Universidade da Maia
Departamento de Ciências Empresariais

Análise da Relação dos Fatores que Influenciam a Intenção Empreendedora dos Alunos das Ciências Empresariais

Francisco Rebelo Leal

Mestrado em Gestão de Empresas

Orientador Institucional

Prof. Doutora Eva Cristina Petiz de Freitas Lousã

setembro de 2022

Universidade da Maia

Departamento de Ciências Empresariais

Análise da Relação dos Fatores que Influenciam a Intenção Empreendedora dos Alunos das Ciências Empresariais

Nome: Francisco Rebelo Leal

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Orientadora:

Prof. Doutora Eva Cristina Petiz de Freitas Lousã

setembro de 2022

Francisco Rebelo Leal

39150

Análise da Relação dos Fatores que Influenciam a Intenção Empreendedora dos Alunos das Ciências Empresariais

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Trabalho realizado sob a orientação da

Prof. Doutora Eva Cristina Petiz de Freitas Lousã

Universidade da Maia

setembro de 2022

Dedicatória:

À memória do meu avô.

Agradecimentos:

À minha orientadora, Prof. Doutora Eva Cristina Petiz de Freitas Lousã, pelo seu constante apoio e disponibilidade ao longo da realização de todo este projeto, pois sem a sua ajuda a conclusão do mesmo não teria sido possível.

À minha coordenadora de curso, Prof. Doutora Maria Alberta Couto Cruz Oliveira pela sua disponibilidade e ajuda em aspetos importantes para a conclusão da presente dissertação.

À minha família pelo apoio e incentivo incondicional e por estarem presentes em todos os momentos importantes da minha vida.

À minha namorada por me ter ajudado, incentivado e por fazer parte da minha vida.

Aos meus amigos, em especial ao Diogo Santos Costa, que sempre estiveram ao meu lado para tudo o que eu precisasse e pelo incentivo incondicional.

A todas as restantes pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

Análise da Relação dos Fatores que Influenciam a Intenção Empreendedora dos Alunos das Ciências Empresariais

RESUMO

Este trabalho de investigação identifica diferentes fatores que exercem influência na intenção empreendedora dos alunos de ciências empresariais. Foi desenvolvido um modelo conceptual do estudo com fundamento nas abordagens revistas, incluindo diferentes variáveis independentes, as variáveis de controlo, a variável mediadora e a variável dependente (Intenção Empreendedora), a partir das quais foram formuladas as hipóteses de investigação.

Participaram no estudo 302 estudantes de ciências empresariais da Universidade da Maia, inscritos no ano letivo de 2021/2022. Os dados foram recolhidos através de um questionário disponibilizado através do Google Forms. Os resultados permitiram constatar que as quatro hipóteses formuladas foram empiricamente corroboradas com estudos previamente realizados, ou seja, que a "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", a "Motivação Empreendedora" e o "Suporte Educacional" influenciam positivamente a intenção empreendedora dos alunos. Foi também possível concluir que, a "Envolvente Institucional" medeia a relação entre todas as variáveis independentes e a intenção empreendedora. Contribuições, limitações do estudo e novas pistas de investigação são discutidas.

Palavras-chave: empreendedorismo; intenção empreendedora; alunos.

Analysis of the Relationship of Factors That Influence Entrepreneurial Intention of Business Science Students

ABSTRACT

This research paper identifies different factors that influence business science students' entrepreneurial intention. A conceptual model of the study was developed based on the revised approaches, including different independent variables, the control variables, the mediation variable, and the dependent variable (Entrepreneurial Intention), from which the research hypotheses were formulated.

A total of 302 business science students from the University of Maia, enrolled in the academic year 2021/2022, participated in the study. Data were collected through a questionnaire made available through Google Forms. The results showed that the four hypotheses formulated were empirically corroborated with studies previously carried out, that is, that the "Personal Attitude Towards Entrepreneurship", "Entrepreneurial Motivation" and "Educational Support" positively influence the entrepreneurial intention of students. It was also possible to conclude that the “Institutional Environment” mediates the relationship between all independent variables and entrepreneurial intention. Contributions, study limitations and new avenues of investigation are discussed.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial intention; students.

