

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

O EVENTO DESENCADEADOR DO
EMPREENDEDORISMO: A
PROPOSTA DE BYGRAVE
APLICADA AOS
EMPREENDEDORES PORTUGUESES

Ricardo Manuel Araújo Teixeira

Lisboa, Maio de 2015

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E
ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

O EVENTO DESENCADEADOR DO
EMPREENDEDORISMO: A
PROPOSTA DE BYGRAVE
APLICADA AOS EMPREENDEDORES
PORTUGUESES

Ricardo Manuel Araújo Teixeira

Constituição do Juri:

Presidente: Professor Doutor José Moleiro Martins

Vogal: Especialista Carlos Nunes

Arguente: Especialista Rui Dantas

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Empreendedorismo, realizada sob a orientação científica do Especialista Carlos Manuel da Silva Nunes

Declaro ser o(a) autor(a) desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido (no seu todo ou qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas.

Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio – a utilização de elementos alheios sem referência ao seu autor – constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

Agradecimentos

Realizar um estudo que envolve um conhecimento multidisciplinar é uma tarefa que apresenta um elevado número de obstáculos, que, sem o apoio correcto, seriam intransponíveis e o presente estudo foi repleto destes, como tal, começo por agradecer à minha família, pelas condições que me proporcionaram, pois sem elas não tinha chegado onde estou hoje.

Agradeço profundamente à minha companheira de vida Joana Carneiro, por todo o apoio que me deu e por acreditar em mim nos momentos em que já nem eu acreditava, sendo que sem ela este estudo não existiria.

Um palavra de agradecimento aos meus amigos, Alexandre Nogueira e Pedro Correia, que embora longe nunca deixaram de me apoiar nos meus projectos.

Não posso deixar de agradecer também aos colaboradores da StartUp Lisboa e da TecLabs por me permitirem contactar presencialmente alguns dos empreendedores que se encontravam incubados, dando-me a oportunidade de recolher os dados necessário à realização deste estudo

E por fim não posso deixar de agradecer ao meu orientador neste estudo, o Especialista Carlos Nunes, pelo apoio prestado, pelo conhecimento partilhado e por me ter indicado o caminho quando este se encontrava menos evidente.

Resumo

A existência de indivíduos que, ao reconhecerem uma oportunidade de negócio decidem criar organizações para explorá-la, enquanto outros, reconhecendo a mesma oportunidade de negócio, decidem não o fazer, levanta a questão sobre a possibilidade de existirem um conjunto de características pessoais que podem afetar essa decisão. Foi na procura de uma explicação para este fenómeno que surgiu a proposta de Bygrave, que identificava um conjunto de características psicológicas e demográficas que influenciavam a decisão de alguém se tornar empreendedor, tendo esse momento sido chamado de “evento desencadeador”. Este estudo tem como objetivo testar a proposta de Bygrave e identificar quais as características psicológicas e demográficas que se encontram presentes na decisão de alguém se tornar empreendedor, e caso estas sejam identificadas, verificar com que intensidade estas afetam essa decisão, contribuindo para a procura de uma resposta que permita compreender o porquê de certas pessoas decidirem tornar-se empreendedores, e se é possível estimular certas características psicológicas para aumentar a intenção empreendedora dos indivíduos.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Características psicológicas; Características Demográficas; Evento desencadeador;

Abstract

The existence of individuals that, by recognizing a business opportunity decide to create organizations to exploit it, while others, recognizing the same business opportunity, do not decide to do it, raises the question of whether there are a set of personal characteristics that may affect this decision. It was in search of an explanation for this phenomenon that the Bygrave's proposal was found, which identified a set of psychological and demographic characteristics that influenced the decision of becoming an entrepreneur, having this decision been called "triggering event" . This study aims to test Bygrave's proposal and identify the psychological and demographic characteristics that are present in one's decision to become an entrepreneur, and, if these are identified, check how strongly they affect this decision, contributing for the demand of a response that allows to understand why some people decide to become entrepreneurs, and if it's possible to stimulate certain psychological characteristics to increase the entrepreneurial intention of individuals.

Keywords: Entrepreneurship; Psychological Characteristics; Demographic Characteristics; Triggering Event;

Índice Geral

1.	Introdução.....	1
1.1.	Objeto.....	1
1.2.	Objetivos.....	1
1.3.	Estrutura do trabalho.....	2
2.	O Empreendedorismo.....	3
2.1.	Conceito.....	3
2.2.	Evolução Histórica do Empreendedor.....	5
2.3.	Síntese.....	7
3.	O Processo Empreendedor.....	8
3.1.	Conceito.....	8
3.2.	O Processo Empreendedor segundo Moore.....	8
3.3.	O Processo Empreendedor segundo Bygrave.....	10
3.4.	O Processo Empreendedor segundo Shane.....	13
3.5.	Síntese.....	14
4.	Características psicológicas dos empreendedores.....	16
4.1.	Conceito.....	16
4.2.	Características Psicológicas atribuídas aos empreendedores.....	16
4.3.	Características Psicológicas dos Empreendedores segundo Bygrave.....	18
4.4.	Síntese.....	19
5.	A Demografia dos Empreendedores.....	21
5.1.	Conceito.....	21
5.2.	Idade.....	21
5.3.	Género.....	22
5.4.	Educação.....	23
5.5.	Síntese.....	24

6.	O Evento Desencadeador do Empreendedorismo	25
6.1.	Conceito	25
6.2.	Evento Empreendedor segundo Shapero	25
6.3.	Decisão de Explorar a Oportunidade segundo Shane	26
6.4.	Evento Desencadeador do Empreendedorismo segundo Bygrave.....	27
6.5.	Síntese	28
7.	Metodologia.....	29
7.1.	Objetivos da Investigação	29
7.2.	Hipóteses de Investigação.....	30
7.2.1.	Necessidade de Realização	31
7.2.2.	Locus de Controlo	32
7.2.3.	Tolerância à Ambiguidade.....	32
7.2.4.	Propensão ao Risco.....	33
7.2.5.	Valores Pessoais	34
7.2.6.	Educação.....	37
7.2.7.	Idade	37
7.2.8.	Género	38
7.4.	Procedimento	40
7.5.	Opções Metodológicas.....	40
7.6.	Amostra.....	40
7.7.	Medidas Utilizadas	41
7.7.1.	Escolha dos dados demográficos	41
7.7.2.	Escala propensão ao risco.....	42
7.7.3.	Escala de Locus de Controlo	42
7.7.4.	Escala Necessidade de Realização	43
7.7.5.	Escala de Tolerância à Ambiguidade	43

7.7.6.	Escala dos Valores Pessoais	44
7.8.	Síntese	44
8.	Análise de Dados	46
8.1.	Caracterização da Amostra	46
8.1.1.	Gênero	46
8.1.2.	Idade	46
8.1.3.	Educação.....	47
8.2.	Variáveis Psicológicas	47
8.2.1.	Propensão ao Risco.....	48
8.2.2.	Tolerância à Ambiguidade.....	48
8.2.3.	Locus de Controlo	50
8.2.4.	Necessidade de Realização	52
8.2.5.	Valores Pessoais	53
8.3.	Teste à Consistência Interna das Escalas Utilizadas para a Medição das Variáveis deste Estudo.....	56
8.3.1.	Teste de Consistência Interna da Escala Necessidade de Realização	57
8.3.2.	Teste de Consistência Interna da Escala Locus de Controlo	57
8.3.3.	Teste de Consistência Interna da Escala Propensão para Correr Riscos ..	58
8.3.4.	Teste de Consistência Interna da Escala Tolerância à Ambiguidade	59
8.3.5.	Teste de Consistência Interna da Escala Valores Pessoais.....	59
8.4.	Síntese	60
9.	Discussão	62
9.1.	Teste às Hipóteses de Estudo	63
9.1.1.	Teste à Hipótese de Estudo 1: A necessidade de realização é uma característica pessoal que influência positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo.....	63

9.1.2.	Teste à Hipótese 2: O locus de controlo interno influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo	65
9.1.3.	Teste à Hipótese 3: A tolerância à ambiguidade é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor.....	67
9.1.4.	Teste à Hipótese 4: A propensão moderada para correr riscos é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor ...	68
9.1.5.	Teste à Hipótese 5: Os valores pessoais ligados às dimensões de auto-aperfeiçoamento e de abertura à mudança, são fatores que influenciam positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo	70
9.1.6.	Teste à Hipótese 6: Um maior grau de educação influência positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo	72
9.1.7.	Teste à Hipótese 7: A idade do individuo influencia o evento desencadeador do empreendedorismo	73
9.1.8.	Teste à Hipótese 8: O género influencia o evento desencadeador do empreendedorismo.....	74
9.2.	Resultados dos Testes das Hipóteses	75
9.3.	Síntese	77
10.	Conclusão	79
10.1.	Principais Conclusões	79
10.2.	Contribuições do Estudo	80
10.3.	Limitações do Estudo	81
11.	Bibliografia.....	83
12.	Apendice I – Tabelas de Frequência.....	89
13.	Apêncide II – Inquérito Utilizado.....	103

Índice de Quadros

Quadro 2.1 – Definições de Empreendedores	4
Quadro 4.1 – Características Psicológicas dos Empreendedores	17
Quadro 8.1 – Dados Demográficos – Género.....	46
Quadro 8.2 – Dados Demográficos – Idade	47
Quadro 8.3 – Dados Demográficos – Escolaridade.....	47
Quadro 8.4 - Variáveis Psicológicas – Propensão ao Risco	48
Quadro 8.5 – Variáveis Psicológicas – Tolerância à Ambiguidade	49
Quadro 8.6 – Variáveis Psicológicas – Locus de Controlo	50
Quadro 8.7 – Variáveis Psicológicas – Necessidade de Realização.....	52
Quadro 8.8 – Variáveis Psicológicas – Valores Pessoais.....	53
Quadro 8.9 – Alfa de Cronbach – Necessidade de Realização	57
Quadro 8.10 – Alfa de Cronbach – Locus de Controlo	58
Quadro 8.11 – Alfa de Cronbach – Propensão para Correr Riscos	59
Quadro 8.12 – Alfa de Cronbach – Tolerância à Ambiguidade	59
Quadro 8.13 – Alfa de Cronbach – Valores Pessoais.....	60
Quadro 8.14 – Alfa de Cronbach Geral	61

Índice de Figuras

Figura 3.1 – Processo Empreendedor de Moore	9
Figura 3.2 – Processo Empreendedor de Bygrave.....	12
Figura 3.3 – Processo Empreendedor de Shane	13
Figura 4.1 – Características Psicológicas do Empreendedor segundo Bygrave.....	19
Figura 5.1 – Idade dos Empreendedores	21
Figura 5.2 – Sexo por grupo etário	22
Figura 5.3 – Género	22
Figura 5.4 – Habilitações Literárias INE.....	23
Figura 5.5 – Habilitações Literárias COTEC	23
Figura 6.1– Direção do processo empreendedor	26
Figura 6.2 – Modelo do processo start-up	27
Figura 7.1 – Características Afetas ao Processo Empreendedor	30
Figura 7.2 – Modelo dos Valores Pessoais de Schwartz	36
Figura 7.3 – Conceptualização das Hipóteses de Estudo	39
Figura 9.1 – Esperança no Sucesso	64
Figura 9.2 – Medo de Falhar	64
Figura 9.3 – Controlo Interno	65
Figura 9.4 – Acaso.....	66
Figura 9.5 – Terceiros Poderosos	66
Figura 9.6 – Tolerância à Ambiguidade	67
Figura 9.7 – Propensão para Correr Riscos	69
Figura 9.8 – Dimensões dos Valores Pessoais mais Importantes.....	70
Figura 9.9 – Dimensões dos Valores Pessoais menos Importantes.....	71
Figura 9.10 – Grau Académico.....	72
Figura 9.11 – Idade.....	73

Figura 9.12 – Género	74
Figura 9.13 – Perfil Psicológico dos Empreendedores	76

1. Introdução

1.1. Objeto

O tema desta dissertação foi escolhido tendo em conta o aumento exponencial das soluções apresentadas para fomentar o empreendedorismo de forma a permitir à população, em especial aos jovens, uma alternativa para a falta de emprego resultante da profunda crise económica e financeira que se vem sentindo em Portugal nos últimos anos. No entanto, a criação de cursos educativos especializados na área do empreendedorismo e o aumento do financiamento para os novos negócios têm contribuído para a ideia de que para se ser empreendedor é apenas necessário um curso na área e o capital de terceiros para investir, deixando assim de dar a devida importância a fatores como a motivação e a intenção empreendedora, que já se revelaram como características fundamentais para a criação de novos negócios e para a exploração de novas oportunidades. Com este facto em vista, a necessidade de revelar uma ligação direta entre características psicológicas individuais e o facto de um individuo tomar a decisão de se tornar empreendedor contribui para a temática relacionada com o Mestrado em Gestão e Empreendedorismo do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. A informação adquirida nas unidades curriculares e o contacto com os vários docentes experientes na matéria permitiu-me compreender a importância do momento exato onde um individuo toma a decisão de seguir a carreira empreendedora como um fator de relevo no estudo avançado das origens da intenção empreendedora. Foi com a descoberta desse momento de decisão empreendedora que nasceu o tema desta dissertação, com o objetivo de compreender o que leva realmente alguém a enveredar pela carreira empreendedora enquanto outros, na mesma situação, não o fazem.

1.2. Objetivos

Neste estudo é pretendido descobrir se as características psicológicas e demográficas que se encontram presentes no evento desencadeador do empreendedorismo proposto por Bygrave, têm efeito positivo na tomada de decisão de um individuo de se tornar, ou não, empreendedor e, se for verificado esse efeito, com que intensidade essas características se apresentam nos empreendedores. As análises e conclusões deste

estudo serão fundamentais para compreender como se desenrola a tomada de decisão e permitirá abrir as portas para futuras investigações dentro deste tema. Sendo assim um dos objetivos deste estudo é testar a proposta avançada por Bygrave sobre este tema e a sua consequente confirmação ou refutação, sendo o outro objetivo descobrir quais são as características psicológicas que influenciam positivamente a decisão de alguém se tornar empreendedor e qual a sua intensidade, de modo a perceber se a decisão de se tornar empreendedor pode ou não ser alterada com a variação destas características.

1.3. Estrutura do trabalho

Esta dissertação possui uma componente teórica e uma componente prática, estando ainda dividida em dez partes distintas. A primeira parte diz respeito à presente introdução da dissertação onde são revelados os principais objetivos deste estudo (Capítulo 1). Na segunda parte realiza-se a revisão de literatura sobre o tema do empreendedorismo, onde será abordada a sua origem e consequente contextualização neste estudo (Capítulo 2). Na terceira parte é efetuada uma revisão de literatura sobre a temática do processo empreendedor onde será explicado as fases que os empreendedores têm de percorrer até criar o seu negócio (Capítulo 3). Na quarta parte é realizada uma exaustiva revisão da literatura sobre as características psicológicas que têm sido frequentemente atribuídas aos empreendedores (Capítulo 4). Na quinta parte será apresentada as características demográficas mais estudadas nos empreendedores, recolhidas por dois estudos feitos em Portugal (Capítulo 5). A sexta parte diz respeito às várias teorias sobre evento desencadeador do empreendedorismo, que servem de suporte para a existência do momento em que um indivíduo escolhe tornar-se ou não empreendedor (Capítulo 6). Na sétima parte é apresentada a metodologia utilizada para a recolha de dados primários e a sua devida análise, caracterizando também a amostra estudada (Capítulo 7). A oitava parte da dissertação diz respeito à análise dos dados recolhidos e também serão apresentadas algumas conclusões das mesmas (Capítulo 8). A nona parte consiste na discussão sobre as conclusões retiradas na análise dos dados primários e consequente teste das hipóteses de estudo criadas para o efeito (Capítulo 9). A décima parte apresenta as principais conclusões retiradas do presente estudo, bem como o seu contributo para esta área de estudo e as suas limitações (Capítulo 10).

2. O Empreendedorismo

Segundo Bull e Willard (1993) a literatura do empreendedorismo pode ser agrupada em cinco categorias amplas: a primeira sobre a definição da palavra “empreendedorismo”; a segunda categoria é considerada a do estudo das características psicológicas de pessoas consideradas empreendedoras; a terceira é o estudo das estratégias de sucesso, onde se explica as razões que levaram ao êxito os novos empreendimentos ou os já existentes; a quarta categoria engloba os estudos sobre novos negócios; e por fim existe a literatura que estuda o efeito dos fatores ambientais sobre as ações empreendedoras. Este primeiro capítulo é dedicado ao tema do empreendedorismo e vai ser feito um levantamento da literatura para ajudar a conceptualizar o fenómeno do empreendedorismo.

2.1. Conceito

Etimologicamente a palavra ‘empreendedor’ tem origem na palavra francesa ‘*entreprendre*’ e foi utilizada pela primeira vez por Jean-Baptiste Say (1804: 49):

[c]’est l’agriculteur, le manufacturier ou le commerçant ; ou, pour les désigner par une dénomination commune à tous les trois, c’est l’entrepreneur d’industrie, celui qui entreprend de créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque

No entanto a ideia de empreendedor como alguém que cria algo para seu benefício e que assume o risco foi introduzida na obra de Richard Cantillon em 1775 (2010: 73) «...*entrepreneurs are on unfixed wages (...) whether they are set up with capital to conduct their enterprise, or are entrepreneurs of their own labor without capital, and they may be regarded as living under uncertainty...*»

Atualmente o conceito de empreendedorismo não se encontra definido de uma forma fixa que seja aceite por todos os investigadores desta área, tal como Bygrave (1989: 14) observa:

[s]chumpeter introduced the modern concept of entrepreneur at about the same time that Rutherford introduced the modern concept of nucleus. Yet while physicists have essentially solved the puzzle of the structure of the nucleus, we entrepreneurship scholars are still bickering over a working definition of entrepreneurship.

Quadro 2.1 – Definições de Empreendedores

Brockhaus (1980)	... um empreendedor é definido como um proprietário e gestor de um negócio...
Davids (1963)	Fundadores de novos negócios
Lachman (1980)	O empreendedor é reconhecido como alguém que usa uma nova combinação de fatores produtivos para produzir a primeira marca na indústria
McClelland (1961)	...alguém que exercita algum controlo sobre os meios de produção e produz mais do que o que consome com o objetivo de venda (ou troca) para obter receitas individuais... Na pratica, tais pessoas transformam-se em comerciantes, artesãos independentes e operadores de empresas.
Mescon e Montanari (1981)	Empreendedores são, por definição, fundadores de novos negócios
Schumpeter (1944)	... consiste em fazer coisas que não são habitualmente realizadas no decorrer da rotina do negócio, é essencialmente um fenómeno que provém de um aspeto maior de liderança.

Fonte: Adaptado de Gartner (1988)

Embora não exista, atualmente, uma definição de empreendedorismo que seja aceite por toda a comunidade científica, vários autores têm apresentado algumas sugestões para o conceito de empreendedorismo. Gartner (1988) reuniu várias definições de empreendedorismo e algumas podem ser vistas no Quadro 2.1

Das definições mais modernas de empreendedorismo existem duas que ganharam maior destaque, sendo frequentemente citadas em artigos científicos da área. Uma delas é a definição dada por Shane e Venkataraman (2000: 218) que definem o empreendedorismo como o processo onde «*opportunities to create future goods and services are discovered, evaluated, and exploited*». A outra definição também bastante utilizada mas mais centrada no empreendedor foi desenvolvida por Bygrave e Zacharakis (2011: 49) «*An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it*». Esta definição foi adotada por este estudo por duas razões principais: a primeira razão deve-se ao facto de esta ser a definição criada pelo autor em que se baseia este estudo; a segunda razão é porque esta definição contempla a acção de reconhecer uma oportunidade e depois decide explorá-la, e como tal é a que melhor se enquadra nos objetivos propostos para este estudo.

2.2. Evolução Histórica do Empreendedor

Murphy, Liao e Welsh (2006) descrevem com clareza a evolução histórica do empreendedorismo revelando como a atividade empreendedora já existe desde a época clássica. Da perspetiva antropológica, as formas mais primitivas desta atividade envolvem a troca de alimento ou recursos inimitáveis com o propósito de sobrevivência das tribos e dos clãs (Murphy et al. 2006).

Murphy et al. (2006: 15) descrevem da seguinte forma o empreendedorismo na Roma Antiga:

[e]ventually, around 50 BCE in ancient Rome, the available avenues for entrepreneurial activity were a function of social controls, regulations, and institutions. Personal wealth accumulation was acceptable as long as it did not involve direct participation in industry or commerce, a domain populated by former slaves and other freed men. Commercial entrepreneurial activity involved loss in prestige, an important form of social or political capital.

No início da idade média (500-1000 d.C.) o estatuto social e o direito sobre propriedade perdem importância e deixam de garantir o sucesso, passando a ser a atividade militar o grande utensílio na busca de poder e riqueza, aumentando o número de “empreendedores bélicos” que reconheciam na guerra as inúmeras oportunidades de negócio (Murphy et al. 2006). Baumol (1990: 904) confirma este pressuposto afirmando «*Such violent economic activity, moreover, inspired frequent and profound innovation (...) This innovations can be interpreted as contributions of military entrepreneurs undertaken at least partly in pursuit of private economic gains*» .

No fim da idade média, devido à redução drástica das lutas armadas, o número de oportunidades de negócio ligadas ao conflito bélico escassearam, dando lugar a novas atividades empreendedoras, como a arquitetura, engenharia e agricultura. (Murphy et al. 2006) Como o juro não era aceite pela Igreja e o conflito bélico perdia importância, o empreendedorismo começou a utilizar o conhecimento especializado na procura de outras oportunidades como por exemplo a azenha, que foi tecnologicamente desenvolvido por monges de forma a aumentar a produtividade sem por em causa as suas atividades monásticas (ibid.: 1).

Murphy et al (2006: 18) fizeram a seguinte comparação com os tempos modernos:

Compared to modern times, however, the proportion of the general public engaging in entrepreneurial activity before the eighteenth century was quite small. Those who were able to effectuate specialized knowledge as innovation or entrepreneurship were usually privy to the opportunity via a religious order or craft guild. The spirit of innovation, relevant knowledge, or flash of genius came about via avenues of precedent. Makeshift pricing systems did emerge to mitigate unbridled competition and social disorder, although they came in the form of archaic rents, tithes, and feudal dues.

Verificando o que foi demonstrado por estes autores, podemos concluir que a atividade empreendedora já existe praticamente desde que existe civilização e que, aparentemente, sempre esteve ligada ao reconhecimento de oportunidades, quer estejam estas num ambiente com inúmeros conflitos bélicos ou num ambiente de paz e prosperidade.

2.3. Síntese

Este capítulo teve como objetivo fazer um levantamento da literatura sobre a temática base deste estudo – o empreendedorismo. A primeira parte foi dedicada à revisão da literatura sobre os vários conceitos que procuram definir o que é o empreendedorismo, sendo depois apresentado o conceito que será utilizado neste estudo. Na segunda parte deste capítulo foi feito um pequeno levantamento da literatura sobre a evolução histórica do empreendedorismo, desde a Roma Antiga até ao século XVIII, com o intuito de estudar um pouco as suas origens e as transformações que sofreu, até ser a área de estudo que é hoje.

O próximo capítulo será dedicado ao Processo Empreendedor onde será feita uma revisão da literatura sobre o tema, e onde será também explicado como todos os fatores afetam este mesmo processo.

3. O Processo Empreendedor

A exploração de oportunidades de negócio é um processo que envolve um conjunto de fases ao longo da sua evolução. Este capítulo tem como objetivo de conceptualizar o processo empreendedor para que seja possível compreender como evolui o empreendedorismo. Serão identificadas as várias fases que fazem parte do processo empreendedor como também todos os fatores de relevo que influenciam este mesmo processo. Para isso foi realizada uma intensa revisão da literatura e identificados os autores que mais contribuíram para a conceptualização do processo empreendedor.

