



Centro de Estudos de
Economia Aplicada do Atlântico

WORKING PAPER SERIES

CEEApIA WP No. 06/2013

Propensão para o Empreendedorismo entre os alunos do Ensino Superior na Europa

**Sandra Dias Faria
João Pedro Couto**

December 2013

**Propensão para o Empreendedorismo entre os alunos
do Ensino Superior na Europa**

Sandra Dias Faria

Universidade dos Açores (DEG e CEEApIA)

João Pedro Couto

Universidade dos Açores (DEG e CEEApIA)

RESUMO/ABSTRACT

Propensão para o Empreendedorismo entre os alunos do Ensino Superior na Europa

It is our purpose to analyse the determinants of the propensity for entrepreneurship among undergraduate students. Thus, we have evaluated several factors considered to be determinant for business establishment. In this study, we have gathered information about the determinants of the propensity for entrepreneurship through surveys done to undergraduate students of Universities from Ireland, Italy, Netherlands and Portugal. In particular, the predisposition for entrepreneurship may be explained based on a logit model and the results point to the existence of a positive relationship between intrinsic factors and the propensity for entrepreneurship, as well as a positive impact of contextual factors and entrepreneurial education in the propensity for entrepreneurship.

Key words: Propensity; Entrepreneurship; Education; Universities

Sandra Dias Faria
Universidade dos Açores
Departamento de Economia e Gestão
Rua da Mãe de Deus, 58
9501-801 Ponta Delgada

João Pedro Couto
Universidade dos Açores
Departamento de Economia e Gestão
Rua da Mãe de Deus, 58
9501-801 Ponta Delgada

Propensão para o Empreendedorismo entre os alunos do Ensino Superior na Europa

Sandra Dias Faria
João Pedro Couto

Resumo

Este trabalho tem por objetivo analisar os determinantes da propensão para o empreendedorismo dos alunos do ensino superior. Para tal, avaliamos diversos fatores considerados determinantes para a criação de empresas. Neste estudo os dados foram obtidos através de inquéritos feitos a alunos do ensino superior em universidades da Irlanda, Itália, Holanda e Portugal. A propensão para o empreendedorismo pode ser explicada com base num modelo *logit* e os resultados obtidos apontam para a existência de uma relação positiva entre os fatores intrínsecos aos indivíduos e a propensão para o empreendedorismo, assim como um impacto positivo dos fatores contextuais e da educação empreendedora na propensão para o empreendedorismo.

Palavras-chave: Propensão; Empreendedorismo; Educação, Universidades

Abstract

It is our purpose to analyse the determinants of the propensity for entrepreneurship among undergraduate students. Thus, we have evaluated several factors considered to be determinant for business establishment. In this study, we have gathered information about the determinants of the propensity for entrepreneurship through surveys done to undergraduate students of Universities from Ireland, Italy, Netherlands and Portugal. In particular, the predisposition for entrepreneurship may be explained based on a logit model and the results point to the existence of a positive relationship between intrinsic factors and the propensity for entrepreneurship, as well as a positive impact of contextual factors and entrepreneurial education in the propensity for entrepreneurship.

Key words: Propensity; Entrepreneurship; Education; Universities

Acknowledgement: CEEAplA - Research Center for Applied Economics.

1. Introdução

O estudo do empreendedorismo tem conhecido inúmeros contributos nas últimas décadas desde o primeiro contributo por Joseph Schumpeter (1934), transformando-o numa área de investigação relevante. Desde então tem sido objeto de estudo multidisciplinar, enfatizando-se a sua promoção como sendo uma das pedras basilares necessárias ao desenvolvimento socioeconómico (Shane e Venkataraman, 2000; Shane, 2003).

Compreender o processo empreendedor implica compreender de que forma são identificadas as oportunidades empreendedoras, assim como reconhecer os fatores determinantes da propensão para o empreendedorismo, procurando entender o que diferencia os indivíduos que tencionam empreender dos restantes. O conceito de empreendedorismo tem conhecido muitos contributos, contendo em si mesmo questões relacionadas com a identificação e avaliação de oportunidades, a forma como estas são exploradas e o perfil de quem as aproveita (Shane e Venkataraman, 2000). Ao indivíduo, o empreendedor, são atribuídas características diferenciadoras, que quando reunidas e/ou desenvolvidas potenciam o arranque de novas iniciativas.

Em conformidade com o exposto e com o objetivo de potenciar a atividade empreendedora tem-se investido muito no desenvolvimento de uma cultura empreendedora, assumindo as instituições de ensino superior um papel preponderante na preparação de indivíduos com características essenciais ao empreendedorismo. A qualidade do sistema de apoio à criação de negócios pode estimular e facilitar o empreendedorismo, sendo indiscutível a importância da educação empreendedora em qualquer sistema de apoio ao empreendedorismo (Hansemark, 1998).

Os estudos apontam para a necessidade de encorajar os mais jovens, em particular os alunos do ensino superior e jovens trabalhadores, a desenvolver uma cultura empreendedora e inovadora. De acordo com (Verheul, *et al.*, 2001), as capacidades empreendedoras dos indivíduos podem ser desenvolvidas através do contributo dado pelas universidades que incorporem o empreendedorismo na estrutura dos seus cursos. Deste modo, o desenvolvimento de competências como iniciativa, criatividade, liderança, espírito crítico, visão tem sido valorizado como parte integrante dos objetivos do ensino de empreendedorismo.

A criação de novos negócios surge, por vezes, como uma alternativa para enfrentar as dificuldades de conseguir emprego compatível com as competências adquiridas e desenvolvidas na universidade, no atual contexto económico (Santarelli, *et al.*, 2009). Num estudo empírico, observou-se que os estudantes de empreendedorismo apresentam diferentes mapas cognitivos sobre as fases iniciais do processo empreendedor (Santos, *et al.*, 2010). Segundo outros autores, a educação é responsável por dotar os alunos de conhecimento e experiência para que sejam capazes de lidar com diferentes situações, o que poderá estimular ou conter a intenção de empreender (Krueger e Carsrud, 1993). Essa evidência sugere assim a necessidade de averiguar o papel da educação empreendedora na determinação da propensão para o empreendedorismo.

Com este trabalho pretendemos averiguar, entre os estudantes do ensino superior, não só a intenção de empreender, mas também o *timing* em que ponderam fazê-lo. Logo, é nosso objetivo distinguir aqueles que instigam a ideia de criar uma *start-up*, daqueles que pretendem fazê-lo num futuro próximo. Analisamos formas de potenciar os níveis de empreendedorismo, contribuindo com resultados capazes de proporcionar ferramentas que contribuam não só para a criação de novas empresas, mas também para seu crescimento e manutenção.

