; Brown 2015), TLI (Tucker-Lewis Index; ajustamento apropriado $> .90$; Brown, 2015), CFI (Comparative fit index; bom ajustamento $> .90$; Bentler 1990), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation; bom ajustamento $< .05$, ajustamento aceitável $< .08$; Kline 2011; Schumacker & Lomax 2010; Marôco, 2011) e X^2/df (ajustamento aceitável < 5 ; bom ajustamento < 2 ; Marôco, 2011; Schumacker & Lomax, 2010). O aperfeiçoamento do ajustamento do modelo foi avaliado pelos índices de modificação (IM; Bollen, 1989), tendo-se ponderado libertar os parâmetros com maior IM. Seguimos a sugestão de Arbuckle (2013), que indica analisar os IM através da sua significação estatística, considerando o valor de $\alpha = .05$. Outro critério utilizado centrou-se em Marôco (2011), que aconselha ser mais seguro modificar os parâmetros com IM superiores a 11 ($p < .001$).

A fidedignidade foi avaliada através do cálculo do coeficiente *Alpha de Cronbach* (Nunnally 1978), tanto para a escala global como para as dimensões constituintes de cada escala. Seguimos a indicação de Hair, Black, Babin e Anderson (2010), que referem que coeficientes de consistência interna superiores a $.70$ indicam adequada convergência e consistência interna. Entre outros autores, Hill e Hill (2012) apontam o valor de $.80$ como indicador de uma boa consistência interna.

IV. Resultados

Análise Fatorial Exploratória

Atendendo aos critérios propostos para a realização de uma ACP em termos de dimensão da amostra (Bryman & Cramer, 1993; Gorsuch, 1983), é necessário um mínimo de 100 participantes por análise e uma razão de 5 sujeitos por item. A razão encontrada para a escala das “motivações empreendedoras” foi de 142 participantes por cada item (3266 participantes/23 itens). Todos os requisitos necessários a uma interpretação

fiável da ACP foram cumpridos. Verificou-se que a matriz de intercorrelações difere da matriz de identidade, na medida em que o teste de Bartlett indica um $\chi^2 (253) = 27837.27$, $p < .001$, e a amostragem revelou-se adequada, já que o valor obtido para a medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) é superior a .70 (obteve-se um valor de KMO = .918). Atendendo ao critério do eigenvalue superior à unidade e à representação dos fatores no screen plot emergiu uma estrutura composta por quatro fatores, responsáveis por 60.16% da variância total.

O primeiro fator explica 17.91% da variância extraída e agrega os itens que referem a segurança familiar, o bem-estar dos seus familiares e da sua comunidade bem como o seu conforto, como motivos para empreender, sendo por isso denominado Motivações de realização familiar e societal. O segundo fator explica 14.68% da variância extraída e agrega os itens referentes ao desejo de ser independente dos seus familiares, de obter elevados rendimentos, seguir o exemplo de pessoas que lhe são próximas e ser livre para organizar o seu trabalho, pelo que foi designado de Motivações de recursos e rendimentos. O terceiro fator explica 14.67% da variância extraída e agrega os itens referentes ao desejo de cada indivíduo para continuar uma tradição familiar, ao desejo de elevar a sua posição e ter mais influência na sua comunidade, tendo sido designado de Motivações de prestígio. O quarto fator representa 12.90% da variância extraída e agrega os itens referentes à aprendizagem constante, à integração da inovação nas suas ideias e ao desenvolvimento de oportunidades que possam surgir, tendo por isso sido denominado de Motivações de aprendizagem e desenvolvimento. As saturações fatoriais e as comunalidades de cada um dos fatores considerados, podem ser visualizadas no Quadro 2 e encontram-se dispostas por ordem decrescente. Todos os itens saturam o respetivo fator acima de .50 (Tabachnick & Fidell, 2013).

O coeficiente de consistência interna Alpha de Cronbach apresentou um valor indicativo de uma excelente fiabilidade, $\alpha = .886$. A consistência interna do fator 1 é boa, já que superior a .80 (Nunally, 1978). Os fatores 2 e 3 apresentam uma consistência interna aceitável, já que superior a .70. (Nunally, 1978). Por último, o fator 4, apesar de apresentar um valor de consistência interna abaixo de .70, optámos por o manter, dada a natureza do fator e os valores das saturações fatoriais excederem o balizador .5.

Quadro 2 – Medida “Motivações empreendedoras”: saturações fatoriais, comunalidades (h^2), eigenvalues, proporções de variância explicada, coeficientes de consistência interna e descritivas para a solução com 4 fatores

	Fatores				h^2
	1	2	3	4	
11-Dar segurança à minha família	.853	.203	.104	.054	.783
09- Contribuir para o bem-estar dos meus familiares	.836	.198	.126	.054	.756
20- Dar maior flexibilidade a mim e à minha família	.674	.371	.062	.192	.633
10-Contribuir para a sociedade onde vivo	.623	-.071	.298	.254	.546
12- Fazer sentido para a minha vida	.599	.085	.225	.313	.515
22- Ter acesso a lucros indiretos tais como isenções fiscais	.075	.841	.193	.051	.754
23- Existir disponibilidade de capital de familiares e amigos	.205	.750	.152	.007	.627
13- Como um meio para reduzir a carga fiscal	.173	.683	.296	.054	.586
17- Desejo de ter proventos elevados	.145	.526	.313	.310	.492
05- Ter mais influência na minha comunidade	.131	.150	.794	.064	.675
02- Elevar a minha posição na sociedade	.048	.265	.719	.078	.595
06- Ser respeitado pelos meus amigos	.238	.289	.712	-.064	.652
07- Conseguir realizar algo e ser reconhecido por isso	.256	.168	.603	.259	.524
18- Ser inovador estando a par das novas tecnologias	.125	.192	.155	.752	.642
19- Continuar a aprender	.321	-.024	.090	.711	.617
01- Desenvolver uma ideia para um produto / negócio	-.038	-.009	-.080	.649	.429
14- Aceitar um desafio	.237	.100	.147	.560	.401
Eigenvalues	3.05	2.50	2.49	2.19	
% variância explicada	17.91	14.68	14.67	12.90	
Alpha de Cronbach	.836	.774	.771	.648	
<i>M (DP)</i>	4.10 (.71)	3.26 (.82)	3.43 (.82)	4.09 (.60)	

Análise Fatorial Confirmatória

A AFC foi realizada com base na segunda metade da amostra aleatoriamente distribuída (Amostra 2), tendo mostrado índices de ajustamento aceitáveis segundo os índices de NFI = .819 e SRMR = .073 e sofríveis considerando os índices TLI = .803, CFI = .825, RMSEA = .082 e $\chi^2/gl = 22.70$, confirmando a estrutura dimensional encontrada previamente na ACP (ver Quadro 1, Amostra 1). Os coeficientes de regressão estandardizados variaram entre .343 e .742.

Quadro 3 - Índices de ajustamento obtidos na análise fatorial confirmatória às “motivações empreendedoras”

Modelo	NFI	SRMR	TLI	CFI	χ^2 /gl	RMSEA	RMSEA Intervalo de Confiança 90%
1	.875	.068	.855	.880	21.53*** (gl=113)	.080	.077-.082*
2	.906	.056	.887	.911	17.05*** (gl=107)	.070	.068-.073*

* $p < .001$

Com base nos índices de modificação superiores a 100 correlacionaram-se os erros associados às variáveis observadas dos fatores Motivações de Realização Familiar e Societal, Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento, Motivações de Recursos e Rendimentos e Motivações de Prestígio. A qualidade do ajustamento melhorou consideravelmente, sendo que todos os índices mostraram um bom ajustamento (ver índices de ajustamento do modelo 2 no Quadro 3 e representação gráfica do modelo estimado na Figura 1).

A consistência interna da escala na Amostra 2 foi igualmente estimada pelo coeficiente de Alpha de Cronbach. A escala global mostrou uma boa consistência interna ($\alpha = .869$). O fator F1 mostrou uma boa consistência interna e os F2 e F3 uma consistência interna aceitável (ver Quadro 4). Os índices de fidedignidade composta são também bons (ver Quadro 4), dado serem superiores a .70 (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2008). Na variância extraída, todos os fatores se situam abaixo de .50, coeficiente igual ou acima do qual, segundo Bagozzi e Yi (1988), se considera um valor aceitável para a variância extraída, indicando a presença de validade convergente entre os itens de cada fator (Fornell & Lacker, 1981). Neste sentido, questiona-se a validade convergente dos fatores.