Índice

INTRODUÇÃO 1

1. REVISÃO DA LITERATURA 5

1.1. Empreendedorismo 5

1.2. Empreendedorismo vinculado à criação, inovação e oportunidades 7

1.3. Empreendedorismo vinculado à economia e mercados 8

1.4. Intraempreendedorismo 10

1.5. Empreendedor 12

1.6. Jovem Empreendedor 13

1.7. Intenção Empreendedora 16

1.8. Atitude Face ao Empreendedorismo 18

1.9. Motivação Empreendedora 19

1.10. Educação para o Empreendedorismo 20

2. METODOLOGIA 24

2.1. Modelo Conceptual do Estudo 24

2.2. Amostra e Procedimentos 25

2.3. Instrumentos de Medida 26

2.4. Propriedades Psicométricas das Escalas 27

2.5. Procedimentos Adotados na Análise de Dados 29

3. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS 30

3.1. Testes de Hipóteses 32

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS 37

CONCLUSÃO 39

Contributos 39

Limitações do Estudo e Novas Pistas de Investigação 40

REFERÊNCIAS 41

ANEXOS 48

Anexo A – Caracterização da Amostra – Idade 48

Anexo B - Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo 49

Anexo C – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Motivação Empreendedora 50

Anexo D – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Envolvente Institucional 51

Anexo E – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Suporte Educacional 52

Anexo F – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Intenção Empreendedora 53

Anexo G – Coeficientes de Correlação de Pearson 54

Anexo H – Regressão Linear Simples - H1 55

Anexo I – Regressão Linear Simples - H2 56

Anexo J – Regressão Linear Simples - H3 57

Anexo K – Regressão Linear Múltipla – H1; H2; H3 58

Anexo L – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre a APFE e a Intenção Empreendedora 59

Anexo M – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre a Motivação Empreendedora e a Intenção Empreendedora 61

Anexo N – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre o Suporte Educacional e a Intenção Empreendedora 63

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo 5
Tabela 2 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo vinculadas à criação, inovação e oportunidades 7
Tabela 3 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo vinculadas à economia e mercados 9
Tabela 4 - Caracterização da amostra 26
Tabela 5 - Análise de Consistência Interna 28
Tabela 6 - Análise da Sensibilidade das Escalas 28
Tabela 7 - Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade para as Variáveis em Estudo 30
Tabela 8 - Coeficiente de Correlação de Pearson para as escalas em estudo 31
Tabela 9 - Regressões Lineares Simples das H1, H2 e H3 32
Tabela 10 - Regressão Linear Múltipla 33
Tabela 11 - Efeitos do Modelo de Mediação - APFE 34
Tabela 12 - Efeitos do Modelo de Mediação - Motivação Empreendedora 35
Tabela 13 -Efeitos do Modelo de Mediação - Suporte Educacional 36

Índice de Figuras

Figura 1 - Modelo Conceptual do Estudo 25

Lista de abreviaturas, siglas e símbolos

ESNA	Europe Startup Nations Alliance
EU	European Union
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
CTeSP	Cursos Técnicos Superiores Profissionais
UMAIA	Universidade da Maia
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin
APFE	Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo
VI	Variável Independente
VM	Variável Mediadora
VD	Variável Dependente

INTRODUÇÃO

Os empreendedores têm vindo a moldar a face dos negócios há décadas, sendo o empreendedorismo uma realidade cada vez mais relevante e discutida nos dias de hoje. Este pode ser visto como a criação de soluções para os diversos problemas que são constantemente enfrentados (Cull, 2006), bem como um mecanismo para impulsionar o crescimento económico de um país (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012).