É, ainda, nosso objetivo angariar informação relevante para a construção de políticas públicas capazes de fomentar o desenvolvimento do espírito empresarial e, portanto, desenvolver a economia, bem como, a obtenção de informações que permitam a criação de programas de educação que possam contribuir para o fomento da capacidade empreendedora. Pretende-se contribuir para a criação de uma cultura empreendedora para que os alunos do ensino superior possam olhar para o empreendedorismo como uma opção de vida atrativa, contribuindo, deste modo, para a qualidade de novos negócios em fase de arranque.

Com tudo isto, pretende-se contribuir para uma melhor compreensão do fenómeno, ambicionando gerar conhecimento que permita reforçar ferramentas capazes de alavancar o empreendedorismo, em particular os programas educacionais vocacionados para o espírito empreendedor.

Revisão de Literatura

O empreendedorismo é hoje encarado como uma área de estudo multidisciplinar. É entendido como um fenómeno complexo dado agregar conceitos como a mudança na gestão, a turbulência na envolvente, o desenvolvimento de produtos, o individualismo e a realização pessoal (Bjerke, 2007).

Dada a complexidade deste fenómeno e, à semelhança de outros, o empreendedorismo pode ser estudado sob diferentes perspetivas: económica, sociológica, financeira, histórica, psicológica e antropológica, sendo estas apenas algumas das possíveis.

A capacidade empreendedora de uma sociedade depende, antes de mais, da capacidade dos indivíduos identificarem oportunidades. Contudo, para que possamos falar de empreendedorismo não podemos ficar pela identificação de oportunidades, é necessário concretizar, é necessário empreender.

A identificação de oportunidades empreendedoras; os fatores determinantes do empreendedorismo, isto é, aquilo que leva os indivíduos à ação. É crucial compreender quais os fatores na base da propensão empreendedora para que possamos através destes fatores influenciar a capacidade empreendedora dos indivíduos, contribuindo para a dinamização de uma região ou de um país.

Na perspetiva Kirzneriana, a existência de uma oportunidade empreendedora requer apenas um acesso diferenciado a informação já conhecida (Shane, 2003). Os indivíduos recorrem a informação que possuem para produzir formas eficientes de utilização de recursos (Kirzner, 1973). Daqui resulta a possibilidade dos indivíduos obterem recursos, poderem recombiná-los e venderem os resultados na esperança de conseguirem algum proveito (Shane e Venkataraman, 2000).

Numa perspetiva diferente, Schumpeter (1934) considera fundamental reconhecer como empreendedoras, aquelas que contenham novas informações, isto é, inovação. Defendeu a recombinação de recursos a partir de novas informações resultantes de alterações na tecnologia, nas forças políticas, na regulamentação, nos fatores macroeconómicos e sociais.

Estas alterações terão repercussões no preço de equilíbrio dos recursos, permitindo aos detentores de informação adquirir os recursos a preços mais competitivos, combiná-los de

forma a aumentar o valor reconhecido e vendê-los, em busca de proveitos (Shane e Venkataraman, 2000).

De acordo com Shane e Venkataraman (2000), enquanto alguns autores explicam o reconhecimento de oportunidades empreendedoras, ora pela perspectiva Schumpeteriana, ora pela perspectiva Kirzneriana; outros defendem que ambas as perspectivas representam diferentes tipos de oportunidades, podendo estarem presentes na economia, simultaneamente. Esta nova abordagem traz ao estudo do empreendedorismo uma nova dinâmica, percebendo-se que os diferentes tipos de oportunidades têm diferentes implicações na economia (Shane, 2003).

Segundo este autor, as oportunidades empreendedoras diferenciam-se das demais por conferirem criação de valor através da inovação, enquanto as restantes passam pela otimização de recursos, porém num contexto já conhecido, sem que a inovação seja parte integrante do processo. Ainda segundo Shane (2003), as oportunidades empreendedoras não têm que ser lucrativas, poderão ocorrer situações em que as iniciativas acabam por produzir resultados negativos.

De acordo com Trigo (2003) o empreendedorismo não pode ser entendido como um fenómeno simples e unidimensional. É influenciado pela personalidade do indivíduo e pelos seus comportamentos, do mesmo modo que é influenciado pelo contexto, sendo da relação de todos estes elementos resulta o desempenho da organização.

Deste modo, olhar para o empreendedorismo como resultante exclusivamente de fatores inerentes ao indivíduo é redutor; assim como olhar para o empreendedorismo como resultado do meio envolvente, isto é, de fatores externos será insuficiente.

Os níveis de empreendedorismo de uma determinada sociedade são determinados por fatores como as preferências e habilidades dos indivíduos ou as oportunidades oferecidas pelo meio envolvente. Contudo, estes fatores são influenciados por outros, como sejam o desempenho da economia, a cultura, o nível de tecnologia disponível, a natureza das instituições e as variáveis demográficas da sociedade (Hofstede, *et al.*, 2004).

Estas características individuais traduzem-se nas diferenças possíveis de encontrar entre indivíduos. Sendo, a partir destas, explicada a propensão empreendedora de alguns destes indivíduos comparativamente aos restantes (Shane, 2003).

Existem dois tipos de fatores para explicar as diferenças individuais: (1) fatores psicológicos e (2) fatores não-psicológicos. Os primeiros dizem respeito a variáveis como a motivação, capacidade de avaliação e capacidade cognitiva; os segundos reúnem variáveis como a educação, experiência de carreira, idade, posição social e custo de oportunidade (Shane, 2003).

Quando falamos em fatores individuais, temos de falar em fatores psicológicos e na influência que estes exercem sobre a capacidade empreendedora de cada indivíduo (Cromie S., 1987; McCrae e Costa, 1987; Robinson, *et al.*, 1991).

Embora as características psicológicas não sejam, por si só, suficientes para explicar a propensão para o empreendedorismo, influenciam a probabilidade de um indivíduo explorar determinada oportunidade. Isto porque estas características levam o indivíduo a tomar decisões distintas perante as oportunidades, comparativamente a indivíduos com o mesmo conhecimento e capacidades mas com diferentes características psicológicas (Chell, 2008).