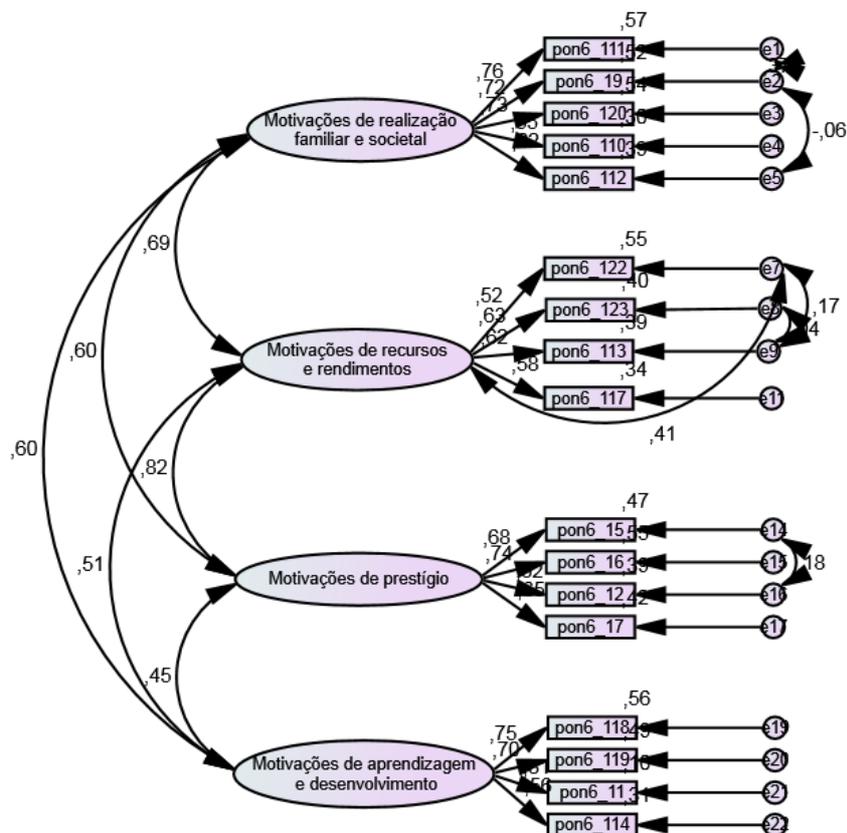


Figura 1– Modelo estimado após correlacionar os erros com base nos índices de modificação: coeficientes de regressão estandardizados e proporções de variância explicada

Atendendo às pontuações médias de cada fator, verifica-se que as motivações empresariais estão relativamente elevadas na população estudantil analisada, pois todos os fatores estão acima do valor médio da escala (3 pontos) com especial atenção para as “Motivações de realização familiar e societal”, com um valor de 4.11, e para as “Motivações de aprendizagem e desenvolvimento”, com um valor de 4.10 (ver Quadro 4). As associações mais elevadas entre os fatores corresponderam aos fatores “Motivações de prestígio” e “Motivações de recursos e rendimentos”, com um valor de .568, seguida pela correlação entre “Motivações de realização familiar e societal” e “Motivações de prestígio”, com um valor de .463. Atendendo ao quadrado dos coeficientes de correlação, verificou-se que estamos em presença de validade discriminante, dado que a proporção de variância extraída de cada fator, em termos gerais, supera o quadrado das correlações (R^2) entre cada par de fatores (Fornell & Lacker, 1981).

Quadro 4. Fiabilidade compósita (FC), variância média extraída (VE), valores de consistência interna, descritivas e intercorrelações entre os fatores (R^2 entre parêntesis) da escala “motivações empresariais”

	FC	VE	α	M	DP	F1	F2	F3	F4
Escala global	-	-	.869	3.75	0.55	-	-	-	-
F1- Motivações de realização familiar e societal	.810	.464	.828	4.11	0.69	1	.449* (.201)	.463* (.214)	.439* (.193)
F2- Motivações de recursos e rendimentos	.679	.347	.769	3.26	0.81		1	.568* (.323)	.270* (.073)
F3- Motivações de prestígio	.770	.457	.773	3.45	0.82			1	.291* (.085)
F4- Motivações de aprendizagem e desenvolvimento	.679	.365	.646	4.10	0.59				1

* $p < .001$

V - Discussão

A presente investigação aqui descrita teve como objetivo a identificação das motivações empreendedoras dos estudantes do Ensino Superior Politécnico Português, através da utilização de um instrumento especificamente construído para a sua avaliação. Recolhidos os dados com recurso ao instrumento que se designou por – Motivações pessoais e Fatores facilitadores do empreendedorismo – procedeu-se a duas análises distintas: análise fatorial exploratória (AFE), da qual emergiram quatro fatores (“Motivações de realização familiar e societal”, “Motivações de recursos e rendimentos”, “Motivações de prestígio” e “Motivações de aprendizagem e desenvolvimento”); e análise fatorial confirmatória (AFC), que permitiu confirmar os valores encontrados no primeiro estudo. Em termos globais, podemos referir que os resultados obtidos no presente estudo relativamente aos quatro fatores das motivações empresariais estudadas são relativamente elevados na população estudantil analisada.

Pese embora muitos estudos tenham sido realizados no domínio do empreendedorismo, ainda subsistem algumas incertezas e dúvidas. Por exemplo, não existe um consenso no que se refere aos traços de personalidade típicos dos empreendedores, nem no que diz respeito aos fatores motivacionais do empreendedor, não obstante os autores, em geral, concordarem que, quer a personalidade, quer as razões que levam os indivíduos a empreender, são variáveis importantes a investigar, analisar e compreender neste domínio. A nosso ver, este dissenso pode dever-se, em parte, ao papel que a cultura de uma nação tem também no comportamento para empreender e, conseqüentemente, na maior ou menor motivação que essa cultura imprime nos indivíduos. Por outro lado, para além das variáveis individuais como a personalidade e as motivações intrínsecas, outros fatores podem alavancar o processo de empreender.

Com a presente investigação percebeu-se mais claramente que os motivos que levam os estudantes portugueses a empreender se centram, predominantemente, nas *motivações de realização familiar e societal* e nas *motivações de aprendizagem e desenvolvimento*, e menos determinadamente nas *motivações de prestígio* e nas *motivações de recursos e rendimentos*. Por outras palavras, o seguir um negócio de família, o ser reconhecido pela sociedade parece motivar mais estes estudantes a empreender do que ter prestígio por se ser empresário ou obter recursos e rendimentos controlados pelo próprio. Sentir-se realizados e independentes é mais importante que ter prestígio e riqueza. A segurança, o agir em prol da sociedade parece ser mais importante que o estatuto e os rendimentos, muitas vezes associados também ao desejo de arriscar. Estes resultados são, em grande parte, consonantes com os resultados obtidos na investigação de Pereira (2001), com empresários nacionais, onde o prestígio foi uma variável menos enfatizada pelos empresários com uma formação superior, sendo, contudo, mais valorizada a independência e a realização. Ainda na investigação realizada por Pereira (2001), acresce referir que o fator relativo às motivações de realização familiar e societal foi mais saliente nos

empresários com menor grau de formação e de zonas rurais, por comparação com outros empresários. Os resultados obtidos vão ainda ao encontro de Aldrich & Cliff (2003), estes referem que o ambiente empresarial fomenta a motivação empresarial, pois os filhos de empresários possuem motivos empresariais mais elevados. Assim é possível constatar que as tradições familiares e as aprendizagens com a família são influenciadoras do empreendedorismo dos estudantes. Concluímos, também, que a população estudante, solteira e que depende da família para viver, ao revelar elevados níveis de motivações empreendedoras de realização familiar e societal e de aprendizagem e desenvolvimento, indicam uma elevada intenção de independência, desenvolvimento pessoal, liberdade económica e familiar,

Na presente investigação constatou-se que a academia detém um papel basilar quando falamos da temática do empreendedorismo, sendo de extrema importância que as instituições de Ensino Superior se comprometam com a formação em empreendedorismo, contribuindo para uma formação sólida dos estudantes capaz de os preparar melhor para enfrentarem os desafios colocados pelo mercado de trabalho, dando-lhe “ferramentas” e desenvolvendo competências para serem, se desejarem, empreendedores de sucesso.

