

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Intenções Empreendedoras de Diplomados da Geração *Millennials*

Patricia Alexandra Morais Cabeçana

Mestrado em Gestão

Orientadores:

Professor Doutor Álvaro Augusto Rosa, Professor Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Professora Doutora Alexandra Etelvina Martins Marques Fernandes,
Professora Auxiliar,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

dezembro, 2020



BUSINESS
SCHOOL

Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Intenções Empreendedoras de Diplomados da Geração Millennials

Patricia Alexandra Morais Cabeçana

Mestrado em Gestão

Orientadores:

Professor Doutor Álvaro Augusto Rosa, Professor Auxiliar,

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Professora Doutora Alexandra Etelvina Martins Marques Fernandes,
Professora Auxiliar,

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

dezembro, 2020

*Dedico esta dissertação ao meu pai,
o meu melhor amigo e
o grande incentivador para o
investimento contínuo na minha formação
e em mim.*

Agradecimento

Considero a concretização desta dissertação um passo importante no meu percurso académico e para minha realização pessoal. A sua realização foi complexa, tendo existido bastantes percalços pelo caminho e que sem o apoio incondicional de algumas pessoas, às quais quero expressar o meu apreço e gratidão não seria possível terminar.

Ao meu orientador, Professor Doutor Álvaro Augusto da Rosa, quero agradecer a sua disponibilidade, compreensão e colaboração, bem como a sua partilha de conhecimentos que foram imprescindíveis para a elaboração da presente dissertação. Também quero agradecer à Professora Doutora Alexandra Etelvina Martins Marques Fernandes pelo seu contributo neste percurso. Um especial agradecimento aos meus professores por não terem desistido de me acompanhar, pois sei reconhecer que não foi fácil e exigiu muito deles.

À minha família, em especial aos meus pais, por toda a motivação e encorajamento que me deram ao longo deste percurso.

Aos meus amigos que direta ou indiretamente me ajudaram a tornar este momento possível.

Aos meus colegas de faculdade, que foram sempre prestáveis para me tirar dúvidas e partilha de ideias.

A todos vós,

Um muito obrigada!

Resumo

O Empreendedorismo é reconhecido como uma ferramenta poderosa para a criação de empregos e o crescimento económico, que proporciona também uma melhoria na competitividade e inovação. Contudo ao longo do tempo tem vindo a existir um declínio na preferência pelo autoemprego, pelo que o objetivo desta dissertação é explorar a veia empreendedora dos recém-diplomados, nomeadamente as suas intenções de começar um negócio próprio, realizando uma investigação em busca dos fatores motivacionais que influenciam o comportamento empresarial deste grupo-alvo.

A investigação tem um cariz quantitativo, na qual foi aplicado um questionário com uma amostra de 215 respostas válidas de diplomados da geração *Millennials* de várias áreas de formação. As hipóteses de investigação desenvolvidas assentam na revisão de literatura desenvolvida, onde se analisou várias dimensões como o Ambiente Empreendedor Envolvente, a Atração Profissional, a Avaliação Social, a Capacidade Empreendedora, os Objetivos Empreendedores e a Educação Empreendedora.

Os resultados da investigação empírica realizada no âmbito desta dissertação mostram que as dimensões com maior influencia na Intenção Empreendedora dos diplomados são a Atração Profissional, nomeadamente a Perspetiva Futura, e a Capacidade Empreendedora, revelando que os diplomados desta geração sentem-se aptos e prontos para criar um negócio próprio. Contudo, a Avaliação Social e a Educação Empreendedora viram demonstrar não ser consideradas importantes para este grupo-alvo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Intenções empreendedoras; Inovação; Millennials

JEL Classification: M130 - New Firms; Startups

JEL Classification: M190 - Business Administration: Other

Abstract

Entrepreneurship is recognised as a powerful tool for job creation and economic growth, which also provides improved competitiveness and innovation. However, over time there has been a decline in the preference for self-employment, so the aim of this dissertation is to explore the entrepreneurial vein of newcomers, namely their intentions to start their own business, conducting research in search of the motivational factors that influence the entrepreneurial behaviour of this target group.

The research has a quantitative nature, in which a questionnaire was applied with a sample of 215 valid answers from graduates of the Millennials generation of various training areas. The research hypotheses developed are based on the literature review developed, where several dimensions were analysed such as the Entrepreneurial Environment, Professional Attraction, Social Assessment, Entrepreneurial Capacity, Entrepreneurial Objectives and Entrepreneurial Education.

The results of the empirical research carried out in the scope of this dissertation show that the dimensions with greater influence on the Entrepreneurial Intention of the graduates are the Professional Attraction, namely the Future Perspective, and the Entrepreneurial Capacity, revealing that the graduates of this generation feel able and ready to create their own business. However, Social Assessment and Entrepreneurial Education have shown that they are not considered important for this target group.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurial intentions; Innovation; Millennials

JEL Classification: M130 - New Firms; Startups

JEL Classification: M190 - Business Administration: Other

Índice

Agradecimento	iii
Resumo.....	v
Abstract	vii
Capítulo 1. Introdução.....	1
Capítulo 2. Revisão de Literatura.....	5
2.1. O Empreendedorismo e o Empreendedor	5
2.2. Ser Empreendedor	7
2.3. Intenções Empreendedoras.....	9
2.3.1. Modelos de estudo de Intenções Empreendedoras	10
2.4. Geração Millennials	11
2.5. Estudos anteriores	12
2.6. Modelo conceptual e hipóteses	14
Capítulo 3. Dados e Metodologia.....	17
3.1. Metodologia de Investigação	17
3.2. Recolha de Dados.....	17
3.2.1. Amostras	18
3.2.2. Questionário	19
Capítulo 4. Análise e Discussão de Resultados.....	21
4.1. Caracterização da Amostra.....	21
4.2. Análise dos Construtos.....	24
4.2.1. Ambiente Empreendedor Envolvente	24
4.2.2. Atração Profissional	27
4.2.3. Avaliação Social.....	28
4.2.4. Capacidade Empreendedora	30
4.2.5. Intenção Empreendedora.....	32
4.2.6. Objetivos Empreendedores	33
4.2.7. Educação Empreendedora	35
4.3. Análise da regressão múltipla	36
4.4. Síntese de hipóteses.....	38
Capítulo 5. Conclusões e Limitações	41
Referências Bibliográficas	43
Anexos.....	47
Anexo A – Questionário.....	47
Anexo B – Regressão Linear Múltipla com a Intenção Empreendedora como variável dependente.....	55

CAPÍTULO 1

Introdução

Uma parte essencial da criação de riqueza de um país através da promoção do crescimento económico e melhores condições de vida da população é o empreendedorismo, devido a ser um fator importante na geração de empregos e rendimento, e por isso contribuir para o sucesso num mercado global em constante mudança e cada vez mais competitivo.

Para muitos teóricos da economia, para existir crescimento económico é imprescindível ter um desenvolvimento do capital empresarial. Este é composto por um conjunto de fatores legais, institucionais e sociais. Dos fatores sociais o que se destaca é a aceitação social dos indivíduos que estão dispostos a lidar com o risco de criar novas empresas e um ambiente de negócio favorável (Audrestch, 2001).

Pelo que o empreendedorismo cada vez mais é uma questão importante para os poderes económicos que procuram novas formas de aumentar o crescimento económico e a inovação, bem como a criação de emprego (Reynolds, 1997 e Palich & Bagby, 1995).

O empreendedorismo pode definir-se como uma visão de negócio que se foca na busca de oportunidades e desenvolvimento de ideias inovadoras, superando as ameaças inerentes (risco e incerteza), cujo resultado final é a criação de uma nova empresa (Sarkar, 2010). No mundo dos negócios, esta busca de novas oportunidades através da criatividade e inovação, pressupõe a oferta de um serviço ou produto único, ou seja, fazer algo novo e diferente dentro de um mercado, de uma empresa ou para a sociedade. Existem várias formas de empreendedorismo, sendo a mais comum a criação de novas empresas de pequena dimensão, empresas essas que se designam por start ups.

Um indivíduo que se aventure em criar o seu próprio negócio é chamado de empreendedor. Um empreendedor é também definido por Joseph Shumpeter, em 1965, como um indivíduo que explora oportunidades de mercado através de inovação técnica e/ou organizacional (Tülüce, N. S., & Yurtkur, A. K., 2015). Este processo é nitidamente um processo intencional e como tal as intenções empreendedoras merecem a nossa atenção.

A compreensão das intenções do comportamento empreendedor possibilita perceber o que é que impulsiona a busca por oportunidades, a fonte de onde surgem as ideias para um negócio e como é que essa ideia se transforma numa realidade. Tal conhecimento é

benéfico para quem dá formação a potenciais empreendedores em que a compreensão das suas intenções permite perceber se o estímulo de uma educação orientada para o empreendedorismo pode influenciar os comportamentos dos alunos e as suas intenções em relação a esta área.

A presente dissertação tem como objetivo explorar a veia empreendedora dos diplomados, nomeadamente as suas intenções de começar um negócio próprio realizando uma investigação em busca dos fatores motivacionais que influenciam o comportamento empresarial deste grupo-alvo. Estudos anteriores (Hannon, 2005, Lüthje & Franke, 2003, Reitan, 1997) têm vindo a confirmar que as universidades possuem um papel positivo e importante no desenvolvimento da intenção empresarial entre os recém-diplomados.

Esta temática é relevante explorar porque as opções de um diplomado são limitadas, dividem-se entre penetrar no mercado de trabalho através de um emprego por conta de outrem ou criar o seu negócio e ser a sua própria fonte de rendimento. A maioria dos diplomados opta pela entrada no mercado de trabalho, apesar de toda a instabilidade que este tem.

De acordo com dados estatísticos do portal Infocursos (2018), a percentagem de diplomados, quer de instituições públicas ou privadas, que se encontram registados como desempregados no Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) varia entre os 5,5% e 5,7%, o que no total corresponde a uma média de 11.258 licenciados e mestres desempregados. Tais números levantam as seguintes questões: porque é que estes jovens não investem em si próprios? Quais os fatores que os impedem de ser a sua própria fonte de rendimento?

Face à instabilidade política, social e económica que se vive atualmente, torna-se necessário explorar alternativas que permitam ser possível contornar os aspetos negativos que se instalaram, e promover o desenvolvimento de atitudes empreendedoras. O empreendedorismo tem sido encarado com uma forma de se ultrapassar a atual condição económica.

Para além deste capítulo introdutório, esta dissertação é composta por mais quatro capítulos. O segundo capítulo é relativo à revisão de literatura em torno da temática do empreendedorismo e o empreendedor. Nomeadamente, explorar a evolução do conceito de empreendedor ao longo do tempo, bem como o que é ser empreendedor: comportamento e intenções. Também se apresentam resultados de estudos anteriores com

semelhante foco por parte da população em estudo à que será analisada nesta dissertação, analisar estes estudos irá permitir olhar para os resultados obtidos de uma forma mais crítica. Existindo ainda uma caracterização do grupo-alvo, que é a geração *Millennials*. Bem como a apresentação do modelo conceptual e das hipóteses do estudo.

Posteriormente, no terceiro capítulo, irá ser exposto a metodologia aplicada através da apresentação da ferramenta de recolha de dados utilizada, bem como uma descrição da população e amostra, definição das variáveis utilizadas e exposição das hipóteses de investigação. No quarto capítulo é concretizada a análise de resultados com base numa análise fatorial e modelo de regressão linear múltipla com a variável Intenção Empreendedora como variável dependente. Finalmente, no quinto e último capítulo, a dissertação termina com as conclusões e limitações da problemática desta investigação.

CAPÍTULO 2

Revisão de Literatura

2.1. O Empreendedorismo e o Empreendedor

O termo empreendedorismo é um neologismo¹ com origem na França no século XII, pela palavra *entrepreneurship* que deriva de *entrepreneur*. Inicialmente na história um *entrepreneur* era alguém que incentivava brigas, mais tarde este termo passou a estar relacionado com uma pessoa que conduzia projetos e empreendimentos.

No século XVII o economista Richard Cantillon define pela primeira vez o que é um empreendedor. Para Richard, empreendedor é quem compra matéria-prima, com o propósito de as processar e revender por um determinado preço, que lhe permita obter lucro.