Uma das características individuais mais referenciadas quando se fala em empreendedorismo é, sem dúvida, a capacidade dos indivíduos lidarem com o risco. A aversão ao risco é um dos maiores entraves ao processo empreendedor, pelo que a propensão para assunção do risco é uma das características de personalidade mais valorizadas (Brockhaus, 1987; Koh, 1996; Lüthje e Franke, 2003). Esta não é mais do que a medida de predisposição de um indivíduo em envolver-se numa atividade de risco. Assim sendo, os indivíduos com maior capacidade de assumir risco terão uma maior probabilidade de empreender (Shane, 2003).

Dada a incerteza relativamente ao futuro, nenhum indivíduo, aquando do lançamento de um produto ou serviço, poderá saber com exatidão se estes serão aceites no mercado, se irão satisfazer plenamente as necessidades dos consumidores, gerar proveitos, ou obter lucro face à concorrência existente. Logo, o empreendedor terá, por natureza, de assumir risco (Wu, 1989).

Outro aspeto da personalidade prende-se com o desejo de independência que traduz a vontade do indivíduo envolver-se numa atividade independente em detrimento de atividades onde dependa de outros (McCrae e Costa, 1987; Robinson, *et al.*, 1991). Dado que a atividade empreendedora implica agir segundo o seu próprio discernimento ao invés de seguir o de outros, os indivíduos com maior desejo de independência apresentam uma maior probabilidade de empreenderem (Moyer e Chalofsky, 2008; Alstete, 2008; Utsch, *et al.*, 1999).

Dado que os empreendedores têm de tomar decisões, muitas vezes contrárias à opinião de outros, a tendência para agirem de acordo com a sua opinião é uma importante motivação (Wu, 1989).

A necessidade de realização assume-se, de igual modo, como um fator explicativo, do empreendedorismo, na medida em que é a motivação que leva os indivíduos a assumirem atividades e tarefas cujos resultados dependem diretamente da sua responsabilidade, exigem esforço individual e capacidades, envolve risco (moderado) e providencia resultados (Shane, 2003).

Os indivíduos com maiores índices de necessidades de realização terão maior probabilidade de desenvolverem iniciativas empreendedoras. Tal facto poderá explicar-se pela capacidade de resolverem problemas, dado estarem mais orientados para objetivos. Esta é uma característica comum em indivíduos com elevada necessidade de realização (Harper, 1996). Ou, ainda, pela forte capacidade destes indivíduos em planear, estabelecer metas futuras, reunir informação e aprender (Miner, 2000). Por fim, de acordo com Wu (1989) a necessidade de realização alimenta o processo de geração de ideias que poderão ser exploradas, resultando no aumento da probabilidade de um indivíduo que sustenta uma atividade orientada para objetivos, por um longo espaço de tempo, lidando com o erro com perseverança.

A personalidade de um indivíduo é, ainda, composta por atributos como a sociabilidade, assertividade, ambição, iniciativa, impetuosidade, expressão, comunicação e exibicionismo (Duchesneau e Gartner, 1990; Cromie S., 2000; Shane, 2003; Alstete, 2008).

Este conjunto de atributos é denominado por capacidade de extroversão, sendo que os indivíduos com este aspeto de personalidade mais acentuado terão maior probabilidade de empreender face aos restantes (Barrick e Mount, 1991).

Outros atributos como a simpatia, conformidade social, cumprimento, flexibilidade, confiança, cooperação, tolerância e cortesia, são denominados como agradabilidade. Assim, os indivíduos com estas características de personalidade têm menor probabilidade de empreender (Barrick e Mount, 1991).

A capacidade de autoavaliação é composta pelas características inerentes à autoeficácia e ao *locus* de controlo, sendo estas características focadas na capacidade sentida pelos indivíduos de controlo do ambiente externo (Judge, *et al.*, 2002).

De acordo com Harper (1996) os indivíduos com *locus* de controlo acreditam exercer influência sobre os fatores ambientais aos quais estão sujeitos. Deste modo, os detentores de locus de controlo interno têm um forte sentimento de domínio sobre o ambiente à sua volta, e por isso têm uma maior probabilidade de empreender face a indivíduos com um locus de controlo externo. Isto porque a autoavaliação das suas capacidades para explorar oportunidades, influencia o valor atribuído por estes indivíduos às oportunidades detetadas.

A confiança de um indivíduo nas suas próprias capacidades para realizar uma dada tarefa é designada como autoeficácia Bandura (1997). Segundo o autor, têm maior probabilidade de empreender os indivíduos com maior nível de autoeficácia.

A autoeficácia é um importante preditor da intenção de empreender, sendo fundamental a confiança dos empreendedores nas suas capacidades quer no desempenho de diferentes tarefas, quer na previsão de diferentes situações (Bandura, 1982, 1997; Chen, *et al.*, 1998; Baum e Locke, 2004; Zhao, *et al.*, 2005; Poon, *et al.*, 2006; Barbosa, *et al.*, 2007; McGee, *et al.*, 2009).

No âmbito dos fatores não-psicológicos o custo de oportunidade surge como um elemento a considerar. Os empreendedores têm sempre uma alternativa onde aplicar a sua disponibilidade em termos de tempo e esforço: podem trabalhar por conta de outrem ou optar pelo lazer, em detrimento da exploração de oportunidades empreendedoras. Dadas as alternativas existentes, a exploração de oportunidades empreendedoras tem sempre um custo de oportunidade positivo (Hamilton e Harper, 1994). Os indivíduos apresentam uma maior propensão a tomarem decisões para a exploração de oportunidades empreendedoras quando o *gap* entre a utilidade esperada da exploração desta oportunidade e dos usos alternativos do seu tempo é maior (Amit, *et al.*, 1993).

Este *gap* é maior se o indivíduo tiver um custo de oportunidade menor para usos alternativos do seu tempo. Assim, para uma dada oportunidade e para indivíduos com níveis de capacidades idênticos, os indivíduos com menores custos de oportunidade deverão apresentar maior propensão para empreender (Amit, *et al.*, 1993).

A avaliação dos níveis de custo de oportunidade leva-nos a outro fator importante na propensão dos indivíduos para o empreendedorismo: o rendimento. Os indivíduos com maiores níveis de rendimento apresentam menor propensão para explorar oportunidades empreendedoras, *ceteris paribus* (Amit, *et al.*, 1995).

O desemprego é assumido como uma variável relacionada com o custo de oportunidade de empreender. Os indivíduos que se encontrem em situação de desemprego apresentam maior propensão para empreender relativamente aos que estão empregados (Shane, 2003).