Em Portugal, a investigação sobre o empreendedorismo e as razões (motivos) que levam os indivíduos (estudantes) a empreenderem, deverá integrar todas as áreas científicas, pois os desafios colocados no mercado de trabalho, nas diferentes áreas do conhecimento, são cada vez mais transversais e complexos, requerendo indivíduos proativos, resilientes e determinados na procura de soluções que criem valor para os diferentes *stakeholders*. Em Portugal, nos últimos anos, os contextos de trabalho têm mudado, pelo que o sistema de educação português necessita de continuar a acompanhar estas mudanças, sendo imperioso o reforço do investimento na preparação dos estudantes para enfrentar tais desafios. Com efeito, as competências empreendedoras fazem cada vez mais parte do portfólio de competências transversais de qualquer área para o sucesso na criação do próprio emprego e na dinamização do mercado de trabalho.

Estudo 2- Potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico português: o impacto das motivações empreendedoras controlando os efeitos da preparação académica e desejo de empreender

VI – Enquadramento conceptual

A primeira referência ao termo *entrepreneur* surgiu do francês para aludir àquele que assumia riscos e iniciava algo novo (Lobato & Carmo, 2009; Parreira, Pereira, Arreguy-Sena, Gomes, Marques, Melo, Oliveira, Fonseca, Carvalho, & Mónico, 2016) tendo surgido no ano de 1755 por Richard Cantillon (Van Praag, 1999). No entanto, só mais tarde no ano de 1971, Jean Baptiste-Say propõe a integração da função empreendedora na componente de gestão.

Segundo Drucker (1985), o termo empreendedorismo pode ser definido como o ato de inovar que cria uma nova capacidade de produzir riqueza podendo também ser entendido como a criação de uma nova organização (Gartner, 1985). No entanto, pode também ser descrito como um processo holístico de transformação e mudança, no qual a estabilidade presente desaparece (Bygrave, 1989).

Apesar do seu precoce aparecimento, o termo empreendedorismo só teve o seu apogeu no último meio século, conquistando um papel de destaque na sociedade. Num ambiente marcado por um elevado grau de complexidade e incerteza, o empreendedorismo surge como a criação e implementação de novas oportunidades (Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmento, 2016; Neck & Greene, 2011) representando um fator chave para o crescimento e sustentabilidade da economia, bem como mecanismo de desenvolvimento social (Rasmussen & Sorheim, 2006). A diversidade de definições e a abrangência dos seus elementos constitutivos atestam a complexidade do constructo (Shane & Venkataraman, 2000) e a multiplicidade de investigações e posicionamentos de diferentes autores.

No entanto, não obstante os primeiros cursos em empreendedorismo terem surgido em Escolas de gestão no ano de 1947, apenas na década de oitenta se assiste à decisiva expansão deste movimento (Parreira et al., 2016). E só mais tarde se assiste a um crescimento das políticas públicas que assinalaram e impulsionaram para a necessidade de priorização da promoção de uma cultura empresarial como estratégia de resolução de problemas complexos. É neste cenário que se assiste também à procura de uma “receita milagrosa” para velhos problemas como a baixa produtividade, o declínio ou a estagnação económica associada a elevadas taxas de desemprego entre jovens e adultos (Gray, 1988; Hessels, Gelderen, & Thurik, 2008; Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld, & Klein, 2012). A prioridade volta-se, assim, para o desenvolvimento de negócios estruturados, capazes de identificar e explorar oportunidades em ambientes marcados pelo dinamismo, complexidade e incerteza, bem como para a formação de indivíduos para gerirem tais projetos (Ronstadt, 1985). É neste sentido que diversos autores (e.g., Aponte, Urbano, & Toledano, 2008; Edwards & Muir, 2005; Fayolle, 2005; Greene & Saridakis, 2008; Katz, 2003; Kuratko, 2005;

Matlay & Carey, 2006; McMullan & Gillin, 2001; Preedy & Jones, 2015; Rae, Matlay, McGowan, & Penaluna, 2014) salientam a importância da formação em empreendedorismo na educação. Nesta perspectiva, a academia pode ter um papel chave e determinante na melhoria das competências dos seus estudantes, motivando-os para uma futura atividade empresarial. Esta visão crucial do papel da academia como alavanca para a motivação de jovens empreendedores surge como sendo determinante para melhorar, preparar e capacitar os estudantes para o mundo do trabalho (Parreira et al., 2016; Rasmussen & Sorheim, 2006).

Não obstante o papel indiscutivelmente fulcral da academia para a criação de emprego, inovação e criação de riqueza de uma nação, o indivíduo surge como principal agente de mudança para criar e concretizar iniciativas empreendedoras, sendo também o primeiro responsável pelo desempenho das tarefas a elas inerentes. Daí que o processo de empreendedor esteja fortemente relacionado com as características dos indivíduos, sejam elas psicológicas, comportamentais e/ou sociais (Baum, Frese, Baron, & Katz, 2007; Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016; Krueger & Brazeal, 1994; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). A diversidade de investigações que se têm focado na identificação e descrição de traços e/ou características da personalidade, características psicológicas que poderão diferenciar os potenciais empreendedores dos não empreendedores atesta tal facto e reforça a importância de se estudar e desenvolver os indivíduos com maior propensão para empreender (e.g., Baum & Locke, 2004; Brandstatter, 1997; Santos, Caetano, & Curral, 2010).

Tendo em conta a literatura neste domínio, é possível depreender que esta identifica as motivações, as características psicológicas, sociodemográficas, sociais e do meio como os grandes fatores que levam ao sucesso do empreendedorismo (Kirby, 2004; Santos, 2008). Contudo, verifica-se também que o aglomerado de competências associadas ao potencial empreendedor nem sempre é consensual, variando de autor para autor.

Por exemplo, na perspectiva de Santos (2008), o potencial empreendedor é uma construção subsidiada por três dimensões: a Realização, o Planeamento e o Poder, e uma dimensão complementar: a Intenção Empreendedora, que está associada ao desejo de empreender. A dimensão da Realização está relacionada com o reconhecimento de oportunidades, a persistência e a eficácia. Enquanto a do Planeamento se articula com a definição de objetivos, a pesquisa de informações, o planeamento contínuo e o controlo permanente. Já a dimensão do Poder é identificada através da capacidade de persuasão e do estabelecimento de relações. Relativamente à intenção empreendedora, acresce referir que esta releva-se através do desejo de o indivíduo ter um negócio, que advém da percepção da existência de condições favoráveis (Santos, 2008; Souza, Santos, Lima, Cruz, & Lezana, 2016). Contudo, Souza et al. (2016) advertem para o facto de que, não obstante o indivíduo poder apresentar características tipicamente associadas ao comportamento de empreendedor, este perfil pode existir sem que o mesmo manifeste necessariamente o desejo de empreender.

Santos, Caetano e Cural (2013), sugerem que existem quatro principais características diferenciadoras do indivíduo empreendedor: as motivações empreendedoras (Baum, Locke, & Smith, 2001; Chell, 2008); as competências psicológicas (Marvel & Lumpkin, 2007; Markman, Baron, & Balkin, 2005); as competências sociais (Baron & Tang, 2009; Hoehn-Weiss, Brush, & Baron, 2004); e as competências de gestão (Chell, 2008; Locke & Smith, 2001).

Não sendo alheios às diferentes perspectivas, e tendo em conta que todas elas englobam uma série de características relevantes, é importante sublinhar que o foco do presente estudo centra-se exclusivamente na investigação das motivações empreendedoras, e na averiguação de qual a sua relação com o potencial empreendedor dos estudantes participantes no estudo.

Com efeito, se a educação para o empreendedorismo tem como objetivo primordial contribuir para o aumento da atividade empresarial, esta não deve apenas capacitar os estudantes (Hynes, 1996), mas deve também motivá-los para uma ação empreendedora (Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016).

Naffziger, Hornsby e Kuratko (1994), salientam que a motivação ajuda a descrever o processo que leva os indivíduos a envolverem-se em comportamentos empreendedores. Segundo Parreira et al. (2016), para além de identificar os traços da personalidade típicos dos empreendedores, é necessário entender o que motiva um indivíduo a empreender pois é algo importante, quer para investigadores, quer para a academia. Neste sentido, as motivações empreendedoras têm sido alvo de diversas investigações e discussões, muito devido ao vasto número de fatores que para elas contribuem, segundo os diversos autores que investigam neste domínio.

Não obstante o que acabámos de referir, salientamos de novo que para a presente investigação focámo-nos apenas nos fatores que serão descritos de seguida e que foram o suporte do instrumento de recolha de dados usado no estudo.