Um século depois, Jean-Baptiste Say associou inovação e mudança ao conceito de empreendedor, isto é, a definição de Say para empreendedor é um indivíduo que inova e é agente de mudanças (Gomes, 2005). Esta definição mantém-se até à atualidade.

Joseph Schumpeter veio complementar e clarificar a definição de Say sobre empreendedor. Assim sendo no início do século XX, Schumpeter (1939) esclareceu que empreendedor é um indivíduo que tem criatividade e é dotado de capacidades que lhe permitem fazer sucesso com inovações. Estas inovações referem-se a novos produtos, a novos métodos de produção traduzindo-se numa abertura do mercado ou até na criação de uma nova empresa.

Entre os anos 60 e 80, Peter Drucker introduziu a noção de risco, ou seja, para se ser empreendedor é preciso arriscar em algum negócio, aproveitar as oportunidades para criar mudanças. Para tal o empreendedor não se pode limitar às suas próprias capacidades intelectuais e pessoais, sendo necessário explorar os recursos externos para alcançar os seus objetivos (Mendes et al., 2011).

Nos dias que correm, em pleno século XXI, o conceito de empreendedor e de empreendedorismo continua na mesma linha de pensamento. De acordo com Sarkar (2010) o empreendedorismo pode definir-se como uma visão de negócio que se foca na

¹ Neologismo é a criação de uma palavra ou expressão nova, ou a atribuição de um novo sentido a uma palavra já existente.

busca de oportunidades e desenvolvimento de ideias inovadoras, superando as ameaças inerentes (risco e incerteza), cujo resultado final é a criação de uma nova empresa. No mundo dos negócios, esta busca de novas oportunidades através da criatividade e inovação, pressupõe a oferta de um serviço ou produto único, ou seja, fazer algo novo e diferente dentro de um mercado, de uma empresa ou para a sociedade. Existem várias formas de empreendedorismo, sendo a mais comum a criação de novas empresas de pequena dimensão, empresas essas que se designam por start ups.

Outra forma de definir empreendedorismo é “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos” (GEM, 2013).

Todavia o estudo do empreendedor como figura central da atividade económica dos especialistas da área da economia clássica é diminuto. Um forte argumento explicativo para tal é o facto de que a maioria dos estudos económicos iniciais realizados analisavam o empreendedor apenas com o intuito de explicar e justificar os benefícios destes indivíduos para a economia (Veciana, 1980). Estes tiveram dificuldades em compreender que não é suficiente apenas explicar como funciona uma economia de mercado, sendo necessário entender o porquê dessa economia funcionar. Posto isto, a evolução da economia de mercado assenta na busca de lucro pelos empreendedores, onde o seu dinamismo, a criatividade, o risco, a vontade de vencer, presentes no processo do empreendedorismo, acabam por explicar o formato dos mercados existentes (Raposo & Silva, 2000).

Atualmente para muitos teóricos da economia, para existir crescimento económico é imprescindível ter um desenvolvimento do capital empresarial. Esta preposição de que o empreendedorismo é condição necessária para o desenvolvimento económico advém de Schumpeter, este teórico foi o primeiro que abordou o empreendedor e o seu impacto sobre a economia (Fritsch, 2017). O processo de empreendedorismo é composto por um conjunto de fatores legais, institucionais e sociais. Dos fatores sociais o que se destaca é a aceitação social dos indivíduos que estão dispostos a lidar com o risco de criar novas empresas e um ambiente de negócio favorável (Audrestch, 2001).

A visão de Schumpeter tornou-se assim influente na forma como se olha para o empreendedor, vendo neste um motor da economia, um agente de inovação e mudança,

bem como um agente passível de desencadear crescimento económico. Tal visão é importante porque através da atividade empreendedora é possível para as sociedades terem a iniciativa de liderar e coordenar o esforço em direção ao seu próprio crescimento económico. Acredita-se, com isso, ser possível alterar a tendência de estagnação económica e social com o aparecimento de atividades inovadoras (Gomes, 2005). Pelo que o empreendedorismo cada vez mais é uma questão importante para os poderes económicos que procuram novas formas de aumentar o crescimento económico e a inovação, bem como a criação de emprego (Reynolds, 1997 e Palich & Bagby, 1995).

Desde a sua origem que o empreendedor está relacionado com o seu comportamento e tomadas de decisões, bem como os fatores que os influenciam. Sendo assim relevante perceber o que é “ser empreendedor”.

2.2. Ser Empreendedor

O mercado de trabalho atual é caracterizado pelas diversas mudanças que tem sofrido, apresentando um forte dinamismo, o que modificou a forma como se olha para o emprego. Por vezes quando a perspetiva laboral não é muito otimista existe a necessidade de recorrer a alternativas em busca de oportunidades favoráveis que por vezes mudam o rumo da vida profissional, destacando-se o autoemprego.

O autoemprego é resultado de quem dá uso à sua criatividade e decide enveredar pela via da criação do seu negócio para serem as suas próprias fontes de rendimentos e assumirem o controlo da sua carreira. Seguir esta via implica apoiar-se no empreendedorismo, tornar-se empreendedor, isto é, tornar-se um indivíduo que se aventura em criar o seu próprio negócio, um indivíduo que explora oportunidades de mercado através de inovação técnica e/ou organizacional (Tülüce, N. S., & Yurtkur, A. K., 2015).

A decisão de ser empreendedor é algo importante, que envolve ponderação, pesquisa, planeamento e determinação pelo que podemos concluir que é um processo intencional. Assim, sendo precisamos definir o que é necessário para se ser um empreendedor.

Ao longo da história é possível perceber que o pensamento económico dos autores sobre a figura do empreendedor é diverso, sendo apresentadas diversas perspetivas, onde

existe discórdia entre se uma pessoa já nasce empreendedora ou se é ensinada e motivada a ser empreendedora.

Temos a perspectiva de Volkmann (2004) que se refere ao empreendedorismo como algo que não é inato, não sendo obtido à nascença, mas sim, algo que se desenvolve por experiências de vida ou educação.

Ferreira, Santos e Serra (2010) também defendem que não são os traços de personalidade ou quaisquer outras características inatas que definem um empreendedor, este é definido pelo seu comportamento e atitudes, pelo que consideram impossível prever quem detém um perfil empreendedor, sendo apenas possível empreender depois de desenvolver as competências necessárias.

Porém, as investigações com o intuito de determinar o perfil do empreendedor através dos traços de personalidade associados ao seu comportamento são abundantes.

Um dos primeiros estudiosos a criar uma teoria sobre a motivação para empreender foi David McClelland, a sua teoria destaca o comportamento das pessoas com o seu vínculo de trabalho, organizações e mercado laboral. Como resultado do seu estudo empírico McClelland (1972) classificou a sociedade em dois grupos distintos, os que mostram predisposição para empreender e os que não consideram correr tal risco. Estudando as características do primeiro grupo foi possível para McClelland traçar um perfil empreendedor, que possui três características fundamentais: sucesso, afiliação e poder. Sarkar (2010) salienta também a necessidade de autonomia, de domínio e de independência.

Um perfil empreendedor com traços de personalidade bem definidos é o resultado do estudo de Parreira, Pereira e Brito (2011). Estes autores descrevem que o comportamento dos empreendedores está relacionado com a sua personalidade pró-ativa, que tem como fim a criação de uma start up; a abertura e capacidade de inovar, que deriva do interesse em encontrar novas formas para a inovação; a afabilidade, isto é, a sua capacidade de escutar e empatia pelos outros, que permite estabelecer relações pessoais, promovendo a confiança; a extroversão, característica inata em indivíduos assertivos e sociáveis; o neuroticismo, que avalia o seu equilíbrio emocional; a aptidão de manter níveis de desempenho elevado, proporcionando responsabilidade e necessidade de realização, o que desencadeia um comprometimento com o trabalho; a tolerância ao stress, pelos riscos

inerentes ao ato de empreender; e a eficácia global, a qual transmite confiança nas competências do empreendedor em atuar em situações de incerteza.

Assim quando um indivíduo decide aventurar-se em criar o seu próprio negócio ou explorar oportunidades de mercado através da inovação técnica e/ou organizacional é possível concluir que é um processo intencional sendo pertinente compreender como é que surgem as intenções empreendedoras de um indivíduo.

2.3. Intenções Empreendedoras

O conceito de intenções empreendedoras é definido por Thompson (2009) como “a convicção de uma pessoa que pretende criar um novo empreendimento e conscientemente planejar fazê-lo em algum momento no futuro”. Outra definição é a de que as intenções empreendedoras são o intuito de realizar um comportamento empreendedor (Krueger & Brazzel, 1994). Isto é, as intenções empreendedoras são a exploração e acesso a informação que é benéfica para alcançar o objetivo de criação de um negócio (Choo & Wong, 2009).

O desejo e as atitudes em torno de começar um negócio próprio formam as intenções empreendedoras. De acordo com Ajzen (1991) e Krueger et al. (2000), o estudo sobre como os indivíduos se comportam numa determinada situação torna possível prever a ação que irão realizar. Por isso é que o desejo de um indivíduo relativamente ao seu negócio é importante pois é ele que determina o quão esse indivíduo está preparado e ambiciona ter o seu próprio negócio que o irá empregar (Zewudu & Alamine, 2017).

Simplificando, intenções permitem prever um comportamento, enquanto por sua vez determinadas atitudes permitem prever intenções. Assim sendo intenções são um fio condutor que possibilita compreender o próprio ato em si (Ajzen, 1991). As intenções são variáveis decisivas entre optar por potenciais influências exógenas ou pela criação de uma nova empresa. Estas quando relacionadas com o comportamento são absolutamente críticas para compreender a capacidade de avaliar os recursos e a situação em que o indivíduo se encontra, tendo como consequência final o ato de iniciar um novo negócio ou, contrariamente, recuar nessa decisão (Krueger et al., 2000).

As intenções empreendedoras são maioritariamente alvo de pesquisa na área do empreendedorismo. Mas porquê? Devido ao empreendedorismo ser um processo de

explorar e aproveitar oportunidades de negócio a fim de produzir futuros bens e serviços através da criação de uma nova organização (Venkataraman, 1997). Para Krueger et al. (2000), a identificação dessas oportunidades é um processo intencional, como tal a compreensão das intenções empreendedoras é algo digno de estudo.

2.3.1. Modelos de estudo de Intenções Empreendedoras

Tem sido conceptualizado que as intenções são uma função de crenças que geram um elo entre crenças e comportamentos (Fishbein & Ajzen, 1975). Para estudar as intenções empreendedoras Guerrero et al. (2008) destaca alguns modelos que tentam explicar as intenções empreendedoras, como: o modelo do evento empreendedor de Shapero (1982) que considera a criação de um negócio como um evento que pode ser explicado através da interação entre iniciativas, habilidades, gestão, autonomia e risco; o modelo TPB (Theory of Planned Behavior) de Ajzen (1991) cujo assenta na premissa de que qualquer comportamento requer algum planeamento prévio e isso permite antecipar a intenção que dá origem a tal comportamento; o modelo da atitude empreendedora orientada de Robinson et al. (1991) que através de quatro subescalas (conquista, auto-estima, controlo pessoal e inovação) e três tipos de reação (afetiva, cognitiva e conativa) é possível explicar a previsão de uma atitude; o modelo básico intencional de Krueger e Carsrud (1993) explora as relações entre as atitudes e as intenções empreendedoras, onde usam uma escala que permite uma maior flexibilidade na análise das influências exógenas, atitudes e intenções; o modelo de empreendedor potencial de Krueger e Brazeal (1994) tem como base os modelos desenvolvidos por Shapero e Ajzen, este vem complementar as suas evidências com as perspectivas de empreendimento corporativo e desenvolvimento empresarial; e o modelo Davidsson de Davidsson (1995) que diz que as intenções podem ser influenciadas pela convicção definida através de atitudes gerais e principais, bem como a situação atual.

De entre estes modelos salienta-se o modelo TPB (*Theory of Planned Behavior*) de Icek Ajzen. Sendo este o modelo mais utilizado por investigadores para compreender o comportamento social em diversas áreas. Este modelo foi desenvolvido nos anos 80 como uma melhoria de *Theory of Reasoned Action*, uma teoria desenvolvida anteriormente por Ajzen e Martin Fishbein.