Uma vez no desemprego, o seu custo de oportunidade relativamente ao salário que auferiam cai drasticamente, aumentando a probabilidade de optarem pelo autoemprego. Esta probabilidade aumenta à medida que aumenta a duração do desemprego (Evans e Leighton, 1989).

Outros fatores afetam a probabilidade relativamente ao desemprego, como sejam os níveis de benefícios recebidos. Eisenhauer (1995) e Alba-Ramirez (1994), desenvolveram estudos concluindo que quanto maiores os benefícios auferidos durante a situação de desemprego, maior o custo de oportunidade em empreender, logo menor a probabilidade destes indivíduos em criarem o seu próprio emprego.

Os indivíduos com melhores capacidades/habilidades estarão melhor preparados para explorarem oportunidades que surjam, e, em consequência, mais predispostos para o empreendedorismo.

Um indivíduo terá maior propensão para o empreendedorismo se tiver maiores níveis de educação, isto porque a informação e as habilidades adquiridas irão aumentar o retorno esperado da exploração de oportunidades empreendedoras. Para estes indivíduos será mais fácil reunir e gerir recursos, desenvolver uma estratégia, organizar e explorar oportunidades e compreender o mercado.

A existência de capacidades como a comunicação, o planejamento, a tomada de decisões, a resolução de problemas, a liderança, a organização e a capacidade de negociação farão aumentar a probabilidade do indivíduo empreender (Le, 1999).

A propensão para o empreendedorismo é incrementada pela educação, dado que os indivíduos ao adquirirem conhecimentos e ao desenvolverem competências importantes irão enfrentar menores níveis de incerteza e terão maiores expectativas relativamente ao valor esperado do empreendimento (Hebert e Link, 1988).

A experiência profissional faz aumentar a capacidade empreendedora de um indivíduo. Através da experiência profissional os indivíduos acumulam conhecimento e competências que facilitam a formulação de uma estratégia empreendedora, a aquisição de recursos, assim como o processo de organização.

Deste modo, a experiência profissional reduz a incerteza acerca do valor esperado com a exploração de determinadas oportunidades empreendedoras, assim como aumenta o lucro esperado. Conclui-se, então, que indivíduos com maior experiência profissional têm maior probabilidade de empreender (Shane e Khurana, 2001).

Outra característica individual não psicológica importante no estudo da propensão para o empreendedorismo é a idade. Enquanto a educação e a experiência profissional têm uma relação positiva com a propensão para o empreendedorismo, a idade apresenta uma relação curvilínea. Isto porque a idade incorpora o efeito positivo da experiência que aumenta com a idade, e o efeito negativo do custo de oportunidade e da incerteza do retorno, que também aumenta com a idade (Shane, 2003).

Inicialmente a idade aumenta a probabilidade dos indivíduos explorarem oportunidades empreendedoras dado acumularem conhecimento e competências ao longo da sua vida. Para além disso, a idade proporciona uma maior credibilidade a estes indivíduos na transmissão dos seus conhecimentos a outros que procuram recursos para as suas organizações. Por outro lado, à medida que os indivíduos ganham idade, a tendência para a exploração de oportunidades torna-se negativa. A sua capacidade para lidar com a incerteza decresce, dado o declínio do seu horizonte temporal. Ademais, à medida que os indivíduos envelhecem, o seu custo de oportunidade aumenta visto que o seu rendimento tende a aumentar também (Freeman, 1990).

A posição social do indivíduo é outro dos fatores individuais não psicológicos referenciados na literatura. Esta variável traduz-se na relação do indivíduo com outros membros da sua comunidade, podendo ser compreendida a dois níveis: *status* social e rede social.

O *status* social aumenta a probabilidade de um indivíduo explorar uma oportunidade, dado que para tal deve convencer outros indivíduos envolvidos no processo de que a oportunidade identificada tem valor, apesar da incerteza e das deficiências na informação conhecida. Assim podemos dizer que o *status* social aumenta a probabilidade de um indivíduo persuadir outros tanto para a aquisição, como para a organização de recursos num processo de empreendedorismo (Stuart, *et al.*, 1999). Ademais, existe uma menor propensão para exigir a indivíduos com elevado *status* social que demonstrem o valor das suas informações, porque o seu estatuto serve como garantia.

Do mesmo modo, a rede social aumenta a probabilidade de alguém explorar uma oportunidade empreendedora. Todo o processo empreendedor exige aceder a uma vasta panóplia de recursos e informações para que possa ser bem-sucedido. De acordo com Aldrich H., (1999) muitos destes recursos e informações são obtidos através de contactos diretos e indiretos da rede social do empreendedor. Os empreendedores procuram informações relacionadas com as autorizações necessárias ao longo do processo, sobre práticas de gestão, sobre os investidores apropriados e sobre fornecedores de confiança, entre outros (Cromie e Birley, 1992).

Fatores como a habilidade e preferências dos indivíduos, as oportunidades proporcionadas pelo meio envolvente determinam os níveis de empreendedorismo de uma determinada sociedade. Porém, estes fatores são influenciados pela performance da economia, pelo nível de tecnologia disponível, pela cultura, pela natureza das instituições e das variáveis demográficas da sociedade (Hofstede, *et al.*, 2004).

O contexto Sociocultural é definido por Shane (2003) como as crenças e atitudes dos membros de uma sociedade relativamente àquilo aquelas que são as atividades desejáveis e legítimas, assim como as instituições socioculturais que apoiam um determinado modo de vida em sociedade. Ainda segundo este autor, a atividade empreendedora é influenciada pelo

ambiente sociocultural, dado este influenciar a forma como uma atividade é entendida como apetecível.

As normas vigentes numa sociedade influenciam não só o número de empreendedores, como também os modelos de empreendedorismo existentes nesta mesma sociedade. Dado que muito do conhecimento necessário ao empreendedorismo deriva dos modelos já experimentados, tomando aqui especial relevo as redes sociais criadas, a aprendizagem potenciada e a possibilidade de observação daqueles que já o fizeram (Shane, 2003). As normas sociais e culturais de uma sociedade ditam o nível de desejo que a atividade empreendedora representa para os membros desta comunidade (Aldrich H. E., 1990; Aldrich e Fiol, 1994). Se numa sociedade prevalecer uma atitude negativa perante o empreendedorismo, os seus membros serão desencorajados perante oportunidades empreendedoras, dado os indivíduos agirem influenciados pela opinião dos outros em relação a si próprios (Gnyawali e Fogel, 1994; Minniti, 1999). Pelo contrário, se existir uma atitude positiva perante a atividade empreendedora, a mesma ganha prestígio levando os indivíduos a ambicionarem este percurso (Casson, 1995).