3.1. Conceito

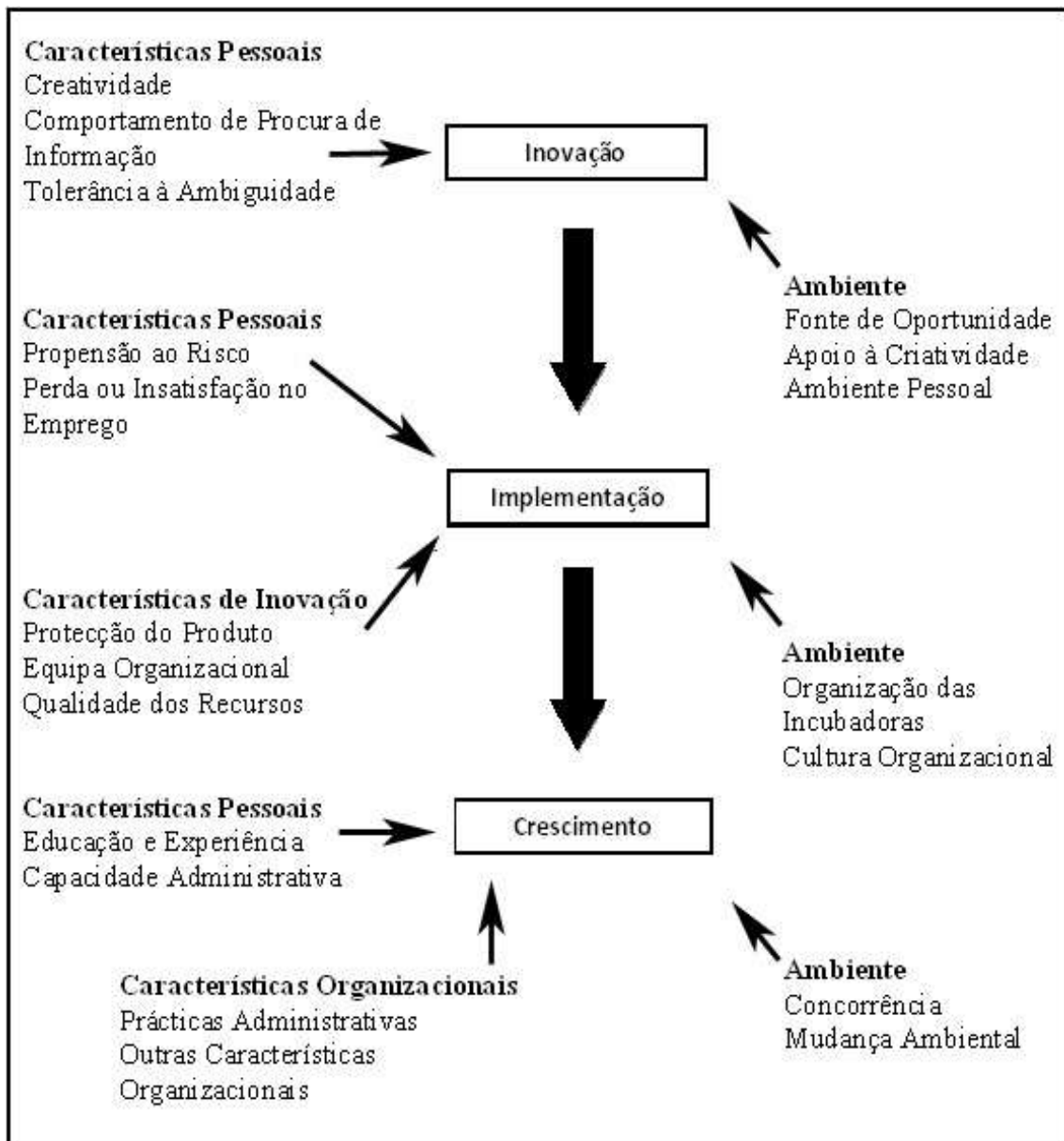
Segundo Gartner (1988), para que seja possível impulsionar o crescimento das atividades empreendedoras e para compreender o fenómeno do empreendedorismo, então torna-se imperativo concentrar-nos no processo pelo qual os novos empreendimentos são criados. «*If researchers could develop a model or theory to explain entrepreneurial processes, they would have the key that unlocks the mystery of entrepreneurship*» (Bygrave e Hoffer 1991: 14). O processo empreendedor engloba todo o conjunto de fatores e ações associadas com o reconhecimento de oportunidades e com a criação de estruturas para as alcançar (Bygrave, 2011). Estes fatores incluem o desenvolvimento de produtos e serviços, obtenção de recursos, criação de organizações ou outros modos de explorar oportunidades, e desenvolvimento de estratégias para explorar as oportunidades (Shane, 2004). Wickham (2006: 223) admite a existência de quatro contingências no processo empreendedor: «*the entrepreneur, a market opportunity, a business organisation and resources to invest (...)* The entrepreneur is responsible for bringing these together to create new value». Três modelos do processo empreendedor foram criados com sucesso (Moore, 1986; Shane, 2004; Bygrave, 2011), e a sua análise permite compreender de uma forma simples todas as fases que compõem o processo empreendedor, e todas as variáveis que afectam essas mesmas fases.

3.2. O Processo Empreendedor segundo Moore

Moore (1986) apresentou um processo empreendedor, como se pode observar na Figura 3.1, baseado na teoria comportamental, alocando as variáveis psicológicas estudadas no

passado (McClelland, 1961; Brockhaus, 1982), nas fases onde estas têm o maior impacto, afirmando ainda que (Moore, 1986: 66) «*These variables do not have the same effect on each stage, however, nor is every variable relevant to every stage of the process*», claramente indicando que as variáveis incidem nas fases com diferentes intensidades.

Figura 3.1 – Processo Empreendedor de Moore



Fonte: Adaptado de Moore (1986)

Moore (1986) dividiu o seu processo em três fases distintas: Inovação, Implementação e Crescimento. A fase da inovação é onde os empreendedores escolhem e desenvolvem as suas ideias de negócio (Moore 1986). Moore (1986) baseou-se no trabalho de Shapero

(1984 *apud* Moore, 1986)¹ e considera que para existir a fase da implementação é necessário haver certos eventos como a abertura de novos mercados ou a criação de novos produtos. Moore (1986) afirma que para que exista a fase da implementação é necessário um enorme empenho do empreendedor . A terceira fase do processo é caracterizada pelo crescimento do empreendimento e, caso o empreendedor tenha chegado a esta fase, é necessário adquirir proficiências na área da gestão (Moore, 1986).

3.3. O Processo Empreendedor segundo Bygrave

Bygrave e Zacharakis (2011) desenvolveram um modelo, como se pode observar na Figura 3.2, onde identifica vários fatores pessoais, sociológicos, organizacionais e ambientais que influenciam o processo empreendedor. Este modelo apresenta os três eventos do processo empreendedor desenvolvidos por Moore (1986) e o evento desencadeador do empreendedorismo criado por Bygrave (1989). Para Bygrave e Zacharakis (2011) estes são os fatores que permitem o aparecimento de novos empreendimentos e transformam uma simples ideia de negócio em um empreendimento viável. De acordo com estes mesmos autores (2011: 50) na análise ao seu processo:

[a] person gets an idea for a new business through either a deliberate search or a chance encounter. Whether or not he or she decides to pursue that idea depends on factors such as alternative career prospects, family, friends, role models, the state of the economy, and the availability of resources».

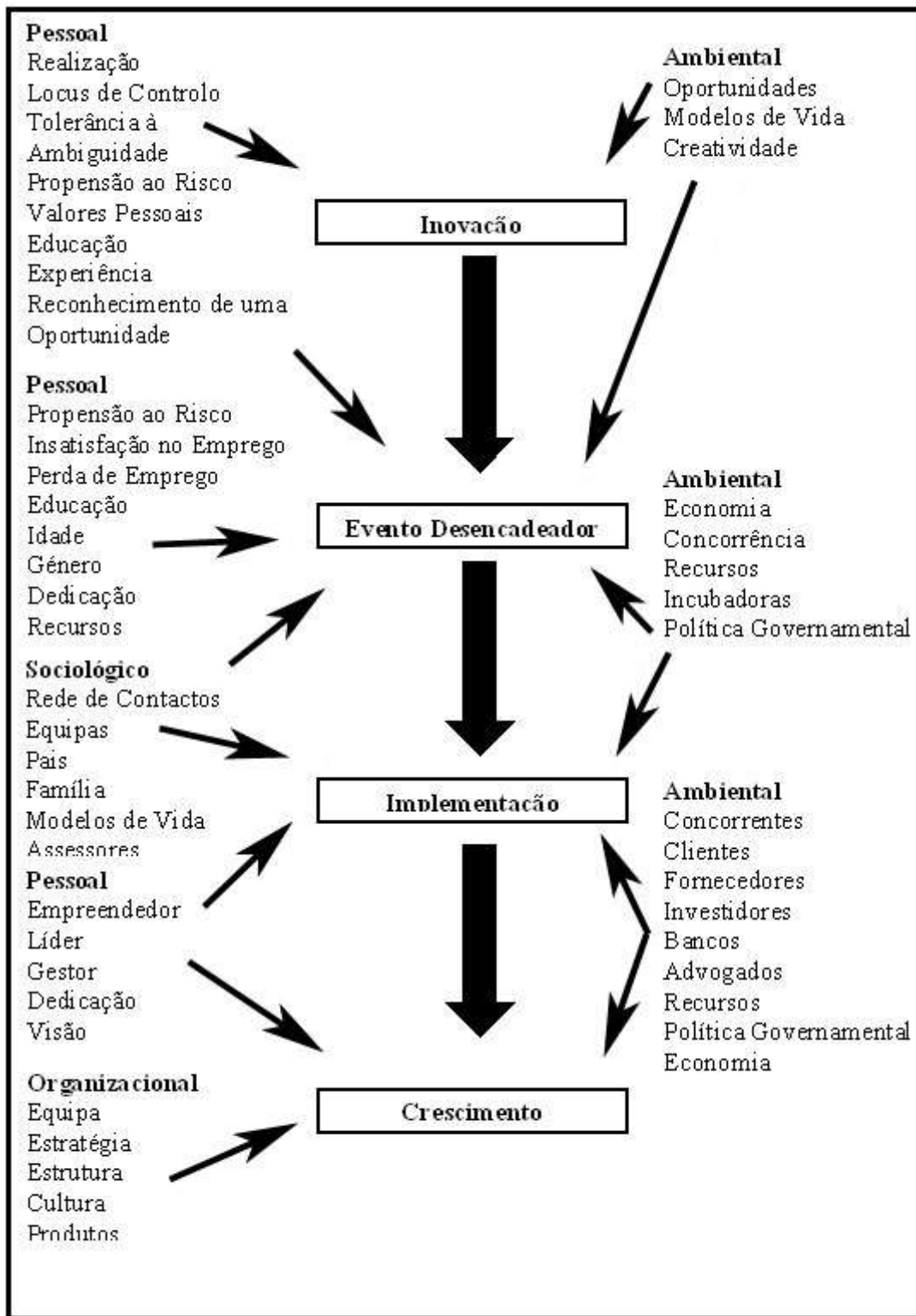
A existência de empreendedores que não tinham melhores perspectivas de carreira, que tenham sido despedidos ou dispensados dos seus empregos ou até mesmo que tenham decidido deliberadamente em seguir a carreira empreendedora, mostra que existe quase sempre um evento desencadeador na criação de uma nova organização (Bygrave e Zacharakis, 2011). Este modelo realça a importância de um evento desencadeador que é influenciado por fatores sociológicos e pessoais, e também pelo ambiente. Bygrave (1989: 21) utilizando as palavras de Bridgman (1927 *apud* Bygrave 1989)² «... *there is behind the equations an enormous descriptive background through which the equations make contact with nature*», defende que «*the heart of the entrepreneurial process will be found in the “descriptive backgrounds”*» e como tal para que seja possível

¹ Shapero, A. (1984) The entrepreneurial event. *The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books. 21-40

² Bridgman, P. W. (1927) *The logic of modern physics*. New York: Avon Books

compreender o processo empreendedor é necessário que a investigação seja efetuada o mais próximo que possível da área de atuação e que a utilização da análise de regressão linear não nos dará a informação necessária sobre como evolui o processo empreendedor.

Figura 3.2 – Processo Empreendedor de Bygrave

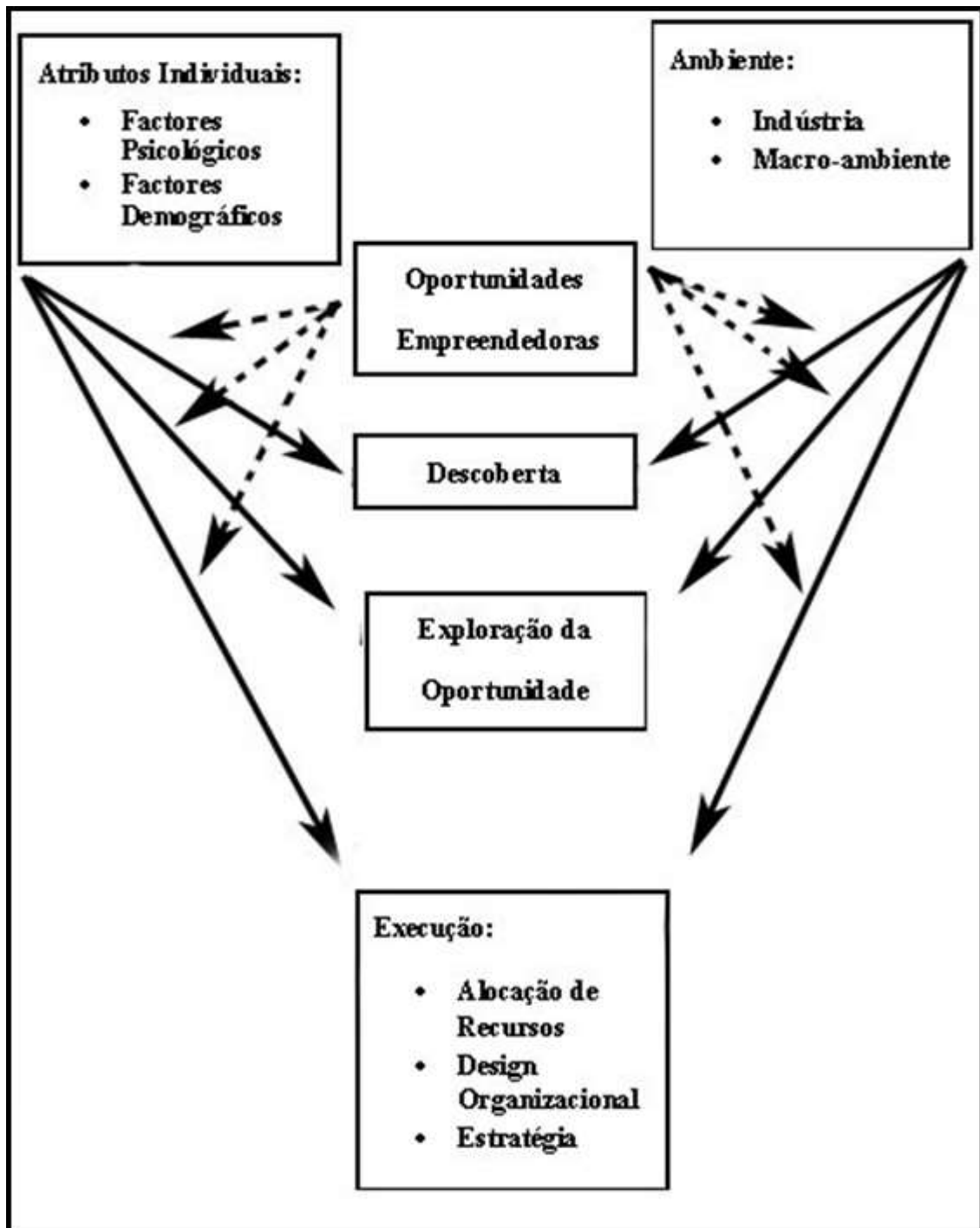


Fonte: Adaptado de Bygrave e Zacharakis (2011)

3.4. O Processo Empreendedor segundo Shane

Shane (2004) afirma que o processo empreendedor começa assim que um indivíduo reconhece uma oportunidade onde, se certos recursos forem combinados, haverá o potencial para gerar lucro.

Figura 3.3 – Processo Empreendedor de Shane



Fonte: Adaptado de Shane (2004)

Estes indivíduos, a que é dado o nome de empreendedores, são quem reconhece as oportunidades de negócio que surgem no ambiente e são estes que desenvolvem as estratégias para as perseguir, através da obtenção dos recursos necessários e da formulação de outros modos para a exploração dessas oportunidades (Shane 2004). Para descrever a forma como vê o seu próprio processo empreendedor, observado na Figura 3.3, Shane afirma que (2004: 10):

[t]he entrepreneurial process involves the identification and evaluation of opportunity; the decision whether or not to exploit it; the efforts to obtain those resources; the process for organizing those resources into a new combination; and the development of a strategy for the new venture. These different activities are all influenced by individual-, industry-, and institution-level factors.

Ao comparar o modelo de Shane com os modelos de Bygrave e de Moore, percebe-se que, embora todos considerem as oportunidades de negócio importantes, é Shane que lhes incute um grau de importância mais elevado ao colocar as oportunidades de negócio, a sua descoberta e a sua exploração como o centro do processo empreendedor.

3.5. Síntese

Neste capítulo apresentou-se uma revisão sobre o tema Processo Empreendedor. Assim, o conceito indica que todos os empreendimentos realizados por indivíduos, que escolhem a carreira empreendedora, seguem um determinado rumo e estão sujeitos a determinados fatores pessoais, sociais e ambientais que irão influenciar o destino desses mesmos empreendimentos tal como afirma Gartner (1988: 28) «*The creation of an organization is a very complicate and intricate process, influenced by many factors and influencing us even as we look at it*». Foi também possível verificar que existem duas grandes etapas no processo empreendedor: a etapa da pré-implementação que engloba os processos de reconhecimento e análise das oportunidades de negócio e da consequente decisão de explorar ou não essas oportunidades; e a etapa da pós-implementação que engloba todos os processos e fatores relacionados com a própria implementação do empreendimento e com a sua evolução temporal até se tornar num negócio sustentável. É de notar a presença de fatores pessoais psicológicos nas diversas fases do processo empreendedor, como a necessidade de realização, o locus de controlo, a criatividade, a propensão ao risco e a tolerância à ambiguidade, ou simplesmente os

atributos pessoais psicológicos, pois indica-nos que o empreendedor, que se encontra no centro do processo tal como nos indica Wickham (2006: 223) «*The entrepreneur is the individual who lies at the heart of the entrepreneurial process, that is, the manager who drives the whole process forward.*», possui certas características intrínsecas que irão ter influência na forma como o mesmo irá liderar todo o processo, desde o reconhecimento da oportunidade de negócio até à fase em que o empreendimento se encontra completamente estabelecido no mercado. Na descrição feita aos seus modelos, os autores admitem a existência, na fase pré-implementação e após o reconhecimento da oportunidade de negócio, de um momento em que o indivíduo toma a decisão de se tornar ou não empreendedor e com isso criar a organização que irá explorar a oportunidade que reconheceu no mercado. No capítulo seguinte será realizada uma revisão da literatura sobre as características psicológicas associadas com os empreendedores que irá criar a ponte com as características apresentadas nos processos empreendedores apresentados anteriormente.

4. Características psicológicas dos empreendedores

A procura de um perfil psicológico que permita compreender porque existem indivíduos que tem a capacidade de seguir a via empreendedor enquanto outros não o conseguem, mesmo tendo ideias inovadoras ou até mesmo reconhecendo oportunidades de negócio, levou à criação de um leque de características psicológicas associadas aos empreendedores. Neste capítulo será feita a revisão da literatura sobre a temática das características psicológicas associadas aos empreendedores. É importante realçar que devido à enorme variedade de autores e estudos num ambiente multidisciplinar como é o empreendedorismo, encontra-se na literatura termos como “motivações empreendedoras”, “traços psicológicos” ou “traços de personalidade” que, embora sejam utilizados nomes diferentes, representam características do foro psicológico presentes no empreendedor.

4.1. Conceito

Os traços de personalidade podem ser definidos como características previsíveis e duradouras do comportamento individual, que explicam o porquê dos indivíduos executarem ações diferentes em situações semelhantes (Llewellyn e Wilson, 2003). Os traços de personalidade incluem certas habilidades, motivos, atitudes e características de temperamento (Brandstätter, 2011). Investigar os traços de personalidade dos empreendedores é uma opção promissora como forma de tentar identificar quais são os indivíduos mais aptos a reconhecer e a explorar as oportunidades de negócio (Shane e Verkataramen, 2000).

4.2. Características Psicológicas atribuídas aos empreendedores

Interligar o relacionamento entre as características psicológicas e a postura empreendedora é imperativo por razões empíricas e teóricas, devido ao facto que empreendedores com certas características psicológicas poderem apresentar a tendência de exibir uma postura empreendedora com uma certa intensidade, e mostrar essa tendência pode ser benéfico para as suas organizações. Fazendo uma revisão da literatura, descobre-se que são várias as características psicológicas que tem sido

atribuídas aos empreendedores na tentativa de descobrir o porquê de certos indivíduos conseguirem enveredar pela carreira empreendedora enquanto outros não o conseguem (McClelland, 1967; Rotter, 1966; Hornaday and Aboud, 1971; Brockhaus, 1982; Schere, 1982; Begley, 1995; Bygrave e Zacharakis, 2011; Shane, Locke e Collins, 2003; Leon, Descals e Dominguez, 2007). O Quadro 4.1 tem como objetivo apresentar, de uma forma resumida mas pormenorizada, alguns dos traços psicológicos atribuídos aos empreendedores pelos seus respetivos autores.

Quadro 4.1 – Características Psicológicas dos Empreendedores

Autores	Características Identificadas
Brockhaus (1982)	Necessidade de Realização; Locus de Controlo Interno: Propensão para tomar Riscos;
Shane et al (2003)	Necessidade de Realização; Locus de Controlo; Visão; Desejo pela Independência; Paixão; Ação
Leon, et al (2007)	Valores Pessoais
Moore (1986)	Tolerância à Ambiguidade; Tomar Riscos; Comportamento para a Procura de Informação
Begley e Boyd (1987)	Necessidade de Realização; Locus de Controlo; Tolerância à Ambiguidade; Comportamento Tipo A
Morrison (2006)	Aspirações empreendedoras pela independência, riqueza, necessidade de realização, mobilidade social, etc.

Fonte: Revisão da Literatura

A existência de um determinado número de características psicológicas que até agora foram atribuídas aos empreendedores não significa que estas afetem o processo empreendedor com a mesma intensidade, nem significa que têm de afetar todos os estágios do processo, tal e qual é defendido por Shane et al. (2003: 275):

«We suggest that some or all of the motivations influence the transition of individuals from one stage to another. In some cases, all of the motivations might matter. In other cases, only some of the motivations might matter. The relative magnitudes of how much each motivation matters will likely vary, depending on the part of the process under investigation. In fact, it is quite plausible that motivations that influence one part of the process have all of their effects at that stage in the process and have no effects on later stages in the process.»

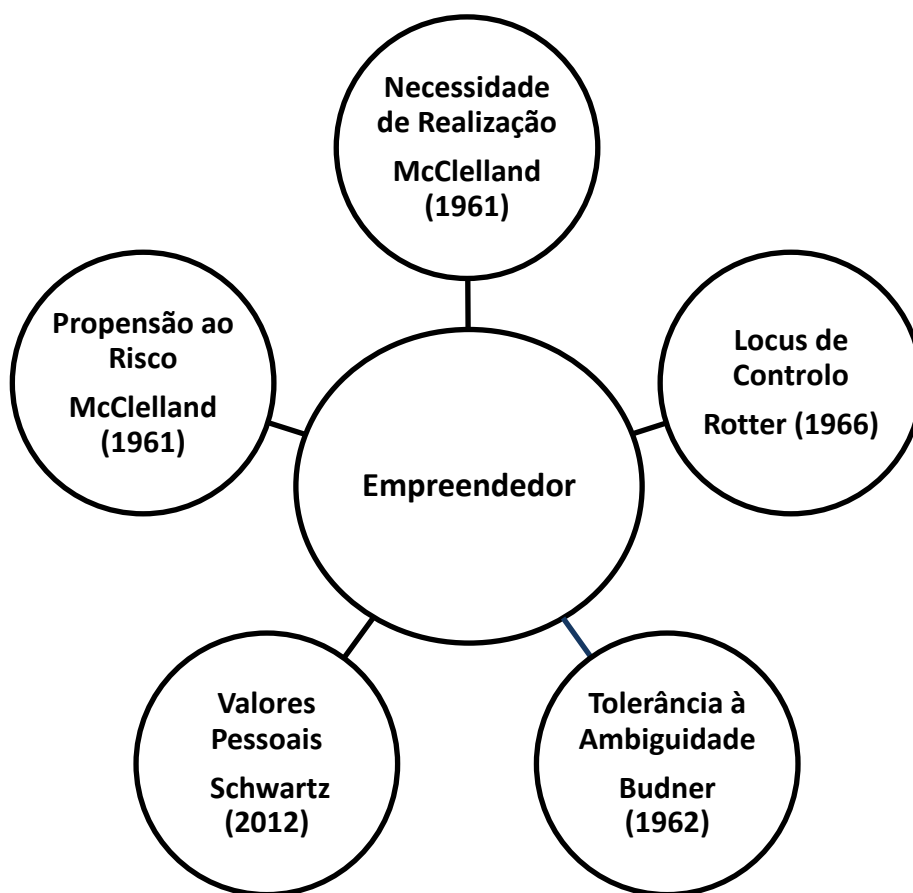
Embora exista quem defenda que a investigação das características psicológicas dos empreendedores é insuficiente para demonstrar a diferença entre empreendedores e não empreendedores (Gartner, 1988), estudos recentes (Beugelsdijk e Noorderhaven, 2005; Colins, Hanges e Locke, 2004; Nassif, Ghobril e Silva, 2010) têm comprovado a existência dessas características nos empreendedores e são consideradas fatores importantes na criação de novos empreendimentos.

4.3. Características Psicológicas dos Empreendedores segundo Bygrave

Das várias características psicológicas que até hoje foram propostas, as que foram reunidas por Bygrave e Zacharakis (2011) para fazerem parte do seu processo empreendedor foram a necessidade de realização (McClelland, 1967; Shane et al, 2003;), a tolerância à ambiguidade (Schere, 1982), o locus de controlo (Rotter, 1966; Shane et al, 2003), a propensão moderada ao risco (McClelland, 1967; Brockhaus, 1982; Begley, 1995) e os valores pessoais individualistas (Moriani et al. 2007; Schwartz, 2012). Embora não admita a existência de um conjunto de características que seja perfeito ao ponto de poder definir quem pode, ou não, tornar-se empreendedor Bygrave e Zacharakis (2011: 52) afirmam que *«It does appear that entrepreneurs have a higher internal locus of control than non-entrepreneurs, which means that they have a stronger desire to be in control of their own fate»* mostrando convergência com o que foi demonstrado por outros autores anteriormente (Rotter, 1966; Brockhaus, 1982; Begley e Boyd 1987; Shane et al, 2003). De uma forma mais reservada Bygrave (2011:

52) admite a presença da necessidade de realização, avançada por McClelland, quando diz «...Granted, any would-be entrepreneur must have a need to achieve, but so must anyone else with ambitions to be successful». Na Figura 4.1 podemos ver as características psicológicas que Bygrave e Zacharakis (2011) associaram ao empreendedor e os respectivos autores das mesmas.

Figura 4.1 – Características Psicológicas do Empreendedor segundo Bygrave



Fonte: Adaptado de Bygrave e Zacharakis (2011)

4.4. Síntese

Neste capítulo foi realizada uma revisão da literatura sobre o tema das características psicológicas dos empreendedores. As características psicológicas têm sofrido algumas críticas por parte de certos autores que defendem a sua incapacidade de descrever com exatidão o porquê de certos indivíduos conseguirem seguirem a via empreendedora enquanto outros não o conseguem (Gartner, 1988). No entanto vários estudos têm demonstrado a existência de certas características que se destacam pela intensidade com que se apresentam nos empreendedores. Características como a necessidade de

realização, tolerância à ambiguidade, locus de controlo, valores pessoais e propensão para tomar riscos, existem em todos os seres humanos, no entanto é a consistência com que estas características se têm apresentado nos empreendedores, que torna possível assumir que estão relacionadas com o facto de um indivíduo se tornar ou não empreendedor. Investigar a forma como os traços psicológicos afetam o empreendedorismo pode permitir a vários agentes como escolas, investidores e agências governamentais a identificar os indivíduos que apresentem maior propensão para seguir a carreira empreendedora com sucesso (Collins et al, 2004).