Atualmente, a humanidade vive num mundo empresarial em constante crescimento, cujas mudanças e desenvolvimento estão diante dos olhos de uma população marcada pela tendência mundial de um número crescente de jovens adultos interessados em moldar e liderar o futuro (Bonnie, Stroud & Breiner, 2015). O mundo tal como o conhecemos precisa de pessoas que possam impulsionar essa evolução ao terem as ideias certas na hora certa, ajudando assim ao progresso para um futuro melhor, e quem melhor para assumir essa responsabilidade do que os jovens, especialmente os que estão de certa forma ligados ao mundo dos negócios. São vários os benefícios associados ao empreendedorismo, tais como "a criação de riqueza e a diminuição do desemprego, produzindo oportunidades de mercado e aumentando o número total de produção de um país" (Kadir & Merican, 2017, p.33). No que diz respeito ao empreendedorismo jovem, este serve não apenas como uma ferramenta de criação de oportunidades de emprego, como também tem um papel crucial no desenvolvimento de diversas aptidões e na promoção da inovação e da resiliência (UKEssays, 2018).

A juventude é um capítulo fundamental na vida de uma pessoa, sendo este marcado por mudanças, pelo amadurecimento e pelo autodesenvolvimento, características estas que irão auxiliar a enfrentar possíveis mudanças e na tomada de decisões em contexto social, pessoal e empresarial. De acordo com Bonnie, (2015), os jovens adultos encontram-se num período crucial onde são tomadas decisões bastante importantes sobre o rumo que pretendem dar à sua vida. É importante ter em consideração que esta geração pode ser vista como a que mais tem a oferecer, pois, na sua globalidade, está disposta a assumir os riscos e responsabilidades necessárias para provar que pode guiar de forma independente a população global para um futuro melhor, dando vida a ideias

e projetos que ajudem a desenvolver a economia e os países como um todo, bem como encontrar as soluções necessárias para solucionar os problemas que são diariamente enfrentados.

De acordo com Kadir e Merican, (2017), apesar dos jovens empreendedores correrem grandes riscos ao dar início a um novo negócio, isto resulta na criação de oportunidades de emprego e impulsiona o crescimento da economia. Apesar de ser algo ousado, a criação destes negócios é também vista como necessário para a estimulação da criatividade (Moi, Adeline & Dyana, 2011).

Atualmente, os jovens sentem mais do que nunca a necessidade de provar do que são capazes, como forma de obter a tão desejada independência e reconhecimento. Como consequência, as intenções empreendedoras dessa faixa etária são maiores do que em qualquer outra. Assim, é possível verificar que as gerações mais jovens têm a intenção de perseguir a ambição de se tornarem empresários, não apenas devido a todos os benefícios a que podem estar sujeitos, mas também aos benefícios para a sociedade, como a resposta às necessidades ou a contribuição para o desenvolvimento mundial (Kadir & Merican, 2017).

Segundo Viguria (2015), independentemente das circunstâncias, o empreendedorismo é percecionado pelos jovens como um meio para alcançar o desenvolvimento a nível social e económico. Assim, de forma que os negócios por estes desenvolvidos possam ter sucesso, é necessário que haja um compromisso sério e ajudas por parte dos governos e do setor privado e financeiro de cada país.

Existe uma cultura empreendedora global em constante crescimento, onde o empreendedorismo é cada vez mais visto como uma escolha de carreira positiva e viável para os mais jovens que, mais do que nunca, demonstram intenções de iniciar os seus próprios negócios, pois embora nem todos estejam destinados a ser empresários, a juventude é a melhor altura para o tentar ser (Jain, 2017).

Este estudo revela ainda ser de elevada pertinência na atualidade, devido, especialmente, às políticas europeias e portuguesas relativamente ao empreendedorismo, visto como “fundamental numa economia de mercado globalizada

e competitiva, enquanto impulsionador do emprego e do crescimento económico, encontrando-se por isso no centro da política económica" (Direção-Geral das Atividades Económicas, s.d.). A União Europeia tem vindo a reforçar a necessidade de fomentar uma cultura empreendedora europeia, através da iniciativa "Small Business Act", a qual visa aprimorar a abordagem política global em relação à atividade empreendedora. Outros apoios às startups europeias passam pela assinatura da declaração "European Startup Nation Standard" e pelo lançamento da "Europe Startup Nations Alliance" (ESNA), uma proposta realizada pelo governo português, que visa servir de apoio ao empreendedorismo através do crescimento de um ecossistema empreendedor a nível europeu e que será permanentemente representada em Lisboa (República Portuguesa, 2021).