TPB é uma teoria cognitiva que tenta prever a relação entre o comportamento humano e as suas motivações. De acordo com esta teoria a intenção comportamental de um indivíduo pode ser prevista através de três variáveis: normas subjetivas; atitudes e controlo comportamental percebido (Ajzen, 1991).

A forma como estas variáveis interagem entre si pode variar dependendo do comportamento do indivíduo e da população em estudo, contudo atitudes positivas demonstram maior controlo e forte intenção de realizar um comportamento estão positivamente relacionadas com a execução efetiva de tal comportamento. Isto é, pessoas que estão otimistas em relação ao seus recursos e capacidades consideram o empreendedorismo como uma oportunidade e não um risco, por isso elas tendem a mostrar uma robusta intenção empreendedora comparativamente àquelas que são pessimistas (Wilson, Kickul, & Marlino, 2007).

O estudo de intenções geralmente foca-se em comportamentos futuros com objetivos a curto-prazo, sendo assim aceitável aplicar o modelo TPB a estudos de intenções empreendedoras (Ajzen, 1991; Krueger & Brazeal, 1994).

2.4. Geração Millennials

A geração Millennials, também conhecida por geração Y, compreende indivíduos que nasceram entre 1980 e 1996, ou seja, é a parte da população cuja faixa etária varia entre os 22 e 38 anos.

Esta geração é considerada uma geração perdida entre falta de emprego e baixos salários, registando o maior nível de desemprego na Europa. Onde a isto se acrescenta uma crise educacional, assinalada por uma desadequação entre este sistema e o mercado de trabalho (Público, 2017).

É uma geração caracterizada pelo consumo racional, estudo de mercado e comparação de preços, onde a utilização de cartão de crédito é mínima e se privilegia a economia da partilha. Estes são a população nativa da era digital, nomeadamente da internet, sendo entusiastas das compras online e assíduos nas redes sociais (Visão, 2016).

2.5. Estudos anteriores

Os investigadores que estudam o empreendedorismo dedicam-se bastante a tentar identificar os factos que influenciam os indivíduos a tornar-se empreendedores, para ser possível compreender o que os leva a criar novas empresas ou negócios.

Israr, M., & Saleem, M. (2018) analisaram as intenções empreendedoras entre alunos universitários italianos, cujos resultados apontaram que os alunos do género masculino demonstram maior interesse pelo empreendedorismo do que o género feminino. Neste estudo também foi possível concluir que ser empregado por conta própria é mais atraente para os mais jovens e para aqueles que têm notas mais baixas, o que faz sentido uma vez que os mais novos são mais propensos a correr riscos e tal característica é essencial num empreendedor. Algo notório foi a influência que a família tem na escolha para seguir o caminho empreendedor, uma vez que alunos com familiares empreendedores demonstraram maior interesse do que aqueles que os seus familiares trabalham para outras entidades.

Na Croácia, o estudo de Sušan, Z., Jakopc, A. & Milijkovic Krecar, I. (2015) teve maior incidência nas intenções empreendedoras relativamente à sua orientação educacional, isto é, foi realizada uma comparação entre as intenções empreendedores de alunos cujos cursos frequentados têm por base a área de negócios com alunos cuja base de formação é focada noutra área. Concluiu-se que os alunos com bases na área de negócios, provenientes de cursos como contabilidade, finanças, marketing ou gestão, têm uma maior intenção empreendedora do que os restantes, isto deve-se a sentirem-se confiantes nas competências adquiridas através da sua formação académica, tendo principal destaque a auto-eficácia, a proatividade e a gestão do risco através de planos de negócio e a interação com profissionais/investidores.

Analisando agora um estudo feito num país do continente africano, um dos países mais pobres do mundo, a Etiópia. Zewudu, W., & Alamine, M. (2017) no seu estudo, a alunos da Universidade de Bahirdar, forneceram os resultados mantendo o foco nas três variáveis do modelo do TPB: normas subjetivas; atitudes e controlo comportamental percebido (Ajzen, 1991). Relativamente às normas subjetivas, também conhecida como pressão social, foi notório o seu impacto, o que significa que a opinião das pessoas próximas (familiares, amigos e conhecidos) e o seu reconhecimento a nível da sociedade influencia a sua decisão, ou seja, se o/a aluno(a) sentir apoio por parte de quem lhe é

próximo e reconhecimento na sua sociedade ele(a) terá maior intenção de ser empreendedor(a). Quanto à atitude cuja percepção desse comportamento influencia diretamente a crença do indivíduo de que é capaz de realizar tal comportamento, os universitários de Bahirdar relevaram um grande desejo de se auto-empregarem. Por fim, a sua percepção quanto às suas capacidades e recursos, o chamado controlo comportamental percebida, eles demonstram-se fortes, sendo que a maioria respondeu que se considera apto a conduzir um plano de negócio, bem como a criar relações com diversos indivíduos da área dos negócios e a desenvolver produtos que satisfaçam melhor as necessidades dos consumidores.

Se olharmos agora para a China, um país com um volume populacional imenso e com uma cultura forte, em termos de costumes familiares e dos papéis desempenhados consoante o género. Os traços da cultura tradicional chinesa estão em concordância com os resultados do estudo de Yang, J. (2013), que demonstraram que o género e a existência de familiares empreendedores são os factores que influenciam fortemente a atitude empreendedora dos chineses. Quanto ao género os dados revelaram que o género masculino tem maior interesse em se tornar empreendedor do que o género feminino, tal situação pode ser justificada pelo estereotipo da cultura tradicional chinesa de que as mulheres têm de ter uma carreira mais estável que lhe permita cuidar das suas famílias e que o papel dos negócios está mais direccionado para os homens. Quanto à influência por parte de familiares empreendedores esta influencia na forma como os chineses vêem as suas capacidades enquanto empreendedores e o apoio que têm na sua decisão ao escolherem esse caminho, pois já terão um apoio e um ensinamento de alguém com experiência em empreendedorismo que lhes permitiram ajudar a guiar os seus negócios.

Continuando no continente asiático, num país cujo PIB per capita é superior ao anterior, a Arábia Saudita, podemos observar que existem diferenças evidentes nos resultados do estudo realizado por Aloulou, J. W. (2015), nomeadamente, a preferência por uma carreira profissional como trabalhador dependente e aqui o género feminino destaca-se por se considerar mais apta a inovar e a querer ter o seu próprio negócio. Contudo aqui também as normas subjetivas têm uma grande influência nas decisões, uma vez que a cultura da Arábia Saudita exerce alguma pressão no que diz respeito às escolhas de carreira.

Ao conhecermos diferentes estudos de diversos autores e de países tão diversos podemos concluir alguns dos fatores principais que influenciam as intenções empreendedoras são a necessidade de empregabilidade, a cultura do país é algo importante quando a cultura está muito enraizada nos indivíduos, bem como a formação académica que é obtida, o que permite uma maior confiança nas suas capacidades.

2.6. Modelo conceptual e hipóteses

Com base na revisão de literatura, abordada nos subcapítulos anteriores, foram desenvolvidas sete dimensões que permitiram criar o modelo conceptual (Figura 2.1) e formular as hipóteses tendo sempre em consideração o objetivo do estudo, perceber quais as principais motivações que influenciam as intenções empreendedoras da geração *Millennials*.

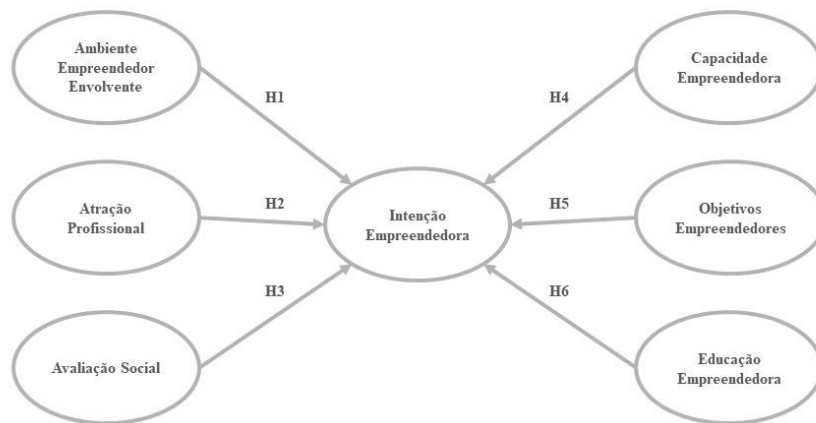


Figura 2.1: Modelo Conceptual | Fonte: Elaboração Própria

Partindo do modelo podemos observar que foram formuladas seis hipóteses, sendo elas:

H1: *O Ambiente Empreendedor Envolvente influencia positivamente a Intenção Empreendedora.*

De acordo com alguns autores como Mendes et al. (2011) e Sarkar (2010) um aspeto importante para se ser empreendedor é a noção de risco, tendo como objetivo criar o seu negócio analisando o que se passa ao seu redor para que seja possível aproveitar as oportunidades existentes no ambiente que o rodeia de forma a impulsionar o seu negócio.

H2: *A Atração Profissional influencia positivamente a Intenção Empreendedora.*

Quem decide ser empreendedor tem como resultado o autoemprego, o que permite um controlo total da sua carreira. O desejo de poder ser autónomo, ter domínio e independência são características comuns entre empreendedores (Sarkar, 2010).

H3: *A Avaliação Social influencia positivamente a Intenção Empreendedora.*

O objetivo de compreender quais as motivações que levam um indivíduo a ter a intenção de empreender já tem sido alvo de estudo ao longo dos anos, como tal diversos modelos foram criados e a maior parte deles concorda que as crenças do indivíduo têm influência no seu comportamento.

O modelo TPB de Ajzen (1991) e o modelo da atitude empreendedora orientada de Robinson et al. (1991) são uns dos modelos que dão mais ênfase ao facto de o ser humano ser um ser social. Segundo Ajzen (1991), a pressão social percebida pelo indivíduo tem influência direta na sua decisão de realizar ou não um determinado comportamento. Esta pressão social por norma é resultado da influência dos indivíduos mais próximos, tais como amigos, família e colegas no comportamento do indivíduo.

H4: *A Capacidade Empreendedora influencia positivamente a Intenção Empreendedora.*

A Capacidade Empreendedora é refletida no comportamento e atitudes do indivíduo, isto é, no desenvolvimento de competências necessárias (Ferreira, Santos e Serra, 2010) e numa personalidade pró-ativa (Parreira, Pereira e Brito, 2011). A combinação destes elementos permitirão a um indivíduo criar um perfil empreendedor.

H5: *Os Objetivos Empreendedores influenciam positivamente a Intenção Empreendedora.*

Krueger e Brazeal (1994) criaram o modelo empreendedor potencial que vem destacar as perspetivas de empreendimento corporativo e desenvolvimento empresarial. Tais perspetivas advêm dos objetivos empreendedores que os indivíduos têm.

H6: *A Educação Empreendedora influencia positivamente a Intenção Empreendedora.*

Tendo em consideração o pensamento de Volkmann (2004) de que o empreendedorismo não é inato, que é algo que se desenvolve por meio experiências de vida ou educação. É de esperar que as educações em áreas com formação em Empreendedorismo influenciem os indivíduos na intenção de empreender. Estudos anteriores de Hannon(2005), Lüthje & Franke (2003) e Reitan (1997) defendem que as universidades possuem um papel positivo e importante no desenvolvimento da intenção empresarial entre os diplomados.

CAPÍTULO 3

Dados e Metodologia

3.1. Metodologia de Investigação

A metodologia de investigação foi aplicada em linha de pensamento com a revisão de literatura com o objetivo de relacionar os vários construtos do modelo. Após uma análise da literatura existente sobre as intenções empreendedoras surgiu a necessidade de verificar o que acontece na geração *Millennials*, quais os fatores que fazem com que esta geração tenha, ou não, a intenção de empreender.

Neste sentido, a presente dissertação tem como propósito estudar eventuais relações de causa-efeito entre as diferentes variáveis por forma a ser perceptível o grau de influência de cada uma delas. Pelo que para investigar o impacto das relações e ser possível comprovar a veracidade das mesmas, utiliza-se uma abordagem quantitativa, sendo que o método escolhido foi o inquérito, tendo como fim último a análise estatística dos pressupostos do modelo (Prodanov et al., 2013). De modo a satisfazer tais objetivos, foi utilizado um questionário de um estudo prévio de Liñán, Rodríguez-Cohard e Rueda-Cantuche (2010), com questões fechadas, com o intuito de obter informação relevante e pertinente. Este inquérito foi partilhado via *online* através da plataforma Facebook, no grupo de estudantes do ISCTE, e LinkedIn direcionado ao público-alvo.