5. A Demografia dos Empreendedores

O empreendedor tem sido considerado um objecto de estudo multidisciplinar, existindo estudos nas mais diversas áreas de investigação como a economia, a sociologia e a psicologia. Têm existido investigações com o objetivo de mapear demograficamente os empreendedores na procura de uma variável que permita relacionar todos os empreendedores e separá-los dos não-empreendedores. Neste capítulo vão ser estudadas algumas das variáveis demográficas associadas aos empreendedores.

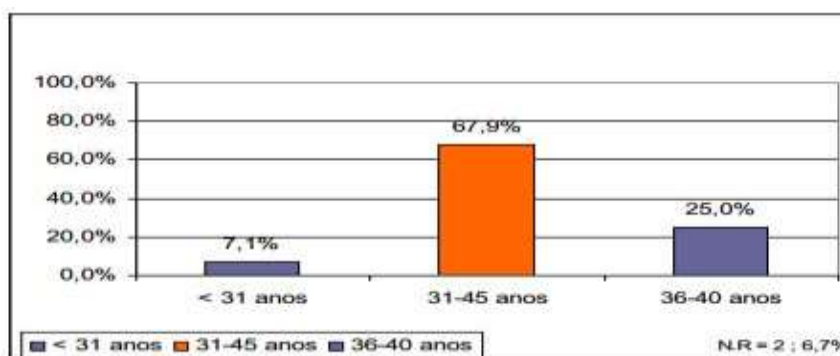
5.1. Conceito

O dicionário da Língua Portuguesa (Infopedia, 2014) define demografia como sendo «estudo das populações humanas, particularmente a sua densidade, volume, distribuição e estatísticas básicas (...) ao longo de um dado período». As informações demográficas mais estudadas dos empreendedores têm sido a idade, o nível de educação e o género (Brockhaus, 1982; Brush, 1992; Lévesque & Minniti, 2011; Millán, Congregado, Román, Praag e Stel, 2013).

5.2. Idade

Um estudo realizado em Portugal no ano de 2007 pelo Instituto Nacional de Estatística indica que 55,7% dos empreendedores portugueses têm idades acima dos 40 anos. Num estudo mais pequeno realizado pela COTEC à sua própria rede de empreendedores mostrou que 67,9% dos empreendedores tinham idades compreendidas entre os 31-45 anos, conforme se pode observar na Figura 5.1.

Figura 5.1 – Idade dos Empreendedores



Fonte: Cardoso, Roldão, Espanha, Puga e Castro

5.3. Género

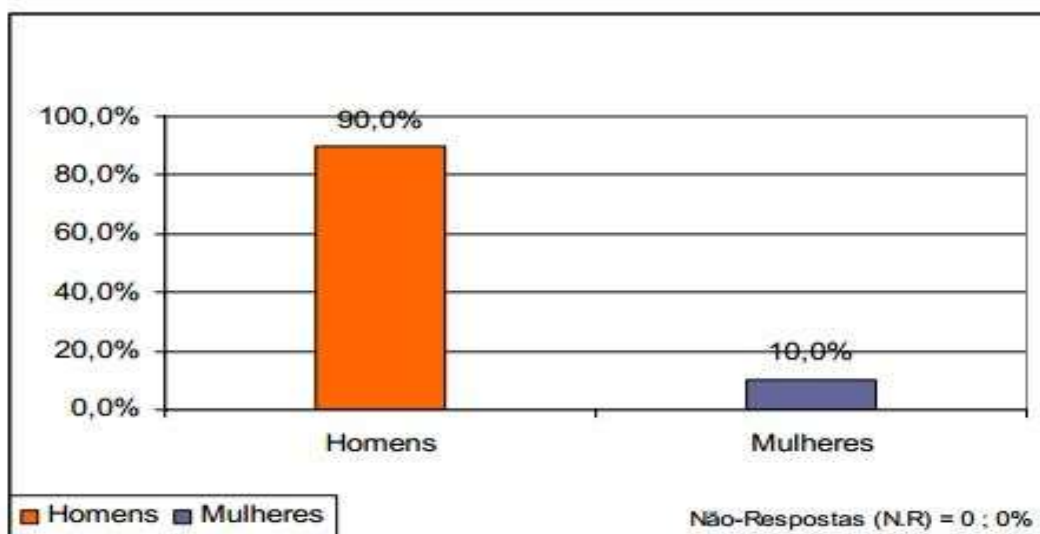
A temática do género no empreendedorismo tem gerado alguma polémica e discussão na literatura, com alguns autores a comprovar a superioridade de um dos sexos sobre o outro (Brockhaus, 1982), enquanto outros mostram que essa superioridade não existe (Brush, 1992). Ao analisar os dados do INE observáveis na Figura 5.2, e os dados da COTEC na Figura 5.3 consegue-se perceber a discrepância existente entre o volume de empreendedores masculinos e femininos.

Figura 5.2 – Sexo por grupo etário



Fonte: INE (2007)

Figura 5.3 – Género

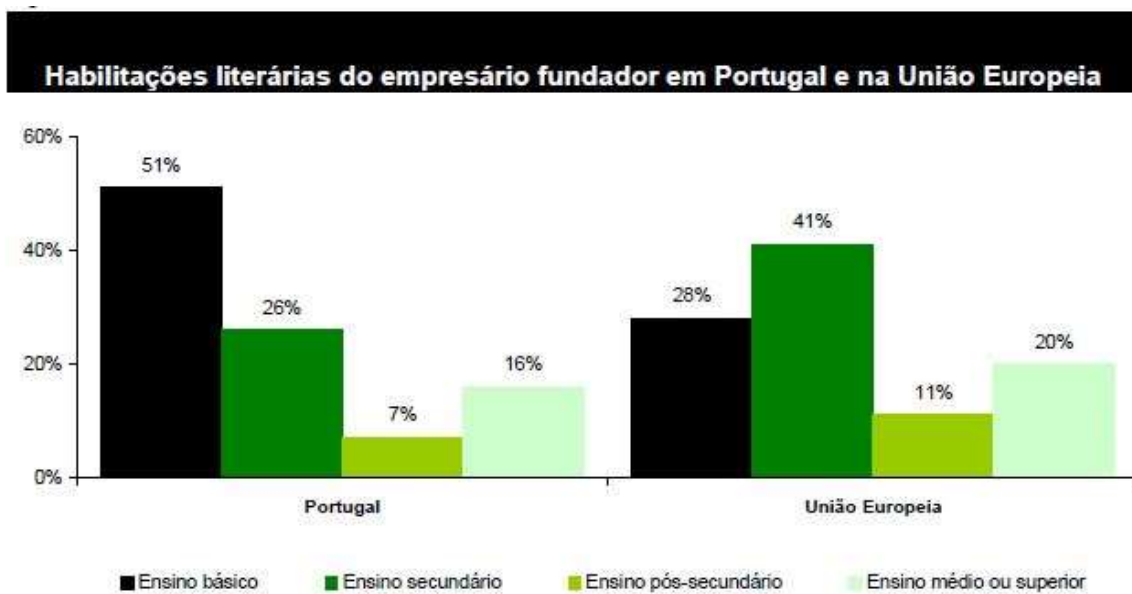


Fonte: Cardoso et al.

5.4. Educação

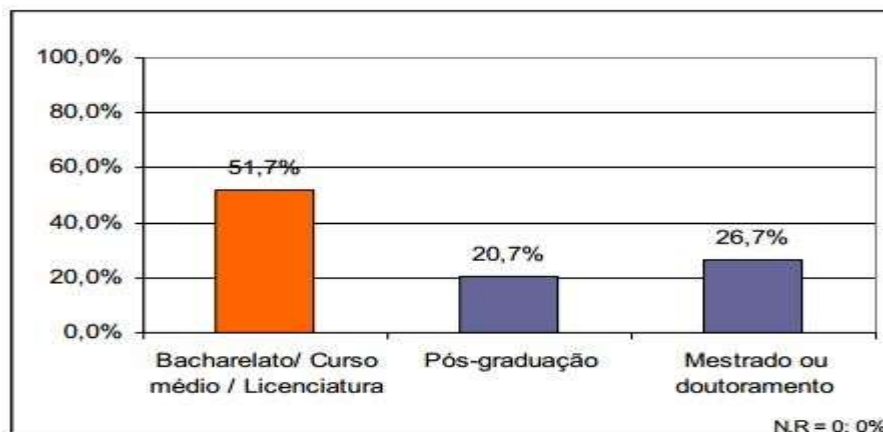
O nível de educação dos empreendedores tem sido uma das características demográficas mais estudadas (Robinson e Sexton, 1994), sendo mesmo considerada uma característica de enorme importância para o sucesso dos empreendedores conforme indica Millán et al (2013: 627): «*Human capital obtained through education has been shown to be one of the strongest drivers of entrepreneurship, irrespective of the measure of the entrepreneur's performance*». Analisando as Figuras 5.4 e 5.5 percebe-se alguma discrepância entre os diferentes estudos.

Figura 5.4 – Habilitações Literárias INE



Fonte: INE (2007)

Figura 5.5 – Habilitações Literárias COTEC



Fonte: Cardoso et al.

Esta diferença de valores pode ser justificada pelo facto de a COTEC ser uma incubadora de PME's e como tal a sua amostra possuir um maior número de empreendedores nascentes (-3,5 anos de atividade). Visto que em Portugal a escolaridade obrigatória estende-se até ao 12º ano de escolaridade, a tendência para o futuro será a diminuição do número de empreendedores com ensino primário ou básico e para o aumento de empreendedores com o nível secundário ou de ensino superior entrando em convergência com os níveis da União Europeia.

5.5. Síntese

Este capítulo foi dedicado às características demográficas mais analisadas nos empreendedores. Foram apresentados dados de dois estudos com amostras e dimensões diferentes que serviram como exemplo dos resultados que têm sido recolhidos da população empreendedora. Assumir que a idade, o género e o nível de educação podem ser consideradas variáveis aptas a definir quem pode ou não ser empreendedor é algo que gera muita discussão, principalmente a nível da igualdade de género e a nível sócio-económico, pois estaríamos a considerar que elementos do sexo feminino têm menos probabilidade de se tornarem empreendedores e que indivíduos com o ensino superior têm mais capacidade para serem empreendedores que indivíduos com o ensino básico. O próximo capítulo será sobre a temática do evento empreendedor, onde serão estudadas todas as variáveis que influenciam esse evento.

6. O Evento Desencadeador do Empreendedorismo

A existência de indivíduos que têm ótimas ideias de negócio e que conseguem desenvolver formas de explorar oportunidades de negócio que emergem no mercado, mas que não chegam a passar à fase seguinte do processo empreendedor dá força à ideia da existência de um momento em que um indivíduo decide se segue, ou não, a via empreendedora. Neste capítulo será apresentado o conceito do evento que desencadeia o empreendedorismo e a fundamentação teórica que o sustém.

6.1. Conceito

A existência de um momento em que um indivíduo decide, ou não, dar início a um empreendimento tem sido suportado por vários autores (Bird, 1988; Gartner, 1988; Shane, 2004; Bygrave e Zacharakis, 2011). Bygrave e Zacharakis (2011) definiram o evento desencadeador do empreendedorismo no seu processo empreendedor como um momento independente, enquanto Shane (2004) e Moore (1986) admitiram a existência de um momento em que o indivíduo decide tornar-se empreendedor na fase pré-implementação, tendo ainda Moore (1986) considerado esse momento como sendo o “evento empreendedor” definido anteriormente por Shapero.

6.2. Evento Empreendedor segundo Shapero

Para ser possível considerar empreendedor qualquer indivíduo que tenha realizado um acto empreendedor, quer seja um empreendedor a tempo inteiro, ou a tempo parcial, e de forma a ser possível considerar um número maior de variáveis no empreendedorismo sem se focar apenas num tipo específico de indivíduo, Shapero e Sokol (1982) definiram como fator de interesse o “evento empreendedor” em vez do empreendedor. Shapero e Sokol (1982: 77) definiram o evento empreendedor como tendo as seguintes características:

- 1. Initiative taking. An individual or group takes initiative*
- 2. Consolidation of resources. An organization is formed or restructured to accomplish some objective*
- 3. Management of the organization by those who took initiative*

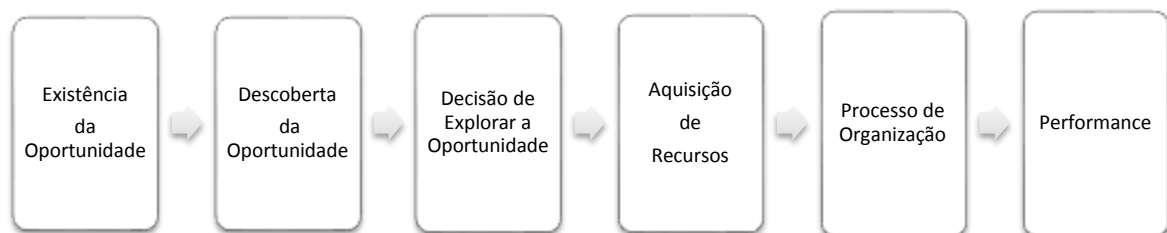
4. *Relative autonomy. Resources are disposed of and distributed with relative freedom*
5. *Risk-taking. The organization's success or failure is shared by the initiators*

Todos os eventos empreendedores possuem estas características e podem acontecer tanto numa economia planeada como numa situação de intra-empendedorismo (Shapiro e Sokol, 1982).

6.3. Decisão de Explorar a Oportunidade segundo Shane

Shane (2004) defende que após as oportunidades de negócio terem sido reconhecidas e antes de os recursos necessários serem reunidos, tem de existir uma decisão de explorar essa oportunidade. Na Figura 6.1 Shane (2004) mostra a direção que segue processo empreendedor onde se torna possível perceber em que momento existe a decisão de explorar a oportunidade.

Figura 6.1– Direção do processo empreendedor



Fonte: Shane (2004)

Em relação à decisão de explorar a oportunidade Shane e Venkataraman (2000: 222) afirmam:

[a]lthough the discovery of an opportunity is a necessary condition of the entrepreneurship, it is not sufficient. Subsequent to the discovery of an opportunity, a potential entrepreneur must decide to exploit the opportunity. We do not have precise figures on the aborting of discovered opportunities, but we do know that not all discovered opportunities are brought to fruition.

Para Shane (2004) existe um conjunto de fatores que influenciam a decisão de se explorar uma oportunidade, quer sejam estes fatores psicológicos (como locus de controlo), macro-ambiente (como as políticas económicas e governamentais) ou características pessoais não psicológicas (como a experiência ou a educação).

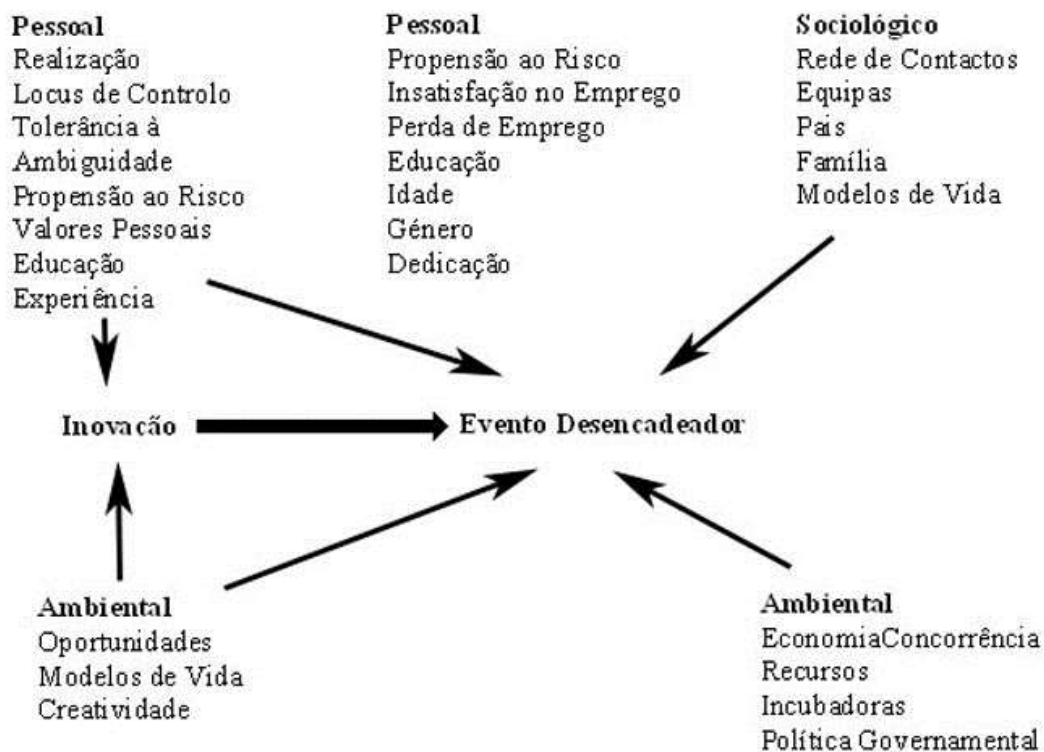
6.4. Evento Desencadeador do Empreendedorismo segundo Bygrave

Bygrave e Zacharakis (2011) defendem, no seu processo empreendedor, a existência de uma fase em que o indivíduo, após ter reconhecido a oportunidade de negócio, decide em implementar o seu empreendimento. Bygrave (1989: 10) contrariando o que se teorizava sobre o evento empreendedor afirma:

[a]t first glance, it might be thought that the entrepreneurial event is so spontaneous that we cannot say for sure what caused it. Shapero (1984) proposed that a "triggering event" is the immediate cause. But I think that the event is more triggered than triggering. To find its cause, we need to understand the changes in the antecedent variables that triggered the event.

Bygrave (1989) considera que os novos empreendimentos resultam de pequenas alterações às variáveis afetas ao processo empreendedor, observável na Figura 6.2, equiparando mesmo estas pequenas alterações ao termo “salto quântico”, para realçar o quão pequenas estas alterações podem ser.

Figura 6.2 – Modelo do processo start-up



Fonte: Adaptado de Bygrave (1989)

Na maioria das vezes os empreendimentos são iniciados devido a pequenas mudanças nos fatores apresentados, e raras são as vezes em que os empreendimentos se iniciam devido a grandes avanços ou descobertas, e mesmo quando certos empreendimentos são originados por essas grandes descobertas, não se pode deixar de defender que provavelmente essa descoberta, que proporcionou a oportunidade de negócio, foi um resultado de pequenas mudanças no ambiente (Bygrave 1989).

6.5. Síntese

Neste capítulo foi apresentado um fenómeno que se encontra presente no processo empreendedor e que influencia a criação de novos empreendimentos. Quer seja o “evento empreendedor de Shapero (Shapero e Sokol, 1982), a “decisão de explorar uma oportunidade” de Shane (2004) ou o “evento desencadeador do empreendedorismo” de Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011), é importante realçar a existência de um momento em que os indivíduos que reconhecem as oportunidades de negócio no mercado têm de decidir se avançam para a fase seguinte do processo empreendedor ou se abandonam a oportunidade. Moore (1986: 67) afirma: *«It is important to distinguish between an entrepreneurial event and the development of the idea that precedes the event. Many people have innovative ideas that are never brought to fruition.»* defendendo que não basta alguém ter uma ideia inovadora ou reconhecer uma ótima oportunidade, é necessário algo mais. Após esta revisão da literatura conclui-se que o evento desencadeador de Bygrave não foi o único a ser proposto como existente no processo empreendedor, tornando-se assim possível assumir, sobre bases teóricas seguras, que este evento empreendedor tem condições para ser testado empiricamente.

7. Metodologia

Neste capítulo será descrita e demonstrada a metodologia e todos os instrumentos de estudo utilizados. Serão ainda mencionados os objetivos da investigação, as hipóteses de estudo e a caracterização da amostra, respetivamente. Sendo este um estudo que visa comprovar uma hipótese criada por um autor, torna-se imperativo apresentar com clareza as hipóteses de investigação, a forma como este estudo se vai realizar, os meios utilizados para testar as hipóteses

7.1. Objetivos da Investigação

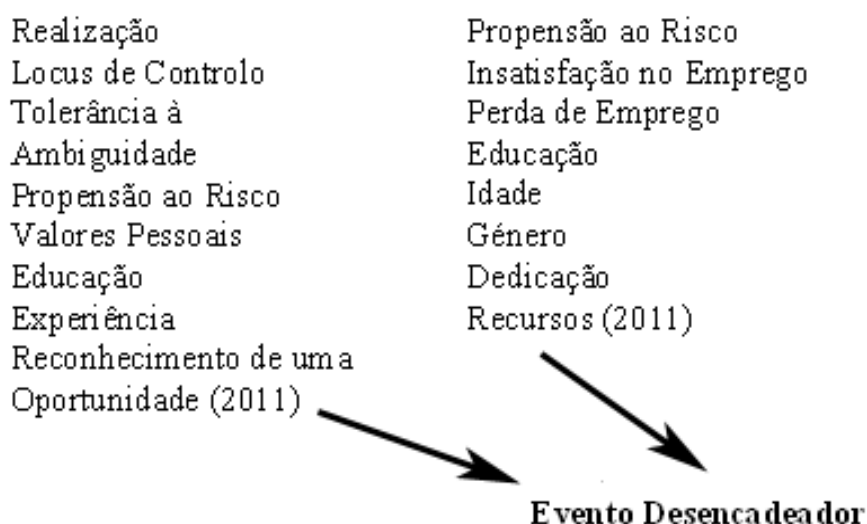
Com este estudo procura-se testar empiricamente que os empreendedores possuem certas características psicológicas que fazem parte do evento desencadeador do empreendedorismo proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011), e concluir que a presença dessas características podem ser determinantes para que um indivíduo decida seguir a carreira empreendedora. Numa altura em que o empreendedorismo é cada vez mais visto como a saída para uma vida melhor e com o crescente aumento de apoios para a abertura de novos negócios, quer através de benefícios do Estado ou da criação de cursos de aprendizagem na área do empreendedorismo, torna-se importante perceber o que realmente faz um indivíduo tornar-se empreendedor. Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) como Shane (2004) admitem a existência de um momento em que um indivíduo tem de tomar a decisão de se tornar ou não empreendedor e ambos colocam temporalmente esse momento após a formação da ideia, o que indica a possibilidade de haver várias ideias de negócio que não se tornam realidade porque o indivíduo decidiu não seguir a carreira empreendedora. Seguindo esta linha de raciocínio é possível para ambos os autores que a razão pela qual alguns indivíduos decidem tornar-se empreendedores sejam as características psicológicas presentes nos próprios indivíduos, e embora cada autor tenha apresentado um conjunto de características diferentes, é Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) que reúne o número de características mais aceites pela comunidade científica. Sendo assim, o objetivo deste estudo é testar se os empreendedores possuem as características psicológicas que Bygrave considerou existirem no evento desencadeador do empreendedorismo e, caso as mesmas existam, perceber com que intensidade estas se encontram no perfil

psicológico do empreendedor para assim concluir se tiveram ou não impacto no momento da decisão de seguir a carreira empreendedora.

7.2. Hipóteses de Investigação

Como o objetivo desta investigação é testar se as características psicológicas definidas por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) se encontram presentes nos empreendedores, as hipóteses de investigação vão ser se essas características influenciam positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo, e para que tal aconteça, essas características têm de estar presentes nos empreendedores. Bygrave (2004) numa primeira instância indicou algumas características pessoais que existiam no evento desencadeador, tendo mais tarde em 2011 aumentado esse número como se pode observar na Figura 7.1.

Figura 7.1 – Características Afetas ao Processo Empreendedor



Fonte: Adaptado de Bygrave e Zacharakis (2003 e 2011)

Como o objetivo deste estudo é perceber como as características psicológicas afetam o evento desencadeador do empreendedorismo, as características “perda de emprego”, “insatisfação no emprego” que embora tenham o seu papel na decisão de se tornar empreendedor não são consideradas hipóteses válidas para este estudo específico por não representarem características psicológicas pessoais mas sim eventos que dependem de situações externas ao indivíduo; “recursos” e “reconhecimento de oportunidade” não se enquadram nas hipóteses de estudo pois não representam características psicológicas; as características “experiência” e “empenho” estão mais relacionadas com o sucesso do

empreendimento do que para o início de um, aumentando mesmo as probabilidades de um empreendedor conseguir manter o seu negócio (Tasnim, Yahya, Nor, Said e Zainuddin, 2013), e portanto não serão consideradas como hipóteses neste estudo. As características “idade”, “gênero” e “educação” são características demográficas mas como vários estudos (Brockhaus, 1982; Brush, 1992; Lévesque & Minniti, 2011) têm indicado que estas variáveis influenciam a decisão de se tornar empreendedor, estas características foram admitidas como hipóteses de estudo.

De acordo com a revisão de literatura é possível apresentar as seguintes hipóteses de estudo, justificando a razão pelas quais foram aceites como tal:

7.2.1. Necessidade de Realização

Seres humanos com necessidade de realização têm existido praticamente desde o início da nossa história, mostrando comportamentos distintos que permite a todos os outros identificá-los dos demais (McClelland 1967). Pessoas com uma forte necessidade de realização tendem a ter características como: correr riscos moderados; colocam metas; precisam de ter uma forma de medir o seu progresso; mostram preferência pelas atividades individuais (ibid.: 1). A necessidade de realização mostra que as pessoas têm uma necessidade de sucesso, de cumprimento e de serem melhores, tendo esta necessidade sido identificada como uma característica nos empreendedores (ibid.: 2). Collins et al. (2000) realizaram um estudo em que provaram que a necessidade de realização está relacionada com a performance no empreendedorismo. Neste mesmo estudo, Collins et al. (2000) comprovaram as previsões de McClelland (1967) que afirmara que os indivíduos com maior necessidade de realização preferiam ter carreiras profissionais onde fosse possível um controlo sobre os resultados, responsabilidade pessoal, *feedback* na performance e um grau moderado de risco, comprovando também que os indivíduos com uma necessidade alta de realização têm uma maior tendência a seguir a carreira em empreendedorismo do que a população em geral. Estas afirmações vão ao encontro do que foi proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) e como tal é formulada a primeira hipótese de estudo.