Segundo a Portugal SME Fact Sheet 2021, Portugal apresenta um desempenho acima da média da EU (Direção-Geral das Atividades Económicas, s.d.), o que se justifica devido à qualidade das suas empresas e empreendedores com capacidades suficientes para se destacarem em mercados globais (Menezes, 2019). Através da "Estratégia Nacional Startup Portugal +", o governo português tem vindo a demonstrar um grande empenho em estabilizar um "ecossistema empreendedor nacional robusto e eficaz" (Direção-Geral das Atividades Económicas, s.d.), capaz de atrair investidores e ajudar no crescimento das startups portuguesas a nível nacional e internacional.

De acordo com Menezes (2019), até 2025, mais de 50% da força de trabalho será representada por millennials, pelo que é necessário que as empresas façam determinadas alterações à sua cultura e estrutura, de forma a se adaptarem a esta nova realidade e se centrarem mais nos seus profissionais. Em simultâneo, é fundamental que continuem a existir ações por parte do governo que visem a simplificação e redução dos custos do exigente processo de criação de um novo negócio (Menezes, 2019).

O presente estudo visa explorar os principais fatores que exercem influência na intenção empreendedora dos jovens, uma vez que a sociedade de hoje é marcada pela expansão da população jovem que possui as capacidades necessárias para contribuírem positivamente para o desenvolvimento global. Este tema requer especial atenção no

contexto atual, uma vez que uma crescente cultura empresarial a nível global é uma tendência estabelecida. As pessoas mais indicadas para apresentar ideias inovadoras e soluções para os problemas que são enfrentados diariamente, são de facto os alunos familiarizados com o mundo dos negócios e pertencentes à faixa etária que mais está disposta a correr os riscos e assumir as responsabilidades necessárias para impulsionar a economia e o país como um todo.

Assim, de forma a atingir o objetivo acima mencionado, podem ser enunciados objetivos mais específicos, a saber:

i. Analisar a atitude pessoal dos alunos face à sua intenção empreendedora;
ii. Analisar o interesse por parte dos alunos de gestão em se tornarem empreendedores;
iii. Analisar a influência do suporte educacional na intenção empreendedora dos alunos;
iv. Analisar a influência da motivação dos alunos na sua intenção empreendedora;
v. Analisar a influência da envolvente institucional na intenção empreendedora dos alunos.

Este estudo encontra-se estruturado em cinco capítulos. Após este capítulo introdutório, no seguinte, expõe-se fundamentadamente, os diferentes conceitos tratados no decorrer da presente dissertação. Assim, é através da análise e interpretação de outros estudos empíricos que na revisão literária se torna possível contruir uma base concetual sólida para o estudo que está a ser desenvolvido e entender de que forma as diferentes variáveis se relacionam entre si. É também neste capítulo que estão apresentadas as hipóteses de investigação. O segundo capítulo diz respeito à metodologia, no qual estão presentes o método estatístico e o modelo conceptual do estudo, bem como a caracterização da amostra, os instrumentos de medida e os procedimentos utilizados. O capítulo seguinte diz respeito à apresentação dos resultados. De seguida, encontra-se o capítulo com a discussão dos resultados. Por último, serão apresentadas as conclusões de toda a investigação realizada, assim como as contribuições, limitações do estudo e novas pistas de investigação.

1. REVISÃO DA LITERATURA

1.1. Empreendedorismo

Embora não haja uma definição global de empreendedorismo, uma vez que cada autor o vê do seu ponto de vista, todas as definições giram em torno do conceito de tentar desenvolver e gerir um novo negócio com a vontade de lidar com quaisquer riscos ou problemas, de forma a gerar lucro. Conforme afirmado por Mokaya, Namusonge e Sikalieh (2012), existem as mais variadas definições de empreendedorismo, pois existem também numerosas tentativas de definir esse mesmo conceito.

Assim, através da Tabela 1, é possível verificar algumas destas várias definições por diferentes autores.