Uma das motivações mais estudadas, até à atualidade, e que teve origem na Teoria das Motivações de McClelland (1961), é a necessidade de realização. Esta, segundo McClelland (1961) e Pereira (2001), ajuda a compreender a atividade empresarial, e pode estar vinculada à aquisição de conhecimento, motivando os estudantes a criarem as suas empresas (Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Outro dos fatores presente no estudo sustenta-se na necessidade de independência. Este tem sido um motivo fortemente presente nas comunidades académicas (Gartner, 2001; Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991), embora não se restrinja apenas a estas, sendo, por conseguinte, extensível à maioria dos empresários (Pereira, 2001).

O aproveitamento de oportunidades possibilita a introdução no mercado de novos serviços, bens e métodos de organização, que podem ser lucrativos (Shane & Venkataraman, 2000). Assim, outro dos motivos presente para a maioria dos empresários projeta-se na concretização de uma oportunidade de negócio, que representa uma possibilidade concreta, com efetiva hipótese de realização (Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Segundo Lin (1999), ser reconhecido e admirado é uma característica humana que pode, sobretudo em certas culturas, motivar para empreender, apelando ao reconhecimento e aceitação como uma necessidade social. Daí que, conseguir obter notoriedade e *status* na sociedade pode ser uma motivação para diversos indivíduos criarem as suas próprias empresas (Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Finalmente, o papel da família representa um aspeto muito importante ao nível social e económico na criação e desenvolvimento de empresas, uma vez que uma das principais fontes de criação de postos de trabalho nas economias de mercado assenta em negócios de família (Shanker & Astrachan, 1996).

VI – Objetivos

No que diz respeito aos estudantes, e tendo em conta a atual realidade económica e as dificuldades a ela associadas, a criação de novos negócios pode ser vista, também, como uma alternativa à grande dificuldade em encontrar um emprego compatível com as competências adquiridas e desenvolvidas ao longo da sua vida académica (e.g., Global Entrepreneurship Model, 2010; Sanatarelli, Carree, & Verheul, 2009; Remeikiene & Startiene, 2009; Santos, Caetano, & Curren, 2010). A avaliação da intenção para criar novos negócios e traçar o potencial empreendedor surge, assim, como algo também importante no contexto do empreendedorismo (e.g., Couto & Tiago, 2009; Gird & Bagraim, 2009; Raposo, Paço, & Ferreira, 2009; Teixeira, 2008).

É neste enquadramento que se pretende avaliar o impacto das competências empreendedoras no potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico, objectivo este inserido nos objetivos de um projeto mais vasto, que se encontra em desenvolvimento desde 2009, por diversos investigadores das várias áreas do conhecimento. Assim, esta investigação pretende dar o seu contributo para a análise da postura dos estudantes face ao empreendedorismo através da clarificação da questão: Qual o potencial empreendedor do estudante do ensino superior politécnico Português? Tal como referido, a presente investigação insere-se no objectivo de um projeto mais vasto onde são analisadas outras variáveis complementares, e cujo objetivo se centra na sistematização e operacionalização das características individuais que distinguem o potencial empreendedor, pretendendo também dar resposta a algumas necessidades práticas associadas à educação para o empreendedorismo em Portugal. (Farhangmehr, Gonçalves, & Sarmiento, 2016; Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Embora, já se conheçam, em traços gerais, as características mais salientes de um empreendedor, um estudo recente realizado pela equipa da qual fazemos parte (Parreira, Silva, Carvalho, & Mónico, *in press*) permitiu identificar a *Realização Familiar e Societal* e as *Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento*, como os fatores que marcadamente motivam os estudantes a empreender.

VII – Metodologia

Amostra

Quadro 5. Caracterização da Amostra

	(N = 6532)	
	n	%
<i>Sexo</i>		
Masculino	2239	34.8
Feminino	4167	64.8
Não resposta	28	0.4
<i>Área do curso</i>		
Saúde	1812	28.2
Tecnológicas	1630	25.3
Ciências sociais	1327	20.6
Gestão	1490	23.2
Não resposta	171	2.7
<i>Ano do curso</i>		
1º	2037	31.7
2º	2200	34.2
3º	1699	26.4
4º	462	7.2
Não resposta	32	0.5
<i>Condições perante o ensino</i>		
Estudante	5326	82.8
Trabalhador estudante	1070	16.6
Não resposta	34	0.5
<i>Estado civil</i>		
Solteiro(a)	5801	90.2
Divorciado(a)	88	1.4
Casado(a)	405	6.3
União de facto	108	1.7
Não resposta	28	0.4
<i>Instituto politécnico</i>		
IP Beja	467	7.3
IP Bragança	249	3.9
IP Castelo Branco	383	6.0
IP Cávado e Vale do Ave	318	4.9
IP Coimbra	508	7.9
IP Guarda	456	7.1
IP Leiria	488	7.6
IP Lisboa	272	4.2
IP Portalegre	150	2.3
IP Porto	442	6.9
IP Santarém	495	7.7
IP Setúbal	395	6.1
IP Viana Castelo	466	7.2
IP Viseu	539	8.4
IP Tomar	180	2.8
ESEnfC	182	2.8
EST-UA Algarve	440	6.8

A amostra é composta por estudantes de 17 instituições de ensino superior politécnico português associadas ao projeto Poliemprende. Foram excluídos casos com *missing values* superiores a 10%. No final o N obtido foi de 6532, sendo que 34.8% dos participantes são do género masculino e 64.8% são do sexo feminino. A amostra foi constituída por conveniência (Hill & Hill, 2012) e estratificada pelos três ou quatro anos das licenciaturas nas quatro áreas de conhecimento presentes: saúde, gestão, tecnologias e ciências sociais, tendo-se procedido à recolha de 40 questionários em cada ano e em cada uma das áreas mencionadas. Para além das áreas foram tidas em consideração variáveis como o género, o perfil de estudante (trabalhador estudante/ estudante) e o ano de frequência do curso. Uma descrição detalhada da amostra pode ser consultada no Quadro 1.

A média de idades dos respondentes foi de 22 anos, variando entre os 17 e os 57 anos. Relativamente à área de curso, a maioria (28.2%) dos participantes pertence à área de Saúde. A maioria da amostra é representada por alunos do segundo (34.2%) e do primeiro ano (31.7%), sendo que 82.8% dos participantes apenas estudam, enquanto que 16.6% são trabalhadores e estudantes.

Medidas

Tal como referido anteriormente, em 2011, Parreira, Pereira e Brito realizaram uma investigação dentro do âmbito do projeto Poliemprende, que pretendia dar resposta à questão: qual o potencial empreendedor do estudante do Ensino Superior Politécnico Português? A recolha de dados para a referida investigação recorreu ao método do inquérito por questionário auto-administrado composto por um conjunto de medidas que refletem o modelo de investigação utilizado nos anteriores estudos sobre a temática do empreendedorismo (Kristiansen & Indarti, 2004; Lüthje & Franke, 2003).

O questionário intitulado de “motivações pessoais e fatores facilitadores do empreendedorismo” foi criado por um painel de cinco *experts* de diferentes áreas. O seu desenvolvimento teve por base as escalas (dimensões) sobre os motivos para a criação de empresas, as influências sociais e do meio e os apoios para a criação de empresas, baseadas no trabalho da *Society for Associated Researchers on International Entrepreneurship* (SARIE) com contribuições de teóricos reputados como Aldrich, Rozen e Woodward (1987), Baumol (1985), Shapero e Sokol (1982), os motivos empresariais de McClelland (1961), os trabalhos de Pereira (2001), e questões pertinentes provenientes da realidade, quer relativa às instituições, quer relativas ao projeto Poliemprende. A versão final constituiu-se por 23 itens, medidos numa escala de Likert de 5 pontos (de 1 = pouco importante a 5 = muito importante).

Escala das motivações empreendedoras

Num estudo já realizado com a presente amostra (Parreira, Silva, Carvalho, & Mónico, *in press*), foi efetuado o estudo psicométrico para

Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras e o seu impacto no potencial empreendedor

Sofia Daniela Castro da Silva (e-mail:soofia.silva@hotmail.com) 2017

validação da escala das “motivações pessoais e fatores facilitadores do empreendedorismo” que apresentou bons índices de ajustamento, NFI= .906 (*Normed of fit index*; bom ajustamento $> .80$; Schumacker & Lomax 2010), SRMR= .056 (*Standardized Root Mean Square Residual*; ajustamento apropriado $< .08$; Brown 2015), TLI= .887 (*Tucker-Lewis Index*; ajustamento apropriado $> .90$; Brown, 2015), CFI= .911 (*Comparative fit index*; bom ajustamento $> .90$; Bentler 1990), RMSEA= .080 (*Root Mean Square Error of Approximation*; bom ajustamento $< .05$, ajustamento aceitável $< .08$; Kline 2011; Schumacker & Lomax 2010; Marôco, 2011) e $X^2/df = .068-.073^*$ (ajustamento aceitável ≤ 5 ; bom ajustamento ≤ 2 ; Marôco, 2011; Schumacker & Lomax, 2010).