H1: A necessidade de realização é uma característica psicológica pessoal presente no evento desencadeador do empreendedorismo

7.2.2. Locus de Controlo

O Locus de controlo é uma característica motivacional que se identifica como sendo a crença que os indivíduos têm na forma como as suas ações ou características pessoais afetam os resultados (Shane et al. 2003). Os indivíduos podem apresentar um controlo interno ou um controlo externo (Rotter 1966). Os indivíduos que apresentam o controlo externo têm a tendência de reconhecer as recompensas resultantes das suas ações, mas não totalmente, como sorte, destino ou forças externas, enquanto os indivíduos que apresentam um controlo interno consideram que as recompensas são um resultado apenas das suas ações e características pessoais (Rotter 1966). Indivíduos com alta necessidade de realização preferem situações onde os resultados dependem da perícia em vez da sorte de forma a ter uma maior satisfação na conclusão (McClelland 1967). A investigação sobre o locus de controlo tem provado que existe diferença entre pessoas que estabelecem empresas e a população em geral, no entanto vários estudos têm mostrado que o locus de controlo não diferencia entre fundadores e gestores (Shane et al. 2003). A razão possível para que a diferença não seja visível é devido ao facto de existir semelhança entre fundar uma empresa e gerir uma empresa, pois definir as situações empreendedoras como fundar empresas e não como trabalhar para outrem pode não capturar as verdadeiras diferenças entre os empreendedores e os não empreendedores, pois existe exemplos em que gerir grandes empresas pode requerer maior motivação empreendedora do que fundar um pequeno negócio (Shane et al. 2003). Estas definições suportam o que foi proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) e permite assim a criação da segunda hipótese de estudo.

H2: O locus de controlo interno influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

7.2.3. Tolerância à Ambiguidade

Uma situação ambígua existe quando a informação conhecida inerente a ela não é suficiente para a estruturar (Koh 1996). Budner (1962: 29) define intolerância à ambiguidade como «*the tendency to perceive (i e interpret) ambiguous situations as sources of threat*», e tolerância à ambiguidade como «*the tendency to perceive ambiguous situations as desirable*». A forma como um indivíduo encara as situações ambíguas irá refletir na sua tolerância à ambiguidade, da forma em que alguém com

uma elevada tolerância à ambiguidade irá encarar uma situação ambígua como um desafio e dará o seu máximo para a ultrapassar (Koh 1996). A tolerância à ambiguidade é reconhecida como uma característica empreendedora, tendo as pessoas com maior inclinação para o empreendedorismo mostrado uma maior tolerância do que as outras (Schere, 1982). Estes conceitos suportam o que foi proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) e permite criar a terceira hipótese de estudo.

H3: A tolerância à ambiguidade é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor

7.2.4. Propensão ao Risco

McClelland (1967) introduziu o conceito de propensão ao risco afirmando que os indivíduos que apresentavam uma alta necessidade de realização apresentavam uma tendência moderada para correr riscos, explicando que quem tinha uma alta necessidade de realização não escolhia situações de risco baixo pois a satisfação da conclusão não era suficiente e evitavam situações de risco elevado pois além de aumentar a possibilidade de falhar também existia a possibilidade do sucesso ser relacionado com a sorte. Shane et al. (2003: 264) apoiam a ideia de McClelland, afirmando: «*This claim by McClelland is especially interesting for entrepreneurship research because the entrepreneurial process involves acting in the face of uncertainty*». Brockhaus (1980: 513) definiu a propensão ao risco como «*...the perceived probability of receiving the rewards associated with success of a proposed situation, which is required by an individual before he will subject himself to the consequences associated with failure...*». O bem-estar físico e psicológico, as relações familiares e a segurança da sua carreira são situações que obrigam os empreendedores a enfrentar a incerteza com respeito (Liles 1974 *apud* Shane et al. 2003)³. A propensão ao risco pode ser a característica que separa aqueles que querem iniciar um novo negócio daqueles que preferem adquirir um ou gerir um já estabelecido (Begley, 1995). Bygrave (2011) considera a propensão ao risco uma característica necessária para o evento desencadeador do empreendedorismo, que suportada pelo enquadramento teórico, permite formular a quarta hipótese de estudo.

³ Liles, P. R. (1974). *New business ventures and the entrepreneur*. Homewood: Irwin

H4: A propensão moderada para correr riscos é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor

7.2.5. Valores Pessoais

A decisão de se tornar empreendedor é uma decisão complexa e pode estar relacionada com a estrutura dos valores pessoais (Léon et al. 2007). Schwartz (1990) define os valores pessoais como a conceção dos objetivos que se tornam princípios de vida. Estes valores variam na sua importância, transcendem a situações específicas, e expressam os interesses individuais e coletivos (ibid.: 1). Seguindo este raciocínio, Schwartz (2006: 954) afirma que:

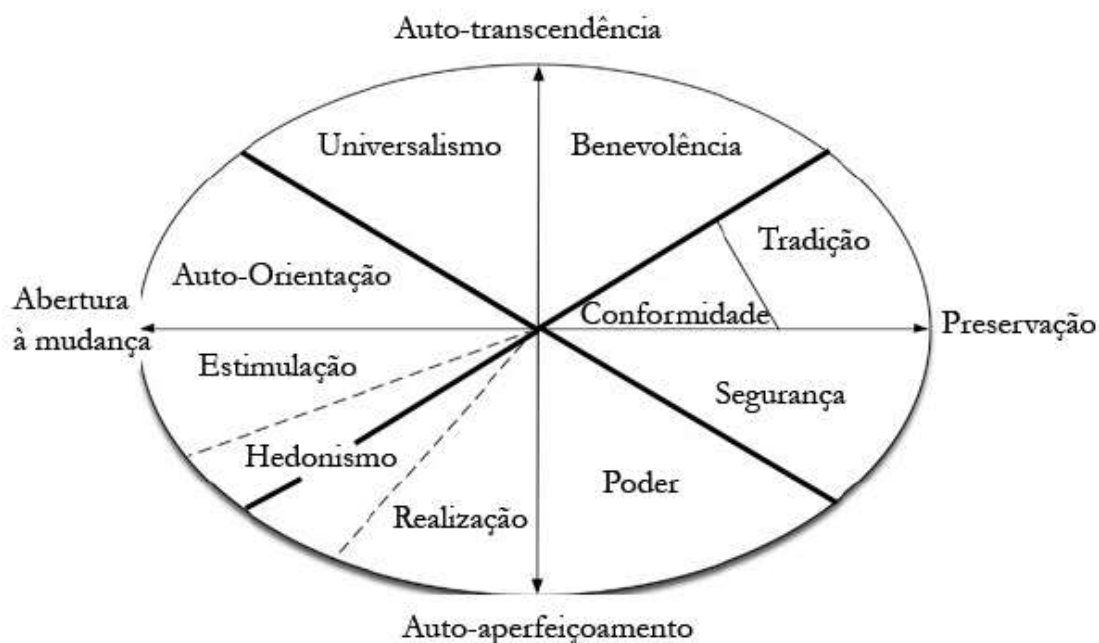
[l]es personnes qui valorisent la stimulation seront probablement attirées par une offre d'emploi qui comporte des défis et amène à prendre des risques, tandis que celles qui valorisent la sécurité peuvent trouver la même offre d'emploi sinistre et repoussante

Schwartz (2012) identifica e define 10 valores base analisando também quais os objetivos de cada valor:

- Auto-Orientação (Ação e pensamento independentes – escolher, criar, explorar)
- Estimulação (Entusiasmo, novidade, e desafios na vida)
- Hedonismo (Prazer e sentimento de agradar a si mesmo)
- Realização (Sucesso pessoal através da demonstração de competência segundo os critérios da sociedade)
- Poder (Estatuto social e prestígio, controlo ou domínio sobre pessoas e recursos)
- Segurança (Proteção, harmonia, e estabilidade na sociedade, nas relações, e consigo mesmo)
- Conformidade (Constrangimento de ações, inclinações, e impulsos que possivelmente irão transtornar ou prejudicar os outros e infringir as normas sociais)
- Tradição (Respeito, compromisso, e aceitação dos costumes e ideias que a sua cultura ou religião proporciona)
- Benevolência (Preservar e melhorar o bem-estar daqueles que costumamos manter o contacto pessoal)

- Universalismo (Compreensão, apreciação, tolerância, e proteção do bem-estar de toda a população e da Natureza)

Figura 7.2 – Modelo dos Valores Pessoais de Schwartz



Fonte: Schwartz (2012)

Ver os valores organizados segundo uma dimensão bipolar permite-nos sumarizar as oposições entre valores rivais (Schwartz, 2012). Como se pode observar na figura, uma das dimensões mostra o contraste entre os valores da “abertura à mudança” e da “preservação” onde existe um conflito entre os valores que realçam a independência do pensamento, ação, sentimentos, e a prontidão para mudar (auto-orientação, estimulação) e os valores que realçam a ordem, auto-restrição, preservação do passado, e resistência à mudança (segurança, conformidade e tradição) (Schwartz, 2012). A segunda dimensão mostra o contraste entre os valores presentes no “auto-aperfeiçoamento” e na “auto-transcendência”, onde existe o conflito entre os valores que realçam a preocupação pelo bem-estar e pelos interesses dos outros (universalismo, benevolência) e os valores que realçam a necessidade de lutar pelos próprios interesses, pelo sucesso, e pelo domínio relativo sobre os outros (poder, realização) (Schwartz, 2012). Léon *et al.* (2007) descobriram que os valores individualistas (poder, realização, hedonismo, estimulação e auto-orientação) contribuem positivamente para a intenção empreendedora. Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) admite que os valores pessoais estão ligados ao evento desencadeador do empreendedorismo e, ao estudar estes valores de uma forma unitária, permite-me assim formular a quinta hipótese de estudo.

H5: Os valores pessoais ligados às dimensões de “auto-aperfeiçoamento” e de “abertura à mudança” são fatores que influenciam positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

7.2.6. Educação

A ligação entre o nível de educação e o sucesso do empreendedor tem sido uma das relações mais discutidas tanto nas imprensas académicas como nas imprensas populares (Robinson e Sexton, 1994). Um estudo realizado por Millán et al. (2014: 627) concluiu que «*Human capital obtained through education has been shown to be one of the strongest drivers of entrepreneurship performance, irrespective of the measure of the entrepreneur's performance*». De acordo com Robinson e Sexton (1994) a educação tem uma grande influência no empreendedorismo, tendo os mesmos demonstrado que por cada ano de educação aumenta em 0,8% a probabilidade de um indivíduo seguir a carreira empreendedora. Estes estudos vão de acordo ao que Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) afirmou quando considerou que a educação do indivíduo influenciava o evento desencadeador do empreendedorismo, possibilitando assim a formulação da sexta hipótese.

H6: Um maior grau de educação do individuo influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

7.2.7. Idade

Lévesque e Minniti (2011) defendem que a ligação entre a intenção empreendedora e a idade a um nível individual produz consequências involuntárias mas importantes, especificamente, se tudo o resto for semelhante, países que têm a população mais concentrada em faixas etárias jovens ou idosas podem apresentar níveis mais baixos de atividade empreendedora, do que países que têm a idade da população distribuída de uma forma mais equilibrada perto da idade ideal para o início da atividade empreendedora especifica desses países. Um dos fatores que influenciam a que idade os empreendedores iniciam os seus projetos é o equilíbrio entre a experiência ganha com a idade e o otimismo e energia da juventude (Bygrave e Zacharakis, 2011). Embora a intenção de seguir a actividade empreendedora seja mais intensa na idade mais jovem, a maioria dos empreendedores já estabelecidos encontram-se a meio da sua vida laboral (Lévesque e Minniti, 2011). Estes dados permitem assumir que existe relação entre a

idade e o evento desencadeador do empreendedorismo, dando assim origem à sétima hipótese.

H7: A idade do indivíduo influencia o evento desencadeador do empreendedorismo

7.2.8. Género

Vários estudos realizados nas últimas décadas sobre a predominância de géneros no empreendedorismo mostram que, com antecedentes semelhantes, o género masculino predomina sobre o género feminino (Zhang, Zyphur, Narayanan, Arvey, Chaturvedi, Avolio, Lichtenstein, Larsson, 2009).

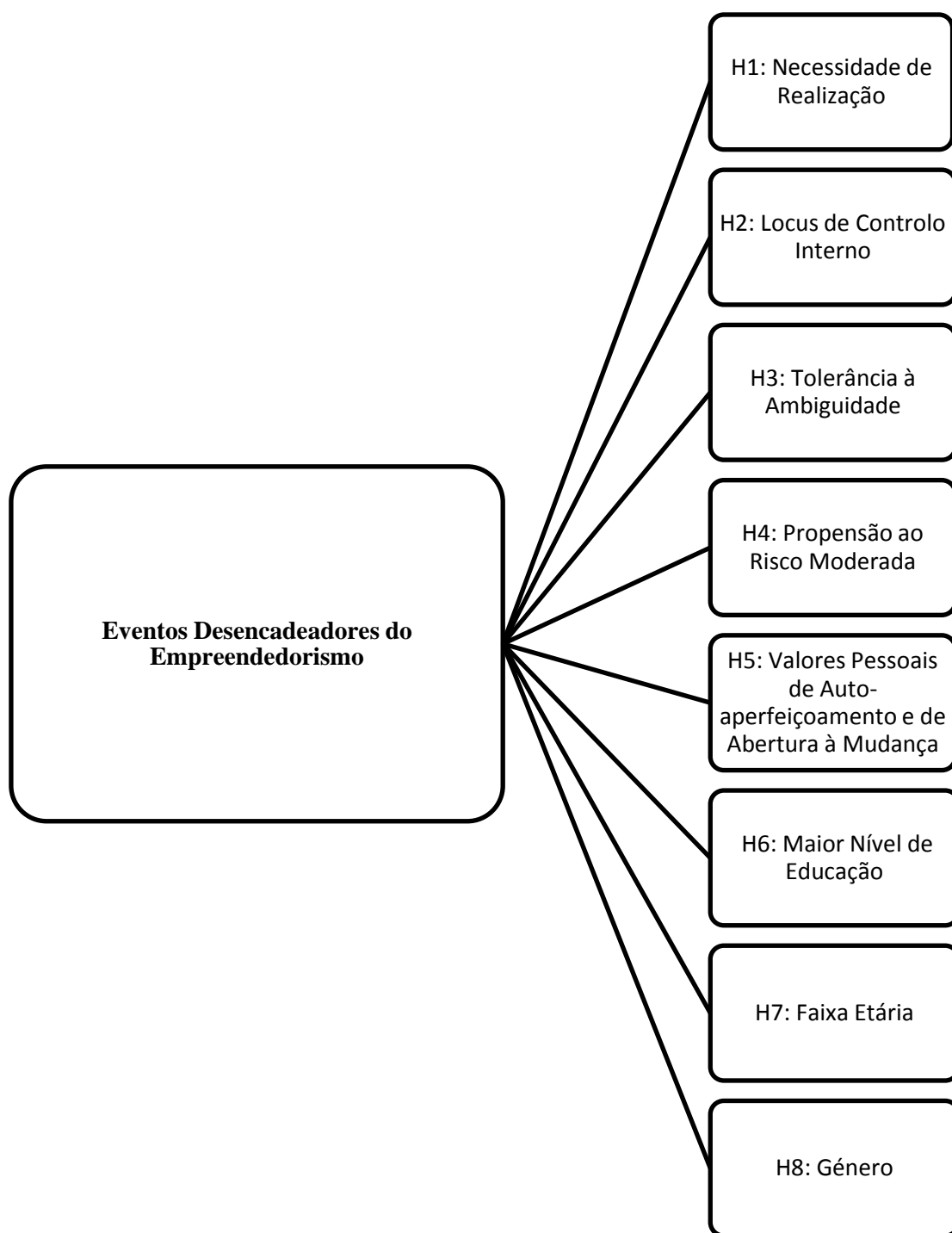
Pesquisas conduzidas antes do ano de 1960 mostram que as mulheres são mais conservadoras que os homens em relação ao risco, sendo a capacidade de correr riscos uma característica identificada pelos investigadores como afeta aos empreendedores (Masters e Meier, 1988). Na década de 90 vários estudos têm provado a existência de semelhanças entre empresários do sexo feminino e masculino em relação a características demográficas, proficiências e algumas características psicológicas (Hagan, Rivchun, e Sexton, 1989 *apud* Brush, 1992)⁴. Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) admite a possibilidade de o género ser influente no evento desencadeador do empreendedorismo, dando origem assim à oitava e última hipótese de estudo.

H8: O tipo de género influencia o evento desencadeador do empreendedorismo

Estas hipóteses de investigação vão ser testadas pelo método empírico previamente explicado, e é esperado que este método tenha a capacidade de testar com fiabilidade estas hipóteses. Na Figura 7.3 está apresentado o modelo conceptual das hipóteses que estão em estudo, com o objetivo de as representar de uma forma visual e de mais fácil compreensão.

⁴ Hagan, O., Rivchun, C., & Sexton, D. (1989). *Women-owned businesses*. New York: Praeger

Figura 7.3 – Conceptualização das Hipóteses de Estudo



7.3. Procedimento

Para alcançar os objetivos propostos por este estudo foram consideradas duas fases de investigação. A primeira fase foi composta pela revisão da literatura existente sobre o empreendedor, o processo empreendedor e as características psicológicas dos empreendedores. Esta revisão permitiu enquadrar teoricamente o problema e apresentar o objeto de estudo. A segunda fase consistiu em pesquisa empírica a partir da recolha de dados. Neste estudo será utilizada a metodologia descritiva por ser um tipo de pesquisa que se preocupa em analisar, registar e interpretar os factos sem qualquer envolvimento do investigador.

7.4. Opções Metodológicas

Os dados primários foram recolhidos através do método de questionário pois era o método de recolha que mais se enquadrava no estudo e também o mais utilizado pelos autores estudados na revisão da literatura. Este questionário foi elaborado com o objetivo de englobar questionários que já tinham sido utilizados com sucesso pelos autores na revisão da literatura e que demonstraram ter índices de consistência que permitiam a sua utilização de uma forma fidedigna. O questionário final e os questionários originais foram entregues a um grupo de teste com cerca de 20 pessoas com fluência em língua inglesa onde foi testado se as perguntas nas diferentes línguas eram compreendidas de forma igual, validando assim o instrumento a utilizar. O questionário foi criado em suporte Google Docs e enviado por e-mail para a população-alvo. Este método de criação do questionário foi escolhido pois permite dentro da mesma ferramenta, criar o questionário, enviar para a população-alvo através de um *link* e receber as respostas num ficheiro à parte que permitia uma fácil transposição para o programa de análise estatística.

7.5. Amostra

A população-alvo deste estudo foram os empreendedores que se encontravam inseridos nas seguintes incubadoras:

- Lispolis
- EDP

- IdeaHub
- StartUp Lisboa
- Madan Parque
- IPN Incubadoras
- Incubadoras da Universidade de Aveiro
- TecLabs

Esta população-alvo foi escolhida devido ao facto de as incubadoras possuírem um elevado número de empreendedores nascentes estando assim estes empreendedores, no processo empreendedor, mais próximos do evento desencadeador do empreendedorismo tornando assim o estudo das características psicológicas mais preciso. Dos 178 inquéritos enviados, 27 não foram entregues aos destinatários, significando assim que apenas chegaram ao destino 151 inquéritos. Destes 151 inquéritos foram recebidas 59 respostas o que significa que 39% da população-alvo respondeu. Destas 59 respostas apenas 44 foram consideradas válidas e aptas a serem analisadas e posteriormente transferidas para o programa de análise estatística.

7.6. Medidas Utilizadas

Para trabalhar estatisticamente os dados recolhidos, foi utilizado o programa IBM SPSS Statistics 20 para Windows 7 devido à sua grande capacidade para a criação de quadros de frequências e de realização de testes de consistência interna. Para servir de medida de teste às hipóteses de estudo vão ser utilizadas escalas de medição dos atributos escolhidos recolhidos na revisão da literatura, pois já foram usadas e comprovadas em vários estudos anteriores e assim aumenta o índice de fiabilidade dos dados recolhidos pelos inquéritos, evitando assim o uso de escalas de criação própria, que além de serem de difícil execução, é necessário vários testes para serem consideradas viáveis. As escalas utilizadas vão ser as seguintes:

7.6.1. Escolha dos dados demográficos

Para a construção das questões relativas aos dados demográficos foram consideradas as características do universo a analisar. Para Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011) existem dados demográficos que influenciam o evento desencadeador do empreendedorismo tais como: a idade, o género e a educação. Para as opções de

resposta em relação à idade foi decidido utilizar um intervalo de 5 anos, garantindo assim um conjunto de respostas curto e específico. Relativamente à educação foi decidido utilizar como escala o Sistema Educativo Português por ser o método oficial do nível de escolaridade em Portugal. Em relação ao género foram admitidas como hipótese de resposta o sexo masculino e o sexo feminino.

7.6.2. Escala propensão ao risco

Para analisar o nível de propensão ao risco da população em estudo, foi decidido utilizar a escala desenvolvida por Meertens e Lion (2008) por ser uma escala curta, de fácil compreensão e com um ótimo índice de confiança interna, como é indicado pelos autores. A escala foi traduzida para português e entregue ao grupo de teste onde foi comprovada a consistência da tradução e confirmada a qualidade da escala.

A escala original é composta por 7 itens, onde 6 itens que requerem que o inquirido indique com que grau concorda, ou discorda, das afirmações, utilizando para esse efeito um intervalo de resposta entre 1- “Discordo Plenamente” e 9-“Concordo Plenamente”, e 1 item que requer que o inquirido indique com que grau se relaciona com o risco utilizando uma escala com um intervalo entre 1-“evito correr riscos” e 9-“Procura correr riscos”.

7.6.3. Escala de Locus de Controlo

Para medir o Locus de Controlo da população foi utilizada a Escala Breve de Levenson proposta por Sapp e Harrod (1993). Esta escala foi construída a partir da escala original de Levenson (1974). A escolha deveu-se principalmente à sua curta extensão que possibilita um menor esforço do inquirido para responder e ao facto de permitir analisar com consistência se o inquirido tem um Locus de Controlo externo ou interno, sendo essa uma informação importante neste estudo. Esta escala foi considerada por Sapp e Harrod (1993) como uma excelente alternativa à escala completa quando o Locus de Controlo não é o principal foco do estudo. Esta escala apresentou bons níveis de consistência interna o que garante a sua fiabilidade. A escala foi traduzida para português e utilizada no grupo de teste onde foi possível confirmar tanto a fiabilidade da tradução como a sua legitimidade.

A escala é composta por 9 declarações onde o inquirido expressa o seu grau de concordância utilizando para esse efeito um conjunto de opções que estão dispostas num intervalo entre 1-“Discordo Plenamente” e 7-“Concordo Plenamente”.

7.6.4. Escala Necessidade de Realização

A escala utilizada para medir a necessidade de realização foi desenvolvida por Lang e Fries (2006) e é uma revisão da escala original desenvolvida por Gjesme & Nygard (1970). A escala original continha 30 itens que media a esperança de sucesso e o medo de falhar, tendo sido validada a sua fiabilidade e consistência interna (Lang & Fries, 2006). A escala revista possui índices de correlação em linha com a literatura e é uma ótima solução para estudos, pois reduz as respostas frustrantes associadas com um número elevado de itens semelhantes (Lang e Fries, 2006). Os primeiros 5 itens medem a esperança no sucesso e os últimos 5 itens medem o medo de falhar (Lang e Fries, 2006). A escala foi traduzida e adaptada para português sendo depois apresentada ao grupo de teste que confirmou a sua fiabilidade e consistência.

A escala é composta por 10 itens onde é pedido ao inquirido para expressar o seu grau de concordância com as afirmações utilizando um conjunto de opções que estão num intervalo entre 1-“Discordo Plenamente” e 4-“Concordo Plenamente”.

7.6.5. Escala de Tolerância à Ambiguidade

Para medir o nível de tolerância à ambiguidade foi utilizada a escala desenvolvida por Herman, Stevens, Bird, Mendenhall e Oddou (2010). Sendo considerada pelos autores como uma ferramenta consistente de avaliação interna e conceptualmente clara (Herman et al, 2010), esta escala foi escolhida também por ser curta e de fácil compreensão. Esta escala foi desenhada para seguir os parâmetros implementados por Budner (1962), e é uma ferramenta útil para medir a tolerância à ambiguidade num contexto multicultural e apresenta uma boa consistência interna (Furnham, 2013). A escala foi traduzida e adaptada para português e testada por um grupo de teste que confirmou a sua fiabilidade e compreensibilidade.

A escala é composta por 12 itens onde o inquirido indica com que grau concorda, ou discorda, com as afirmações, utilizando para o efeito um conjunto de

opções que estão dispostas num intervalo entre 1-“Discordo Plenamente” e 5-“Concordo Plenamente”.

7.6.6. Escala dos Valores Pessoais

A escala utilizada para analisar os valores pessoais dos inquiridos foi a Escala Curta dos Valores de Schwartz criada por Lindeman e Verkasalo (2005). Esta escala foi desenvolvida a partir da escala original de Schwartz (1990) em que substituíram os 57 itens originais por apenas 10 de forma a reduzir o tempo consumido a responder ao inquérito (Lindeman e Verkasalo, 2005). Os estudos efetuados com esta escala revelaram uma boa consistência interna, estabilidade temporal e resultados semelhantes aos obtidos pela escala original, garantindo assim uma alternativa prática para avaliar os valores pessoais da população em estudo (Lindeman e Verkasalo, 2005).

A escala é constituída por 10 itens onde é pedido ao inquirido que indique com que nível se identifica com os valores apresentados, tendo para esse efeito uma conjunto de opções que tem um intervalo entre 0-“Contrário aos meus princípios” e 6-“De suprema importância”.

7.7. Síntese

Neste capítulo foram apresentadas as hipóteses de estudo que vão ser testadas, para comprovar a proposta de Bygrave para o evento empreendedor. Das inúmeras variáveis que Bygrave admite afetarem o evento empreendedor, apenas as variáveis necessidade de realização, locus de controlo, tolerância à ambiguidade, valores pessoais e propensão para correr riscos, foram consideradas características psicológicas válidas para fazerem parte deste estudo. Foram também incluídas neste estudo as variáveis demográficas idades, género e educação por duas razões: a primeira razão deve-se ao facto de estas variáveis permitirem, caso exista necessidade, agrupar os representantes da amostra de uma forma isenta das características psicológicas e assim permitir fazer a relação de como as variáveis psicológicas se apresentam em indivíduos de géneros diferentes, de grau de educação diferentes e de faixa etária diferentes; a segunda razão deve-se ao facto de vários estudos (Lévesque e Minniti, 2011; Robinson e Sexton, 1994; Brush, 1992) defenderem que os fatores demográficos estão diretamente relacionados com as intenções empreendedoras, e por sua vez com o evento empreendedor.