Uma vez que este estudo incorre de uma investigação através da validade ou rejeição de hipóteses, estamos perante uma abordagem positivista. Dado que tanto a recolha, como análise são elaboradas pelo investigador, falamos de um tipo de dados primários.

A metodologia escolhida vai ao encontro do propósito do estudo, nomeadamente, analisar a influência de várias variáveis na intenção de empreender por parte da geração *Millennials*.

3.2. Recolha de Dados

Para esta investigação o método de recolha de dados considerado foi numa abordagem quantitativa (Prodanov et al., 2013), através de um questionário online através da plataforma Qualtrics (qualtrics.com). A principal característica deste tipo de abordagem,

e por sua vez a sua maior vantagem, consiste na intenção de obtenção de respostas num curto espaço de tempo, entender o comportamento dos indivíduos relativamente a uma determinada temática, e sobretudo a possibilidade de quantificar as respostas obtidas para posterior análise, recorrendo a métodos estatísticos e testes de hipóteses (Prodanov et al., 2013).

O questionário foi concebido num formato *online* na plataforma Qualtrics, foi realizado um pré-teste para verificar se a estrutura estava conforme, se as questões se adequavam aos objetivos do estudo e se o tempo de duração era adequado. O *feedback* recebido foi positivo, sendo que a extensão do questionário foi considerada um pouco longa, contudo dado os objetivos do estudo não foram efetuadas alterações ao nível da estrutura do questionário.

Após esta fase de teste, no dia 22 de setembro de 2020 deu-se início ao lançamento do questionário via *online*, tendo sido encerrado a 22 de outubro de 2020. Este processo empírico da recolha de dados dividiu-se em duas fases. Numa primeira fase ocorreu a distribuição do questionário, o *link* foi enviado para um conjunto significativo de pessoas através da plataforma LinkedIn e Facebook, sendo que nesta última plataforma apenas foi partilhado o *link* no grupo designado exclusivamente para a comunidade do ISCTE. Posteriormente, na segunda e última fase, os inqueridos tinham acesso ao *link*, podendo responder diretamente ao questionário, utilizando o computador ou *smartphone*.

3.2.1. Amostras

Segundo Prodanov et al. (2013), “População (ou universo da pesquisa) é a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo. A definição da população-alvo tem uma influência direta sobre a generalização dos resultados. Portanto, o pesquisador deve se preocupar com o tamanho e a qualidade da amostra, entendida como “um subconjunto de indivíduos da população-alvo”, sobre o qual o estudo será efetuado. Amostra é parte da população ou do universo, selecionada de acordo com uma regra ou um plano. Refere-se ao subconjunto do universo ou da população, por meio do qual estabelecemos ou estimamos as características desse universo ou dessa população.”. Tendo em consideração tais conceitos básicos, foi utilizada uma amostra que contempla as características desejadas.

Uma amostra pode ser probabilística ou não probabilística, para este estudo a amostra utilizada corresponde a uma amostra não probabilística e, dentro deste tipo de amostra, por amostra de conveniência, devido a ser uma amostra aplicada de forma intencional, em que o investigador seleciona um grupo de elementos que admite serem representativos do universo (Prodanov et al., 2013). Contudo apesar deste tipo de amostragem permitir recolher um elevado número de respostas num intervalo temporal estabelecido previamente, pode ser considerada uma limitação uma vez que não carece da necessidade de existir rigor estatístico nem elevado nível de precisão.

Porém de forma a aumentar a credibilidade e precisão da amostra foram impostas condições, nomeadamente, o inquirido tinha de estar na faixa etária desejada (entre os 22 e 38 anos) e ter pelo menos um grau académico concluído.

Durante o intervalo temporal considerado para a recolha de dados, foram recolhidas 316 respostas, das quais foram excluídas 101 respostas, uma vez que não concluíram o questionário até ao fim. Assim a amostra para o decorrente estudo contempla 215 respostas válidas, cerca de 68% do total de respostas recolhidas.

3.2.2. Questionário

O questionário (Anexo A) foi adaptado do questionário utilizado num estudo prévio de Liñán, Rodriguez-Cohard e Rueda-Cantuche (2010), no artigo “Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role for Education”. Este foi concebido através do processo de construção e validação do Questionário de Intenção Empreendedora (QIE), o uso deste instrumento válido tem como objetivo a recolha da informação necessária sobre cada item de modo a tornar possível a análise das diversas dimensões propostas pelo modelo conceptual.

Em termos de estrutura, o questionário foi segmentado tendo por base os construtos a analisar. Assim, e para uma melhor compreensão da informação, foi dividido em oito partes: (A) Ambiente Empreendedor Envolvente, (B) Atração Profissional, (C) Avaliação Social, (D) Capacidade Empreendedora, (E) Intenção de Empreender, (F) Objetivos Empreendedores, (G) Educação Empreendedora e por fim (H) Informação Pessoal.

Como se pode observar na versão final do questionário *online*, apresentada no Anexo B, foi escrita uma informação inicial dirigida aos inquiridos, para que os mesmos

compreendessem o propósito do estudo, reforçando que a sua participação foi voluntária e o seu anonimato foi respeitado.

Assim, as questões são compostas pelos itens que tornam possível a medição de cada um dos construtos do modelo. Os itens do inquérito foram baseados numa escala de medição uniforme, a Escala de Linkert em 7 pontos, onde os inquiridos avaliam as várias afirmações de acordo com a sua opinião sobre a dimensão. Por último os participantes selecionam o seu género, idade e área de estudos, o que permite a análise do perfil da amostra.

De realçar que o questionário é adaptado de um artigo em inglês pelo que existiu a necessidade de realizar a tradução para língua portuguesa e novamente para inglês, a esta técnica chama-se tradução inversa (*back-translation*), sendo esta uma técnica indicada para garantir a equivalência idiomática, isto é, o conteúdo e sentido das frases deve permanecer o mesmo (Hambleton & de Jong, 2003).

CAPÍTULO 4

Análise e Discussão de Resultados

4.1. Caracterização da Amostra

O propósito deste estudo é analisar uma amostra de inquiridos que pertençam à geração *Millennials* e que tenham pelo menos um grau académico concluído. Desta forma, este questionário foi dirigido apenas a indivíduos que possuíssem tais características.

Do questionário realizado foram recolhidas 316 respostas, das quais foram excluídas 101 respostas, uma vez que não concluíram o questionário até ao fim. Assim a amostra para o decorrente estudo contempla 215 respostas válidas, cerca de 68% do total de respostas recolhidas. Na amostra, quanto ao género, 132 são do género feminino e 83 do género masculino, em percentagens corresponde a 61% e 39%, respetivamente, tal como apresentado no Gráfico 4.1.

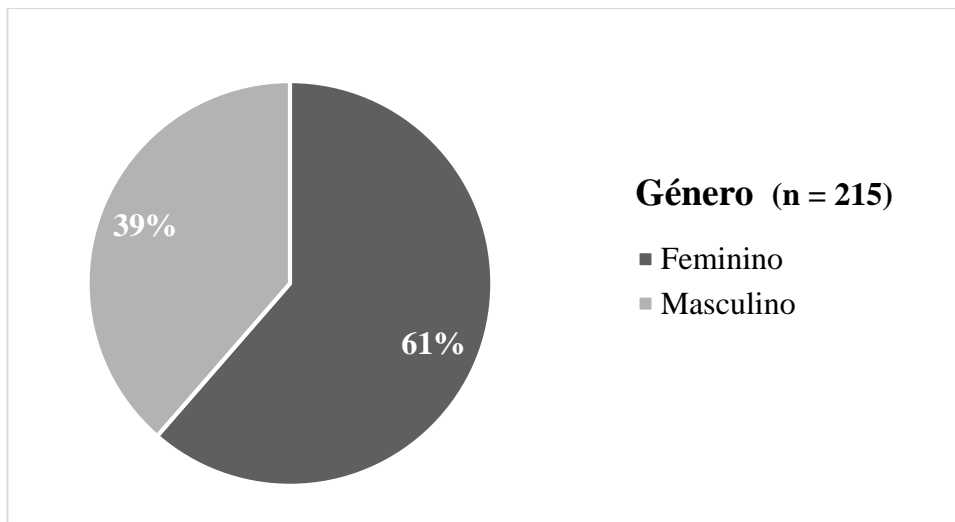


Gráfico 4.1: Distribuição de Género | Fonte: Elaboração Própria

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

Em termos de faixa etária, os inquiridos encontram-se entre os 21² e 38 anos, tendo sido segmentada em quatro intervalos (21 – 24; 25 – 29; 30 – 33; 34 – 38) de forma a facilitar a análise. No Gráfico 4.2, é possível observar que a faixa etária dominante, correspondendo a cerca de 46%, compreende os inquiridos com idades entre os 25 e os 29 anos de idade.

Analisando a sua distribuição, as duas maiores fatias pertencem a inquiridos na faixa etária pertencente aos intervalos 21-24 e 25-29 que correspondem a aproximadamente 41% e 46% respetivamente, os restantes pertencem às faixas etárias dos intervalos 30-33 e 34-38 (cerca de 8% e 5% respetivamente).

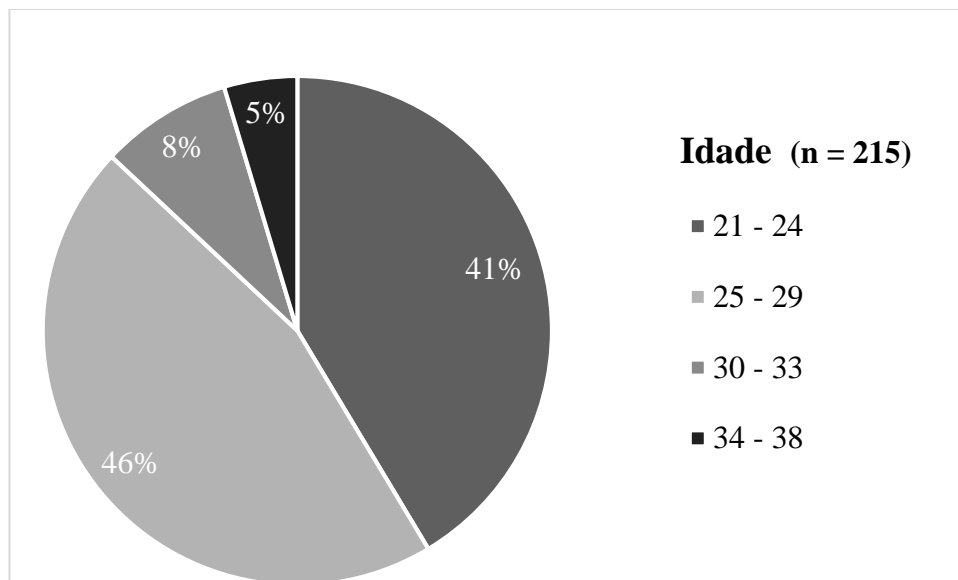


Gráfico 4.2: Distribuição de Idade | Fonte: Elaboração Própria

Relativamente ao grau académico dos inquiridos, de acordo com o Gráfico 4.3, podemos observar que 52% dos inquiridos possuem o grau de mestres, o que significa que concluíram com sucesso os seus mestrados. Os restantes 48% dos inquiridos têm uma licenciatura concluída.

² A faixa etária em estudo corresponde à geração *Millennials*, que corresponde a indivíduos com idades compreendidas entre os 22 e 38 anos, contudo à data de resposta do questionário os mesmos ainda não tinham realizado o seu aniversário, porém pertencem à geração em estudo.