A escala apresentou validade discriminante e o coeficiente de consistência interna *Alpha de Cronbach* apresentou um valor indicativo de uma boa fiabilidade, $\alpha = .886$ (Nunally 1978). A consistência interna do fator 1 foi igualmente boa, já que superior a $.80$ (Nunally, 1978). Os fatores 2 e 3 apresentaram uma consistência interna aceitável, superior a $.70$. (Nunally, 1978). Por último, o fator 4, apesar de apresentar um valor de consistência interna abaixo de $.70$, optou-se por o manter, dada a sua natureza, e dado que os valores das saturações fatoriais excederem o balizador $.50$. Quanto aos *scores* obtidos, todos revelaram uma consistência interna boa, superiores a $.80$ (Nunally, 1978), sendo que a variável preparação académica obteve $\alpha = .841$, o desejo de empreender $\alpha = .861$ e o potencial empreendedor $\alpha = .819$.

Potencial empreendedor

Para a presente investigação foram calculados três scores compósitos, um score compósito do potencial empreendedor que foi operacionalizado através do somatório das questões: *Acho o empreendedorismo atrativo*; *Como empreendedor alcançaria os meus objetivos na vida* e *Como empreendedor ficaria satisfeito com o meu trabalho* (em que 1- Pouco Importante e 5- Muito Importante).

Preparação académica

Um outro *score* compósito foi calculado para avaliar a preparação académica para empreender, através das seguintes questões: *O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)*, e *O meu curso preparar-me para criar uma empresa própria*; (em que 1- Pouco Importante e 5- Muito Importante);

Desejo de empreender

E, por último, um *score* compósito para determinar o desejo de empreender, constituído pelas questões: *O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)*, e *O meu desejo relativamente a criar uma empresa própria*; (em que 1- Pouco Importante e 5- Muito Importante).

Procedimentos

Os questionários foram distribuídos pelos coordenadores do concurso Poliempreeende, que procederam também a uma divulgação do processo de recolha em cada uma das instituições que coordenavam. Posteriormente os questionários foram aplicados aos estudantes do ensino superior politécnico português, tendo sido assegurados os pressupostos éticos, nomeadamente o consentimento informado aos participantes, bem como a confidencialidade e o anonimato das respostas. Os estudantes foram informados que poderiam desistir a qualquer momento do estudo.

Tratamento Estatístico dos Dados

Os dados foram tratados com a versão 22.0 dos programas IBM SPSS e AMOS (para o sistema operativo Windows). A existência de *outliers* foi avaliada pela distância quadrada de Mahalanobis (Tabachnick & Fidell, 2013), não tendo sido encontrados valores extremos relevantes. Os *missing-values*, todos MCAR, foram substituídos pelo método *series mean*. As intercorrelações foram realizadas através do coeficiente de correlação de Pearson. Por seu turno, a normalidade das variáveis foi avaliada pelos coeficientes de assimetria (Sk) e curtose (Ku) uni e multivariadas. Os valores dos coeficientes de assimetria e curtose, da amostra, não se afastaram excessivamente dos considerados adequados para a assunção do pressuposto da normalidade (Kline, 2011), dado que os valores de $Sk < 2$ e de $Ku < 3$. Considerou-se para todas as análises uma probabilidade de erro de tipo I de .05.

Todos os pressupostos do modelo foram devidamente testados. O pressuposto da distribuição normal e da homogeneidade de variâncias foram validados graficamente, assim como o pressuposto da independência de erros, validado com a estatística de Durbin-Watson (Marôco, 2011). Paralelamente, e para diagnosticar a multicolinearidade das variáveis predictoras, utilizou-se o VIF, não tendo sido diagnosticados efeitos de colinearidade ($VIF < 8$).

Relativamente às análises de regressão, foram testados os pressupostos, utilizando a estatística de Durbin-Watson ($d = 1.99$ a 2.03) para testar a independência de erros e o VIF para o diagnóstico de multicolinearidade, tendo sido verificado a não existência de colinearidade entre as variáveis predictoras (foram obtidos VIFs de 1.00 a 3.33).

VII – Resultados

O Quadro 6 apresenta as médias, desvio-padrão e intercorrelações obtidas para os quatro fatores da Escala das Motivações Empreendedoras e para os *scores* compósitos criados (“Preparação Académica”, “Desejo de Empreender” e “Potencial Empreendedor”). Relativamente à escala das Motivações Empreendedoras, os valores das respostas variaram entre 1 (*Pouco Importante*) e 5 (*Muito Importante*) tendo como média de respostas 3.75. Dos 4 fatores que constituem a escala ME o que obteve pontuação média mais elevada foi o das “Motivações de Realização Familiar e

Societal” (M=4.11), seguido das “Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento”, “Motivações de Prestígio” e “Motivações de Recursos e Rendimentos” (M=3.26).

O *score* potencial empreendedor foi o que apresentou uma maior pontuação média (M=11.17), situando-se acima do ponto intermédio do *score* (9 valores.) Considerando que os valores de referência são os mesmos, verificamos que o potencial empreendedor dos estudantes supera o seu desejo de empreender, $t(6429)= 146.12$, $p<0.001$. Já o *score* de preparação académica, composto apenas por dois itens, apresentou uma pontuação média superior ao ponto intermédio do *score* (5.6 valores). O mesmo não acontece quanto ao *score* desejo de empreender, cuja pontuação média se situa largamente abaixo do ponto intermédio do *score* (9 valores).

O Quadro 6 contém também a matriz de correlações entre as *ME*, a *Preparação Académica*, o *Desejo de Empreender* e o *Potencial Empreendedor*, sendo possível denotar que todas as correlações se revelaram estatisticamente significativas, sendo que as correlações mais baixas são entre as *Motivações de Realização Familiar e Societal* e a *Preparação Académica* ($r=.12$) seguidas das correlações entre as *Motivações de Prestígio* e a *Preparação académica* ou o *Desejo de Empreender*, visto que obtiveram o mesmo valor ($r=.13$)

Quadro 6 – Médias, desvios-padrão e matriz de intercorrelações entre as medidas em estudo (R^2 entre parêntesis)

	Valores de referência	Mínimo	Máximo	M	DP	1	2	3	4	5	6	7	8
Escala Global (1)	1-5	-	-	3.75	.55	1	.80** (.64)	.79** (.63)	.78** (.61)	.61** (.37)	.18** (.03)	.29** (.08)	.23** (.05)
F1-Motivações de realização familiar e societal (2)	1-5	1	5	4.11	.69		1	.46** (.21)	.45** (.20)	.44** (.19)	.12** (.01)	.21** (.04)	.18** (.03)
F2-Motivações de Prestígio (3)	1-5	1	5	3.44	.82			1	.57** (.32)	.29** (.08)	.13** (.01)	.17** (.02)	.13** (.01)
F3- Motivações de recursos e rendimentos (4)	1-5	1	5	3.26	.81				1	.27** (.07)	.15** (.02)	.18** (.03)	.15** (.02)
F4-Motivações de aprendizagem e desenvolvimento (5)	1-5	1	5	4.09	.59					1	.18** (.03)	.36** (.13)	.28** (.07)
Preparação Académica (6)	2-10	2	10	6.11	1.97						1	.21** (.04)	.42** (.17)
Potencial Empreendedor (7)	3-15	3	15	11.17	2.11							1	.35** (.12)
Desejo de Empreender (8)	3-15	2	10	6.63	2.27								1

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

As *Motivações de Prestígio* revelaram a correlação mais elevada com as *Motivações de Recursos e Rendimentos* ($r=.57$), seguida da correlação entre as *Motivações de Realização Familiar e Societal* com as *Motivações de Prestígio* ($r=.46$).