Tabela 1 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo

Autor	Definição
Varghese (2018)	Criação de uma ou várias empresas, sendo que ao mesmo tempo que esta é construída, é também dimensionada de forma a gerar lucro.
Valerio, Parton e Robb (2014)	Mais do que criar um negócio apenas com o intuito de gerar lucro, refere-se também à transformação do mundo ao resolver os grandes problemas deste, como por exemplo, da identificação de oportunidades e consequente criação de produtos/serviços inovadores, que resultem em soluções e mudanças sociais e económicas. Um dinamizador com o intuito de atingir os objetivos de desenvolvimento económico e social, tendo como bases o emprego, crescimento, inovação e equidade.
Obschonka (2016)	Um processo fundamental não apenas para a criação de empregos e para a inovação, como também pelo facto de refletir como a superação pessoal e a assunção de riscos contribuem para a mudança social.
Volkmann, et al. (2009)	Com uma enorme importância no contexto atual devido às diferentes crises financeiras presentes por todo o globo, este proporciona um caminho a seguir de forma a resolver os diferentes desafios do século XXI, através da criação de

	empregos, da estruturação de um desenvolvimento sustentável e de um crescimento económico renovado, bem como da promoção do bem-estar humano. Permite a qualquer indivíduo de qualquer nível da sociedade a serem donos do seu próprio destino. Responsável ainda pela criação de oportunidades que contribuem para o crescimento económico e para a evolução pessoal e profissional de cada pessoa. Aptidão do indivíduo em transformar ideias em ações, sendo assim, uma competência fundamental, ajudando também os jovens a serem mais criativos e terem mais autoconfiança no que empreendem. Diz respeito não apenas à criação de novos empreendimentos, mas também ao crescimento, criatividade e inovação, ou seja, embora impulsione o crescimento económico de um país, está ainda ligado a um conjunto de competências importantes como a criatividade e a inovação.
Liang e Yuen (2012)	Representa um caminho a seguir de forma a atingir não só a prosperidade, como também a liberdade.
Klapper et al. (2010)	Diferentes ações tomadas por um indivíduo ou por um grupo, destinadas a dar início a atividades económicas nos diversos setores, sob a forma legal de negócios.
Mokaya, Namusonge e Sikalieh (2012)	Percecionado como a constante examinação do ambiente, a identificação de oportunidades de negócios, bem como dos recursos necessários para as implementar e, por último, a emancipação de uma empresa que cresça ao gerar lucro. Embora seja baseado em diferentes oportunidades ou necessidades e independentemente da motivação de cada um, o empreendedorismo é visto como uma opção viável de carreira.
Yetisen et al. (2015)	Oferece comércio a uma escala global, capital e investimento internacional, redes de abastecimento intercontinentais, migração de talentos e ainda a expansão de economias que têm por base o conhecimento.

Tendo em conta as definições acima apresentadas, é também importante esclarecer o facto de que o empreendedorismo pode ser visto a dois níveis distintos. A nível social, este processo desempenha um papel importante na criação de empregos, na inovação e também no desenvolvimento económico e social, mas quando se refere ao mesmo a nível individual, o qual é abordado na presente dissertação, este pode ser entendido como a profissão de eleição para muitas pessoas que pretendam começar o seu próprio negócio inovador e fazer o mesmo crescer, bem como, uma forma dos indivíduos participarem e moldarem a vida socioeconómica da sociedade (Obschonka, 2016). De qualquer forma, o empreendedorismo capacita qualquer indivíduo de qualquer nível da sociedade a ser dono do seu próprio destino. Este é responsável pela criação de oportunidades que contribuem para o crescimento económico e para a evolução pessoal e profissional de cada pessoa. (Volkmann, et al., 2009).

As primeiras definições, algumas delas datadas do século XVIII, utilizavam o termo a nível económico com o intuito de descrever o processo de assunção de riscos associados à compra a preços certos e venda a preços incertos. Porém, o conceito passou a não ser mais visto apenas como compra e venda, já que as definições mais recentes passaram a envolver também a criação de novas empresas e que o empreendedor é o fundador destas, na descrição do processo empreendedor (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012).

1.2. Empreendedorismo vinculado à criação, inovação e oportunidades

Através da Tabela 2 é possível constatar que o empreendedorismo está, muitas vezes, vinculado à criação, inovação e ao aproveitamento máximo das oportunidades, e como tal, existem também várias definições referentes a esta vertente.