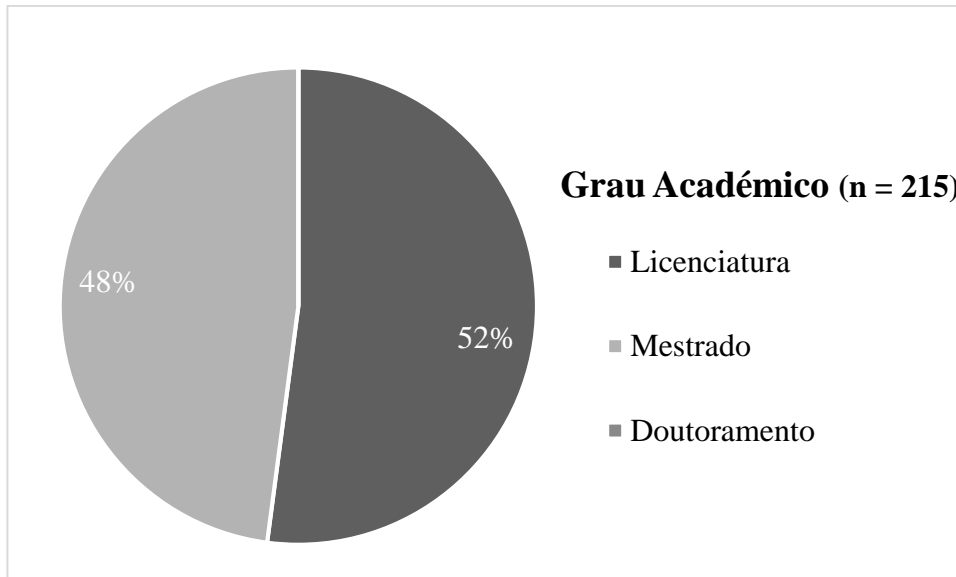


Gráfico 4.3: Distribuição de Grau Académico | Fonte: Elaboração Própria

No âmbito de ter uma visão generalista, em relação à influência da Educação, questionou-se aos inqueridos qual a sua área de estudos e observando o Gráfico 4.4 podemos constatar que existe uma grande diversidade de áreas de estudo, porém as Ciências Empresariais (correspondente a cursos de Finanças, Contabilidade, Gestão, Marketing e similares) e as Ciências Sociais (por sua vez correspondente a cursos de Economia, Psicologia, Sociologia e similares) são as áreas de estudo com maior destaque, sendo 44% dos inquiridos de cursos da área de Ciências Empresarias e 24% de cursos da área de Ciências Sociais.

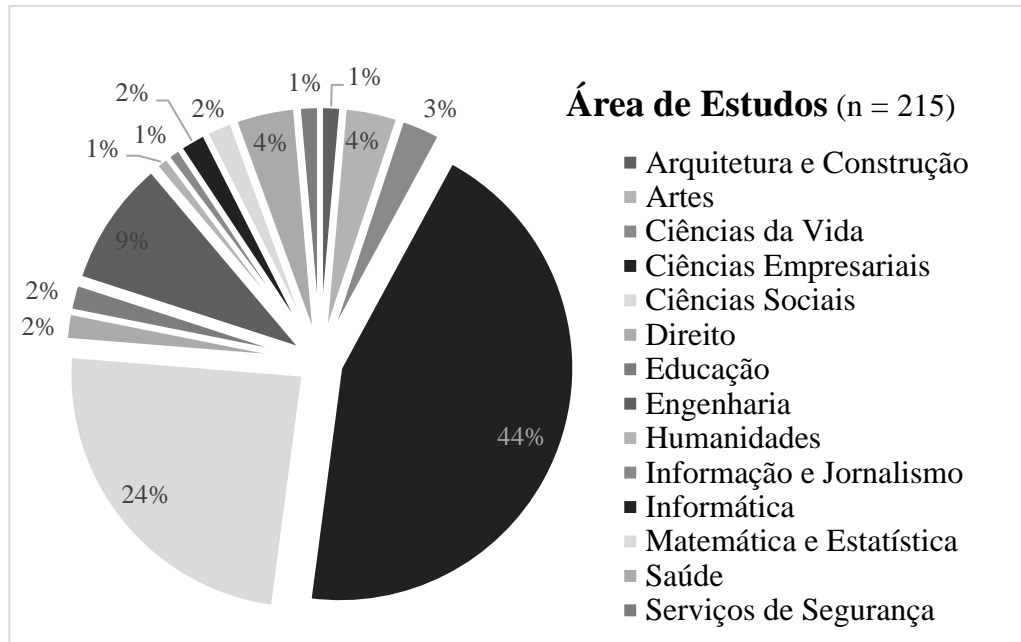


Gráfico 4.4: Distribuição de Área de Estudos | Fonte: Elaboração Própria

4.2. Análise dos Construtos

Este subcapítulo apresenta os resultados da análise dos construtos através do *software* SPSS. Para análise dos construtos foi realizada uma análise fatorial exploratória, utilizando o método de extração de análise da componente principal e de rotação varimax com normalização de Kaiser, por forma a permitir organizar os itens do questionário em fatores, para que não exista perda de informação e seja possível compreender a relação entre os itens, podendo existir uma explicação através de algum padrão. À exceção do construto de Ambiente Empreendedor Envolvente que também contém umas questões de “Sim/Não” cujo propósito é para comparação.

4.2.1. Ambiente Empreendedor Envolvente

A análise do construto de Ambiente Empreendedor Envolvente (AEE) divide-se em duas partes. A primeira parte diz respeito a comparação, pois inclui maioritariamente questões de “Sim/Não” (questões 3 a 15), questões semelhantes foram utilizadas em

estudos anteriores como de Krueger et al. (2000) e outros autores, a sua existência irá permitir estabelecer comparações entre eles.

Dos 215 inquiridos, 198 possuem experiência profissional (cerca de 92%) e quando questionados sobre já terem experienciado ter sido trabalhadores por conta própria apenas 18% destes inquiridos com experiência profissional responderam de forma afirmativa (“Sim”), o que corresponde a apenas 36 de 198 indivíduos. Aprofundando esta vertente, estes 36 inquiridos foram questionados quanto à durabilidade da sua experiência enquanto trabalhadores por conta própria, ao qual a maioria (aproximadamente 47%) respondeu que tal experiência durou menos de um ano. Esta situação revela assim que existe uma lacuna que deve ser colmatada.

Ainda no âmbito deste construto foi colocada a questão de se os inquiridos conheciam algum empreendedor e, se sim, qual a sua relação com o mesmo. Verificou-se então que grande parte dos inquiridos (68%) respondeu “Sim” que conhecia algum empreendedor. Em geral as relações que estabelecem com eles são, principalmente, a de amigos e/ou familiares, ou seja, pessoas próximas de si.

Outra questão importante de salientar é a de se os inquiridos já tinham considerado tornar-se empreendedores, ao qual 131 dos inquiridos, ou seja, aproximadamente 61% revelou já ter considerado que “Sim”. O que vem de encontro ao propósito do nosso estudo de perceber o porquê destas ideias não se tornarem intenções ou como é que se transformam em intenções.

Numa segunda parte foi realizada uma análise fatorial exploratória através das questões 16 a 18, dos quais se obteve dois fatores: o AEE1 relativo aos apoios ao empreendedorismo e o AEE2 relativo a Instituições. No Quadro 4.1, observa-se que os itens em as cargas estandardizadas (λ) são superiores aos níveis mínimos recomendados de 0,60.

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

Quadro 4.1: Matriz de construto de Ambiente Empreendedor Envolvente – correspondência com as questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componentes Principais	
	Cargas estandardizadas (λ) do fator AEE1 – Apoios ao Empreendedorismo	Cargas estandardizadas (λ) do fator AEE2 – Instituições
16 “Indique o seu nível de conhecimento sobre associações de negócios e órgãos de apoio. Utilize a seguinte escala de 1 (desconheço totalmente) a 7 (conheço perfeitamente).”	---	---
16_1 “Associações”		0,932
16_2 “Órgãos de Apoio”		0,943
18 “Indique o seu nível de conhecimento para cada uma das seguintes medidas para apoiar a criação de uma empresa. Utilize a seguinte escala de 1 (desconheço totalmente) a 7 (conheço perfeitamente).”	---	---
18_1 “Formação específica para jovens empreendedores”	0,738	
18_2 “Empréstimos em condições especialmente favoráveis”	0,841	
18_3 “Ajuda técnica para começar o negócio”	0,888	
18_4 “Centros de negócios	0,891	
18_5 “Serviços de consultoria em condições favoráveis”	0,825	

4.2.2. Atração Profissional

O construto de Atração Profissional (AP) deu origem a três fatores: o AP1 relativo à Perspetiva Futura, o AP2 relativo ao Desenvolvimento Individual e o AP3 relativo à Formação. Da análise fatorial exploratória realizada, em específico às questões 19, 20 e 21, observa-se no Quadro 4.2 os itens cujas cargas estandardizadas (λ) são superiores aos níveis mínimos recomendados de 0,60.

Quadro 4.2: Matriz de construto de Atração Profissional – correspondência com as questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componentes Principais		
	Cargas estandardizadas (λ) do fator AP1 – Perspetiva Futura	Cargas estandardizadas (λ) do fator AP2 – Desenvolvimento Individual	Cargas estandardizadas (λ) do fator AP3 – Formação
19 “O que gostaria de fazer ou ter de feito imediatamente após ter concluído o seu curso académico? Utilize a seguinte escala de 1 (preferência mínima) a 7 (preferência máxima).”	---	---	---
19_3 “Seguir com formação e preparação”			0,911
20 “A médio e longo prazo, considerando todas as vantagens e desvantagens (económicas, pessoais, reconhecimento social, estabilidade profissional, etc), indique o seu nível de atração de cada uma das opções seguintes.	---	---	---

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

Utilize a seguinte escala de 1 (atração mínima) a 7 (atração máxima)”			
20_1 “Salário”		0,779	
20_2 “Liberdade Profissional”		0,704	
20_3 “Empreendedorismo“	0,767		
21 “Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações. Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).”	---	---	---
21_1 “Ser um empreendedor tem mais vantagens do que desvantagens para mim“	0,779		
21_3 “Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha própria empresa”	0,834		
21_4 “Ser um empreendedor traria-me grandes satisfações para mim”	0,912		
21_5 “Dentro de várias opções, preferia ser empreendedor”	0,922		

4.2.3. Avaliação Social

A Avaliação Social (AS) foi o construto que originou quatro fatores: o AS1 relativo à Apreciação pelos mais próximos, o AS2 relativo à Aprovação pelos mais próximos, o AS3 relativo ao Reconhecimento Social e o AS4 relativo ao Papel Difícil do Empreendedor. A análise fatorial exploratória realizada teve incidência nas questões 22 a 24, no Quadro 4.3 mostram-se apenas as cargas standardizadas (λ) que são superiores aos níveis mínimos recomendados de 0,60 dos itens.

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

Quadro 4.3: Matriz de construto de Avaliação Social – correspondência com as questões do questionário / Fonte: Elaboração Própria

Item	Componentes Principais			
	λ do fator AS1 – Apreciação pelos mais próximos	λ do fator AS2 – Aprovação pelos mais próximos	λ do fator AS3 – Reconhecimento Social	λ do fator AS4 – Papel Difícil do Empreendedor
22 “No seu ambiente mais próximo, pensa que a atividade empreendedora é mais ou menos valorizada do que outras atividades ou carreiras? Utilize a seguinte escala de 1 (muito abaixo das outras) a 7 (muito acima das outras).”	---	---	---	---
22_1 “Na sua família mais próxima“		0,654		
22_2 “Entre os seus amigos”		0,886		
22_3 “Entre os seus colegas		0,900		
23 “Se você decidisse criar uma empresa, as pessoas mais próximas de si aprovariam essa decisão? Utilize a seguinte escala de 1 (desaprovação total) a 7 (aprovação total).”	---	---	---	---
23_1 “A sua família mais próxima”	0,782			
23_2 “Os seus amigos”	0,863			
23_3 “Os seus colegas “	0,803			

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

24 “Indique o seu nível de concordância com cada uma das afirmações seguintes. Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).”	---	---	---	---
24_1 “A atividade empreendedora cria conflitos com a cultura do meu país “				0,654
24_2 “O papel do empreendedor na economia não é suficientemente reconhecido”			0,754	
24_3 “Muitas pessoas consideram difícil ser-se aceite como empresário”			0,773	
24_4 “A atividade empreendedora é considerada demasiado arriscada para valer a pena”			0,738	
24_5 “É comum pensar-se que os empreendedores aproveitam-se dos outros”				0,854

4.2.4. Capacidade Empreendedora

Após realizada a análise fatorial exploratória através das questões 25 a 26, obtendo-se dois fatores do construto da Capacidade Empreendedora (CE): o CE1 relativo à Competência em empreender e o CE2 relativo à Prontidão para empreender. No Quadro 4.4, observa-se os itens cujas cargas estandardizadas (λ) são superiores aos níveis mínimos recomendados de 0,60.