Para que seja possível analisar os dados de uma forma eficaz e com fiabilidade, foram apresentados neste capítulo os métodos que vão ser usados para recolher e para analisar os dados primários, de forma a que seja compreensível o método empírico que este estudo vai utilizar afim de evitar erros na análise e recolha dos dados que possa por em risco os resultados e as conclusões deste estudo.

Por último foram apresentadas as escalas que vão servir de medida aos dados recolhidos, e revelada a forma como se vai testar as hipóteses de estudo com o objetivo de chegar a uma conclusão sobre o tema deste estudo: se a proposta de Bygrave para o evento desencadeador do empreendedorismo é uma proposta válida.

No próximo capítulo irá proceder-se à análise dos dados primários recolhidos pelo método de inquérito que foram posteriormente tratados pelo programa escolhido para o efeito.

8. Análise de Dados

Neste capítulo será realizada a devida análise de dados. Esta será realizada através da análise dos quadros obtidos do tratamento dos dados primários previamente recolhidos pelo método de inquérito. Será também realizado o teste do Alfa de Cronbach para avaliar a fiabilidade dos resultados que foram utilizados neste estudo, pois embora as escalas originais tenham apresentado bons índices de fiabilidade, a tradução das mesmas pode ter alterado esse mesmo índice. Serão apresentados neste capítulo apenas os quadros mais relevantes para uma correta leitura dos dados e a sua posterior discussão, sendo que os quadros remanescentes serão remetidos para anexo, para, caso seja do interesse dos destinatários deste estudo, serem verificados todos os tratamentos estatísticos que foram efetuados à amostra recolhida.

8.1. Caracterização da Amostra

8.1.1. Género

Pelos dados apresentados no Quadro 8.1, podemos verificar que os empreendedores são predominantemente do sexo masculino com um peso de 88,6% do universo estudado.

Quadro 8.1 – Dados Demográficos – Género

	Frequência	%	% Acumulada
Feminino	5	11,4	11
Masculino	39	88,6	100
Total	44	100	

8.1.2. Idade

Considerando os dados apresentados no Quadro 8.2 podemos verificar que a grande maioria dos empreendedores iniciou o seu negócio com menos de 35 anos, representando 77,3% da amostra recolhida. E de realçar o facto de que quanto mais avançamos na faixa etária menor é a frequência apresentada pelos empreendedores,

confirmando que numa amostra a empreendedores nascentes, o número de jovens empreendedores é muito superior.

Quadro 8.2 – Dados Demográficos – Idade

	Frequência	%	% Acumulada
menos de 25 anos	12	27,3	27,3
entre os 25 e os 29 anos	10	22,7	50,0
entre os 30 e os 34 anos	12	27,3	77,3
entre os 35 e os 39 anos	4	9,1	86,4
entre os 40 e os 44 anos	3	6,8	93,2
entre os 45 e os 49 anos	3	6,8	100
Total	44	100	

8.1.3. Educação

Segundo o Quadro 8.3 podemos verificar que quase a totalidade dos empreendedores estudados iniciaram os seus negócios após a conclusão do ensino superior, representando 93,2% da amostra total.

Quadro 8.3 – Dados Demográficos – Escolaridade

	Frequência	%	% acumulada
Curso de Especialização (pós-secundário)	1	2,3	2,3
Ensino Secundário	2	4,5	6,8
Ensino Superior	41	93,2	100
Total	44	100	

Regista-se a ausência neste quadro da variável “Ensino Básico” o que demonstra que nenhum empreendedor possuía apenas este grau de escolaridade aquando da criação do seu empreendimento.

8.2. Variáveis Psicológicas

Após a caracterização da amostra e da apresentação dos dados demográficos será então dado início à análise das variáveis psicológicas que foram propostas para este estudo.

8.2.1. Propensão ao Risco

Analisando os dados da Tabela 8.4 podemos verificar que o valor da média é de 5,42 e o valor dos desvios-padrão indica uma consistência elevada no segundo e terceiro quadril, indicando assim uma grande consistência nas respostas 4, 5 e 6 da escala de Likert escolhida para esta variável. É importante lembrar que a escala de Likert utilizada possui itens de resposta que variam entre 1 e 7.

Quadro 8.4 - Variáveis Psicológicas – Propensão ao Risco

	Média	Desvio Padrão	N
PR_1RC	4,5455	1,95834	44
PR_2RC	3,9545	1,81665	44
PR_3RC	5,1818	1,94425	44
PR_4	6,1136	2,02560	44
PR_5RC	5,1364	1,89971	44
PR_6	6,6136	1,67354	44
PR_7	6,4091	1,51455	44

Analisando estes dados segundo a escala de Meertens e Lion (2008: 1511) que nos indicam que «*Higher scores on the RPS indicate higher risk-seeking propensity*», percebemos que os empreendedores desta amostra apresentam um comportamento moderado em relação a correr riscos. Os elementos PR_1, PR_2, PR_3 e PR_5 foram analisados através da codificação inversa (*reverse-coding*) tal como foi indicado por Meertens e Lion (2008) pois nestes elementos quanto maior fosse o valor dado na resposta maior era a aversão ao risco que indivíduo apresentava, ao contrário dos elementos PR_4, PR_6 e PR_7. A colocação de perguntas com codificação inversa é uma tática bastante utilizada na construção de questionários pois permite testar a fiabilidade das respostas dadas pelos indivíduos que estão a responder a fim de evitar respostas padronizadas.

8.2.2. Tolerância à Ambiguidade

Segundo os dados presentes no Quadro 8.5 podemos perceber que a média total das respostas dadas pelos empreendedores encontra-se num valor central (média = 3,54) e

os desvios-padrão apresentam uma consistência no segundo e terceiro quadril, o que indica uma maior consistência de respostas nas alternativas 2, 3 e 4 na escala de Likert para esta variável. É importante lembrar que esta escala de Likert possui itens de resposta que variam entre 1 e 5.

Quadro 8.5 – Variáveis Psicológicas – Tolerância à Ambiguidade

	Média	Desvio Padrão	N
TA_1RC	3,4091	1,22604	44
TA_2	3,5909	1,10639	44
TA_3	3,8409	1,18013	44
TA_4RC	2,5909	,84408	44
TA_5RC	3,3182	,95899	44
TA_6	3,7727	1,00842	44
TA_7	3,6818	1,00632	44
TA_8	4,3409	,71343	44
TA_9RC	3,2273	1,09680	44
TA_10RC	3,5909	1,16775	44
TA_11RC	3,5455	,92647	44
TA_12RC	2,5682	1,02066	44

Reverendo a escala definida por Herman et al. (2010: 62) que nos indica: «*Reverse-coded items were recoded prior to analysis [itens identificados na tabela pelas letras RC] such that 5 represents a high level of tolerance for ambiguity for all items in the analysis*», percebemos que esta está dividida em 4 partes que visam estudar a tolerância à ambiguidade em várias situações distintas: a primeira é **valorizar diferentes outros** (TA_1RC; TA_2; TA_3); a segunda é sobre a **mudança** (TA_4RC; TA_5RC; TA_6; TA_7); a terceira é relativa a **perspetivas desafiantes** (TA_8; TA_9RC; TA_10RC); a quarta e última visa analisar o a reação ao **desconhecido** (TA_11RC; TA_12RC) (Herman et al. 2010). Aplicando os dados apresentados no Quadro 8.5 à escala de Herman et al. (2010), podemos verificar que em relação ao **valorizar diferentes outros** as respostas dos empreendedores apresentam uma média de 3,54 que, segundo a escala, nos indica que os empreendedores apresentam um tolerância à ambiguidade moderada

quando confrontados com situações em que se encontram rodeados por terceiros com valores diferentes dos seus. Aplicando esta informação ao que foi teorizado por Budner (1962) podemos concluir que os empreendedores não apresentaram de uma forma expressiva uma tolerância, ou intolerância, à ambiguidade em relação à valorização de diferentes outros embora os dados apresentem uma pequena tendência para a tolerância. Em relação ao aspeto da **mudança** os dados apresentam uma média de 3,39 sendo possível retirar a mesma conclusão que no aspeto anterior com a única diferença de que a tendência para a tolerância à ambiguidade em relação à mudança ser um pouco maior daquela encontrada na valorização de diferentes outros. Verificando os dados sobre as **perspetivas desafiantes** verificamos uma média mais baixa que nos aspetos anteriores, com um valor de 3,19 o que continua a indicar uma pequena tendência para a tolerância à ambiguidade dos empreendedores, quando estes são confrontados com perspetivas desafiantes. Por último é estudada a forma como os empreendedores reagem ao **desconhecido** com os dados a indicarem um valor da média de 2,94 para este aspeto, o que nos permite concluir que os empreendedores, em termos da forma como vêm o desconhecido, não apresentam uma tolerância, ou intolerância, expressiva mas é possível perceber que existe uma tendência para a intolerância, que, segundo Budner (1962), indica que os empreendedores demonstram receio para com o desconhecido. Analisando o resultado total das respostas podemos concluir que os empreendedores não demonstram uma tolerância à ambiguidade expressiva, mas apresentam uma pequena tendência para identificarem situações ambíguas como desejáveis.

8.2.3. Locus de Controlo

No Quadro 8.6 estão apresentados os dados relativos ao estudo da variável Locus de Controlo, que tem como objetivo perceber se os empreendedores possuem um locus de controlo interno ou externo. Pelos valores apresentados pelos desvios-padrão é possível afirmar que houve variáveis com uma certa consistência, e outras com menos consistência.

Quadro 8.6 – Variáveis Psicológicas – Locus de Controlo

	Média	Desvio Padrão	N
LOC_1	5,07	1,043	44

LOC_2	4,32	1,377	44
LOC_3	5,41	1,168	44
LOC_4	3,86	1,424	44
LOC_5	3,23	1,553	44
LOC_6	2,82	1,559	44
LOC_7	3,52	1,732	44
LOC_8	2,34	1,539	44
LOC_9	2,48	1,649	44

A escala utilizada para medir o locus de controlo foi criada por Sapp e Harrod (1993) e está dividida em 3 partes distintas: a primeira parte (LOC_1; LOC_2; LOC_3) é relativa ao **controlo interno** e medido de forma a que quanto maior for o valor observado mais elevado será o **locus de controlo interno**, da mesma forma que quando mais baixo o valor observado mais elevado será o **locus de controlo externo**; a segunda parte (LOC_4; LOC_5; LOC_6) analisa a forma como os empreendedores reagem ao **acaso** ou **eventos de sorte** utilizando para isso uma forma de medição contrária ao do controlo interno, ou seja, quanto menor for o valor observado mais elevado vai ser o **locus de controlo interno**, por consequência quanto maior for o valor observado mais elevado vai ser o **locus de controlo externo**; a terceira parte avalia a forma como os empreendedores reagem a **terceiros poderosos** e utiliza o mesmo tipo de medição que a parte anterior, ou seja, quando menor for o valor observado mais elevado será o **locus de controlo interno**, da mesma forma que quanto maior for o valor observado mais elevado vai ser o **locus de controlo externo** apresentado pelo empreendedor. Esta codificação foi explicada por Sapp e Harrod (1993: 541):

Data coding for the items on the locus of control scale was conducted so the higher the scale score, the more perceived internal control, the less the perceived occurrence of chance events, and the less the perceived dependence on powerful others. We therefore expect to find an inverse relationship between the measures of locus of control and perceived risk.

Fazendo o cruzamento entre os dados obtidos no Quadro 8.6 e a escala definida para analisar estes resultados, podemos verificar que o fator **controlo interno** registou uma média de 4,93 o que representa um tendência para a existir um maior controlo interno nos empreendedores; o fator **acaso** apresentou uma média de 3,30 o que indica que os

empreendedores demonstram uma tendência para atribuir pouca importância aos eventos de sorte na forma como estes influenciam a sua vida; o fator **terceiros poderosos** regista uma média de 2,78 o que significa que os empreendedores demonstram uma tendência expressiva para não considerar que terceiros poderosos possam influenciar a sua vida. Analisando as médias obtidas podemos confirmar que existe uma relação inversa entre o **controle interno** e as variáveis **acaso** e **terceiros poderosos** tal como foi indicado por Sapp e Harrod (1993).

8.2.4. Necessidade de Realização

No Quadro 8.7 pode ser observado os dados recolhidos sobre a variável Necessidade de Realização. Neste quadro é visível a consistência com que as respostas foram dadas ao verificar-se os valores assumido pelos desvios-padrão.

Quadro 8.7 – Variáveis Psicológicas – Necessidade de Realização

	Média	Desvio Padrão	N
AM_1	3,57	,587	44
AM_2	3,64	,574	44
AM_3	3,66	,479	44
AM_4	3,68	,471	44
AM_5	3,82	,390	44
AM_6	2,36	,917	44
AM_7	2,23	,743	44
AM_8	2,02	,952	44
AM_9	2,32	,959	44
AM_10	1,98	,849	44

Para se avaliar a variável necessidade de realização foi utilizada a escala criada por Lang e Fries (2006). Esta escala foi dividida em duas partes distintas: a primeira parte (AM_1; AM_2; AM_3; AM_4; AM_5) analisa a **esperança no sucesso** que os empreendedores demonstram; a segunda parte (AM_6; AM_7; AM_8; AM_9; AM_10) avalia o **medo de falhar** dos empreendedores (Lang e Fries, 2006). A codificação utilizada nesta escala para medir a **necessidade de realização** é a seguinte: quanto maior for o valor nos elementos que compõem a **esperança no sucesso**, maior é o nível de necessidade de realização apresentado pelos empreendedores da mesma forma que,

quanto menor for esse valor mais reduzido será o nível de intensidade da necessidade de realização; em relação ao fator **medo de falhar** a medição é feita de forma contrária do fator anterior de modo que quanto maior for o valor registado mais reduzido será a necessidade de realização apresentada pelos empreendedores, da mesma forma que quanto menor for o valor apresentado maior será a necessidade de realização dos empreendedores. Desta forma espera-se uma relação inversa entre a **esperança no sucesso** e o **medo de falhar**. Procedendo agora à análise dos dados do Quadro 8.7, registamos que a média do fator **esperança no sucesso** é de 3,67 numa escala de Likert de 4 itens, o que significa que os empreendedores apresentam uma grande intensidade da variável **necessidade de realização**. Analisando o fator **medo de falhar** verificamos que registou uma média de 2,18 numa escala de Likert de 4 itens, o que significa que os empreendedores não são afetados por este fator e assim confirmam a presença da variável **necessidade de realização**. Os dados obtidos permitem ainda observar a relação inversa entre os fatores **esperança no sucesso** e **medo de falhar** o que permite confirmar a fiabilidade desta escala.

8.2.5. Valores Pessoais

No Quadro 8.8 estão expostos os valores recolhidos para a variável psicológica Valores Pessoais. Estes valores vão ser analisados um a um e não como um bloco como foi previamente realizado nas análises anteriores. Podemos observar, de uma forma geral, que as médias dos vários elementos foram elevadas e os valores dos desvios-padrão permitem verificar uma certa consistência nas respostas dadas.

Quadro 8.8 – Variáveis Psicológicas – Valores Pessoais

	Média	Desvio Padrão	N
PV_1	3,16	1,446	44
PV_2	4,57	1,129	44
PV_3	3,75	1,480	44
PV_4	4,41	1,187	44
PV_5	5,09	,960	44
PV_6	4,23	1,492	44
PV_7	4,73	1,042	44
PV_8	3,48	1,635	44

PV_9	3,57	1,835	44
PV_10	3,80	1,231	44

A escala que vai ser utilizada para verificar estes dados foi criada por Lindeman e Verkasalo (2005) e tem como objetivo verificar a importância que os elementos que compõem os valores pessoais desenvolvidos por Schwartz (2012) têm para os indivíduos, utilizando o critério de medição de que quanto maior for o valor apresentado pela média da variável, maior é a importância dada à mesma pelos empreendedores. É importante lembrar que esta escala utiliza um sistema Likert com valores de resposta a variar entre 0 e 6. Para ser possível avaliar os dados corretamente é necessário relacionar as variáveis do Quadro 8.8 com os valores pessoais desenvolvidos por Schwartz (2012)⁵:

- PV_1 – Poder (Poder Social, Autoridade, Riqueza)
- PV_2 – Realização (Sucesso, Capacidade, Ambição)
- PV_3 – Hedonismo (Satisfação de Desejos, Gozar a Vida)
- PV_4 – Estimulação (Ousadia, Vida Diversificada e Inconstante)
- PV_5 – Auto-Orientação (Criatividade, Liberdade, Independência)
- PV_6 – Universalismo (Justiça Social, Paz Mundial, Igualdade)
- PV_7 – Benevolência (Honestidade, Ajudar os Outros, Lealdade)
- PV_8 – Tradição (Humildade, Aceitar o que a Vida lhe dá)
- PV_9 – Conformidade (Obediência, Autodisciplina)
- PV_10 – Segurança (Segurança Nacional, Ordem Social, Asseio)

Realizada a relação entre as variáveis estudadas e os valores pessoais de Schwartz (2012), torna-se então possível proceder a uma correta análise dos dados: a variável **poder** apresenta uma média de 3,16 o que significa que este valor pessoal não se apresenta de uma forma expressiva nos empreendedores, mas existe uma pequena tendência para ser considerada importante; a variável **realização** registra uma média de 4,57 o que nos indica que este valor pessoal tem um grau de importância relevante para os empreendedores; a variável **hedonismo** apresenta uma média de 3,75 o que significa que é dada alguma importância a este valor pessoal mas não de uma forma expressiva; a variável **estimulação** registra uma média de 4,41 o que nos indica que os

⁵ De forma a manter a coerência e um critério de igualdade da identificação das variáveis em todos os quadros apresentados, foi decidido manter a identificação PV_1, PV_2 etc.

empreendedores consideram este valor pessoal como importante para eles próprios; a variável **auto-orientação** apresenta uma média de 5,09 o que significa que os empreendedores atribuem uma importância elevada a este valor pessoal nas suas vidas, sendo mesmo o valor mais importante para os empreendedores que fazem parte desta amostra; a variável **universalismo** regista uma média de 4,23 o que nos permite assumir que este valor pessoal apresenta um grau de importância alto para os empreendedores; a variável **benevolência** apresenta uma média de 4,73 o que significa que este valor pessoal também possui um grau de importância alto para os empreendedores; a variável **tradição** regista uma média de 3,48 o que nos indica que os empreendedores consideram este valor pessoal como algo importante nas suas vidas mas não lhe atribuem um grau muito acima da média; a variável **conformidade** apresenta uma média de 3,57 o que significa que este valor pessoal também possui um certo grau de importância para os empreendedores mas não de uma forma muito elevada; por fim a variável **segurança** regista uma média de 3,80 o que nos permite assumir que os empreendedores consideram este valor pessoal como importante mas não lhe dão uma importância muito acima da média. Após esta análise, podemos ordenar os **valores pessoais** de uma forma descendente, pelos graus de importância que lhes foram dados pelos empreendedores e assim permitir uma interpretação mais simples:

1. Auto-Orientação
2. Benevolência
3. Realização
4. Estimulação
5. Universalismo
6. Segurança
7. Hedonismo
8. Conformidade
9. Tradição
10. Poder

Schwartz (2012) criou 4 dimensões que tinham como objetivo agrupar os vários valores pessoais base, de forma a ser possível analisar os valores “rivais”. Com os dados obtidos no Quadro 8.8 é possível verificar o valor que essas dimensões apresentam e realizar comparações entre elas: a dimensão **auto-transcendência** representada pelos valores **universalismo** e **benevolência** regista uma média de 4,48 o que significa que

esta dimensão se encontra presente com grande intensidade nos empreendedores; a dimensão **preservação** representada pelos valores **tradição, segurança e conformidade** apresenta uma média de 3,62 o que nos indica que esta dimensão existe com alguma intensidade nos empreendedores mas com pouca relevância; a dimensão **auto-aperfeiçoamento** representada pelos valores **poder, realização e hedonismo** registra uma média de 3,83 o que nos indica que esta dimensão se encontra presente nos empreendedores mas não a uma intensidade muito elevada; por fim a dimensão **abertura à mudança** representada pelos valores **auto-orientação, estimulação e hedonismo** registra uma média de 4,42 o que significa que esta dimensão se encontra presente com uma boa intensidade nos empreendedores. Segundo Schwartz (2012) as dimensões **abertura à mudança** e **preservação** são dimensões rivais, e as dimensões **auto-transcendência** e **auto-aperfeiçoamento** também são dimensões rivais, o que significa que em dimensões rivais, se uma tem um grau de importância elevado a outra tem que ter, por consequência, um grau de importância mais reduzido. Esta premissa é confirmada com os dados obtidos no Quadro 8.8 e como tal esta escala pode ser utilizada como ferramenta para testar a hipótese se os valores pessoais influenciam o evento desencadeador do empreendedorismo.

8.3. Teste à Consistência Interna das Escalas Utilizadas para a Medição das Variáveis deste Estudo

Para que seja possível retirar conclusões fidedignas de estudos empíricos, é de extrema importância garantir que as variáveis que foram analisadas e utilizadas para realizar tais conclusões, tenham tido um suporte com um grau aceitável de fiabilidade confirmado recorrendo ao uso dos mecanismos criados para esse efeito. Para tal foram realizados testes de consistência interna às escalas utilizadas por este inquérito sendo depois comparados aos graus de consistência interna obtidos nas escalas originais, com o objetivo de verificar se as escalas utilizadas neste estudo possuem um grau de fiabilidade aceitável para servirem como base empírica para as conclusões que vão ser retiradas deste mesmo estudo. Como foi indicado no início deste capítulo, vai ser utilizado o Alfa de Cronbach para avaliar o grau de fiabilidade das escalas. É do conhecimento geral que um Alfa de Cronbach com valor superior a 0,6 representa uma consistência interna aceitável, sendo que, a consistência interna das escalas melhora quanto maior for o valor do Alfa de Cronbach obtido. Este teste vai ser realizado

utilizando a ferramenta *Reliability Analysis* do programa IBM SPSS Statistics Version 20 para Windows 7.

8.3.1. Teste de Consistência Interna da Escala Necessidade de Realização

Lang e Fries (2006: 221) afirmaram: «*Internal consistencies (Cronbach's α) were higher than .70 in all samples for both revised scales...*» sendo uma das escalas que foi submetida ao teste de consistência interna a escala que serviu de base para a criação da que foi utilizada para este estudo. Observando o Quadro 8.9 podemos verificar o valor da consistência interna da escala que mede a variável **necessidade de realização**, confirmando assim que a tradução da escala para português manteve a consistência interna em valores elevados, podendo assim admitir que esta escala se encontra em perfeitas condições para servir como prova empírica para o teste da hipótese respectiva e como suporte para as conclusões inerentes.

Quadro 8.9 – Alfa de Cronbach – Necessidade de Realização

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,787	,771	10

8.3.2. Teste de Consistência Interna da Escala Locus de Controle

A escala escolhida para servir como base da escala que foi utilizada para medir a variável **locus de controle**, foi criada por Sapp e Harrod (1993) que, ao realizarem os testes de consistência interna, afirmaram: «*A proposed brief version of Levenson's (1974) scale had reliability coefficients of .58, .65, and .72, respectively, for the Internal, Chance, and Powerful Others dimensions.*». O teste de consistência interna realizado à escala de Sapp e Harrod traduzida para português apresentou índices de consistência interna de 0.74, 0.78, e 0.87, (Quadro X, Apêndice II) respectivamente para as dimensões **controle interno**, **acaso**, e **terceiros poderosos**. No Quadro 8.10 pode-se observar a consistência interna da escala para todos os itens, revelando uma melhoria expressiva na consistência quando comparada com a escala original. Esta melhoria pode

dever-se ao facto de as perguntas em Língua Portuguesa serem de melhor compreensão, permitindo respostas mais céleres e honestas por parte dos inquiridos. À luz destes factos é possível afirmar que esta escala está apta a medir a sua variável respetiva, podendo servir como prova empírica sólida para as conclusões que serão retiradas da sua análise.

Quadro 8.10 – Alfa de Cronbach – Locus de Controlo

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,757	,732	9

8.3.3. Teste de Consistência Interna da Escala Propensão para Correr Riscos

A escala escolhida para servir de base à escala utilizada para medir a variável **propensão para correr riscos**, foi criada por Meertens e Lion (2008: 1513) tendo os mesmos realizado o teste de consistência interna, afirmando: «*The scores from the second sample again yielded an adequate internal reliability coefficient for the RPS ($\alpha = .77$)*». Observando no Quadro 8.11 o valor obtido para a escala utilizada no estudo e comparando-o com o valor obtido por Meertens e Lion, conclui-se que esta escala apresenta um grau de consistência mais baixo que a original. Este facto pode estar relacionado com a tradução que a escala original sofreu para poder ser aplicada noutra população-alvo, sendo possível que as perguntas tenham-se tornado mais difíceis de compreender do que as perguntas originais. Contudo, o valor de 0,53 que esta escala obteve na sua consistência interna não permite que a mesma seja considerada uma prova empírica forte, contudo, visto que esta variável não é o objeto principal do estudo, esta escala continua a permitir retirar conclusões que permitam, pelo menos, considerar como hipótese viável os resultados daqui retirados e incentivar um estudo futuro mais específico sobre esta variável.

Quadro 8.11 – Alfa de Cronbach – Propensão para Correr Riscos

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,528	,529	7

8.3.4. Teste de Consistência Interna da Escala Tolerância à Ambiguidade

Para medir a variável **tolerância à ambiguidade** a escala base, que posteriormente foi traduzida para português a fim de se enquadrar melhor com o âmbito do estudo, foi criada e testada por Herman et al. (2010: 62) que concluíram: «... *coefficient a for the new 12-item scale is 0.73...*». Comparando o resultado obtido por Herman et al. com o resultado observado no Quadro 8.12 podemos verificar que existe uma diferença razoável entre as consistências internas das duas escalas. Como já foi explicado anteriormente, a tradução de uma escala da língua original para a língua oficial da população-alvo pode causar algumas variações na consistência interna. O valor de 0,66 é um valor acima do que é considerado aceitável e como tal, as conclusões retiradas utilizando esta escala podem ser consideradas como uma prova empírica forte para as conclusões que serão retiradas deste estudo

Quadro 8.12 – Alfa de Cronbach – Tolerância à Ambiguidade

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,631	,625	12

8.3.5. Teste de Consistência Interna da Escala Valores Pessoais

A escala escolhida para ser a base da medição da variável **valores pessoais** foi desenvolvida por Lindeman e Verkasalo (2005: 177) que, aquando da publicação da

mesma, afirmaram: «*The new scale had good internal consistency [$\alpha = 0,61$] and temporal stability, the scores obtained with the SSVS were highly correlated with those obtained with the original SVS and with the PVQ*». Comparando o valor obtido por Lindeman e Verkasalo com o valor observado no Quadro 8.13, é possível confirmar a o nível aceitável de consistência interna para a escala utilizada para analisar a sua variável respetiva. Dadas estas informações podemos então concluir que os valores obtidos por intermédio desta escala estão aptos a servir como uma forte prova empírica para as conclusões que serão retiradas da análise desta mesma escala.