Contudo, as correlações mais relevantes do presente estudo emergem do *Potencial Empreendedor* (PE) com os quatro fatores que constituem a escala das *Motivações Empreendedoras* (ME). Neste sentido, as que se revelaram mais significativas foram as *Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento* ($r=.36$) e as *Motivações de Realização Familiar e Societal* ($r=.21$), o que significa que os estudantes do ensino politécnico português, inquiridos para este propósito, percebem que a motivação para empreender não advém dos recursos e dos rendimentos ($r=.18$) e menos ainda do prestígio e *status* que poderão ter na sociedade ($r=.17$), mas sim de outras fontes (motivos), como a aprendizagem, a realização, o seguir um negócio de família e ter um papel relevante na sociedade (não de destaque ou associado ao prestígio, necessariamente)

Efeito preditivo das *Motivações Empreendedoras* (ME) no *Potencial Empreendedor* (PE), controlando os efeitos da *Preparação Académica* e do *Desejo de Empreender*

Com o objetivo de avaliar até que ponto as *ME* podem atuar como fator preditor do *Potencial Empreendedor* foi realizada uma análise da regressão múltipla hierárquica (ver quadro 7), considerando como variável critério o *potencial empreendedor* e como variáveis predictoras os 4 fatores das motivações empreendedoras, controlando o efeito da *preparação académica* e o *desejo de empreender*.

Como podemos observar no quadro 7, no modelo 1, a *preparação académica* explicou 5% do *potencial empreendedor* da amostra apresentada. Quando ao modelo acrescentamos o preditor *desejo de empreender*, este passa a explicar conjuntamente com a *preparação académica* 13% do *potencial empreendedor*, o que significa que houve um acréscimo de 8% em relação ao modelo anterior. No Modelo 3, quando acrescentadas as *ME*, a percentagem explicada sobe para 21%, apesar de duas dimensões das *ME* (“*Motivações de Prestígio*” e “*Motivações de Recursos e Rendimentos*”) não terem revelado uma capacidade preditiva do *potencial empreendedor*. As *ME* “*Motivações Realização de Familiar e Societal*” e “*Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento*”, foram as que apresentaram maiores aptidões preditivas ($\beta = .020$ e $.026$, respetivamente). O *desejo de empreender*, revelou-se também um dos preditores mais robustos no modelo 3 ($\beta = .25$). Ainda que com um β ($\beta=.06$) mais fraco a *preparação académica* manteve-se significativa, na presença do *desejo de empreender* e de todas as motivações.

Quadro 7 - Regressão Múltipla e Hierárquica do potencial empreendedor previsto a partir das motivações empreendedoras controlando os efeitos da preparação académica e do desejo de empreender

	r^2	R^2_{aj}	ΔR^2	b	SE	β	t	$sig.$	F
Modelo 1									
<i>Preparação Académica</i>	.05	.05	-	.233	.01	.22	17.83	.000***	317.763***
Modelo 2									
<i>Preparação Académica</i>	.13	.13	.09	.09	.01	.08	6.40	.000***	617.924***
<i>Desejo de Empreender</i>				.30	.01	.32	24.86	.000***	
Modelo 3									
<i>Preparação Académica</i>				.06	.01	.06	4.46	.000***	158.272***
<i>Desejo de Empreender</i>				.23	.01	.25	19.51	.000***	
<i>Motivações de Realização Familiar e Societal</i>	.21	.21	.08	.06	.04	.20	1.36	.174**	
<i>Motivações de Prestígio</i>				.07	.04	.03	1.89	.058*	
<i>Motivações de Recursos e Rendimentos</i>				.11	.04	.04	3.09	.002**	
<i>Motivações de Aprendizagem e Desenvolvimento</i>				.92	.05	.26	20.13	.000***	

VIII - Discussão

O termo *potencial empreendedor* tem vindo a ser definido de diversas formas na literatura, com recurso a várias dimensões psicológicas e traços de personalidade, identificados como distintivos dos empreendedores (e.g., Baron & Markman, 2000; Baum, Frese, Baron, & Katz, 2007; Carland, Hoy, & Carland, 1988; Connor & Davidson, 2003; Chell, 2008; Cross & Travaglione, 2003; Gartner, 1989; Marvel & Lumpkin, 2007; Markman, Baron, & Balkin, 2005; McGee, Peterson, Mueller, & Sequeira, 2009).

Tal como já referido, estamos cientes da grande diversidade de perspetivas no âmbito do tema abordado. Não sendo alheios a tal facto, ao longo desta discussão centramo-nos apenas nas motivações empreendedoras, que foram o alvo desta investigação.

Com efeito, e tal como referido anteriormente, foi objetivo central deste capítulo avaliar o efeito das ME na previsão do potencial empreendedor. Para tal, foi inicialmente elaborada uma matriz de intercorrelações entre as medidas em estudo, que revelou intercorrelações mais significativas entre *as motivações de realização familiar e societal* e *as motivações de aprendizagem e desenvolvimento* com o *potencial empreendedor*; tendo em seguida sido realizada uma regressão múltipla e hierárquica, com o intuito de perceber a capacidade preditiva do potencial empreendedor, esta permitiu confirmar que *as motivações de realização familiar e societal* e *as motivações de aprendizagem e desenvolvimento* são as que melhor predizem o *potencial empreendedor*, seguidas pelo *desejo de empreender*, que também se revelou um preditor robusto no modelo 3. O que significa que os estudantes inquiridos são mais impelidos a empreender na presença de familiares empreendedores, ou para se sentirem realizados e independentes, demonstrando uma motivação pela contínua aprendizagem e desenvolvimento próprio, e não porque pretendem obterem prestígio, riqueza ou um *status* elevado na sociedade. A estabilidade, o desenvolvimento pessoal, o agir em prol da sociedade é mais relevante para a amostra estudada, do que os recursos que estes detêm e os rendimentos que puderão obter através da criação do seu próprio negócio.

Apesar das restantes correlações, entre todos os fatores constituintes da escala e o potencial empreendedor, se terem revelado estatisticamente significativas, apresentaram uma magnitude de correlação mais baixa.

Os resultados vão ao encontro de estudos presentes na literatura, que evidenciaram que o forte desejo de realização e independência pessoal, influenciam o desenvolvimento de negócios de família, apresentando-se como um fator motivacional que permite o desenvolvimento do potencial empreendedor dos indivíduos (Aslete, 2008).

Apesar da grande diversidade de estudos já realizados no domínio do empreendedorismo, ainda não parece existir um relativo consenso acerca das características do indivíduo empreendedor, nem uma ferramenta robusta capaz de medir tais características. Assim, a nível teórico, o principal contributo deste capítulo remete para a sugestão da convergência das dimensões psicológicas mais referenciadas e distinguidas pela literatura,

para assim criar um modelo, que irá para além da simples descrição das várias dimensões psicológicas e sociais (Raab, Stedham, & Neuner, 2005).

Embora diversos autores façam alusão às mesmas características psicológicas dos indivíduos empreendedores, a falta de instrumentos nesta área tem sido também referenciada na literatura, como uma necessidade para o desenvolvimento teórico do empreendedorismo (Rumelt, 2005). Com efeito, dado não existir ainda um instrumento de avaliação dessas características, consideramos ter dado assim o nosso modesto contributo metodológico – um instrumento com resultados que se afiguram importantes para futuras investigações empíricas.

IX – Conclusões, Implicações e Investigação Futura

Através dos dois estudos apresentados podemos concluir que, apesar de os quatro fatores que constituem as motivações empreendedoras se revelarem elevados na população estudantil analisada, os motivos que levam os estudantes portugueses a empreender são predominantemente as *motivações de realização familiar e societal* e as *motivações de aprendizagem e desenvolvimento*.

Ambos os estudos aqui descritos pretenderam dar um contributo para a investigação e desenvolvimento do conhecimento no domínio do empreendedorismo em Portugal. Os resultados obtidos têm implicações práticas importantes, nomeadamente por permitirem utilizar um instrumento válido e fiável para avaliar as motivações pessoais e os fatores facilitadores do empreendedorismo, para além de evidenciarem uma aproximação da formação proporcionada pela academia às reais necessidades, quer dos estudantes, quer do mercado e das economias, quer ainda da preparação dos futuros empreendedores.

Numa altura de crise económica, política, social e também de valores, na qual o empreendedorismo se assume como uma potencial alavanca para o desenvolvimento de um país ou de uma região, é bastante importante aproveitar para criar, estimular e potenciar o potencial empreendedor dos estudantes. Uma vez que estes apresentam um perfil com competência e revelam motivações para empreender, devemos encarar isso como um alicerce estrutural de alavancagem da sociedade, capaz de a tornar competitiva, sustentável e geradora de valor, na qual o empreendedorismo funcionará com o combustível para a inovação.