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

Quadro 4.4: Matriz de construto de Capacidade Empreendedora – correspondência com as questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componentes Principais	
	λ do fator CE1 – Competência em empreender	λ do fator CE2 – Prontidão para empreender
25 “Até que ponto concorda com as afirmações seguintes sobre a sua capacidade empreendedora? Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).”	---	---
25_1 “Criar uma empresa e mantê-la seria fácil para mim”	0,678	
25_2 “Estou preparado para começar uma empresa viável”	0,820	
25_3 “Tenho o conhecimento sobre os detalhes práticos necessários para criar uma empresa”	0,825	
25_4 “Sei como desenvolver um projeto empreendedor”	0,855	
25_5 “Se eu tentar criar uma empresa eu teria uma alta probabilidade de ter sucesso”	0,755	
26 “Você considera ter um nível satisfatório para ser um empreendedor relativamente às seguintes capacidades? Utilize a seguinte escala de 1 (sem qualquer capacidade) a 7 (totalmente capaz).”	---	---
26_1 “Oportunidade de reconhecimento”		0,620
26_2 “Criatividade”		0,737
26_3 “Solução de Problemas”		0,727
26_4 “Capacidade de comunicação e liderança”		0,803
26_5 “Desenvolvimento de produtos e serviços conhecidos”		0,675

26_6 “Networking e a fazer contactos profissionais”		0,681
---	--	-------

4.2.5. Intenção Empreendedora

O construto da Intenção Empreendedora (IE) teve como resultado da sua análise fatorial exploratória, através da questão 28, apenas um fator, ele próprio, o IE1 (Quadro 4.5). Será este o fator considerado como variável dependente do nosso modelo de regressão linear, devido ao propósito do estudo que é perceber como é que os restantes fatores influenciam na intenção de empreender.

Quadro 4.5: Matriz de construto de Intenção de Empreender – correspondência com as questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componente Principal
	λ do fator IE1 – Intenção de empreender
28 “ Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações. Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).”	---
28_1 “Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser empreendedor ”	0,855
28_2 “O meu objetivo profissional é tornar-me um empreendedor ”	0,946
28_3 “ Farei todo o esforço necessário para criar e gerir a minha empresa”	0,904
28_4 “Estou determinado a futuramente criar uma empresa ”	0,962
28_5 “ Tenho pensado seriamente em criar uma empresa ”	0,919
28_6 “ Pretendo criar uma empresa um dia ”	0,870

4.2.6. Objetivos Empreendedores

Outro construto que originou quatro fatores, foi o dos Objetivos Empreendedores (OE): o OE1 relativo ao Desenvolvimento Empresarial, o OE2 relativo ao Crescimento, o OE3 relativo à Internacionalização e o OE4 relativo ao Reconhecimento Social. A análise fatorial exploratória realizada teve incidência nas questões 30, 31 e 32, no Quadro 4.6 mostram-se apenas as cargas standardizadas (λ) que são superiores aos níveis mínimos recomendados de 0,60 dos itens.

Quadro 4.6: Matriz de construto de Objetivos Empreendedores – correspondência às questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componentes Principais			
	λ do fator OE1 – Desenvolvimento Empresarial	λ do fator OE2 – Crescimento	λ do fator OE3 – Internacionalização	λ do fator OE4 – Reconhecimento Social do Empreendedor
30 “Indique o nível de concordância com as seguintes afirmações sobre o que considera ser sucesso empreendedor. Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).”	---	---	---	---
30_1 “Ser competitivo em mercado internacional “			0,716	
30_3 “Realizar o tipo de trabalho que realmente se gosta”		0,655		
30_5 “Ajudar a resolver os problemas da minha comunidade”				0,759

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

30_6 “Manter o negócio em funcionamento”		0,718		
30_7 “Crescer de forma positiva e contínua”		0,818		
31 “Relativamente ao desenvolvimento da sua empresa, quão importante isso seria para si? Utilize a seguinte escala de 1 (não importante) a 7 (extremamente importante).”			0,605	
32 “Realizaria as seguintes ações para desenvolver a sua empresa? Utilize a seguinte escala de 1 (não realizaria) a 7 (realizaria totalmente).”	---	---	---	---
32_2 “Introduzir regularmente novos produtos/serviços para os seus clientes”	0,636			
32_3 “Introduzir regularmente novos processos ou sistemas de produção “	0,602			
32_4 “Desenvolver projetos de Investigação e Desenvolvimento (I&D)”	0,685			
32_5 “Planear as diferentes áreas da empresa com detalhe “	0,825			
32_6 “Procurar acordos de cooperação ou parcerias com outras empresas”	0,775			

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

32_7 “Oferecer formação especializada aos seus colaboradores”	0,762			
32_8 “Ampliar a sua empresa (pessoal, instalações, etc)”	0,622			

4.2.7. Educação Empreendedora

Por fim, o construto de Educação Empreendedora (EE) teve como resultado da sua análise fatorial exploratória, através da questão 28, obteve-se apenas um fator, a Formação em Empreendedorismo, o EE1 (Quadro 4.7).

Quadro 4.7: Matriz de construto de Educação Empreendedora – correspondência às questões do questionário | Fonte: Elaboração Própria

Item	Componente Principal λ do fator EE1 – Formação em Empreendedorismo
33 “ Considera que os aspetos seguintes podem ser desenvolvidos nos cursos com formação empreendedora? Utilize a seguinte escala de 1 (não é possível) a 7 (é totalmente possível).”	---
33_1 “ Conhecimento sobre o ambiente empreendedor”	0,785
33_2 “ Maior reconhecimento da figura do empreendedor ”	0,837
33_3 “ Preferência por ser um empreendedor ”	0,813
33_4 “ As capacidades necessárias para ser um empreendedor”	0,830
33_5 “A intenção de ser um empreendedor ”	0,824

4.3. Análise da regressão múltipla

De modo a verificar o grau de influência dos fatores resultantes dos demais construtos na Intenção Empreendedora foi realizada uma análise de regressão múltipla com esta variável como dependente.

Por forma a compreender se a análise é viável teve-se em consideração os dados da tabela ANOVA (Anexo V), nomeadamente a coluna do Sig cujo valor deve ser inferior a 0,05. No Anexo V é possível observar que a tabela ANOVA indica que o valor de Sig é igual a 0,000, pelo que se considera que algumas das variáveis são úteis para explicar a variável dependente: Intenção Empreendedora.

O Quadro 4.8 foi elaborado com o objetivo de sintetizar os resultados obtidos e identificar se todos os fatores das variáveis Ambiente Empreendedor Envolvente (Apoios ao Empreendedorismo e Instituições), Atração Profissional (Perspetiva Futura, Desenvolvimento Individual e Formação), Avaliação Social (Apreciação pelos mais próximos, Aprovação pelos mais próximos, Reconhecimento Social e Papel Difícil do Empreendedor), Capacidade Empreendedora (Competência em Empreender e Prontidão em Empreender), Objetivos Empreendedores (Desenvolvimento Empresarial, Crescimento, Internacionalização e Reconhecimento Social) e Educação Empreendedora (Formação em Empreendedorismo) têm influência na Intenção Empreendedora.

Analisando brevemente os dados que constam do Quadro 4.8, verificamos que este modelo traduz um $R^2=0,664$, o que significa que 66,4% das variáveis independentes explicam a variável dependente, pois o coeficiente de determinação R^2 permite medir a quantidade de variabilidade de Y explicada por X. Posteriormente, fazendo uma análise dos coeficientes das variáveis e respetivos Sig, que devem apresentar um valor inferior a 0,05 para que as variáveis sejam consideradas estatisticamente significativas, observa-se que das dezasseis variáveis existentes apenas sete apresentam um valor de Sig inferior a 0,05 são as Instituições, a Perspetiva Futura, o Desenvolvimento Individual, a Competência em Empreender, a Prontidão em Empreender, o Desenvolvimento Empresarial e a Internacionalização.

Assim sendo podemos afirmar que as restantes variáveis poderiam ser retiradas do modelo, uma vez que estas variáveis não explicam de forma significativa a Intenção Empreendedora, devido a apresentarem um valor de Sig superior a 0,05. De realçar que todas as variáveis relativas ao construto de Avaliação Social são consideradas não

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

significativas estatisticamente, pelo que podemos afirmar que fatores desta natureza não são úteis para explicar a nossa variável dependente, a Intenção de Empreender.

Relativamente às variáveis relevantes para explicar a Intenção Empreendedora, se observarmos os seus Betas podemos salientar como variáveis mais significativas: a Perspetiva Futura (Beta=0,567), a Competência em Empreender (Beta=0,272) e a Prontidão para Empreender (Beta=0,144).

Quadro 4.8: Resumo do modelo e coeficientes – variável dependente: Intenção Empreendedora | Fonte: Elaboração Própria

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig	R ²
	B	Erro	Beta (β)			
(Constante)	-2,309E-17	0,040		0,000	1,000	0,664
Apoios ao Empreendedorismo (AEE1)	0,010	0,043	0,010	0,224	0,823	
Instituições (AEE2)	-0,087	0,044	-0,087	-1,993	0,048	
Perspetiva Futura (AP1)	0,567	0,050	0,567	11,242	0,000	
Desenvolvimento Individual (AP2)	-0,130	0,043	-0,130	-3,027	0,003	
Formação (AP3)	0,044	0,042	0,044	1,048	0,296	
Apreciação pelos mais próximos (AS1)	-0,027	0,044	-0,027	-0,621	0,535	
Aprovação pelos mais próximos (AS2)	0,010	0,045	0,010	0,213	0,832	
Reconhecimento Social (AS3)	-0,077	0,042	-0,077	-1,854	0,065	
Papel difícil do Empreendedor (AS4)	0,030	0,042	0,030	0,708	0,480	
Competência em Empreender (CE1)	0,272	0,049	0,272	5,570	0,000	
Prontidão para Empreender (CE2)	0,144	0,047	0,144	3,040	0,003	
Desenvolvimento Empresarial (OE1)	0,090	0,044	0,090	2,031	0,043	
Crescimento (OE2)	0,025	0,044	0,025	0,565	0,573	
Internacionalização (OE3)	0,085	0,043	0,085	2,006	0,046	
Reconhecimento Social (OE4)	-0,048	0,042	-0,048	-1,137	0,257	
Formação em Empreendedorismo (EE1)	-0,022	0,045	-0,022	-0,494	0,622	

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

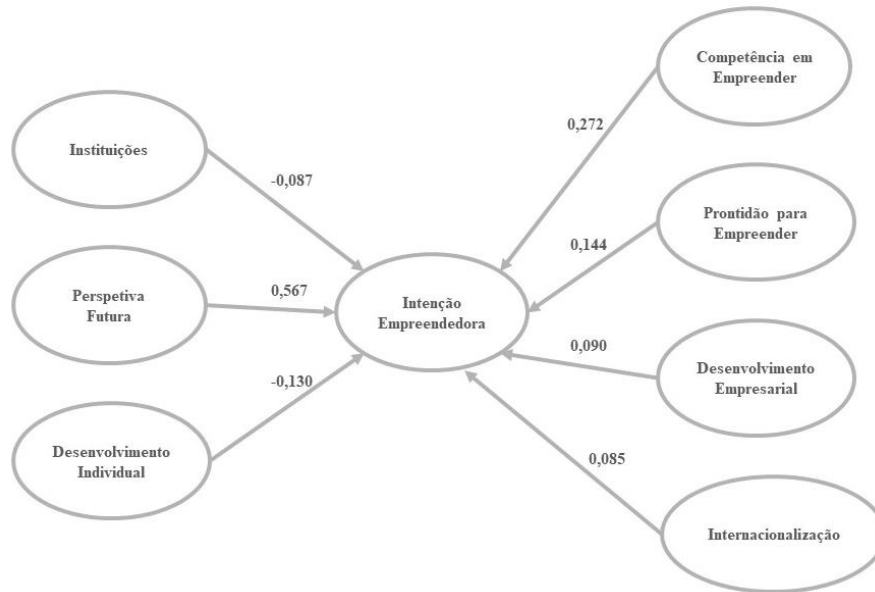


Figura 4.1: Fatores estaticamente relevantes do modelo – variável dependente: Intenção Empreendedoradora | Fonte: Elaboração Própria

4.4. Síntese de hipóteses

Analisando as hipóteses com os resultados obtidos temos que:

H1: Relativamente ao Ambiente Empreendedor Envolvente, este tem alguma influencia positiva na Intenção Empreendedoradora por meio das Instituições de apoio que existem ao empreendedorismo.