Quadro 8.13 – Alfa de Cronbach – Valores Pessoais

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,643	,668	10

8.4. Síntese

Neste capítulo procedeu-se à análise dos dados primários recolhidos pelo método de inquérito, seguindo-se da validação das escalas utilizadas para a medição desses mesmos dados. Foram analisados os dados correspondentes às oito hipóteses de estudo que foram elaboradas no capítulo anterior de uma forma individual, com o objetivo de existir apenas um conjunto de dados para cada hipótese. É de realçar a existência de elementos que foram analisados de uma forma inversa à forma que foram respondidos, como alguns elementos afetos às escalas **propensão ao risco e tolerância à ambiguidade**, pois permite fazer uma análise generalizada a todos os elementos em vez de analisar cada um dos elementos que compõem a escala.

Num estudo com uma componente empírica é de elevada importância que os dados obtidos sejam fidedignos, e como tal procedeu-se à análise do Alfa de Cronbach, que é o método mais utilizado para verificar a fiabilidade de um método de análise estatístico, em todas as escalas de forma a verificar qual era o seu grau de consistência interna. No Quadro 8.14 encontra-se de forma resumida e de fácil perceção dos valores obtidos da análise efetuada.

Quadro 8.14 – Alfa de Cronbach Geral

Escala Utilizada	Valor do Alfa de Cronbach
Necessidade de Realização	0.79
Locus de Controle	0.76
Propensão para Correr Riscos	0.53
Tolerância à Ambiguidade	0.63
Valores Pessoais	0.64

Os quadros presentes neste capítulo são apenas as frequências e médias de cada conjunto de dados para cada variável, pois apenas são necessários esses para testar as hipóteses, e os valores dos Alfas de Cronbach de cada escala utilizada. Todos os quadros que não se revelaram pertinentes para este estudo foram remetidos para anexo para que seja possível consultar todos dados gerados por este estudo.

No próximo capítulo será feita a discussão dos resultados aqui expostos onde serão testadas as hipóteses de estudo previamente criadas. Atendendo ao nível do valor dos Alfas de Cronbach podemos assumir que as conclusões retiradas terão base empírica sólida para todas as variáveis estudadas, exceto para a variável **propensão para correr riscos** que, devido a ter um Alfa de Cronbach abaixo dos 0.60, não terá a mesma base sólida que as demais variáveis, mas continuará a fornecer um contributo importante para o teste das hipóteses. No próximo capítulo espera-se então que seja possível responder à questão inicial do estudo.

9. Discussão

Este estudo tem como principal objetivo testar se a proposta de Bygrave, que apresentava um conjunto de características psicológicas e demográficas diretamente ligadas ao evento desencadeador do empreendedorismo, se aplica aos empreendedores portugueses, tentando assim, de uma forma superficial, perceber se existe um perfil psicológico e demográfico afeto ao indivíduo empreendedor. A revisão da literatura realizada anteriormente encontra várias fontes fidedignas que suportam esta ideia, mas este estudo, além do suporte teórico, vai utilizar dados primários recolhidos pelo método de inquérito para tentar provar empiricamente que existe um conjunto de características psicológicas e demográficas afetadas ao evento empreendedor que podem ser a razão pela qual certos indivíduos avançam no processo empreendedor, enquanto outros não passam da fase do reconhecimento da oportunidade de negócio, tentando assim perceber se é possível identificar potenciais empreendedores que estejam inseridos numa determinada população, antes mesmo de estes iniciarem o processo empreendedor.

Para que seja possível verificar empiricamente esta proposição, foram criadas as hipóteses de estudo referentes a cada variável psicológica e demográfica afeta ao evento desencadeador, sendo depois obtidas, através da literatura, as escalas que apresentavam as melhores condições para medir estas características na amostra da população-alvo. De acordo com a revisão da literatura estas escalas conseguem medir com precisão a intensidade de cada característica psicológica presentes no indivíduo, e como tal, podem fornecer as informações necessárias para testar as hipóteses de estudo criadas para comprovar o contributo de Bygrave.

Neste capítulo será cruzada a informação empírica, recolhida pelo método quantitativo escolhido, com a informação teórica, recolhida pela revisão da literatura sobre o tema, com o objetivo de confrontar as hipóteses de estudo. As hipóteses de estudo serão testadas uma a uma, sendo também apresentada uma interpretação do resultado, ao longo deste capítulo, sendo depois apresentado no fim um resumo destes testes e uma interpretação generalizada sobre os mesmos.

9.1. Teste às Hipóteses de Estudo

Segue-se então o teste às hipóteses de estudo, que terá início pelas características psicológicas seguidas depois pelas características demográficas.

9.1.1. Teste à Hipótese de Estudo 1: A necessidade de realização é uma característica pessoal que influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

De acordo com a revisão da literatura (McClelland, 1961; Collins et al, 2000), a necessidade de realização é uma característica presente nos empreendedores que explica, o porquê de estes preferirem as carreiras que lhes proporcionam a oportunidade de serem os responsáveis directos pelo seu sucesso, criando assim a possibilidade de se sentirem realizados com a própria performance. É de esperar, sendo o empreendedorismo uma opção de carreira que envolve uma alta responsabilidade pessoal sobre os resultados, que os empreendedores apresentem esta característica tal como afirma Bygrave (2011: 52) «... *any would-be entrepreneur must have a need to achieve...*». Para analisar empiricamente esta característica recorreu-se à escala criada por Lang e Fries (2006) que mede a **necessidade de realização** através da análise de dois fatores: **esperança no sucesso** e **medo de falhar**. Tendo em consideração que esta escala utiliza o método Likert com 4 opções de resposta, os indivíduos que apresentem altos índices de necessidade de realização escolherão mais vezes as opções 3 e 4 no fator esperança no sucesso e as opções 1 e 2 no fator medo de falhar, o que significa que os indivíduos com índices mais baixos de necessidade de realização escolherão as hipóteses de uma forma inversa.

A Figura 9.1 apresenta a média das frequências de cada opção de resposta em relação ao fator **esperança no sucesso** enquanto a Figura 9.2 apresenta a média das frequências de resposta em relação ao fator **medo de falhar**. Estes gráficos foram criados a partir da informação recolhida pela análise de dados, e todas as tabelas de frequência pertinentes podem ser consultadas no Anexo II.

Figura 9.1 – Esperança no Sucesso

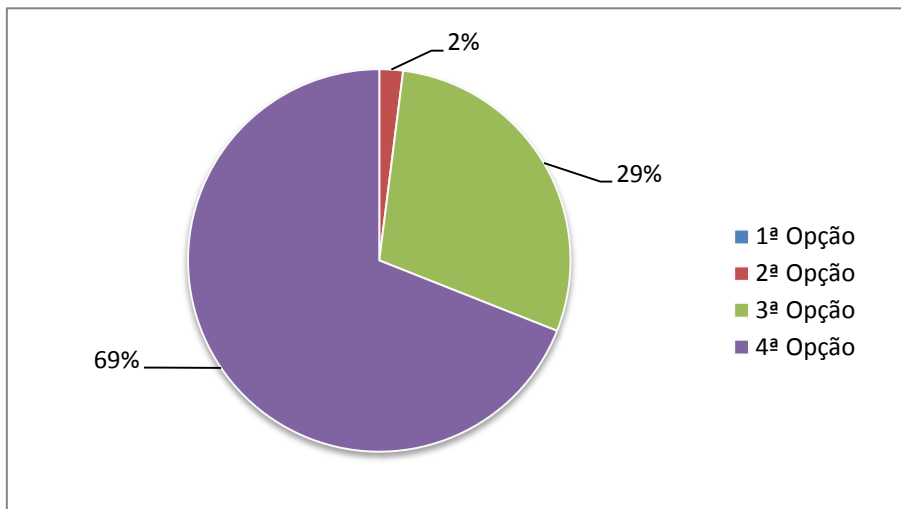
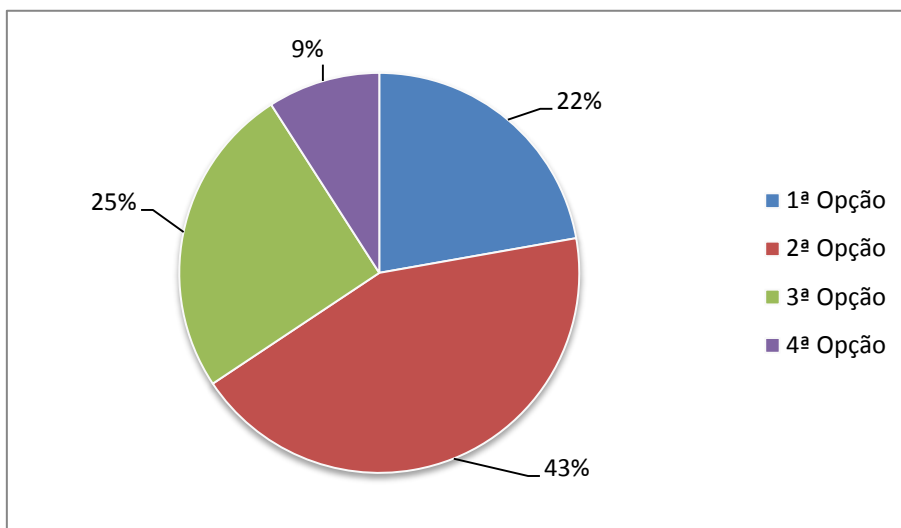


Figura 9.2 – Medo de Falhar



Analisando os dados apresentados é possível observar que 98% das respostas dos empreendedores concentraram-se na 3ª e 4ª opção em relação ao fator **esperança no sucesso**, e que 65% das respostas dos empreendedores concentraram-se na 1ª e 2ª opção em relação ao fator **medo de falhar**. Cruzando estes dados com a escala de Lang e Fries podemos concluir que os empreendedores apresentam um índice alto de necessidade de realização, o que vai ao encontro com a hipótese de estudo criada, ficando então confirmado que a necessidade de realização tem uma influência positiva no evento desencadeador do empreendedorismo.

9.1.2. Teste à Hipótese 2: O locus de controlo interno influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

Através da revisão da literatura foi possível identificar dois tipos de locus de controlo: o locus de controlo interno e o locus de controlo externo (Rotter, 1966). O locus de controlo interno tem sido uma característica psicológica ligada aos empreendedores (Shane et al, 2003), pois é considerada como sendo a razão pela qual os empreendedores acreditam que os resultados dependem das suas próprias ações e não de fatores externos, pressuposto apoiado por Bygrave (2011: 52) quando afirma que «... *entrepreneurs have a higher internal locus of control than non-entrepreneurs...*». Para medir o tipo de locus de controlo, se interno ou externo, foi utilizada a escala de Sapp e Harrod (1993) que se encontra dividida em 3 fatores: **controlo interno**, **acaso**, e **terceiros poderosos**.

Segundo os autores, os indivíduos com um locus de controlo interno têm uma tendência para escolher a 5ª, 6ª, e 7ª opção no factor **controlo interno**, e para escolherem a 1ª, 2ª, e 3ª opção nos fatores **acaso** e **terceiros poderosos**, o que significa que indivíduos com um locus de controlo externo terão a tendência para escolher as opções de uma forma inversa. As Figuras 9.3, 9.4, e 9.5 apresentam os dados para os fatores **controlo interno**, **acaso**, e **terceiros poderosos**, respetivamente.

Figura 9.3 – Controlo Interno

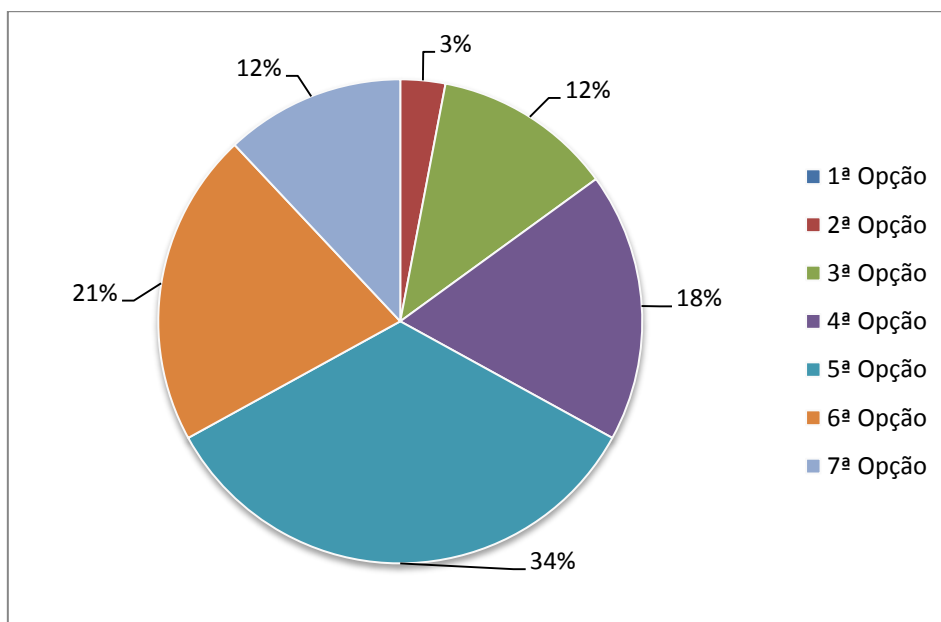


Figura 9.4 – Acaso

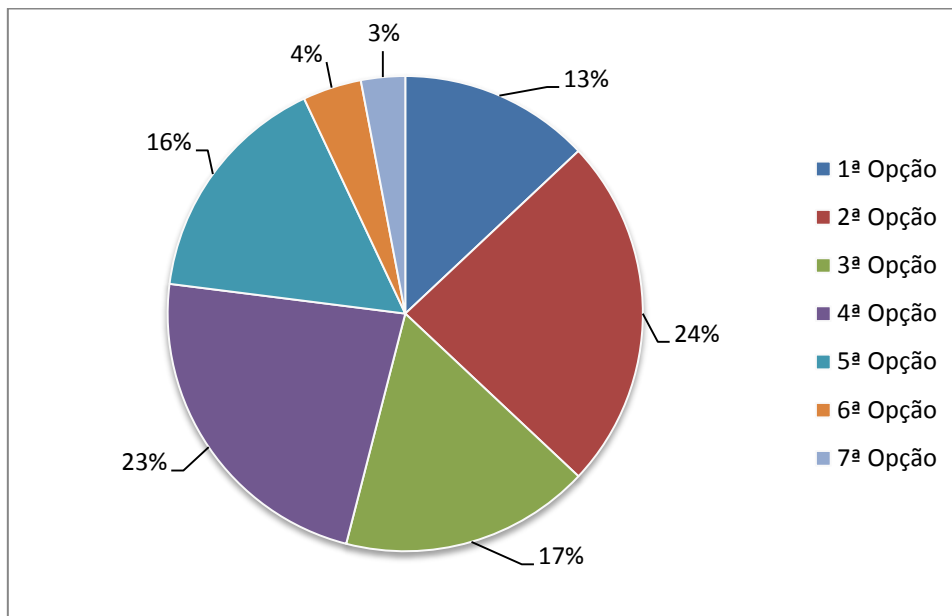
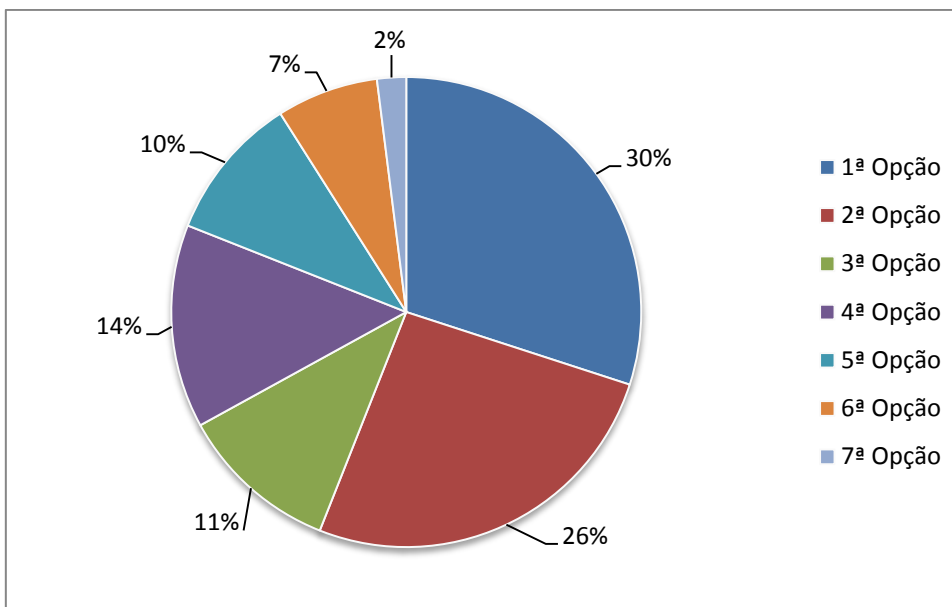


Figura 9.5 – Terceiros Poderosos

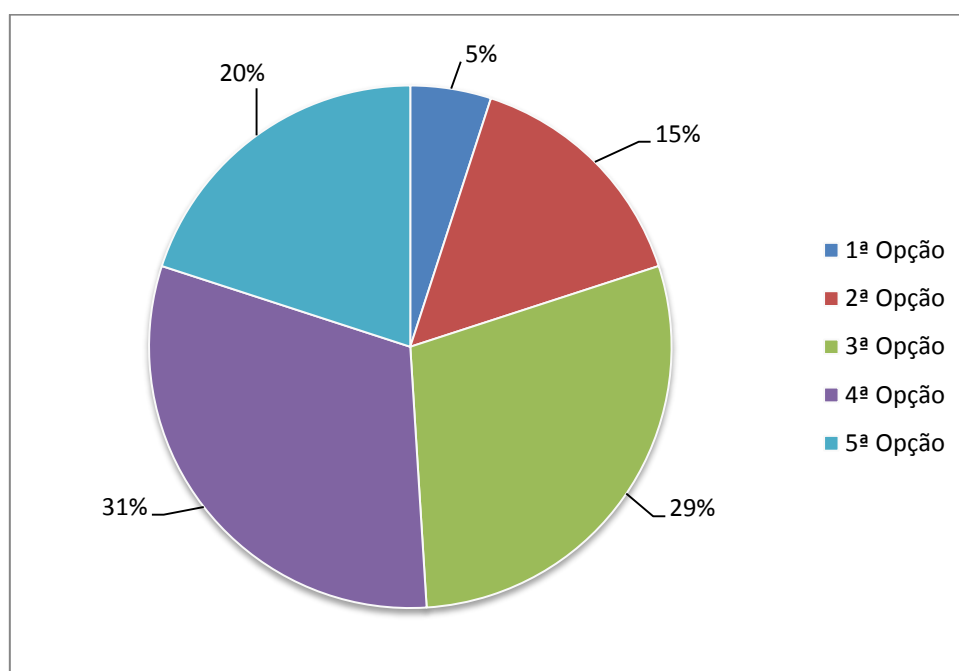


Observando os dados da figura podemos verificar que: 67% dos empreendedores concentraram as suas escolhas nas opções 5, 6, e 7 no fator **controle interno**; 54% dos empreendedores escolheram entre as opções 1, 2, e 3 no fator **acaso**; e 67% dos empreendedores concentraram as suas escolhas nas opções 1, 2, e 3 no fator **terceiros poderosos**. À luz destes factos podemos concluir que os empreendedores apresentam um locus de controlo interno, o que confirma a hipótese que defende que o locus de controlo interno influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo.

9.1.3. Teste à Hipótese 3: A tolerância à ambiguidade é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor

Na revisão à literatura, tolerância à ambiguidade define a forma como os indivíduos reagem em relação ao que lhes é desconhecido, que por sua vez significa que um indivíduo com intolerância à ambiguidade tem a tendência para caracterizar o desconhecido como algo perigoso, enquanto um indivíduo com tolerância à ambiguidade tem a tendência para caracterizar o desconhecido como algo desafiante (Budner 1962). Devido a este pressuposto, vários estudos (Schere, 1982; Koh, 1996) identificaram os empreendedores como indivíduos que possuem uma tolerância à ambiguidade superior à população em geral, pois seguir a carreira empreendedora pressupõe a existência de situações ambíguas onde a informação disponível não permite identificar todos os parâmetros dessas situações. Para medir empiricamente a tolerância à ambiguidade foi utilizada a escala criada por Herman et al. (2010), que foi dividida em 4 factores: **valorizar diferentes outros; mudança; perspectivas desafiantes; e desconhecido**. Como foi explicado no capítulo anterior, os elementos que compõem esta escala foram recodificados de forma a que quanto mais próximas estiverem as respostas da opção 5 maior será a tolerância à ambiguidade dos inquiridos. A Figura 9.6 apresenta o valor da frequência de respostas para cada opção disponível.

Figura 9.6 – Tolerância à Ambiguidade

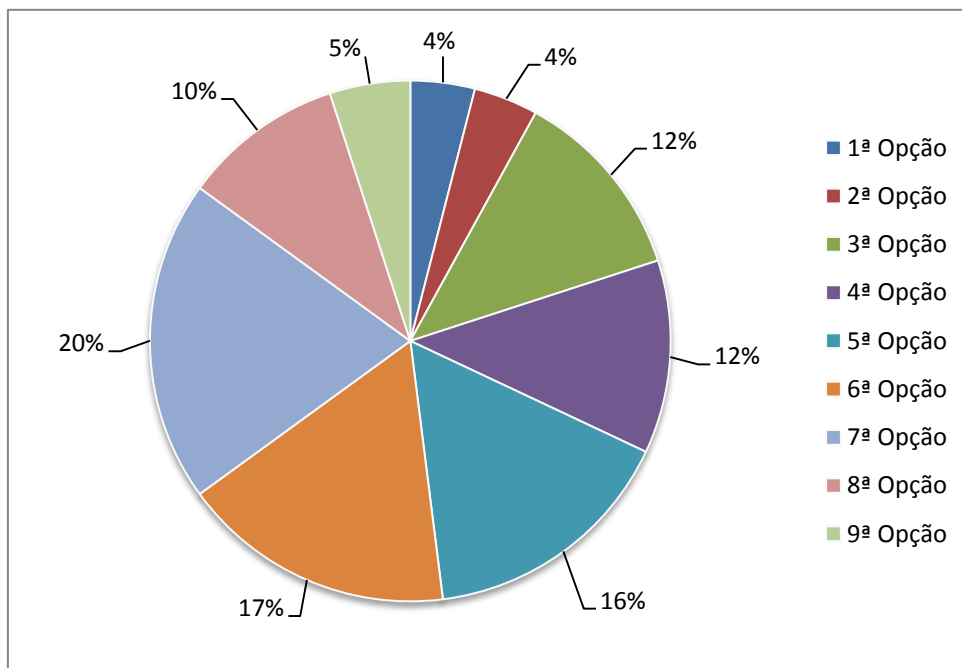


Analisando os dados apresentados na Figura 9.6 podemos observar que: 51% dos empreendedores concentraram as suas respostas nas opções 4 e 5; 29% dos empreendedores escolheram a opção 3 que é a opção intermédia; 20% dos empreendedores concentraram as suas respostas nas opções 1 e 2. Verificando estes valores percebemos que apenas 20% dos empreendedores apresentam uma intolerância à ambiguidade, enquanto 51% dos empreendedores, ou seja a maioria dos inquiridos, revelam tolerância a situações ambíguas, o que permite concluir que os empreendedores, na sua maioria, apresentam tolerância à ambiguidade, o que confirma a hipótese de estudo que defende que a tolerância à ambiguidade é uma característica psicológica presente no evento desencadeador do empreendedorismo.

9.1.4. Teste à Hipótese 4: A propensão moderada para correr riscos é uma característica psicológica necessária para desencadear o evento empreendedor

A revisão da literatura tem mostrado que o empreendedorismo tem sido constantemente relacionado com a propensão para tomar riscos, sendo mesmo uma base teórica de relevo para o estudo do empreendedorismo. (Shane et al. 2003; Brockhaus, 1980; McClelland, 1961). Esta propensão para o risco tem um pormenor ao qual é necessário ter em conta, pois, embora tenha sido demonstrado inúmeras vezes que os empreendedores possuem uma maior propensão para tomar riscos que os não-empreendedores, os empreendedores possuem uma tendência **moderada** para correr riscos, significando que estes têm uma certa tendência para correr riscos contudo não apresentam um comportamento que possa estar relacionado com uma tendência alta para correr riscos (Shane et al. 2003). Para analisar empíricamente o comportamento dos empreendedores em relação à propensão para correr riscos foi utilizada a escala criada por Meertens e Lion (2008), que foi recodificada para que valores de resposta mais próximos da opção 1 indiquem um comportamento averso ao risco, enquanto valores de resposta mais próximos da opção 9 indicam um comportamento bastante propenso para correr riscos, logo as opções de resposta intermédias indicam uma propensão mais moderada para correr riscos. Na Figura 9.7 estão presentes as percentagens de resposta que cada opção registou.