Em jeito de conclusão, é possível concluir que a identificação de oportunidades empreendedoras é imprescindível para o arranque de toda e qualquer atividade empreendedora, pelo que a sua compreensão é indispensável. Todavia, a atividade empreendedora não poderá ficar-se pela identificação de oportunidades, sendo crucial compreender os fatores que influenciam a propensão para o Empreendedorismo, os quais foram agrupados em fatores individuais e fatores ambientais.

Hipóteses a testar

A definição das hipóteses a testar foi alicerçada na revisão de literatura dos determinantes da propensão para o empreendedorismo, procurando avaliar a influência de fatores contextuais.

O modelo procura medir a influência exercida pelos fatores contextuais na propensão para o empreendedorismo, sendo estes definidos por questões como o aspetos do individuo e do contexto familiar.

Tal como referem Shane e Venkataraman (2000) o empreendedorismo resulta de um interação dinâmica entre o indivíduo e o meio ambiente onde está inserido, tal como é defendido pelos princípios da teoria sociológica do empreendedorismo.

A idade do individuo pode contribuir, no caso dos estudante do ensino superior, para distinguir aqueles que possuem maior maturidade e um percurso académico mais completo como elemento que incrementa a propensão para o empreendedorismo.

O género surge muitas vezes associado ao empreendedorismo, evidenciando o sexo masculino uma propensão mais elevada, mas interessa avaliar se esta perspectiva se concretiza junto dos estudantes do ensino superior Europeu.

Com base nestes dois aspetos consideramos uma primeira hipótese:

H1: A propensão para o empreendedorismo depende das características individuais.

A nacionalidade é outra variável que estudamos neste trabalho com o objetivo de identificar se existem diferenças relevantes na propensão para o empreendedorismo entre os estudantes dos países analisados. Assim, definimos uma segunda hipótese:

H2: A propensão para o empreendedorismo depende do contexto nacional.

Outro aspeto é o curso que os estudantes frequentam, procuramos verificar se os alunos de cursos na área da economia e gestão tinham maior ou menor propensão para o empreendedorismo do que os alunos que frequentavam cursos noutras áreas. Deste modo, definimos uma terceira hipótese:

H3: A propensão para o empreendedorismo depende do tipo de curso frequentado.

Um aspeto evidenciado na literatura é o das capacidades sociais e em termos de iniciativa, assim, procuramos analisar estes aspetos através de uma variável que os pudesse medir de algum modo, nomeadamente através da participação em termos associativos.

H4: A propensão para o empreendedorismo depende da atitude participativa.

No âmbito dos aspectos contextuais consideramos outra dimensão que se refere aos aspetos familiar. Neste sentido analisamos as habilitações e profissão do pai e da mãe, nomeadamente o facto de trabalharem por conta própria ou por conta de outrem.

H5: A propensão para o empreendedorismo depende das habilitações e profissão dos pais.

Um outro aspeto referido na literatura é o da condição económica, para tal verificamos o nível de rendimento do agregado familiar, nomeadamente se estaria num escalão abaixo ou acima dos 3500 euros por mês.

H6: A propensão para o empreendedorismo depende do nível de rendimento família.

Por último, consideramos uma variável para medir a influência da existência de antecedentes familiares de negócios, mesmo que não na família imediata, mas a nível mais geral dos familiares mais próximos.

H6: A propensão para o empreendedorismo depende do nível de rendimento família.

Com estas hipótese procuramos fixar um conjunto de fatores contextuais, mais ao nível do indivíduo, família, nacionalidade e educação que permita enquadrar a propensão empreendedora.

Metodologia

O objetivo de estudar a propensão para o Empreendedorismo entre os alunos do ensino superior na Europa, colocou desde logo o desafio de se obter dados que possibilitassem testar o modelo conceptual desenvolvido.

Existindo algumas fontes de informação sobre o tema, como são exemplos os estudos publicados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) e o *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), mas os dados disponíveis não possibilitavam a realização do estudo pretendido, pelo que optamos pela realização de inquéritos.

Com vista a operacionalizar o estudo, o recurso a dados primários permitiu reunir informação consistente com o problema em análise e com os objetivos da investigação. Na construção do inquérito optou-se pela realização de inquéritos em suporte físico em detrimento dos inquéritos eletrónicos. Esta opção prende-se com o facto de ao serem realizados os inquéritos através dos professores em sala de aula, a taxa de resposta seria muito maior assim como a obtenção de inquéritos totalmente preenchidos, dado o tempo facultado aos alunos nas aulas para o realizarem.

A natureza do estudo em causa ditou a necessidade de recolher informação que possibilitasse a sua realização, tal como referido anteriormente. Sendo um dos objetivos desta investigação aferir as diferenças ou semelhanças entre os alunos do ensino superior oriundos de países europeus culturalmente distintos. Deste modo, os países selecionados foram Itália (grupo 1), Irlanda (grupo 2), Portugal (grupo 3), e Holanda (grupo 4). Sendo que as universidades participantes no estudo foram as seguintes: Itália, Università "G. d'Annunzio" di Chieti-Pescara, com a colaboração do Professor Dario Sciulli; Irlanda, University of Ulster, com a colaboração da Professora Sharon Loane; Portugal, Universidade dos Açores, com a colaboração da Mestre Sandra Moniz; Holanda, University of Amsterdam com a colaboração do Professor Joop Hartog.

Na construção do inquérito, a primeira secção, reservada à caracterização da amostra, a segunda secção aborda os antecedentes familiares, caracterizando os pais dos alunos inquiridos quanto às suas habilitações e quanto à sua situação profissional. Ainda nesta secção, os inquiridos são auscultados sobre o nível de rendimento mensal do agregado familiar e a existência de negócios na família.

Em busca de informação que possibilitasse aferir as atitudes dos alunos face ao empreendedorismo, na secção três os alunos avaliam numa escala de *Likert* o impacto de fatores contextuais na criação de negócio.