H2: A Atração Profissional, nomeadamente, os fatores motivacionais relacionados de Perspetiva Futura e Desenvolvimento Individual influenciam positivamente a Intenção Empreendedoradora. Sendo o fator motivacional de Perspetiva Futura aquele que tem influencia mais significativa (Beta = 0,567).

H3: A dimensão da Avaliação Social, ao contrário do esperado, não influencia positivamente a Intenção Empreendedoradora. Nenhum dos quatro fatores motivacionais desta dimensão são considerados estatisticamente significativos.

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

H4: Por sua vez, a Capacidade Empreendedora é a única dimensão que todos os seus fatores motivacionais influenciam positivamente a Intenção Empreendedora.

H5: Os Objetivos Empreendedores influenciam positivamente a Intenção Empreendedora, por meio dos fatores motivacionais de Desenvolvimento Empresarial e Internacionalização.

H6: Quanto à Educação Empreendedora, esta dimensão também não influencia positivamente a Intenção Empreendedora.

Quadro 4.9: Resumo das hipóteses do modelo | Fonte: Elaboração Própria

Hipóteses	Veracidade
H1: <i>O Ambiente Empreendedor Envolvente influencia positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Verdadeira
H2: <i>A Atração Profissional influencia positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Verdadeira
H3: <i>A Avaliação Social influencia positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Falsa
H4: <i>A Capacidade Empreendedora influencia positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Verdadeira
H5: <i>Os Objetivos Empreendedores influenciam positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Verdadeira
H6: <i>A Educação Empreendedora influencia positivamente a Intenção Empreendedora.</i>	Falsa

CAPÍTULO 5

Conclusões e Limitações

A presente dissertação teve como propósito principal o estudo para perceber quais as principais motivações que influenciam as intenções empreendedoras da geração *Millennials*, através de variáveis com potencial influencia como o Ambiente Empreendedor, a Atração Profissional, a Avaliação Social, a Capacidade Empreendedora, os Objetivos Empreendedores e a Educação Empreendedora. De salientar que todas estas variáveis surgem tendo por base a revisão de literatura que consta no Capítulo 2.

Para o estudo empírico utilizou-se um instrumento de investigação válido, o QIE (Linã, Rodriguez-Cohard & Rueda-Cantuche, 2011), este foi direcionado a indivíduos da geração *Millennials* com pelo menos um grau académico concluído. Deste método obteve-se 215 respostas válidas e com base nestas respostas é possível concluir que a Atração Profissional, com enfoque na Perspetiva Futura é o fator motivacional mais significativo que influencia a Intenção Empreendedora, pelo podemos dizer que os diplomados que têm intenções de se tornar empreendedores fazem-no principalmente pelas vantagens que creem vir em conjunto com o autoemprego, bem como ser a primeira escolha de entre variadas opções. Contudo algumas desvantagens podem ser encontradas aqui como a falta de recursos, nomeadamente, financeiros para investir nos seus negócios, o que explica o porquê das Instituições terem influencia na Intenção Empreendedora

Nos resultados obtidos conclui-se também que os diplomados consideram que possuem capacidades empreendedoras, sentindo-se confiantes nas suas Competências em Empreender e Prontidão em Empreender. Porém não consideram que a educação, mais especificamente a Formação em Empreendedorismo seja algo relevante para se tornarem empreendedores.

Os diplomados revelam ainda que os seus objetivos principais são o Desenvolvimento Empresarial, que passa pelo criação da sua própria empresa e construção de uma reputação empresarial traduzida na faturação, dimensão da empresa e criação de valor; e a Internacionalização, que está relacionada com o Desenvolvimento Empresarial, que expressa o seu desejo de levarem os seus negócios a um nível alto e além do mercado português expandir-se para o mercado internacional.

De alguma forma surpreendente, os diplomados não se importam com a Avaliação Social, a apreciação e/ou aprovação de quem lhes é mais próximo como familiares, amigos e colegas, não é um fator determinante para terem a intenção de empreender.

Durante a realização do estudo foram encontradas algumas limitações que condicionaram os resultados obtidos. A primeira limitação identificada prende-se com a amostra utilizada advir de um método de amostragem por conveniência (processo não probabilístico) e uma das desvantagens da utilização deste método é o facto de poder não representar todo o universo, mas somente os indivíduos incluídos na amostra. O que nos leva à segunda limitação identificada, a baixa percentagem de respostas de diplomados de áreas de estudo que não tenham quaisquer bases de Empreendedorismo, como a área das Engenharias, da Arquitetura e Construção, de Direito e de Saúde. Isto porque por exemplo, na área de Direito muitos se tornam advogados e por norma ambicionam ter o seu próprio escritório de advocacia. Extraindo também um exemplo na área de Saúde onde muitos médicos criam os próprios escritórios, ou fisioterapeutas e fisiatras criam os seus próprios centros de fisioterapia/reabilitação.

A terceira limitação relaciona-se com o instrumento utilizado para obter os dados do estudo, o questionário utilizado tinha por base o modelo do TPB (*Theory of Planned Behaviour*), é o modelo mais utilizado no estudo desta temática das intenções pelo seu carácter de estudo comportamental social, contudo os resultados obtidos não permitiram tirar conclusões com base neste modelo uma vez que a dimensão Educação Empreendedora foi considerada não significativa e é uma das bases deste modelo.

Uma quarta limitação identificada diz respeito à análise estatística, esta apenas teve em conta a relação das várias variáveis relativamente à Intenção Empreendedora e não existiu a verificação de se elas se relacionam entre si.

As limitações apresentadas neste subcapítulo constituem ideias para futuras investigações, nomeadamente, verificar se as áreas de estudo dos diplomados mostram um comportamento diferente. Bem como realizar um estudo desta temática com uma análise estatística mais exaustiva e detalhada.

Referências Bibliográficas

- Ajzen, I., (1991). *The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Audretsch, D. (2001). *The Dynamic Role of Small Firms: Evidence from the U.S.*. The International Bank for Reconstruction and Development. The World Bank. Washington.
- Choo, S. & Wong, M. (2006). *Entrepreneurial Intention: Triggers and Barriers to New Venture Creations in Singapore*, Singapore Management Review; 2006; Vol. 28, No. 2, pp. 47-64
- Comissão Europeia (2012), *COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS ENTREPRENEURSHIP 2020 ACTION PLAN Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe* [online] Obtido em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:EN:HTML> [Visto a 1 de outubro]
- Correia, Alexandra (23 de Setembro de 2016). *Millennials: A geração que vem revolucionar o capitalismo*. Obtido de Visão: <http://visao.sapo.pt/actualidade/sociedade/2016-09-23-Millennials-A-geracao-que-vem-revolucionar-o-capitalismo> [Visto a 30 de setembro]
- Davidsson, P. (1995). 'Culture, structure and regional levels of entrepreneurship', *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 7, No. 1, pp.41–62
- Ferreira, M. P., Santos, J. C., & Serra, F. R. (2010). *Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research: Reading, MA, Addison Wesley*
- Fritsch, M. (2017). *The theory of economic development – An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, *Regional Studies*
- Gomes, A. F. (2005): *O empreendedorismo como alavanca para o desenvolvimento local*. Revista Eletrónica de Administração, Edição 7, Volume 4, nº 2
- Global Entrepreneurship Monitor (2013). *GEM Portugal 2013, 2004-2013: uma década de empreendedorismo em Portugal*
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 2016, *Entrepreneurial Behaviour and Attitudes* [online]. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/country-profile/100> [Visto a 2 de outubro]

- Guerrero, M., Rialp, J. and Urbano, D. (2008). *'The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: a structural equation model'*, International Entrepreneurship Management Journal, Vol. 4, No. 1, pp.35–50
- Hannon, P.D. (2005). *The Journey from Student to Entrepreneur. A Review of the Existing Research into Graduate Entrepreneurship*. Paper presented at the IntEnt2005 Conference, University of Surrey, UK. Management Journal, Vol. 4, No. 1, pp.35–50
- Israr, M., & Saleem, M. (2018). *Entrepreneurial intentions among university students in Italy*. Journal of Global Entrepreneurship Research, 1-14
- Krueger, N., & Brazeal, D., (1994). *Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs: Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 91-105
- Krueger, N.F. and Carsrud, A.L. (1993). *'Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior'*, Entrepreneurship and Regional Development, Vol. 5, No. 4, pp.315–330
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A., (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions: Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432
- Lüthje, C. & Franke, N. (2003). *The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT*.
- McClelland, D. C. (1972). *A sociedade competitiva: realização e progresso social*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.
- Mendes, A. e o Grupo dos 35 (2011). *Portugal Primeiro – Empreendedores Precisam-se* 1ª Edição, Edições Sílabo Lda., Lisboa.
- Palich, L.E. & Ray Bagby, D. (1995). *Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom*, Journal of Business Venturing, November 1995, 10(6):425-438
- Portal INFOCURSOS, 2018, Dados e Estatísticas de Cursos Superiores [online]. Disponível em: <http://infocursos.mec.pt/dges.asp?code=0000&codc=MIPR> [Visto a 30 de setembro]
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. 2013. *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico-2ª Edição*. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale.
- Raposo, M. & Silva, M. J. (2000). *Entrepreneurship: Uma nova área do pensamento científico*. Revista de Gestão e Economia, 0, 57-65.
- Reitan, B. (1997). *Where Do We Learn that Entrepreneurship is Feasible, Desirable and/or Profitable*. A Look at the Process Leading to Entrepreneurial Potential.
- Reynolds, P. D. (1997). *New and Small Firms in Expanding Markets*, Small Business Economics, February 1997, Volume 9, Issue 1, pp 79–84

- Robinson, P.B., Stimpson, D., Huefner, J.C. and Hunt, H.K. (1991). *'An attitude approach to the prediction of entrepreneurship'*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15, No. 4, pp.13–31
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação*, 2ª Edição, Escolar Editora, Lisboa
- Shapiro, A. (1982). *'Social dimensions of entrepreneurship'*, in C.A. Kent, et al. (Eds.): *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp.72–89, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Schumpeter, J. (1939): *Business cycles – a theoretical historical and statistical analysis of capitalism process*. McGraw – Hill Book Company, Nova Iorque.
- Thompson, ER. (2009). *Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric*. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 669–694
- Tülüce, N. S., & Yurtkur, A. K. (2015). *Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 720–728
- Veciana, J. M. (1980). *Un Concepto Empírico de Empresario*. *Revista Económica de Banca Catalana*, 56, Marzo, 10-25.
- Venkataraman, S. (1997). *The distinctive domain of entrepreneurship research*. *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, Vol. 3, 119-138
- Vicente, J. A. (15 de Maio de 2017). *Millennials: uma geração de oportunidades?* [online] Obtido de Público: <https://www.publico.pt/2017/05/15/economia/opiniao/millennials-uma-geracao-de-oportunidades-1771974> [Visto a 30 de setembro]
- Volkman, Christine. *Higher Education in Europe*. Jul2004, Vol. 29 Issue 2, p177-185.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). *Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31, 387-406
- Zewudu, W., & Alamine, M. (2017). *Determinants of Entrepreneurial Intention of Graduating Students at Bahirdar University: An Application of Theory of Planned Behavior*. *Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 7 (1), 31-50

Anexos

Anexo A – Questionário

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Olá, muito prazer!

O meu nome é Patrícia Cabeçana e sou aluna de mestrado de Gestão do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa. Atualmente procuro terminar a minha tese e estou interessada em entender quais as intenções empreendedoras dos diplomados da minha geração, os Millennials. Este estudo irá permitir obter informações relevantes para perceber muitas questões relacionadas com o Empreendedorismo, que é uma ferramenta que permite a criação de emprego e promove o crescimento económico.

Em seguida, você terá que responder a algumas perguntas sobre o assunto. As suas respostas serão mantidas em total confidencialidade.