Segundo Bergh, Thorgren e Wincent (2011), a academia proporciona aos jovens o contexto necessário para estes conseguirem explorar oportunidades e terem uma melhor percepção das suas próprias competências. Com efeito, as variáveis contextuais como a cultura, a educação e as experiências, são factores que influenciam o desenvolvimento de competências empreendedoras e o desejo de empreender dos indivíduos (Testas & Moreiras, 2014; Souza et al., 2016; Volkmann, 2004).

Assim, e dada a aceitação expressiva dos estudantes portugueses no reconhecimento da importância e da preparação em empreendedorismo proporcionada pela academia (*Eurobarometer*, 2009), profissionalizar a

formação para os estudantes aprenderem a ser empreendedores torna-se cada vez mais fulcral.

Todas as investigações apresentam algumas limitações. Os presentes estudos não são exceção. Assim, finalizada esta etapa da investigação, é possível identificar limitações encontradas bem como melhorias a introduzir em futuras investigações. A principal limitação, das investigações, remete para o modo de recolha de dados, que foi realizado via inquérito, o que apesar de apresentar vantagens, também apresenta algumas desvantagens. O anonimato e o respeito pela privacidade dos respondentes são duas das vantagens. Porém, uma das grandes desvantagens do inquérito por questionário auto-administrado remete para a validade das conclusões alcançadas, designadamente as referentes ao estabelecimento de condições que visem garantir a validade interna da investigação (Alferes, 1997). Citando o referido autor, nas investigações por inquérito só em condições muito especiais é possível afirmar de modo inequívoco a corroboração de hipóteses teóricas que explicitem relações de causalidade entre os respetivos termos (...). Dito de outro modo, e se quisermos ser rigorosos, as hipóteses e previsões numa investigação por inquérito limitam-se, na maioria dos casos, ao simples enunciado de relações de covariação. (...) a tónica é colocada na identificação de padrões de associação entre duas ou mais variáveis (1997, pp. 103-104).

Outra das desvantagens diz respeito à amostra estudada, uma vez que esta, apesar de ser uma amostra relativamente abrangente, é limitativa pelo facto de incluir apenas estudantes do Ensino Superior Politécnico Português, pelo que sugerimos, em futuras investigações, incluir estudantes do Ensino Superior Universitário, público e privado, quer de outras áreas científicas, quiçá, de outras Instituições de Ensino fora de Portugal, potenciando assim o mapeamento do potencial empreendedor dos estudantes por área de formação e, eventualmente, por instituição. Outra das limitações da presente investigação sustenta-se na não identificação da nacionalidade dos respondentes. Neste sentido, a nosso ver, diferentes culturas poderão ter influência nos diferentes pesos nas respostas dos indivíduos, sendo desejável no futuro realizar uma melhor caracterização da amostra, no sentido de inquirir apenas estudantes portugueses ou, em alternativa, controlando o fator “nacionalidade dos estudantes”. A este respeito é importante referir que outros investigadores da equipa da qual fazemos parte estão a delinear investigações neste sentido. Com efeito, e como é sabido, dada a importância atribuída à internacionalização na academia em muitos países, raras são as Instituições que não têm, a cada ano letivo, estudantes oriundos de uma multiplicidade de culturas, culturas essas que valorizam em maior ou menor grau o comportamento para empreender, a aversão ao risco, a valorização da independência e da criação do próprio emprego, a valorização da iniciativa, inovação e exploração de oportunidades, entre outros. Com efeito, há, como todos sabemos, culturas mais permeáveis ao empreendedorismo e outras que, ao valorizarem mais outras vertentes, influenciam, mais negativamente, a propensão e o desejo de empreender.

Tendo em conta os resultados obtidos neste e em outros estudos

realizados pela equipa de investigação da qual fazemos parte, somos levados a concluir que as Instituições de Ensino Superior em Portugal necessitam de dar cada vez mais atenção à formação em empreendedorismo e à efetiva capacitação dos estudantes para o processo de empreender. É necessária uma maior promoção da autonomia do estudante, incentivando-o a procurar desafios e a concretizar as suas próprias ideias, tendo este processo, necessariamente, implicações que requerem mudanças nos currícula dos cursos oferecidos pela academia em geral. Neste âmbito, questionamo-nos se estarão as instituições de ensino superior a reproduzir modelos que apenas fornecem aos jovens fórmulas imediatas e estereotipadas ou se, por sua vez, estarão a criar as bases para a criação de competências transversais a serem mobilizadas nos contextos de trabalho. Se a primeira hipótese constituir parte da realidade de algumas das instituições, e indo ao encontro de autores como Jones e English (2004), significa que não existe uma verdadeira preparação dos jovens diplomados para a vida empresarial, não estando por isso devidamente preparados para responder aos desafios que a vida profissional implica e reclama. Para que o desejo de empreender seja despoletado e desenvolvido nos estudantes será necessária uma formação mais específica e focada em aspetos essenciais preparadores de condições estimulantes ao empreendedorismo (Mitra, 2002). É neste sentido que consideramos de extrema importância a criação de um instrumento, adequado à realidade estudantil, que permita avaliar as competências empreendedoras, bem como os motivos que os levam a empreender. Foi nesta linha de pensamento que realizámos a presente investigação. Contudo, e a nosso ver, a mesma pode ser reproduzida noutros cenários académicos e expandida para outros países, bem como melhorada e aprofundada. Por exemplo, seria também importante alargar o estudo ao ensino secundário para se avaliar qual o contacto que os estudantes têm com o empreendedorismo em fases iniciais de escolha da área de investimento.

Conquanto que sejam necessários mais estudos com o presente instrumento, estudos estes que já estão a ser conduzidos por outros investigadores da nossa equipa que pretendem avaliar, por exemplo, o impacto da auto-eficácia no potencial empreendedor (Parreira, Riscado, Mónico & Carvalho, *in press*), a relação entre o potencial empreendedor e as oportunidades e os recursos para empreender controlando os efeitos da preparação académica e do desejo de empreender (Parreira, Santos, Carvalho & Mónico, *in press*) e ainda a relação entre o potencial empreendedor e os incentivos ao empreendedorismo controlando os efeitos da preparação académica e do desejo de empreender (Parreira, Ribeiro, Carvalho & Mónico, *in press*).

Sugerem-se outras hipóteses de investigação que apostem em estudos longitudinais para avaliar a evolução nas motivações empresariais dos estudantes ao longo do seu percurso académico e/ou profissional. Esta informação será crucial para a academia acompanhar as mudanças/evolução das necessidades dos mercados e dos estudantes, com o intuito de cada vez mais, contribuir para uma formação adequada e desejada, quer pela

sociedade, quer pelos estudantes.

É ainda relevante que, futuras investigações analisem qual o perfil de competências dos estudantes portugueses, averiguando as que melhor contribuem para gerar empreendedores de sucesso, visando delinear um perfil do potencial empreendedor requerido. Neste sentido, outra investigação interessante, seria avaliar indivíduos que atualmente trabalham por conta de outrem e perceber quais os fatores que contibuiram para esse desfecho e por que não trabalhem por conta própria. E ainda, estudar e investigar indivíduos considerados empreendedores para melhor se perceber o que os levou a seguir tal rumo, ao invés de serem colaboradores de uma empresa por conta de outrem.

Bibliografia

Aldrich, H., E., Rozen, B., & Woodward, W. (1987). The impact of social network on business foundings and profit in a longitudinal study. *Frontiers of entrepreneurship research*, Wellesley, Massachusetts: Babson College, 154-168.

Aldrich, H., E. & Cliff, J., E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship toward a family embeddedness perspective, *Journal of Business Venture*, 18, 573-596.

Arbuckle, J. L. (2013). *Amos 22 user's guide*. Chicago, IL: SPSS.

Aslete, J. W. (2008). Aspects of entrepreneurial success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 584-594.

Audretsch, D. B., & Fritsch, M. (2002). Growth regimes over time and space. *Regional Studies*, 36(2), 113-124.

Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.

Baumol, W. (1990). *Entrepreneurship. Journal of Political Economics*, 98(5), 893-921.

Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction. *Psychology of Entrepreneurship*, Lawrence Erlbaum, SIOP Frontier Series, New Jersey.

Bentler, P. (1990). Quantitative methods in psychology: Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238-246.

Bergh, P., Thorgren, S., & Wincent, J. (2011). Entrepreneurs learning together: the importance of building trust for learning and exploiting business opportunities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 17-37.