Figura 9.7 – Propensão para Correr Riscos

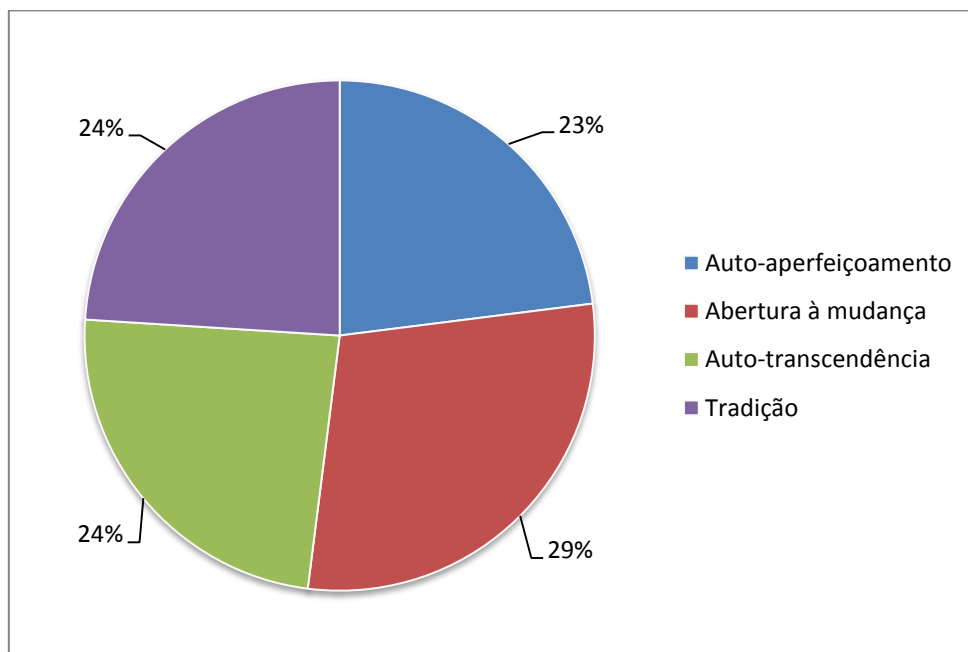


Analisando os dados presentes na figura supra, podemos verificar que: as opções 1 e 2 que correspondem a um comportamento elevado de aversão ao risco registaram apenas 8% da totalidade das respostas; as opções 8 e 9 que correspondem a um comportamento de elevada propensão para correr riscos registaram 15% da totalidade das respostas. As restantes opções que representam uma propensão moderada para correr riscos registaram 77% da totalidade das respostas, das quais 37% apresentam uma tendência para um comportamento mais propenso a correr riscos. Feita esta análise, é possível concluir que a grande maioria dos empreendedores apresentam uma propensão moderada para correr riscos, o que permite confirmar a hipótese de estudo que defende que a propensão moderada para correr riscos é uma característica psicológica necessária para desencadear o processo empreendedor. Contudo é necessário lembrar que esta escala apresentou um grau de consistência interna um pouco abaixo dos níveis aceitáveis, estando contudo acima do nível que impediria a sua utilização, o que significa que esta conclusão pode ser considerada como válida mas necessita de uma revisão futura de forma a confirmar, com uma base mais sólida, as ilações retiradas a partir dos dados fornecido por esta escala. Posto isto, a informação aqui presente permite assumir que existe uma inegável tendência moderada para correr riscos por parte dos empreendedores.

9.1.5. Teste à Hipótese 5: Os valores pessoais ligados às dimensões de auto-aperfeiçoamento e de abertura à mudança, são fatores que influenciam positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

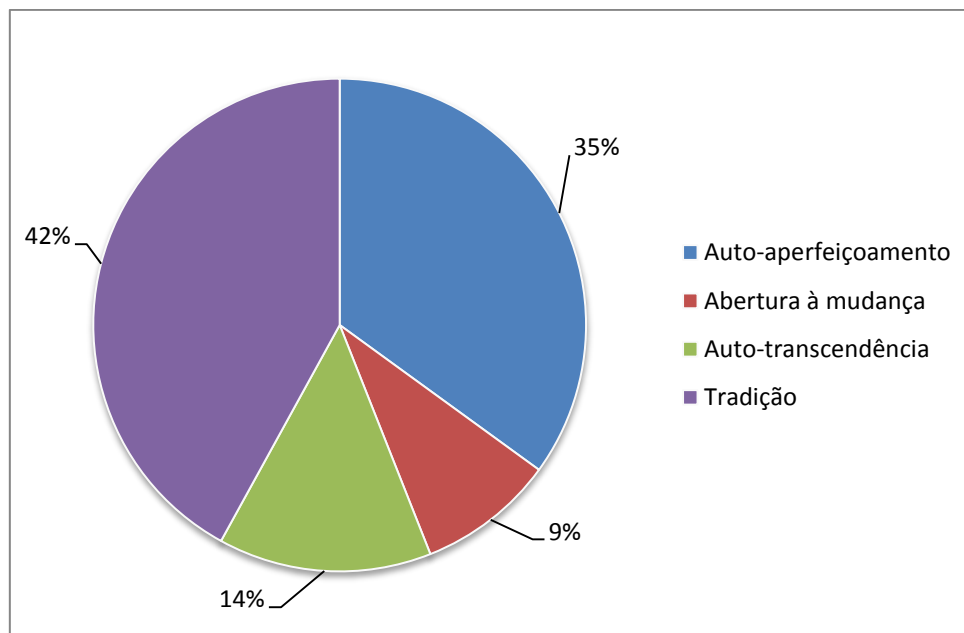
A revisão da literatura identifica certos valores pessoais que se podem tornar princípios de vida (Schwartz, 2012), e que certos valores podem estar diretamente relacionados com a intenção empreendedora presente em alguns indivíduos (Léon et al, 2007). Os valores pessoais que foram considerados como valores base são 10 que se podem agrupar em 4 dimensões distintas: **auto aperfeiçoamento**, **abertura à mudança**, **auto-transcendência**, e **tradição** (Schwartz, 2012). Schwartz (2012) afirma que os empreendedores têm a tendência para atribuir um grau de importância maior aos valores presentes nas dimensões **auto-aperfeiçoamento** e **abertura à mudança**. Para medir o grau de importância que cada empreendedor atribuía a cada valor pessoal, foi utilizada a escala criada por Lindeman e Verkasalo (2005), que mede o grau de importância através de uma escala Likert, onde 0 é considerado de nenhuma importância e 6 considerado de total importância, sendo a opção de resposta 3 significa que o valor possui um grau de importância mediano. A Figura 9.8 apresenta as frequências das respostas 4, 5 e 6 para cada uma das dimensões.

Figura 9.8 – Dimensões dos Valores Pessoais mais Importantes



Examinando os dados supra indicados, podemos verificar que 52% dos empreendedores atribuem importância aos valores pessoais presentes nas dimensões auto-aperfeiçoamento e abertura à mudança. Este valor revela uma pequena tendência para os empreendedores considerarem os valores presentes nestas dimensões como importantes, contudo a diferença apresentada é reduzida. Como foi demonstrado anteriormente, o conjunto de dimensões **auto-aperfeiçoamento** e **abertura à mudança** são rivais das dimensões **auto-transcendência** e **tradição**, como tal se os empreendedores atribuem mais importância às dimensões **auto-aperfeiçoamento** e **abertura à mudança**, consequentemente irão atribuir menor importância às dimensões **auto-transcendência** e **tradição**. A Figura 9.9 apresenta as frequências das respostas 0, 1, e 2 para cada uma das dimensões.

Figura 9.9 – Dimensões dos Valores Pessoais menos Importantes

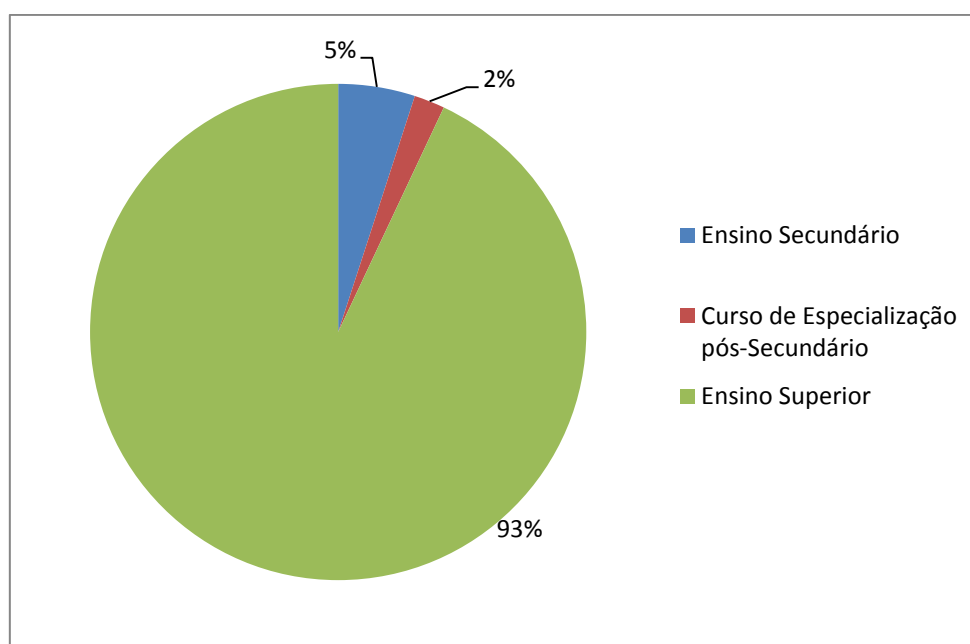


Examinando estes dados, podemos verificar que 56% dos empreendedores atribuem pouca importância às dimensões **auto-transcendência** e **tradição**, o que confirma os dados analisados anteriormente. À luz destes factos podemos concluir que a maioria dos empreendedores atribui um grau de importância elevado aos valores presentes nas dimensões **auto-aperfeiçoamento** e **abertura à mudança**, o que permite confirmar a hipótese de estudo relacionada que defende a influência positiva no evento desencadeador do empreendedorismo dos valores pessoais ligados às dimensões de auto-aperfeiçoamento e de abertura à mudança.

9.1.6. Teste à Hipótese 6: Um maior grau de educação influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo

A relação entre a educação de um indivíduo e a intenção empreendedora tem sido cada vez mais comprovada por estudos específicos desta temática (Robinson e Sexton, 1994). É do senso comum que num mundo onde as inovações se dão a um ritmo cada vez mais elevado e onde a competitividade se torna também ela cada vez mais feroz, que o grau de educação que um indivíduo tem pode ter influência direta na decisão de se tornar empreendedor. Para estudar este efeito, os empreendedores que fazem parte desta amostra foram inquiridos sobre o seu grau académico, na tentativa de perceber se existe um padrão que permita relacionar o empreendedorismo com o grau académico. A Figura 9.10 apresenta a frequência de respostas dadas pelos empreendedores.

Figura 9.10 – Grau Académico



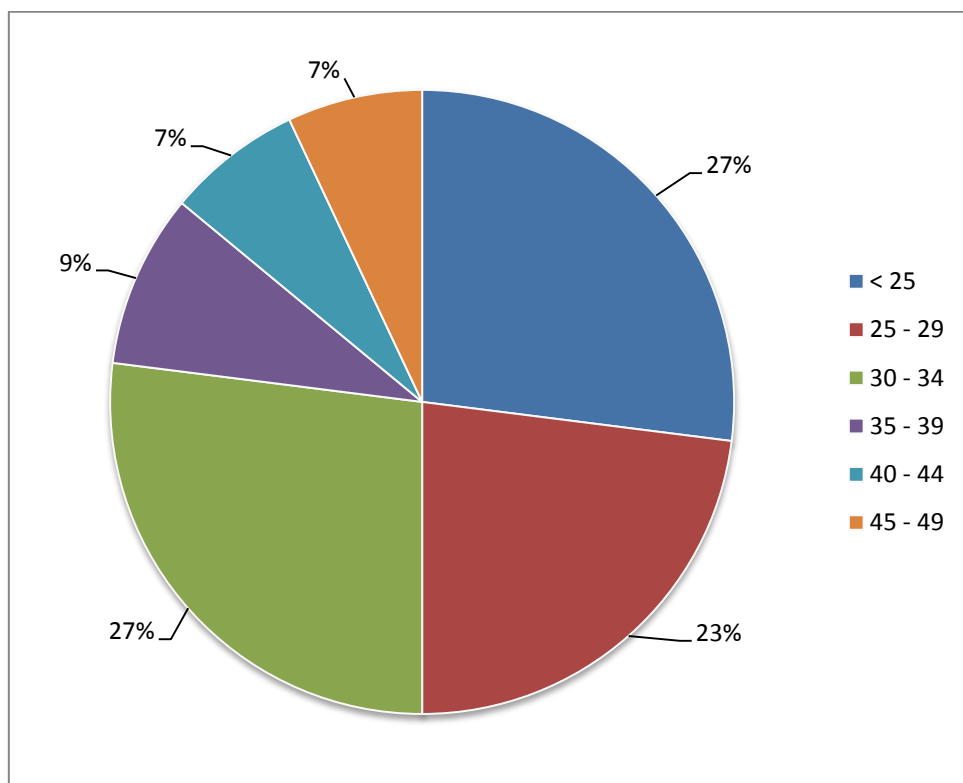
Analisando as informações supra indicadas verificamos que a grande maioria dos empreendedores concluiu o ensino superior, sendo o número de empreendedores que apenas possuíam o ensino secundário, ou um curso de especialização pós-secundário, residual. Nesta amostra não houve nenhum empreendedor que possuía apenas o ensino básico. Com base nestes dados podemos deduzir, devido a existência de um elevado número de empreendedores com um grau de educação elevado em comparação com o número reduzido de empreendedores com um grau mais modesto de educação, que um grau de educação mais elevado contribui para o aumento da intenção empreendedora, e

como tal indivíduos com um maior grau de educação têm mais probabilidade de se tornarem empreendedores. Confirma-se então a hipótese de estudo que defende que um maior grau de educação influencia positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo.

9.1.7. Teste à Hipótese 7: A idade do indivíduo influencia o evento desencadeador do empreendedorismo

Efetuando a revisão à literatura verifica-se que tem existido tentativas de descobrir se existe um intervalo de idades onde a intenção empreendedora se manifesta com uma maior intensidade, e se sim, qual é esse intervalo (Lévesque e Miniti, 2011). Neste estudo foi inquirido aos empreendedores qual era a idade que tinham quando fundaram o seu negócio, pois o evento empreendedor acontece imediatamente antes da implementação do mesmo, para verificar se existe algum padrão que permita retirar conclusões viáveis. Na Figura 9.11 encontram-se a frequência de respostas dadas pelos empreendedores em relação à idade que tinham aquando da criação do seu empreendimento.

Figura 9.11 – Idade

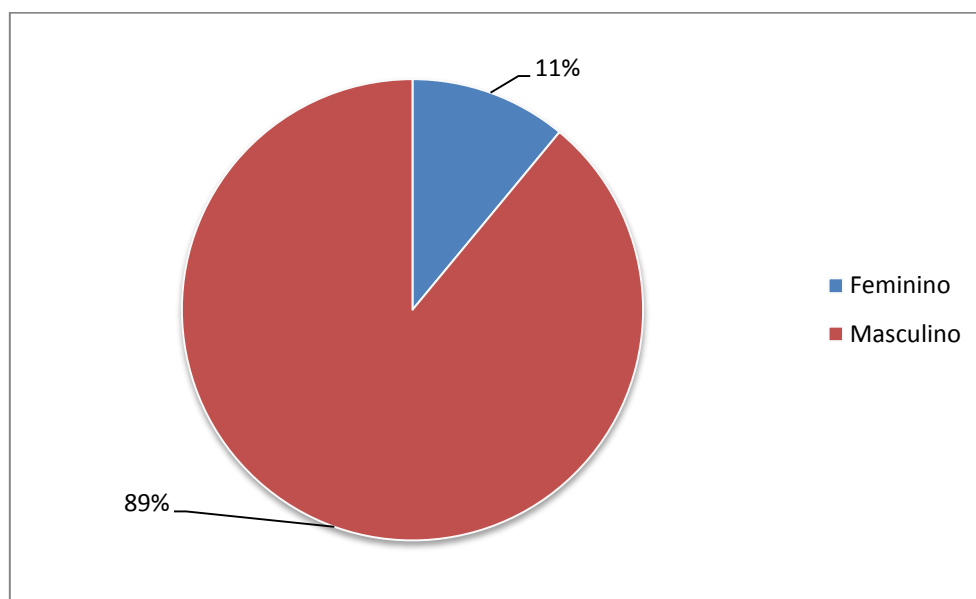


Examinando os dados supra apresentados, podemos verificar que 77% dos empreendedores tinham menos de 35 anos quando criaram os seus negócios. Estes dados permitem deduzir que intenção empreendedora apresenta-se de uma forma mais intensa nos indivíduos que estão no início da fase adulta. O número reduzido de indivíduos que tenham iniciado o seu empreendimento após os 35 anos, permite deduzir que a intenção empreendedora tem tendência para reduzir de intensidade conforme o indivíduo vai avançando na idade. À luz destes factos podemos confirmar a hipótese de estudo que defende que a idade do indivíduo influencia o evento desencadeador do empreendedorismo, tendo mais impacto quando o indivíduo tem menos de 35 anos.

9.1.8. Teste à Hipótese 8: O género influencia o evento desencadeador do empreendedorismo

O papel do género do indivíduo na decisão de se tornar empreendedor, tem sido bastante discutido na literatura sobre o tema (Candida, 1992; Masters e Meier, 1988; Zhang et al, 2009). A predominância do sexo masculino no meio empreendedor serve como prova para indicar que os indivíduos do sexo masculino apresentam uma intenção empreendedora mais intensa que os indivíduos do sexo feminino, e como tal essa intenção empreendedora irá refletir-se no evento desencadeador do empreendedorismo. Na Figura 9.12 estão apresentados a percentagem de empreendedores do sexo masculino e do sexo feminino.

Figura 9.12 – Género



Examinando os dados apresentados na Figura 9.12, podemos verificar que a esmagadora maioria dos empreendedores, inquiridos são do sexo masculino. Estes dados estão em sintonia com os resultados que se têm registado na literatura nas últimas décadas (INE, 2007). Este resultado permite concluir que indivíduos do sexo masculino apresentam uma maior intensidade de intenção empreendedora e como tal fica provada a hipótese de estudo que defende que o género influencia o evento desencadeador do empreendedorismo, sendo também assim identificado o género que se encontra presentes nesta proposição .

9.2. Resultados dos Testes das Hipóteses

Realizados os testes às hipóteses, torna-se agora imperativo consolidar a informação obtida, para que seja possível, de uma forma simples, revelar os resultados desses testes e apresentar uma conclusão final. Os resultados dos testes às hipóteses de estudo permitem então concluir que:

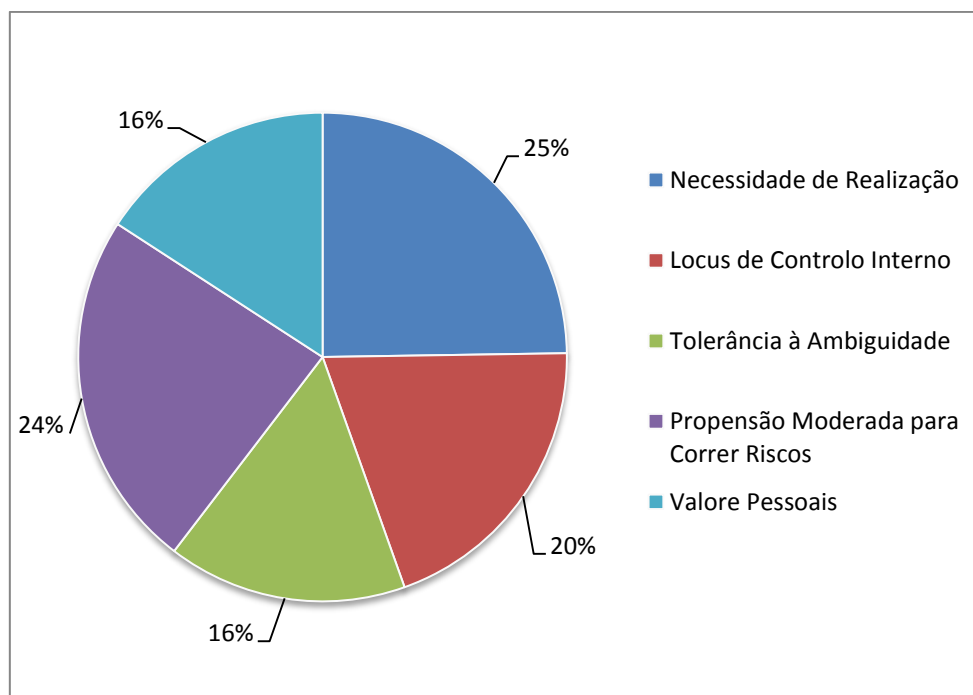
- Os empreendedores são indivíduos que apresentam uma elevada necessidade de realização;
- A grande maioria dos empreendedores revela a existência de um locus de controlo interno;
- Os empreendedores apresentam um tendência para serem tolerantes à ambiguidade;
- Os empreendedores apresentam um comportamento com tendência para correr riscos moderados
- Os empreendedores têm uma tendência para atribuir um certo grau de importância aos valores mais individualistas;
- Os empreendedores apresentam uma tendência para criar os seus negócios antes dos 35 anos;
- Os empreendedores revelam uma tendência para iniciar os seus negócios após a conclusão do ensino superior
- Os empreendedores são maioritariamente do sexo masculino.

Ao cruzar estas conclusões com o que foi proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011), podemos deduzir que o evento empreendedor desencadeia com mais frequência

em indivíduos que apresentem as características que o próprio mencionou, ficando deste modo corroborada a proposta que foi submetida a estudo.

Comprovada a proposta de Bygrave, surge então uma nova questão: “as características psicológicas presentes nos indivíduos afetam de igual forma o evento desencadeador do empreendedorismo, ou existem características que com níveis de intensidade diferentes?”. Para responder a esta questão, foi criado um gráfico, observável na Figura 9.13, com o objetivo de apresentar uma pequena noção da intensidade como cada característica psicológica parece existir nos empreendedores, continuando a ter como base apenas as características psicológicas definidas por Bygrave (2011) para o evento desencadeador do empreendedorismo, excluindo ainda as características demográficas anteriormente identificadas.

Figura 9.13 – Perfil Psicológico dos Empreendedores



Examinando os dados supra mencionados, podemos concluir que existem características que parecem incidir sobre os empreendedores com maior intensidade que outras, como é o caso da necessidade de realização e da propensão para correr riscos moderados, o que possibilita confirmar, embora todas as características tenham a sua importância para o evento desencadeador do empreendedorismo, a existência de características psicológicas que contribuem mais do que outras para a decisão de se tornarem empreendedores, por parte dos indivíduos que reconhecem oportunidades de negócio.

Podemos então concluir que, não só existe um conjunto de características psicológicas que afetam positivamente o desencadear do evento empreendedor proposto por Bygrave (Bygrave e Zacharakis, 2011), como também existem características que afetam com maior intensidade este evento do que outras. Relembrando que estas características existem em toda a população, e como tal não são únicas e exclusivas dos empreendedores, o que parece indicar que, a intensidade com que estas características afetam um indivíduo, pode, de fato, diferenciar um indivíduo empreendedor de um indivíduo que não seja empreendedor, possibilitando assim a criação de um perfil psicológico que consiga identificar os indivíduos com maior propensão para carreira empreendedora.

9.3. Síntese

Neste capítulo procedeu-se ao teste das hipóteses de estudo que visavam comprovar a proposta de Bygrave sobre as características psicológicas e demográficas que se encontram presentes no evento desencadeador do empreendedorismo. A revisão da literatura permitiu ligar estas características à área do empreendedorismo, tendo sido encontrados vários estudos que comprovavam que as mesmas estavam, de algum modo, relacionadas com os empreendedores, tendo sido esse o primeiro passo para a fundamentação teórica das hipóteses de estudo para que estas estivessem aptas a serem testadas empiricamente. Os dados utilizados para testar as hipóteses de estudo foram recolhido pelo método de inquérito, sendo posteriormente apresentados no capítulo anterior os dados mais relevantes, procedendo-se também à verificação da consistência interna das escalas utilizadas. Tendo confirmado tanto a base teórica que suportava as hipóteses de estudo, como as escalas que iam medir os dados recolhidos, procedeu-se então ao teste das hipóteses de estudo com o objetivo de verificar se estas eram verdadeiras, para assim corroborar a proposta de Bygrave. Para testar as hipóteses de estudo recorreu-se a análises estatísticas que verificaram a frequência com que cada uma das opções era escolhida em cada pergunta, sendo que, cada opção estava inserida numa escala que descrevia o impacto que cada opção tinha no resultado final. As respostas dadas pelos inquiridos permitiram então apresentar conclusões sólidas, que por sua vez comprovaram a proposta de Bygrave, reunindo provas empíricas que permitem afirmar a existência de características psicológicas e demográficas que afetam o evento desencadeador do empreendedorismo. Foi também possível neste capítulo,

verificar que as características psicológicas não afetam o evento empreendedor da mesma forma, existindo mesmo características com um grau de intensidade muito superior que outras.

No próximo capítulo serão apresentadas as principais conclusões que este estudo permitiu retirar, sendo também revelada a contribuição que este estudo oferece para comunidade científica. As limitações sentidas neste estudo também vão ser alvo de análise e serão por sua vez também apresentadas.

10. Conclusão

Este estudo procura contribuir para um melhor entendimento de algumas temáticas relacionadas com o empreendedorismo, mais concretamente sobre o evento desencadeador e os fatores psicológicos e demográficos afetos ao mesmo. A influência de fatores psicológicos como a necessidade de realização, a tolerância à ambiguidade, o locus de controlo, a propensão para correr riscos, e os valores pessoais, bem como a influência de fatores demográficos como a idade, o género, e a educação, foram o principal foco deste estudo. Este estudo procurou também ir ao encontro das origens do empreendedorismo, do processo empreendedor, e do evento empreendedor, para que fosse possível perceber quais eram as razões que motivavam um indivíduo a explorar uma oportunidade de mercado através da criação de uma organização, enquanto outros não o faziam tendo reconhecido a mesma oportunidade de mercado. Esta questão levou a criação de várias hipóteses de estudo que tinham como objetivo, em primeiro lugar, verificar a influência de variáveis psicológicas no evento empreendedor, e com que intensidade estas se manifestavam nos empreendedores. Em segundo lugar, verificar a influência de variáveis demográficas no evento desencadeador do empreendedorismo, procurando um padrão que permita definir a generalidade dos empreendedores. Estas hipóteses de estudo, além dos objetivos supra mencionados, tinham como meta principal testar a proposta de Bygrave, aplicando-a numa amostra constituída por empreendedores portugueses. Neste capítulo vão ser apresentadas as conclusões principais deste estudo, as contribuições que este estudo procura dar, e por serão apresentadas também as limitações deste estudo.