Tabela 2 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo vinculadas à criação, inovação e oportunidades

Autor	Definição
Stuart e Sorenson (2005)	A primeira etapa no processo de criação de um novo negócio por parte de um empreendedor passa pela identificação e perseguição de uma boa oportunidade, a qual provém da criatividade deste em descobrir uma nova forma de atender a uma necessidade.
Shane e Venkataraman (2000)	A atividade empreendedora diz respeito à descoberta e exploração de oportunidades que se demonstrem lucrativas.
Mokaya, Namusonge e Sikalieh (2012)	O empreendedorismo pode ser visto como o processo de encontrar oportunidades lucrativas e utilizá-las para preencher qualquer necessidade de mercado que não esteja a ser satisfeita ou tornar mais eficiente o já existente.
van Praag e Versloot, (2007)	O empreendedorismo cria benefícios consideráveis no que diz respeito, por exemplo, à geração de emprego ou a inovações.
Comissão das Comunidades Europeias (2003)	O empreendedorismo tem um papel impulsionador no crescimento, na criação de emprego, na inovação e também na competitividade, pois é através deste que novas e inovadoras ideias se podem transformar em negócios de sucesso nos diferentes setores ao mesmo tempo que permite possibilitar a pessoas desfavorecidas a criação de empregos para si mesmas e encontrar um lugar melhor na sociedade.
Varghese (2018)	O processo empreendedor deve envolver um estudo minucioso, bem como a avaliação das diversas fontes de oportunidades, sendo que os traços de personalidade de cada indivíduo tornam este processo único.
Schoof (2006)	A atividade empreendedora passa pelo reconhecimento de oportunidades, a partir das quais é possível criar valor e todo o processo de aproveitamento dessa oportunidade.
Valerio, Parton e Robb (2014)	O empreendedorismo pode ser tido em conta como o processo de identificação de oportunidades de forma a criar valor e as ações tomadas com base nessas oportunidades.

1.3. Empreendedorismo vinculado à economia e mercados

De acordo com a maioria dos autores, existe uma conexão direta entre os mercados e a economia em geral com o empreendedorismo, uma vez que este tem vindo a ser considerado como o principal dinamizador do desenvolvimento empresarial e económico (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012). Na Tabela 3, são expostas as definições referentes a este tema por diferentes autores.

Tabela 3 - Autores e Respetivas Definições de Empreendedorismo vinculadas à economia e mercados

Autor	Definição
Ireland, Hitt e Sirmon (2003)	É necessário explorar diferentes oportunidades empresariais, pois estas contribuem positivamente para os esforços da empresa em tentar formar vantagens competitivas sustentáveis ao mesmo tempo que geram riqueza.
Varghese (2018)	É através da atividade empreendedora que as pessoas geram riqueza, reunindo os recursos necessários ao mesmo tempo que exploram oportunidades de mercado.
Mangundjaya (2013)	O empreendedorismo representa um instrumento bastante relevante na promoção do crescimento económico e no desenvolvimento de um país, pois para além do aumento dos empregos devido à sua contribuição económica, este atende também às necessidades individuais dos empreendedores.
Valerio, Parton e Robb (2014)	O empreendedorismo manifesta-se de várias formas na economia, pois inclui ambas as atividades económicas formais e informais. Está vinculado às necessidades económicas urgentes a nível mundial, desde a criação de empregos à redução da pobreza, ou seja, a atividade empreendedora é vista como a maior fonte individual de crescimento de novos empregos nas diferentes economias globais.
Cull (2006)	Comparativamente à população em geral, os empreendedores são vistos como os responsáveis pela criação de capital social e artístico, bem como da riqueza financeira.

Klapper, et al. (2010)	O empreendedorismo assegura a continuidade da dinâmica da economia de mercado, sendo que quanta maior for a taxa de entrada de novos negócios, maior será a concorrência e consequentemente o crescimento económico.
van Praag, e Versloot (2007)	Os negócios desenvolvidos por empreendedores, na maioria das vezes, crescem mais rapidamente do que outros, pois, para além destes crescerem proporcionalmente mais rápido do que outras empresas, a longo prazo, as empresas empreendedoras geram um aumento exponencial de empregos.
Hisrish, Peters e Shepherd (2017)	o papel desempenhado pela atividade empreendedora tem uma importância bastante elevada não só na criação e crescimento dos negócios, como no crescimento e prosperidade de diferentes regiões.
Schoof (2006)	O empreendedorismo é atualmente cada vez mais visto e respeitado como um método e estratégia valiosa na criação de postos de trabalho e no melhoramento dos meios de subsistência e independência económica dos mais jovens.