Bollen, K. A. (1989) *Structural equations with latent variables*, New York: Wiley.

Bryman, A., & Cramer, D. (1993). *Análise de dados em ciências sociais. Introdução às técnicas usando o SPSS (2ª ed.)*. Oeiras: Celta Editora.

Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research (2nd ed.)*. New York: Guilford Press.

Commission of the European Communities (2006). *Implementing the Community Lisbon Programme: Fostering entrepreneurial mindsets through education and learning*. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels.

Drucker, P. F. (1959). Long-Range Planning: Challenge to Management Science. *Management Science*, 5(3), 238-249.

Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*, Harper & Row, New York, NY.

Duarte, C., & Esperança, J. P. (2012). *Empreendedorismo e planeamento financeiro – transformar oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas (1ª ed.)*. Lisboa: Edições Sílabo.

Edwards, L. J., & Muir, E. J. (2005). Promoting entrepreneurship at the University of Glamorgan through formal and informal learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 613-26.

Farhangmehr, M., Gonçalves, P., & Sarmiento, M., (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students: The role of entrepreneurship education, *Education + Training*, 58(7/8), 861-881.

Fayolle, A. (2005). Evaluation of entrepreneurship education: Behaviour performing or intention increasing? *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 89-98.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation, *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.

Gartner, W. B. (1989). Who is an entrepreneur? is the wrong question, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(4), 47-68.

Gartner, W. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 27-39.

Gibb, A., Haskins, G., Hannon, P. & Robertson, I. (2009). *Leading the entrepreneurial University. Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions*, Oxford: University of Oxford.

Global Entrepreneurship Monitor. (2010). *GEM Portugal 2010 - Estudo sobre o Empreendedorismo*. Retirado em 28/10/2016 no World Wide Web: <http://www.gemconsortium.org>

Gorsuch, R. (1983). *Factor analysis*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2008). *Multivariate data analysis* (7^a ed.). Pearson Prentice-Hall.

Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Herron, L., & Sapienza, H. (1992). The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 49-35.

Hessels, J., Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers, *Small Business Economics*, 31, 323-339.

Hornaday, J. A., & Aboud, J. (1971). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Personal Psychology*, 24, 141-153.

Hill, M., & Hill, A. (2012). *Investigação por questionário*. Lisboa: Edições Sílabo.

Hynes, B. (1996). Entrepreneurship education and training – introducing entrepreneurship into non-business disciplines, *Journal of European Industrial Training*, 20(8), 10-17.

Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to

entrepreneurship education. *Education and Training*, 46(8/9), 416-423.

Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18, 283-300.

Kline, R. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3^a ed.). New York: The Guilford Press.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 577-97.

Lin, N. (1999). Social Networks and Status Attainment. *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.

Lobato, P. L., & Carmo, D. D. (2009). Estudo do potencial empreendedor dos acadêmicos do 7º período do curso de Educação Física da Universidade Federal de Viçosa. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 83-96.

Locke, E. (2000). Motivation, cognition and action: An analysis of studies of task goals and Knowledge. *Applied Psychology: An International Review*, 49, 408-429.

Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147.

Matlay, H. (2005). Entrepreneurship education in UK business schools: Conceptual, contextual and policy considerations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(4), 627-43.

Matlay, H., & Carey, C. (2006). *Entrepreneurship education in the UK: a critical perspective*. United Kingdom.

Marôco, J. (2011). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. Pêro Pinheiro: Report Number.

Mayhew, M. J., Simonoff, J. S., Baumol, W. J., Wiesenfeld, B. M., & Klein, M. W. (2012). Exploring innovative entrepreneurship and its ties to higher education experiences. *Research in Higher Education*, 53(8), 831-859.

McMullan, W. E., & Gillin, L. M. (2001). Entrepreneurship education in the nineties, revisited. In R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welch (Eds), *Entrepreneurship education: A global view* (pp. 57-77), Aldershot: Ashgate Publishing.

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Free Press.

Mitra, J. (2002). Consider Velasquez: Reflection on the development of entrepreneurship programs. *Industry and Higher Education*, 16(3), 191-202.

Naffziger, D. W., Hornsby, J. S., & Kuratko, D. F. (1994). A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 29-42.

Oosterbeek, H., Praag, M., & Jsselstein, A. (2007). *The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship competencies and intentions*. Faculty of Economics & Business, University of Amsterdam, and Tinbergen Institute.

Parreira, P., Pereira, F. C., & Brito, N. V. (2011). Empreendedorismo e Motivações empresariais no Ensino Superior. Lisboa: Edições Sílabo.

Parreira, P., Pereira, F., Arreguy-Sena, C, Gomes, A., Marques, S., Melo, R., Oliveira, D., Fonseca, C., Carvalho, C., Mónico, L., & Salgueiro, A. (2015). Representações sociais do empreendedorismo: O papel da formação na aquisição de competências empreendedoras, *Revista Ibero-Americana de Saúde e Envelhecimento*, 1(3), 266-285.

Parreira, P., Oliveira, A., Castilho, A., Melo, R., Graveto, J., Gomes, J., Vaquinhas, M., Carvalho, C., Mónico, L., & Brito, N. (2016). Entrepreneurial motivations questionnaire AFC and CFA in academy, *BMC Health Services*, 16(3), 31.

Parreira, P., Silva, S., Carvalho, C., & Mónico, L. (in press). *Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala de motivações empreendedoras*. Análise Psicológica. Manuscrito submetido para publicação.

Parreira, Ribeiro, Mónico & Carvalho (in press). *Empreendedorismo no ensino superior: Estudo psicométrico da escala dos incentivos ao empreendedorismo*. Revista de Enfermagem Referência. Manuscrito submetido para publicação.

Parreira, P., Santos, A., Carvalho, C., & Mónico, L. (in press). *Empreendedorismo no ensino superior: estudo psicométrico da escala de oportunidades e recursos para empreender*. Revista Psicologia: Organizações e Trabalho. Manuscrito submetido para publicação.

Parreira, P., Santos, A., Mónico, L., & Carvalho, C. (in press). Empreendedorismo no Ensino Superior Politécnico Português: o impacto da auto-eficácia no potencial empreendedor. In C. Carvalho, P. Parreira e L. Mónico (org.), *Organizações, Trabalho, Saúde, Recursos Humanos e Gestão*.

Pereira, F. C. (2001). *A representação social do empresário, fatores de criação de empresas*, Edições Sílabo.

Rae, D., Matlay, H., McGowan, P., & Penaluna, A. (2014). Freedom or prescription: the case for curriculum guidance in enterprise and entrepreneurship education, *Industry & Higher Education*, 26(6), 387-398.

Santos, D. & Caseiro, N. (2012). Empreendedorismo em instituições de ensino superior: um estudo de caso. *Empreendedorismo e desenvolvimento regional*, 14, 98-106.

Say, J.-B. (1971). *A Treatise on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth*. A.M. Kelley Publishers, New York (1st Edition, 1803).

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling* (3rd ed.). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Schumpeter, J. (1947). The Creative Response in Economic History, *The Journal of Economic History*, 7(2), 149-159.

Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6, 431-446.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management*, 25(1), 217-226.

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivations. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.

Shanker, M. C., & Astrachan, J. (1996). Myths and realities: family businesses' contribution to the US economy. *Family Business Review*, 9(2), 107-123.

Shapiro, A., & Sokol, L., (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 2, 72-90.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.) New Jersey: Pearson Education.

Storen, L. (2014). Entrepreneurship in higher education: Impacts on graduates entrepreneurial intentions, activity and learning outcome, *Education + Training*, 56(8/9), 795-813

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.) New Jersey: Pearson Education.

Testas, C., & Moreira, F. (2014). O Empreendedorismo no ensino superior. *Gestão e Desenvolvimento*, 22, 139-163

Timmons, J. A., Smollen, L. E., & Dingee, A. L. M. (1985). *New Venture Creation*, 2nd Ed., Homewood, Ill.: Irwin.

Timmons, J., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*, 8th Ed., McGraw-Hill, New York.

Urbano, D., Aponte, M., & Toledano, N. (2008). Doctoral education in entrepreneurship: A European case study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 336-347.

Van der Sluis, J., & Van Praag, C. M. (2007). *Returns to education for entrepreneurs and employees: Identification by means of changes in compulsory schooling laws*. Amsterdam: University of Amsterdam Working Paper.

Van Praag, C. M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, 147(3), 311- 335.

Volkman, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education. *Higher Education in Europe*, 29(2), 177-185.