Na secção seguinte, são avaliadas características psicológicas dos inquiridos, recorrendo a três questões. Na primeira os alunos demonstram o seu grau de concordância relativamente a diferentes questões numa escala de concordância de sete níveis (1- Discordo totalmente; ... 7- Concordo totalmente). A questão seguinte avalia a percepção dos alunos quanto ao grau de importância do risco assumido na criação de negócio perante diferentes situações, mais uma vez recorrendo a uma escala de *Likert* (1- Nada importante; ... 7- Muito importante). Por fim, a terceira questão desta secção pede aos alunos para classificar a importância para um empreendedor de um conjunto de características (1- Nada importante; ... 7-Muito importante).

Na secção cinco, são apresentadas duas questões direcionadas à percepção de capacidades empreendedoras por parte dos alunos. Numa primeira questão, os alunos respondem se já criaram ou não um negócio, enquanto na questão seguinte avaliam a sua posição relativamente a um conjunto de situações tradutoras de competências empreendedoras. Para tal é utilizada uma escala de *Likert* com sete níveis (1- Discordo totalmente; ... 7- Concordo totalmente).

Na sexta secção é auscultada a intenção de empreender por parte dos alunos. Numa primeira questão os alunos apresentam a sua preferência com relação a duas alternativas: trabalhar por conta de outrem ou o autoemprego. Aos alunos que responderam preferir trabalhar por conta de outrem é pedido que avaliem a importância de um conjunto de fatores para esta sua opção, classificando-os numa escala de 1- Nada importante; ... 7- Muito importante.

Ainda nesta secção, aos alunos que apontaram o autoemprego como a sua preferência são colocadas duas questões. À semelhança do que requisitado ao grupo de alunos que optaram pelo trabalho por conta de outrem, também a estes alunos é apresentado um conjunto de fatores para justificar a sua escolha, uma segunda questão apresenta quatro cenários diferentes para a criação de negócio, devendo os alunos escolherem o cenário que consideraram preferencial.

Na última secção do inquérito, os alunos são inquiridos sobre o papel da educação no desenvolvimento da propensão empreendedora por parte dos alunos, sendo apresentado um conjunto de fatores, tendo os alunos de classificá-los numa escala de sete níveis (1- Nada importante; ... 7-Muito importante). A última questão sonda se os alunos já frequentaram ou não uma disciplina de empreendedorismo.

A definição das variáveis partiram dos conceitos recolhidos na literatura existente, e considerando a natureza da variável dependente ser dicotómica, o modelo adotado foi um Logit, sendo os resultados apresentados seguidamente.

Tratamento de dados e resultados

Na avaliação da propensão para o Empreendedorismo por parte dos alunos do Ensino Superior na Europa, não sendo possível estudar o universo destes alunos, foi definida como população de estudo os alunos do ensino superior em Portugal, Irlanda, Holanda e Itália.

A definição da amostra seguiu o princípio da proporcionalidade, atendendo para tal ao número de estudantes do ensino superior em cada um dos países objeto de estudo. Definidas as quotas, a Itália obteve uma representação de 61,15%, seguida da Holanda com 18,91%, de Portugal com 12,74% e, por último, da Irlanda com os restantes 7,20%.

O número total de inquéritos respondidos foi de 806, no entanto foram validados 734 inquéritos, dado que os restantes 72 não se encontraram devidamente preenchidos. A taxa de resposta é similar em Portugal e na Irlanda, 64,39% e 67,57%, respetivamente. No que respeita à Itália e à Holanda, as taxas são idênticas entre si, mas inferiores aos dois primeiros países, 45,57% (Itália) e 42,31% (Holanda). Considerando o total de respostas, obteve-se uma taxa de resposta de 48,93%.

Como forma de validar a dimensão da amostra recolhida, foi realizado o teste qui-quadrado, verificando-se que as duas distribuições não são independentes, e por conseguinte, a estrutura da amostra recolhida não difere significativamente da estrutura da amostra inicial.

Relativamente à composição da amostra 14,3% dos inquiridos manifestaram intenção de criar um negócio, sendo que 53,8% eram do sexo masculino, 73,6% tinham idades superiores a 20 anos, 83,2% eram de nacionalidade estrangeira, 67,7% frequentavam cursos na área da economia e gestão, 60,9% não tinham atividade associativa.

No contexto familiar as habilitações dominantes eram o secundário cerca de $\frac{3}{4}$ dos inquiridos, 71,7% dos pais e 61% das mães, eram empregados por conta de outrem, os rendimentos do agregado familiar, 68%, situavam-se abaixo dos 3500 euros para a maioria dos inquiridos e apenas 33,9% tinham negócios na família.

Tabela 1 - Caracterização das variáveis do Modelo Logit

Variáveis		N	% marginal
Criação de negócio	Não	629	85,7
	Sim	105	14,3
Sexo	Feminino	395	53,8
	Masculino	339	46,2
Idade	<20	194	26,4
	>20	540	73,6
Nacionalidade	Não Portuguesa	611	83,2
	Portuguesa	123	16,8
Curso	Outros Cursos	241	32,8
	Economia e Gestão	493	67,2
Associativismo	Não	447	60,9
	Sim	287	39,1
Habilitações_mãe	Secundário	494	67,3
	Pós-Secundário	240	32,7
Habilitações_pai	Secundário	477	65,0
	Pós-Secundário	257	35,0
Situação Profissional_mãe	Por conta de outrem	526	71,7
	Conta própria	208	28,3
Situação Profissional_pai	Por conta de outrem	448	61,0
	Conta própria	286	39,0
Rendimento Mensal Agregado	<3500€	499	68,0
	>3500€	235	32,0
Negócio na Família	Não	485	66,1
	Sim	249	33,9
	Valid	734	100,0
	Missing	0	
	Total	734	

A estimação do modelo logit tem como objetivo indagar a influência exercida pelas variáveis consideradas na criação de negócios por parte dos estudantes do ensino superior. Deste modo, no modelo *Logit* pretende-se analisar a atividade empreendedora dos alunos, sendo a amostra dividida segundo dois cenários: não criou negócio ou já criou negócio (sendo a categoria de referência não criou negócio).

A informação relativa ao *model fit* indica um nível de significância de 99%. Os testes realizados ao Pseudo R Quadrado, indicam valores baixos porém frequentes quando o número de observações é elevado (N=734). Deste modo, o modelo é validado.