O questionário deve-lhe tomar aproximadamente 5 minutos para ser concluído. A sua participação nesta pesquisa é voluntária, porém bastante necessária.

Ao clicar no botão abaixo, você reconhece que:

A sua participação no estudo é voluntária. Pertence à faixa etária do estudo (entre os 22 e 38 anos de idade). Possui um grau académico concluído.

Por qualquer motivo pode optar por encerrar sua participação a qualquer momento.

Desde já agradeço a sua participação e colaboração!

Eu concordo, iniciar estudo

Eu não concordo, não desejo participar

1. Qual o grau académico que possui?

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

2. Há quanto tempo terminou os seus estudos?

Há menos de 1 ano

Entre 1 ano a 3 anos

Há mais de 3 anos

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

3. Indique a importância das seguintes razões para ter decidido obter esse grau académico. Utilize a seguinte escala de 1 (Não importante de todo) a 7 (extremamente importante)

	1	2	3	4	5	6	7
Vocação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oportunidade de emprego/carreira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conselho de familiares e amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Tem experiência profissional (trabalha ou já trabalhou)?

Sim

Não

<< >>

Desenvolvido pela Qualiza C3

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

5. Em que função?
(Se trabalhou em várias indique a que trabalhou mais tempo)

6. Esteve encarregue de outras pessoas?

Sim

Não

7. Quantos anos de experiência profissional tem?
Responda com o total de anos

<< >>

Desenvolvido pela Qualiza C3

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

8. Quanto tempo passou desde que saiu do seu último emprego?
Responda em anos, se trabalha atualmente responda 0

9. Qual o tamanho da empresa (em termo de número de colaboradores) onde trabalhou?
Se trabalhou em várias responda sobre aquela onde trabalhou mais tempo

Micro Empresa (até 10 colaboradores)

Pequena Empresa (entre 10 e 50 colaboradores)

Média Empresa (entre 50 e 250 colaboradores)

Grande Empresa (mais de 250 colaboradores)

10. Já alguma vez foi trabalhador por conta própria (trabalhador independente ou dono de uma empresa)?

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

10. Já alguma vez foi trabalhador por conta própria (trabalhador independente ou dono de uma empresa)?

Sim

Não

<< >>

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Demovido pela Qualidade C2

11. Quanto tempo?
(Em anos, caso tenha sido apenas meses represente esse tempo da seguinte forma: 0,(número de meses))

12. Quanto tempo passou desde que saiu?
Responda em anos, se trabalha atualmente responda 0

13. Conhece algum empreendedor?

Sim

Não

<< >>

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

14. Qual a sua relação com o(s) empreendedor(es) que conhece?

Familiar

Amigo(s)

Chefe

Outros

<< >>

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Demovido pela Qualidade C2

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

15. Relativamente ao(s) empreendedor(es) que conhece utilize a seguinte escala de 1 (nada) a 7 (completamente) para avaliar as questões seguintes.

1 2 3 4 5 6 7

16. Indique o seu nível de conhecimento sobre associações de negócios e órgãos de apoio. Utilize a seguinte escala de 1 (desconheço totalmente) a 7 (conheço perfeitamente)

	1	2	3	4	5	6	7
Associações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Órgãos de Apoio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< >>

Desenvolvido pela Qualidade IQ

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

17. Indique quais conhece

18. Indique o seu nível de conhecimento para cada uma das seguintes medidas para apoiar a criação de uma empresa. Utilize a seguinte escala de 1 (desconheço totalmente) a 7 (conheço perfeitamente)

	1	2	3	4	5	6	7
Formação específica para jovens empreendedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empréstimos em condições especialmente favoráveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajuda técnica para começar o negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centros de negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de consultoria em condições favoráveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. O que gostaria de fazer ou ter de feito imediatamente após ter concluído o seu curso académico? Utilize a seguinte escala de 1 (preferência mínima) a 7 (preferência máxima)

	1	2	3	4	5	6	7
Trabalhar por conta de outrem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguir com formação e preparação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< >>

Desenvolvido pela Qualidade IQ

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

20. A médio e longo prazo, considerando todas as vantagens e desvantagens (económicas, pessoais, reconhecimento social, estabilidade profissional, etc), indique o seu nível de atração de cada uma das opções seguintes. Utilize a seguinte escala de 1 (atração mínima) a 7 (atração máxima)

	1	2	3	4	5	6	7
Salário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liberdade Profissional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empreendedorismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

21. **Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações.**
 Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Ser um empreendedor tem mais vantagens do que desvantagens para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uma carreira como empreendedor é algo atrativo para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se eu tivesse oportunidade e recursos, eu gostaria de criar a minha própria empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser um empreendedor traria-me grandes satisfações para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dentro de várias opções, prefiro ser empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. **No seu ambiente mais próximo, pensa que a atividade empreendedora é mais ou menos valorizada do que outras atividades ou carreiras?**
 Utilize a seguinte escala de 1 (muito abaixo das outras) a 7 (muito acima das outras)

	1	2	3	4	5	6	7
Na sua família mais próxima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre os seus amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre os seus colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Desenvolvido pela Quinze C

23. **Se você decidisse criar uma empresa, as pessoas mais próximas de si aprovariam essa decisão?**
 Utilize a seguinte escala de 1 (desaprovação total) a 7 (aprovação total)

	1	2	3	4	5	6	7
A sua família mais próxima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os seus amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os seus colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. **Indique o seu nível de concordância com cada uma das afirmações seguintes.**
 Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
A atividade empreendedora cria conflitos com a cultura do meu país	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O papel do empreendedor na economia não é suficientemente reconhecido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muitas pessoas consideram difícil ser-se aceite como empresário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A atividade empreendedora é considerada demasiado arriscada para valer a pena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

É comum pensar-se que os empreendedores aprovam-se dos outros

25. **Até que ponto concorda com as afirmações seguintes sobre a sua capacidade empreendedora?**
 Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Criar uma empresa e mantê-la seria fácil para mim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou preparado para começar uma empresa viável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho o conhecimento sobre os detalhes práticos necessários para criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sei como desenvolver um projeto empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Se eu tentasse criar uma empresa eu teria uma alta probabilidade de ter sucesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Desenvolvido pela Quinze C

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

26. Você considera ter um nível satisfatório para ser um empreendedor relativamente às seguintes capacidades?
Utilize a seguinte escala de 1 (sem qualquer capacidade) a 7 (totalmente capaz)

	1	2	3	4	5	6	7
Oportunidade de reconhecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criatividade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solução de problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Capacidade de comunicação e tolerância	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolvimento de produtos e serviços conhecidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Networking e a fazer contactos profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Já considerou seriamente em tornar-se num empreendedor?

Sim

Não

28. Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações.
Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Estou pronto para fazer qualquer coisa para ser empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O meu objetivo profissional é tornar-me um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Farei todo o esforço necessário para criar e gerir a minha empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estou determinado a futuramente criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho pensado seriamente em criar uma empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pretendo criar uma empresa um dia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<< >>

Demstrado pelo Quizes LT

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

29. Se alguma vez criar uma empresa, qual o tamanho que gostaria de atingir (em termos de número de colaboradores)?

Conta própria (sem colaboradores)

Micro Empresa (até 10 colaboradores)

Pequena Empresa (entre 10 e 50 colaboradores)

Média Empresa (entre 50 e 250 colaboradores)

Grande Empresa (mais de 250 colaboradores)

30. Indique o nível de concordância com as seguintes afirmações sobre o que considera ser sucesso empreendedor.
Utilize a seguinte escala de 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Ser competitivo em mercado internacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obter um alto nível de rendimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Realizar o tipo de trabalho que realmente se gosta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alcançar bom reconhecimento social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajudar a resolver os problemas da minha comunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mantiver o negócio em funcionamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crescer de forma positiva e contínua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

31. Relativamente ao desenvolvimento da sua empresa, quão importante isso seria para si? Utilize a seguinte escala de 1 (não importante) a 7 (extremamente importante)

1
2
3
4
5
6
7

Desenvolvido pela Qualidade IQ

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

32. Realizaria as seguintes ações para desenvolver a sua empresa? Utilize a seguinte escala de 1 (não realizaria) a 7 (realizaria totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Exportar uma parte significativa da produção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introduzir regularmente novos produtos/serviços para os seus clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Introduzir regularmente novos processos ou sistemas de produção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolver projetos de Investigação e Desenvolvimento (I&D)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planear as diferentes áreas da empresa com detalhe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procurar acordos de cooperação ou parcerias com outras empresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oferecer formação especializada aos seus colaboradores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ampliar a sua empresa (pessoal, instalações, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. Considera que os aspetos seguintes podem ser desenvolvidos nos cursos com formação empreendedora? Utilize a seguinte escala de 1 (não é possível) a 7 (é totalmente possível)

	1	2	3	4	5	6	7
Conhecimento sobre o ambiente empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maior reconhecimento da figura do empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preferência por ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As capacidades necessárias para ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A intenção de ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. Já frequentou algum curso ou disciplina que possa ser considerado como educação empreendedora?

Sim

Não

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

35.
Qual Quais?

36.
Considera que tal formação o ajudou em algum dos aspetos seguintes?
Utilize a seguinte escala de 1 (não ajudou) a 7 (ajudou totalmente)

	1	2	3	4	5	6	7
Conhecimento sobre o ambiente empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maior reconhecimento da figura do empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preferência por ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
As capacidades necessárias para ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A intenção de ser um empreendedor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

37.
Qual a sua idade?

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

38.
Qual o seu género?

Masculino

Feminino

39.
Qual a sua área de estudos?

<< >>

Desenvolvido pela Qualtrics IQ

0% 100%

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Agradecemos a sua participação neste inquérito.
A sua resposta foi registada.

Desenvolvido pela Qualtrics IQ

Fonte: Qualtrics

Anexo B – Regressão Linear Múltipla com a Intenção Empreendedora como variável dependente

Coeficientes ^a						
Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Erro	Beta		
1	(Constante)	-2,309E-17	0,040		0,000	1,000
	AEE1	0,010	0,043	0,010	0,224	0,823
	AEE2	-0,087	0,044	-0,087	-1,993	0,048
	AP1	0,567	0,050	0,567	11,242	0,000
	AP2	-0,130	0,043	-0,130	-3,027	0,003
	AP3	0,044	0,042	0,044	1,048	0,296
	AS1	-0,027	0,044	-0,027	-0,621	0,535
	AS2	0,010	0,045	0,010	0,213	0,832
	AS3	-0,077	0,042	-0,077	-1,854	0,065
	AS4	0,030	0,042	0,030	0,708	0,480
	CE1	0,272	0,049	0,272	5,570	0,000
	CE2	0,144	0,047	0,144	3,040	0,003
	OE1	0,090	0,044	0,090	2,031	0,043
	OE2	0,025	0,044	0,025	0,565	0,573
	OE3	0,085	0,043	0,085	2,006	0,046
	OE4	-0,048	0,042	-0,048	-1,137	0,257
EE1	-0,022	0,045	-0,022	-0,494	0,622	

a. Variável Dependente: Intenção Empreendedora

Resumo do modelo				
Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,815 ^a	0,664	0,638	0,60148536

a. Preditores: (Constante), Educação, Avaliação Social 3, Avaliação Social 2, Avaliação Social 4, Avaliação Social 1, Atraccao profissional 3, Ambiente empreendedora_2, Objectivos empreen 3, Objectivos empreen 4, Objectivos empreen 2, Atraccao profissional 2, Ambiente empreendedora_1, Objectivos empreen 1, Capacidade 2, Capacidade 1, Atracção profissional 1

Intenções Empreendedoras De Diplomados Da Geração *Millennials*

ANOVA ^a						
Modelo		Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	Z	Sig.
1	Regressão	150,025	16	9,377	25,918	,000 ^b
	Resíduo	75,975	210	0,362		
	Total	226,000	226			
a. Variável Dependente: Intencao de empreender						
b. Preditores: (Constante), Educação, Avaliação Social 3, Avaliação Social 2, Avaliação Social 4, Avaliação Social 1, Atraccao profissional 3, Ambiente empreendedora_2, Objectivos empreen 3, Objectivos empreen 4, Objectivos empreen 2, Atraccao profissional 2, Ambiente empreendedora_1, Objectivos empreen 1, Capacidade 2, Capacidade 1, Atraccao profissional 1						

Fonte: Outpus do SPSS Software