10.1. Principais Conclusões

Num país onde a crise económica tem deixado marcas profundas na sua população, principalmente através da diminuição dos rendimentos e do aumento do desemprego, o empreendedorismo surge como uma luz ao fundo do túnel para muitas pessoas. No entanto, seguir a carreira empreendedora não é algo que surge espontaneamente, como tal, é necessário não só compreender como se desenrola o processo empreendedor, como também todos os fatores que afetam esse mesmo processo. Assim sendo, perceber como certas características pessoais afetam a tomada de decisão de alguém se tornar empreendedor, torna-se importante para se compreender melhor o impacto que estas

têm nos indivíduos. A respeito desta temática, este estudo permite tirar conclusões sobre o impacto que as características psicológicas e demográficas têm nos empreendedores e a contribuição das mesmas para a intenção empreendedora em indivíduos que ainda não iniciaram o processo empreendedor. Estas características psicológicas estão presentes em todos os indivíduos quer sejam empreendedores ou não, no entanto os empreendedores apresentam uma intensidade específica destas características psicológicas, que, ao que tudo indica, permitirá diferenciá-los de indivíduos não empreendedores, criando assim um perfil psicológico generalizado a toda a população empreendedora. Os resultados obtidos permitem responder à pergunta inicial do estudo, confirmando assim a proposta formalizada por Bygrave que apresentava um conjunto de fatores pessoais, psicológicos e demográficos, que influenciam positivamente o evento desencadeador do empreendedorismo.

10.2. Contribuições do Estudo

O presente estudo defende a proposta de Bygrave ao apresentar provas teóricas e empíricas que confirmam a existência de certas características psicológicas e demográficas no evento desencadeador do empreendedorismo. As características psicológicas e demográficas que têm sido consideradas na literatura como importantes para o aparecimento da intenção empreendedora nos indivíduos, foram testadas num ambiente uniforme que permitia retirar conclusões com um elevado grau de fiabilidade. O uso de uma amostra constituída apenas por empreendedores permite não só testar a existência das características psicológicas e demográficas, como também avaliar o grau de intensidade com que estas se manifestam. Este estudo permite também concluir que os empreendedores têm um perfil psicológico específico, que influencia a decisão de se tornarem empreendedores, apresentando essas características e a hierarquia com que estas afetam a tomada de decisão. Foi também apresentado neste estudo os valores demográficos que os empreendedores apresentam, o que permite criar um padrão onde a intenção empreendedora dos indivíduos se manifesta com maior intensidade. Este estudo revelou ainda a possibilidade de as características psicológicas apresentadas por Bygrave (2011), poderem apresentar-se nos empreendedores com um grau de intensidade diferente, o que permite admitir que existem características que contribuem mais para a tomada de decisão de alguém se tornar um empreendedor. Estes factos podem ser um contributo importante para descobrir o porque de existirem indivíduos

que reconhecem oportunidades de mercado, mas não criam as organizações para os explorar sendo que, na maioria das vezes, o ambiente é propício para que essas oportunidades de mercado sejam exploradas, sendo que atualmente existem inúmeros apoios financeiros e logísticos para indivíduos que pretendam ser empreendedores. Este estudo tem também como objetivo servir de base para investigações futuras neste tema, apresentando desde já um conjunto definido de características psicológicas e demográficas que podem, e devem, ser alvo de análises mais profundas, para permitir o aumento do nível de conhecimento sobre a área do empreendedorismo.

10.3. Limitações do Estudo

A principal limitação deste estudo está relacionada com a recolha dos dados primários que foram utilizados para a análise estatística e para consequente criação das conclusões, principalmente devido ao método de recolha em si. O método de inquérito por questionário tem inúmeras vantagens em relação à recolha dos dados, pois permite atingir um elevado número de pessoas a um ritmo muito mais rápido que outros métodos quantitativos. No entanto, existem algumas desvantagens que podem adulterar os resultados finais, sendo a principal desvantagem a impossibilidade de ter a certeza se os inquiridos estão a responder às questões de uma forma honesta, ou se estão a responder de uma forma que achem que vá mais ao encontro com o que são as expectativas de quem questiona, sendo também possível os inquiridos poderem estar a responder de forma padronizada, que é sem dúvida o que pode causar mais danos a um estudo que utilize o inquérito por questionário para a recolha de dados. Para minimizar a possibilidade de respostas padronizadas, algumas das opções encontravam-se em codificação inversa, obrigando assim os inquiridos a não responderem de forma idêntica em todas as questões se quisessem manter a coerência, permitindo-me também a possibilidade de identificar os inquéritos respondidos de forma padrão e excluí-los da análise. Nenhum inquérito respondido por indivíduos que não fossem empreendedores foi incluído na análise, nem foi realizado nenhum inquérito a um grupo de controlo, sendo esse um objectivo futuro para complementar este estudo. Torna-se também necessário ter em conta que este estudo tinha como principal foco as características psicológicas dos empreendedores, como tal, estas características podem sofrer alterações conforme o empreendedor se vai afastando temporalmente do momento em que ocorreu o evento desencadeador do empreendedorismo. Estudos posteriores sobre a

temática devem ter em consideração não só a relação existente entre o evento empreendedor e as características psicológicas, como também a forma como estes dois fatores interagem, procurando sempre que possível estudar estas características em indivíduos que se situem temporalmente próximos do momento em que ocorreu o evento desencadeador, pois caso não aconteça, haverá o risco de as características psicológicas terem sido alteradas por eventos negativos e externos ao indivíduo, pois um empreendedor que esteja próximo da falência não apresentará certamente a mesma propensão para correr riscos aquando do início do seu empreendimento, e situações semelhantes a esta podem guiar o investigador por caminhos menos corretos.

11. Bibliografia

- BAUMOL, William J. – Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*. ISSN 0022-3808. 98:5 (1990) 893-921
- BEGLEY, Thomas M. – Using founder status, age of firm, and company growth rate as the basis for distinguishing entrepreneurs from managers of smaller businesses. *Journal of Business Venturing*. ISSN 0883-9026. 10:3 (1995) 249-263
- BEGLEY, Thomas M.; BOYD, David P. – Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*. ISSN 0883-9026. 2:1 (1987) 79-93
- BEUGELSDIJK, S.; NOORDERHAVEN, N. – Personality characteristics of self-employed; an empirical study. *Small Business Economics*. ISSN 0921-898X. 24:2 (2005) 159-167
- BIRD, Barbara – Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*. ISSN 03637425. 13:3 (1988) 442-453
- BRANDSTÄTTER, Hermann – Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*. ISSN 0191-8869. 51:3 (2011) 222-230
- BROCKHAUS, Robert H. – Risk Taking Propensity. *The Academy of Management Journal*. ISSN 0001-4273 23:3 (1980) 509-520
- BROCKHAUS, Robert H. – The Psychology of the Entrepreneur. In **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982. ISBN 0132758261. 39-57
- BRUSH, Candida G. – Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. ISSN 1042-2587. 16:4 (1992) 5-30
- BUDNER, Stanley – Intolerance of ambiguity as a personality variable. *Journal of Personality*. ISSN 0022-3506. 30:1 (1962) 29-50
- BULL, Ivan; WILLARD, Gary E. – Towards a Theory of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. ISSN 0883-9026. 8:3 (1993) 183-195.

- BYGRAVE, William D. – The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and practice*. ISSN 0363-9428. 14:1 (1989) 7-26.
- BYGRAVE, William D. – The entrepreneurship paradigm (II): Chaos and catastrophes among quantum jumps. *Entrepreneurship Theory and Practice*. ISSN 0363-9428. 14:2 (1989) 7-30.
- BYGRAVE, William D.; HOFER, Charles W. – Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*. ISSN 1042-2587. 16:2 (1991) 13-22.
- BYGRAVE, William D.; ZACHARAKIS, Andrew – **Entrepreneurship**. 2ª ed. New Jersey: Wiley, 2011. ISBN 978-0-470-45037-6
- BYGRAVE, William D.; ZACHARAKIS, Andrew – **The Portable MBA in Entrepreneurship**. 3ª ed. New Jersey: Wiley, 2004. ISBN 978-0471271543
- CANTILLON, Richard – **An Essay on Economic Theory**. Auburn: Ludwin von Mises Institute, 2010. ISBN 978-1-61016-001-8
- CARDOSO, Gustavo; ROLDÃO, Vítor; ESPANHA, Rita; PUGA, Pedro; CASTRO, David – *Empreendedorismo e Inovação nas PME'S em Portugal: A Rede PME Inovação COTEC* [em linha] Lisboa: LINI. [18 Out. 2014] Disponível em: http://www.cnel.gov.pt/document/COTEC_estudo_integral.pdf
- COLLINS, Christopher J.; HANGES, Paul J.; LOCKE, Edwin A. – The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*. ISSN 0895-9285. 17:1 (2004) 95-117
- DEMOGRAFIA in *Dicionário da Língua Portuguesa sem Acordo Ortográfico* [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2014. [consult. 2014-11-10 23:58:41]. Disponível na Internet: <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa-ao/demografia>
- FURNHAM, Adrian; MARKS, Joseph – Tolerance of Ambiguity: A Review of the Recent Literature. *Psychology* [em linha] 4:9 (2013) 717-728 [Consult. 25 Ago 2014] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4236/psych.2013.49102>

- GARTNER, William B. – Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American journal of small business*. ISSN 0363-9428. 12:4 (1988) 11-32.
- HERMAN, Jeffrey L.; STEVENS; Michael J.; BIRD, Allan; MENDENHALL, Mark; ODDOU, Gary – The tolerance for ambiguity scale: Towards a more refined measure for international measurement research. *International Journal of Intercultural Relations*. ISSN 0147-1767. 34:1 (2010) 58-65
- HORNADAY, John A.; ABOUD, John – Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Personnel Psychology*. ISSN 0031-5826. 24:2 (1971) 141-153
- ESTATÍSTICA. Instituto Nacional – *Factores de Sucesso das Iniciativas Empresariais* [em linha] Lisboa: INE, 2007 [Consult. 16 Nov. 2013]. Disponível em: http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_estudos&ESTUDOSest_boui=6188890&ESTUDOSmodo=2
- KOH, Hian C. – Testing hypothesis of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*. ISSN 0268-3946. 11:3 (1996) 12-25
- LANG, Jonas W; FRIES, Stefan – A revised 10-item version of the Achievement Motives Scale – Psychometric properties in German-speaking samples. *European Journal of Psychological Assessment*. ISSN 1015-5759. 22:3 (2006) 216-224
- LEVESQUE, M.; MINNITI, M. – Age Matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*. ISSN 1932-4391. 5:3 (2011) 269-284
- LINDEMAN, M; VERKASALO, M – Measuring values with the short Schwartz's value survey. *Journal of Personality Assessment*. ISSN 0022-3891. 85:2 (2005) 170-178
- LLEWELLYN, David J.; WILSON, Kerry M. – The controversial role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education + Training*. ISSN 0040-0912. 45:6 (2003) 341-345
- LEVENSON, Hanna – Activism and Powerful Others: Distinctions within the Concept of Internal-External Control. *Journal of Personality Assessment*. ISSN 0022-3891. 38:4 (1974) 377-383

- MCCLELLAND, David C. – **The Achieving Society**. Nova Iorque: Free Press, 1967. ISBN 978-0029205105
- MEIER, Robert; MASTERS, Robert – Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*. ISSN 0047-2778. 26:1 (1988) 31-35
- MEERTENS, Ree M.; LION, René – Measuring an individual's tendency to take risks: The Risk Propensity Scale. *Journal of Applied Social Psychology*. ISSN 0021-9029. 38:6 (2008) 1506-1520
- MILLÁN, José M.; CONGREGADO, Emilio; ROMÁN, Concepción; VAN PRAAG, Mirjam; VAN STEL, André – The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success. *Journal of Business Venturing*. ISSN 0883-9026. 29:5 (2014) 612-632
- MOORE, Carol – Understanding Entrepreneurial Behavior: A Definition and Model. *Academy of Management Best Papers Proceedings*. ISSN 0065-0668. 8:1 (1986) 66-70
- MORIANO LÉON, Juan Antonio; PALACI DESCALS, Francisco José; MORALES DOMINGUEZ, Francisco J. – The Psychosocial profile of the university entrepreneur. *Psychology in Spain*. ISSN 1137-9685. 11:1 (2007) 72-84
- MORRISON, Alison – A contextualisation of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. ISSN 1355-2554. 12:4 (2006) 192-209
- MURPHY, Patrick J.; LIAO, Jianwen; WELSCH, Harold P. – A Conceptual History of Entrepreneurial Thought. *Journal of Management History*. ISSN 1751-1348 12:1 (2006) 12-35
- NASSIF, Vânia J.; GHOBIL, Alexandre N.; SILVA, Newton S. – Understanding the entrepreneurial process: a dynamic approach. *Brazilian Administration Review*. ISSN 1807-7692. 7:2 (2010) 213-226
- ROBINSON, Peter B.; SEXTON, Edwin A – The effect of education and experience on self-employed success. *Journal of Business Venturing*. ISSN 0883-9026. (1994) 9:2 141-156

- ROTTER, Julian B. – Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*. ISSN 0096-9753. 80:1 (1966) 1-28
- SAPP, Stephen G.; HARROD, Wendy J. – Reliability and validity of a brief version of Levenson's locus of control scale. *Psychological Reports*. ISSN 0033-2941. 72:2 (1993) 539-550
- SAY, Jean-Baptiste – **Traité d'économie politique** [em linha]. 6ª ed. Paris: Institut Coppet, 2011. [17 Maio 2014]. Disponível em:
<http://www.institutcoppet.org/2011/12/09/jean-baptiste-say-traite-deconomie-politique-1803/>
- SCHERE, Jean L. – Tolerance for Ambiguity as a Discriminating Variable Between Entrepreneurs and Managers. *Academy of Management Proceedings*. ISSN 0065-0668. 8:1 (1982) 404-408
- SCHWARTZ, Shalom H. – An overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*. ISSN 2307-0919. 2:1 (2012) 1-20
- SCHWARTZ, Shalom H. – Les Valeurs de Base de la Personne: Théorie, Mesures et Applications. *Revue Française de Sociologie*. ISSN 0035-2969. 47:4 (2006) 929-968
- SCHWARTZ, Shalom H. – Individualism-Collectivism: Critique and Proposed Refinements. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. ISSN 0022-0221. 21:2 (1990) 139-157
- SHAPERO, Albert; SOKOL, Lisa – The Social Dimensions of Entrepreneurship. In **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1982. ISBN 0132758261. 72-90
- SHANE, Scott – **A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus**. Norfolk: Edward Elgar Publishing Limited, 2004. ISBN 1-843-76996-4
- SHANE, Scott; LOCKE, Edwin A.; COLLINS, Christopher J – Entrepreneurial Motivation. *Human resource management review*. ISSN 1053-4822. 13:2 (2003) 257-279

SHANE, Scott; VENKATARAMAN, Sankaran – The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*. ISSN 0363-7425. 25:1 (2000) 217-226.

TASNIM, Rahayu; YAHYA, Salleh; NOR, Mariani M.; SAID, Hamdan; ZAINUDDIN, Muhammad N. – “Are Successful Entrepreneurs Committed or motivated?” A Research Review Synchronizing Commitment, Motivation and the Entrepreneur. *Journal of Entrepreneurship Perspectives*. ISSN 2224-9729. 2:2 (2013) 46-62

WICKHAM, Philip A. – **Strategic Entrepreneurship**. 4.^a ed. Essex: Pearson Education Limited, 2006. ISBN 0-273-70642-X

ZHANG, Zhen; ZYPHUR, Michael J.; NARAYANAN, Jayanth; ARVEY, Richard D.; CHATURVEDI, Sankalp; AVOLIO, Bruce J.; LICHTENSTEIN, Paul; LARSSON, Gerry – The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. ISSN 0749-5978. 110:2 (2009) 93-107

12. Apêndice I – Tabelas de Frequência

genero

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Feminino	5	11,4	11,4	11,4
Valid Masculino	39	88,6	88,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

idade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
entre os 25 e os 29 anos	10	22,7	22,7	22,7
entre os 30 e os 34 anos	12	27,3	27,3	50,0
entre os 35 e os 39 anos	4	9,1	9,1	59,1
Valid entre os 40 e os 44 anos	3	6,8	6,8	65,9
entre os 45 e os 49 anos	3	6,8	6,8	72,7
menos de 25 anos	12	27,3	27,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

escolaridade

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Curso de Especial	1	2,3	2,3	2,3
Valid Ensino Secundário	2	4,5	4,5	6,8
Ensino Superior	41	93,2	93,2	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_1RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	6,8	6,8	6,8
Valid 2	7	15,9	15,9	22,7
Valid 3	14	31,8	31,8	54,5
Valid 4	9	20,5	20,5	75,0
Valid 5	11	25,0	25,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	4,5	4,5	4,5
Valid 2	5	11,4	11,4	15,9
Valid 3	12	27,3	27,3	43,2
Valid 4	15	34,1	34,1	77,3
Valid 5	10	22,7	22,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	9,1	9,1	9,1
Valid 2	1	2,3	2,3	11,4
Valid 3	7	15,9	15,9	27,3
Valid 4	18	40,9	40,9	68,2
Valid 5	14	31,8	31,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_4RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	11,4	11,4	11,4
Valid 2	13	29,5	29,5	40,9
Valid 3	21	47,7	47,7	88,6
Valid 4	5	11,4	11,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_5RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2,3	2,3	2,3
Valid 2	8	18,2	18,2	20,5
Valid 3	15	34,1	34,1	54,5
Valid 4	16	36,4	36,4	90,9
Valid 5	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	13,6	13,6	13,6
Valid 3	10	22,7	22,7	36,4
Valid 4	16	36,4	36,4	72,7
Valid 5	12	27,3	27,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	13,6	13,6	13,6
Valid 3	13	29,5	29,5	43,2
Valid 4	14	31,8	31,8	75,0
Valid 5	11	25,0	25,0	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	13,6	13,6	13,6
Valid 4	17	38,6	38,6	52,3
Valid 5	21	47,7	47,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

TA_9RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	6,8	6,8	6,8

	2	8	18,2	18,2	25,0
	3	14	31,8	31,8	56,8
	4	14	31,8	31,8	88,6
	5	5	11,4	11,4	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

TA_10RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	6,8	6,8
	2	5	11,4	18,2
	3	9	20,5	38,6
	4	17	38,6	77,3
	5	10	22,7	100,0
	Total	44	100,0	100,0

TA_11RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2,3	2,3
	2	4	9,1	11,4
	3	15	34,1	45,5
	4	18	40,9	86,4
	5	6	13,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0

TA_12RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	13,6	13,6
	2	16	36,4	50,0
	3	15	34,1	84,1
	4	5	11,4	95,5
	5	2	4,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0

AM_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	4,5	4,5

	3	15	34,1	34,1	38,6
	4	27	61,4	61,4	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

AM_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	2	4,5	4,5	4,5
Valid	3	12	27,3	27,3	31,8
	4	30	68,2	68,2	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

AM_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	15	34,1	34,1	34,1
Valid	4	29	65,9	65,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

AM_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	14	31,8	31,8	31,8
Valid	4	30	68,2	68,2	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

AM_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	8	18,2	18,2	18,2
Valid	4	36	81,8	81,8	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

AM_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	7	15,9	15,9	15,9
Valid	2	20	45,5	45,5	61,4
	3	11	25,0	25,0	86,4

4	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

AM_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	6	13,6	13,6	13,6
2	24	54,5	54,5	68,2
Valid 3	12	27,3	27,3	95,5
4	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

AM_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	16	36,4	36,4	36,4
2	14	31,8	31,8	68,2
Valid 3	11	25,0	25,0	93,2
4	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

AM_9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	9	20,5	20,5	20,5
2	18	40,9	40,9	61,4
Valid 3	11	25,0	25,0	86,4
4	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

AM_10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	14	31,8	31,8	31,8
2	19	43,2	43,2	75,0
Valid 3	9	20,5	20,5	95,5
4	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_1RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	9,1	9,1	9,1
2	2	4,5	4,5	13,6
3	9	20,5	20,5	34,1
4	5	11,4	11,4	45,5
Valid 5	10	22,7	22,7	68,2
6	5	11,4	11,4	79,5
7	7	15,9	15,9	95,5
8	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_2RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	11,4	11,4	11,4
2	5	11,4	11,4	22,7
3	10	22,7	22,7	45,5
Valid 4	4	9,1	9,1	54,5
5	11	25,0	25,0	79,5
6	5	11,4	11,4	90,9
7	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_3RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	4,5	4,5	4,5
2	2	4,5	4,5	9,1
3	6	13,6	13,6	22,7
4	4	9,1	9,1	31,8
Valid 5	10	22,7	22,7	54,5
6	7	15,9	15,9	70,5
7	9	20,5	20,5	90,9
8	3	6,8	6,8	97,7
9	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	4,5	4,5	4,5
3	2	4,5	4,5	9,1
4	10	22,7	22,7	31,8
5	2	4,5	4,5	36,4
Valid 6	5	11,4	11,4	47,7
7	9	20,5	20,5	68,2
8	10	22,7	22,7	90,9
9	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_5RC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	4,5	4,5	4,5
2	2	4,5	4,5	9,1
3	5	11,4	11,4	20,5
4	6	13,6	13,6	34,1
Valid 5	9	20,5	20,5	54,5
6	9	20,5	20,5	75,0
7	7	15,9	15,9	90,9
8	3	6,8	6,8	97,7
9	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	4,5	4,5	4,5
4	4	9,1	9,1	13,6
5	4	9,1	9,1	22,7
Valid 6	10	22,7	22,7	45,5
7	9	20,5	20,5	65,9
8	9	20,5	20,5	86,4
9	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PR_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	4,5	4,5	4,5
4	4	9,1	9,1	13,6
5	4	9,1	9,1	22,7
6	10	22,7	22,7	45,5
7	16	36,4	36,4	81,8
8	4	9,1	9,1	90,9
9	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

LOC_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	9,1	9,1	9,1
4	6	13,6	13,6	22,7
5	21	47,7	47,7	70,5
6	9	20,5	20,5	90,9
7	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

LOC_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	9,1	9,1	9,1
3	10	22,7	22,7	31,8
4	9	20,5	20,5	52,3
5	13	29,5	29,5	81,8
6	5	11,4	11,4	93,2
7	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

LOC_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	2	4,5	4,5	4,5
4	9	20,5	20,5	25,0
5	11	25,0	25,0	50,0

	6	13	29,5	29,5	79,5
	7	9	20,5	20,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

LOC_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2,3	2,3	2,3
	2	22,7	22,7	25,0
	3	11,4	11,4	36,4
	4	25,0	25,0	61,4
	5	29,5	29,5	90,9
	6	6,8	6,8	97,7
	7	2,3	2,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0

LOC_5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13,6	13,6	13,6
	2	25,0	25,0	38,6
	3	18,2	18,2	56,8
	4	20,5	20,5	77,3
	5	15,9	15,9	93,2
	6	4,5	4,5	97,7
	7	2,3	2,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0

LOC_6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	22,7	22,7	22,7
	2	25,0	25,0	47,7
	3	20,5	20,5	68,2
	4	22,7	22,7	90,9
	5	2,3	2,3	93,2
	6	2,3	2,3	95,5
	7	4,5	4,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0

LOC_7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	15,9	15,9	15,9
2	8	18,2	18,2	34,1
3	5	11,4	11,4	45,5
4	11	25,0	25,0	70,5
5	6	13,6	13,6	84,1
6	6	13,6	13,6	97,7
7	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

LOC_8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	38,6	38,6	38,6
2	12	27,3	27,3	65,9
3	6	13,6	13,6	79,5
4	4	9,1	9,1	88,6
5	3	6,8	6,8	95,5
6	1	2,3	2,3	97,7
7	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

LOC_9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	15	34,1	34,1	34,1
2	15	34,1	34,1	68,2
3	3	6,8	6,8	75,0
4	4	9,1	9,1	84,1
5	4	9,1	9,1	93,2
6	2	4,5	4,5	97,7
7	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PV_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	2,3	2,3	2,3
1	4	9,1	9,1	11,4
2	10	22,7	22,7	34,1
3	12	27,3	27,3	61,4
4	9	20,5	20,5	81,8
5	5	11,4	11,4	93,2
6	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PV_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	4,5	4,5	4,5
3	6	13,6	13,6	18,2
4	11	25,0	25,0	43,2
5	15	34,1	34,1	77,3
6	10	22,7	22,7	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PV_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	2	4,5	4,5	4,5
1	1	2,3	2,3	6,8
2	4	9,1	9,1	15,9
3	11	25,0	25,0	40,9
4	12	27,3	27,3	68,2
5	9	20,5	20,5	88,6
6	5	11,4	11,4	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PV_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	2,3	2,3	2,3
3	12	27,3	27,3	29,5
4	9	20,5	20,5	50,0

	5	12	27,3	27,3	77,3
	6	10	22,7	22,7	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

PV_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	4	9,1	9,1	9,1
	4	6	13,6	13,6	22,7
Valid	5	16	36,4	36,4	59,1
	6	18	40,9	40,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

PV_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1	2,3	2,3	2,3
	2	6	13,6	13,6	15,9
	3	8	18,2	18,2	34,1
Valid	4	8	18,2	18,2	52,3
	5	9	20,5	20,5	72,7
	6	12	27,3	27,3	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

PV_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	1	2,3	2,3	2,3
	3	3	6,8	6,8	9,1
Valid	4	16	36,4	36,4	45,5
	5	11	25,0	25,0	70,5
	6	13	29,5	29,5	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

PV_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	3	6,8	6,8	6,8
	1	3	6,8	6,8	13,6

	2	3	6,8	6,8	20,5
	3	14	31,8	31,8	52,3
	4	7	15,9	15,9	68,2
	5	10	22,7	22,7	90,9
	6	4	9,1	9,1	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

PV_9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	3	6,8	6,8	6,8
1	5	11,4	11,4	18,2
2	2	4,5	4,5	22,7
Valid 3	11	25,0	25,0	47,7
4	9	20,5	20,5	68,2
5	5	11,4	11,4	79,5
6	9	20,5	20,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

PV_10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	4,5	4,5	4,5
2	3	6,8	6,8	11,4
3	14	31,8	31,8	43,2
Valid 4	11	25,0	25,0	68,2
5	11	25,0	25,0	93,2
6	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

13. Apêndice II – Inquérito Utilizado