Tabela 2 - Modelo Logit – Estimação de parâmetros

Variáveis		exp(β_i)	Sig.
Categoria de referência- Criação de	Não	-0,53	0,228
Sexo	Feminino	-1,04	0,000 ***
	Masculino	0,00	
Idade	<20	-1,22	0,000 ***
	>20	0,00	
Nacionalidade	Não Portuguesa	-0,90	0,001 **
	Portuguesa	0,00	
Curso	Outros Cursos	-0,62	0,021 *
	Economia e Gestão	0,00	
Associativismo	Não	-0,57	0,014 *
	Sim	0,00	
Habilitações_mãe	Secundário	0,03	0,915
	Pós-Secundário	0,00	
Habilitações_pai	Secundário	-0,43	0,159
	Pós-Secundário	0,00	
Situação Profissional_mãe	Por conta de outrem	-0,55	0,028 *
	Conta própria	0,00	
Situação Profissional_pai	Por conta de outrem	0,10	0,697
	Conta própria	0,00	
Rendimento Mensal Agregado	<3500€	0,64	0,019 *
	>3500€	0,00	
Negócio na Família	Não	-0,46	0,052
	Sim	0,00	
Link function: Logit.			

Significância: *** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,1$

Os parâmetros estimados no modelo Logit não são significativos no caso das variáveis Habilitações da mãe; Habilitações do pai e Situação Profissional do pai. Relativamente às variáveis significativas, a abordagem será feita ordenando as variáveis segundo o seu nível de significância.

Com um nível de significância de 99%, a variável Sexo apresenta uma menor probabilidade de alunos do sexo feminino criarem negócio quando comparados com os alunos do sexo masculino. Por sua vez, a variável Idade, apresentando o mesmo nível de significância, dita uma menor probabilidade de criação de negócio por parte dos alunos com idade inferior a 20 anos face aos alunos com idade superior.

A variável Nacionalidade é significativa a 95%, denunciando uma menor probabilidade de criar negócio para os alunos de nacionalidade diferente da portuguesa.

Para um nível de significância de 90%, o modelo apresenta cinco variáveis apontando as seguintes análises. A variável Curso indica que os alunos de Economia e Gestão apresentam uma maior probabilidade de criar negócio relativamente aos alunos de outros cursos. A variável Associativismo traduz uma maior probabilidade de criar negócio por parte dos alunos que integram associações. Quando analisada a influência dos ascendentes destes alunos, o modelo revelou ser a Situação Profissional da mãe a única variável significativa, sendo que o caso dos alunos em que a mãe trabalha por conta própria traduz uma maior probabilidade dos mesmos criarem negócio. Assumindo como variável o Rendimento Mensal do Agregado, os alunos com níveis de rendimento familiar inferior a 3500€ apresentam uma maior probabilidade de criar negócio. Por último, a variável Negócios na família aponta uma maior probabilidade de criação de negócio por parte dos alunos em cujas famílias já existem negócios instalados.

Discussão e conclusões

Ao longo deste estudo conseguiu-se atingir o propósito inicialmente traçado, averiguando-se através da realização de inquéritos quais os fatores que se constituem como determinantes para a propensão empreendedora entre os alunos do ensino superior.

Para que este objetivo fosse concretizado tornou-se imperativo consolidar os conceitos de empreendedorismo, empreendedor e educação empreendedora através da pesquisa bibliográfica.

Averiguar a intenção de empreender dos alunos inquiridos constituiu-se outro dos objetivos almejados. Não só foi possível estimar a intenção empreendedora dos alunos, como também diferenciar os alunos por nacionalidade, realçando diferenças interessantes.

O principal objetivo deste trabalho foi então concretizado na medida em que conseguimos estimar os fatores com influência na definição da propensão para o empreendedorismo por parte dos alunos do ensino superior.

Outro objetivo preconizado por este trabalho traduzia-se na diferenciação dos países em análise no que toca à propensão empreendedora evidenciada pelos alunos do ensino superior. As diferenças foram identificadas em termos das características individuais, do perfil empreendedor, dos aspetos contextuais e da intenção de empreender.

Este trabalho contribui para compreender as influências exercidas por fatores externos na propensão empreendedora dos alunos, avaliando o papel de fatores contextuais.

Em síntese, este trabalho contribui com a estimação de um modelo *logit* para a determinação das variáveis caracterizadoras com significado estatístico relativamente às questões relacionadas com a criação efetiva de negócios, a intenção de empreender e o cenário mais provável para a sua concretização.

Os resultados obtidos permitem confirmar as hipótese e poderão ter implicações na definição de políticas públicas capazes de fomentar a propensão empreendedora dos alunos do ensino superior.

A compreensão de quais os determinantes da propensão empreendedora e da forma como concorrem para a definição das capacidades empreendedoras, permite aos responsáveis das universidades e dos estabelecimentos de ensino superior, assim como aos docentes desenvolver programas de ensino capazes de fomentar a aptidão dos alunos para o empreendedorismo.

Tal será possível não só através da transferência de conhecimentos técnicos necessários à criação de um negócio, mas também por despertar a atenção dos alunos para as capacidades empreendedoras. Como a propensão para o empreendedorismo depende grandemente de competências pessoais, depreende-se que existe possibilidade de desenvolvimento e formação específica em todas essas competências.

Deste modo, o trabalho apresentado permite contribuir para a identificação de quais as competências a desenvolver nos alunos com o intuito de promover a intenção empreendedora. Esta informação pode ser relevante tanto para as universidades como para o desenho de políticas públicas, sendo que permite planear os cursos e/ou disciplinas de formação em empreendedorismo. Assim, é possível criar ou adequar programas curriculares, indicar as dimensões a dar maior relevo, sinalizando as competências essenciais.

Na conjuntura atual, o empreendedorismo apresenta-se cada vez mais como uma solução para os alunos, assim como é enunciado pelos governantes e responsáveis políticos como uma solução para a recessão económica. Neste sentido, a educação empreendedora tende a cumprir um papel essencial para a promoção de uma cultura empreendedora entre os mais jovens e potenciar as primeiras fases do processo empreendedor: motivação do indivíduo, identificação e avaliação de competências críticas para o desenvolvimento de negócios empreendedores de sucesso.

Este trabalho apresenta também algumas limitações, nomeadamente, as que derivam da amostra utilizada pelo facto de se restringir a um conjunto pequeno de países. Acresce o fato de cada país estar representado apenas por uma universidade, aconselhando-se cautela na extrapolação dos resultados aqui apresentados.

Será ainda interessante em investigações futuras utilizar amostras de outros países, permitindo assim um mapeamento diferente da propensão empreendedora dos estudantes.