1.4. Intraempreendedorismo

Apesar de o intraempreendedorismo ser considerado por alguns como um tipo de empreendedorismo e, por isso mesmo, possuir muitas das características comportamentais importantes deste mesmo, como a iniciativa e a procura de oportunidades (Bosma, Stam & Wennekers, 2010), enquanto o intraempreendedorismo é realizado no contexto de uma organização já estabelecida, o empreendedorismo diz respeito a uma atividade independente (Adachi & Hisada, 2017; Parker, 2011). Dito isto, cada vez mais reconhecido como de igual importância relativamente ao empreendedorismo tradicional, o intraempreendedorismo é crucial tanto para o crescimento e capacidade de uma empresa gerar lucros (Adachi & Hisada, 2017), como para que seja possível o aumento do nível de inovação e produtividade das organizações (Félix, 2013).

Para Parker (2011), o intraempreendedorismo, também conhecido como empreendedorismo corporativo, diz respeito ao desenvolvimento de um novo negócio

dentro de uma organização já existente, de forma, tal como o empreendedorismo, a explorar uma nova oportunidade para gerar valor, sendo assim, ambos responsáveis pelo crescimento económico e social. Na mesma linha de pensamento, Carloto (2017) define este conceito como as inovações a nível de novos produtos, serviços ou processos, realizadas por colaboradores de uma organização, a partir de uma estrutura já existente, as quais têm um papel importante em ajudar os gestores a renovar, inovar e melhorar o desempenho das suas organizações (Parker, 2011). Posto isto, importa salientar a posição de Bosma, Stam e Wennekers (2010) referente às limitações do intraempreendedorismo, pois estas podem existir e ser impostas devido à hierarquia da organização, bem como pelo seu contexto e incidir sobre a iniciativa individual de um colaborador.

Segundo Nassif, Andreassi e Simões (2011), é considerado um intraempreendedor um indivíduo que dentro da sua organização perseguem oportunidades independentes dos recursos por si controlados. Por sua vez, Nandan, London e Bent-Goodley (2015), definem intraempreendedores como "agentes de mudança proativos", capazes de reconhecerem oportunidades em acontecimentos aparentemente sem importância, mas com potencial para a criação de valor.

É necessário nutrir intraempreendedores dentro das organizações, e como tal, de acordo com Nandan, London e Bent-Goodley (2015), permitir a tomada de riscos, através do equilíbrio dos interesses da organização e a disponibilização de fundos, para que as equipas de inovação possam ser criadas e consequentemente apresentem propostas de novos projetos aos administradores da empresa (Nandan, London & Bent-Goodley, 2015), pois um intraempreendedor pode ser visto como um colaborador inovador e criativo capaz de atingir diferentes metas estabelecidas pela organização a que pertence (Kansikas & Murphy, 2010). De acordo com o que foi mencionado, Aparicio, Turró e Noguera (2021) afirmam que as empresas têm vindo a desenhar cada vez mais, estratégias ligadas à mentalidade empreendedora dos funcionários, o que consequentemente incentiva a ação empreendedora.

1.5. Empreendedor

Atualmente, o empreendedorismo é visto como uma opção de carreira viável por pessoas com diferentes empregos, objetivos e experiências passadas (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012). van Praag e Versloot, (2007) argumentam que os empreendedores são pessoas autónomas ou proprietárias de uma empresa onde o tamanho ou idade da mesma não é considerado como um fator decisivo. Estes geram uma elevada criação de emprego, bem como o crescimento da produtividade e da produção e comercialização de inovações com uma elevada qualidade (van Praag & Versloot, 2007). Não é surpresa que sejam cada vez mais as pessoas que escolham carreiras empreendedoras, pois estas aparentam oferecer as maiores recompensas a nível económico e psicológico (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012).