Outro aspeto que requer desenvolvimentos futuros traduz-se na possibilidade de repetir o estudo no tempo, por forma a comparar resultados futuros com os conseguidos neste trabalho. A construção de um mapa evolutivo de tendências por país permitirá retirar conclusões interessantes relativamente à realidade de cada país, mas também comparar a evolução registada nos diferentes países.

Na apreciação dos resultados devemos ter em conta a especificidade da amostra, dado representar um determinado tipo de empreendedorismo, pelo que aconselha alguma prudência na interpretação e transposição de resultados para outros tipos e níveis de ensino. Acrescenta-se ainda que investigações futuras deverão procurar testar outras metodologias de modo a enriquecer os contributos gerados por este trabalho.

Referências bibliográficas

- Alba-Ramirez, A. (1994). Self-employment in the midst of unemployment: the case of Spain and the United States. *Applied Economics*, 26(3), 189-204.
- Aldrich, H. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage.
- Aldrich, H. E. (1990). Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3) Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1504469>, 7-24.
- Aldrich, H. E., e Fiol, M. (1994). Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation. *The Academy of Management Review*, 19(4) (Article Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/258740>), 645-670.
- Alstete, J. W. (2008). Aspects of Entrepreneurial Success. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (3), 584-594.
- Amit, R., Glosten, L., e Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30, 815-834.
- Amit, R., Muller, E., e Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95-106.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37 (2), 122-147.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of Self-control*. New York: W. H. Freedman.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., e Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership and Organizational*, 13(4), 86-104.
- Barrick, M. R., e Mount, M. K. (1991). The big five personality dimensions and job performance: a meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44(1), 1-26.

- Baum, J. R., e Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology* 89(4), 587-598.
- Bjerke, B. (2007). *Understanding Entrepreneurship*. Cheltenham, UK - Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing, Inc.
- Brockhaus, R. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, 25/3, 1-6.
- Casson, M. (1995). *Entrepreneurship and Business Culture*. Aldershot, UK and Brookfield, US: Edward Elgar.
- Chell, E. (2008). The Entrepreneurial Personality: A Social Construction. *The Psychology Press/Routledge*.
- Chen, C. C., Greene, P. G., e Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 8 (3), 251-261.
- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.
- Cromie, S., e Birley, S. (1992). Networking by female business owners in Northern Ireland. *Journal of Business Venturing*, 7(3) , 237-251.
- Duchesneau, D., e Gartner, W. (1990). A profile of new venture success and failure in an emerging industry. *Journal of Business Venturing*, 5, 297-312.
- Eisenhauer, J. G. (1995). The Entrepreneurial Decision: Economic Theory and Empirical Evidence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(4), 59-77.
- Evans, D. S., e Leighton, L. S. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535.

- Freeman, J. (1990). Organizational life cycles and natural selection processes. In B. Staw, e L. Cummings, *The evolution and adaptation of organizations* (pp. 1-32). (citeulike:4504511).
- Gnyawali, D. R., e Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(4), 43-62.
- Hamilton, R. T., e Harper, D. (1994). The Entrepreneur in Theory and Practice. *Journal of Economic Studies*, 21(6), 3-18.
- Hansemark, O. C. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on Need for Achievement and Locus of Control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour e Research* 4(1), 28-50.
- Harper, D. (1996). *Entrepreneurship and the market process: an enquiry into the growth of knowledge*. London: Routledge.
- Hebert, R. F., e Link, A. N. (1988). *The entrepreneur: Mainstream views and radical critiques*. New York, US: Praeger.
- Hofstede, G., Noorderhaven, N. G., Thurik, A. R., Uhlaner, L. M., Wennekers, A. R., e Wildeman, R. E. (2004). Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction. In T. Brown, e J. Ulijn, *Innovation, entrepreneurship and culture: the interaction between technology, progress and economic growth* (pp. 162-206). Cheltenham, UK and Brookfields, US: Edward Elgar.
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., e Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693-710.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, IL, US: University of Chicago Press.
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology* 11(3), 12-25.

- Krueger, J. N., e Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship e Regional Development* 5(4), 315-330.
- Le, A. T. (1999). Empirical Studies of Self-Employment. *Journal of Economic Surveys*, 13(4), 381-416.
- Lüthje, C., e Franke, N. (2003). The "making" of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *ReD Management*, 33 (2), 135-147.
- McCrae, R. R., e Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52 (1), 81-90.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., e Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965–988.
- Miner, J. B. (2000). Testing a Psychological Typology of Entrepreneurship Using Business Founders. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 36 (1), 43-69.
- Minniti, M. (1999). Social environment and alternative patterns of entrepreneurial activity. *working paper, Babson College, MA, US.*
- Moyer, S. K., e Chalofsky, N. E. (2008). Understanding The Selection And Development Of Life Goals Of Family Business Owners. *Journal of Enterprising Culture*, 16(1), 19-53.
- Poon, J. M., Ainuddin, R. A., e Junit, S. H. (2006). Effects of Self-concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., e Hunt, K. H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15 (4), 13-32.
- Santarelli, E., Carree, M., e Verheul, I. (2009). Unemployment and firm entry and exit: an update on a controversial relationship. *Regional Studies*, vol. 43(8), 1061-1073.

- Santos, S., Curral, L., e Caetano, A. (2010). Cognitive maps in early entrepreneurship stages: from motivation to implementation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, vol. 11(1), 29-44.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA, US: Harvard University Press.
- Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship - The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Shane, S., e Khurana, R. (2001). Career Experiences and Firm Foundings. *paper presented at the Academy of Management Meetings (leeds-faculty.colorado.edu)*.
- Shane, S., e Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review* 25, 217-226.
- Stuart, T. E., Hoang, H., e Hybels, R. C. (1999). Interorganizational Endorsements and the Performance of Entrepreneurial Ventures. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 315-349.
- Trigo, V. (2003). *Entre o Estado e o Mercado, Empreendedorismo e a Condição do Empresário na China*. Lisboa: Ad Litteram.
- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R., e Frese, M. (1999). Who Becomes a Small Scale Entrepreneur in a Post-Socialist Environment: On the Differences between Entrepreneurs and Managers in East Germany. *Journal of Small Business Management*, 37(3), 31-42.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., e Thurick, A. (2001). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. *Discussion Paper 01-030/3. Tinbergen Institute*.
- Wu, S., (1989). *Production, entrepreneurship, and profits*. Cambridge, MA, US: Basil Blackwell.
- Zhao, H., Seibert, S. E., e Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.