Dentro da mesma linha de pensamento, segundo Green (2013), os empreendedores são responsáveis pela criação de emprego, aumento da inovação e concorrência e são ainda responsivos às possíveis mudanças nas oportunidades e tendências económicas, sendo capazes de ajudar as pessoas mais desfavorecidas a saírem da exclusão social a que estão sujeitas. Estes, conforme afirmam Mokaya, Namusonge e Sikalieh (2012, p.132), são vistos como "indivíduos que dão sentido e versão ao empreendedorismo", e também como aqueles que são capazes de inovar, assumir riscos e criar valor através da criação de novos produtos e serviços. Uma declaração ainda mais completa dos mesmos autores afirma que um empreendedor, acima de tudo, pode ser visto como um inovador capaz de reconhecer e aproveitar as oportunidades que surgem, transformando-as em ideias viáveis. É também alguém que é capaz de acrescentar valor através de dinheiro, tempo e esforço e que assume os riscos do mercado competitivo como forma de implementar as suas ideias e receber os resultados adequados. (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012).

De acordo com o ponto de vista de Hisrish, Peters e Shepherd (2017), estes pretendem procurar certas oportunidades, de forma a entrar em novos mercados com a oferta de novos produtos.

1.6. Jovem Empreendedor

São inúmeras as razões pelas quais os jovens decidem abrir uma empresa. Este fenómeno pode estar relacionado com as circunstâncias de vida de cada um, bem como com as suas atitudes, objetivos e interesses pessoais (Schoof, 2006). Embora os mais jovens sejam tratados na generalidade como parte da população adulta, o seu potencial empreendedor, bem como as contribuições para o progresso económico e social são subestimados (Schoof, 2006). É, porém, importante referir que esta mentalidade tem vindo a mudar ao longo dos anos à medida que os jovens empreendedores são cada vez mais reconhecidos como um bem valioso por todas as suas contribuições para a sociedade e para o mundo em que vivemos. Apesar dos seus motivos pessoais para se tornarem empresários, tanto os adultos como para as gerações mais novas encontram-se no mesmo patamar, pois como indica Volkmann, et al. (2009), os jovens tornam-se empresários pelos mesmos motivos que os adultos, quer seja por necessidade ou por tentar capitalizar uma oportunidade encontrada.

Os jovens não investem apenas o seu tempo e esforços no tão popular empreendedorismo económico, como também estão cada vez mais envolvidos noutras abordagens empresariais, como empreendedorismo social, intraempreendedorismo, e empreendedorismo público (Schoof, 2006). Comum a todas estas abordagens, é, de acordo com Volkmann, et al. (2009), o facto de o empreendedorismo jovem estar envolvido na criação de riqueza, quer monetária, quer social, através da aplicação do pensamento criativo como forma de atender às necessidades do consumidor. Dito isto, é possível afirmar que o empreendedorismo é muito apelativo aos jovens adultos por um grande número de razões. Este é cada vez mais aceite como um meio importante para aumentar os rendimentos dos jovens (Schoof, 2006), pois possibilita a abertura de mais portas no mercado de trabalho, o que leva à redução das taxas de desemprego e da pobreza. Por outras palavras, o empreendedorismo possibilita o potencial económico dos jovens.

Os empreendedores mais jovens que conseguiram obter sucesso nas suas carreiras, demonstram-se disponíveis a aprender e fazer cada vez mais, vontade esta, que se for nutrida e aproveitada, traduz-se numa grande vantagem competitiva (Medal, 2016),

pois comparativamente com as gerações mais velhas, na maior parte das vezes, os jovens adultos têm menos a perder, principalmente a nível financeiro, caso um negócio não corra como esperado (Thomson, 2010), o que os torna mais dispostos a assumir os riscos que consideram necessários. De acordo com Chowdhury (2011), a adolescência e os anos seguintes, são o período da vida de uma pessoa em que os riscos, para quem pretende ser um empreendedor, são muito menores, pois embora começar um negócio numa idade tão jovem possa ser um ato apavorante para alguns, é certamente algo muito mais assustador para alguém mais velho com muito mais a perder. Ainda comparativamente a empreendedores mais velhos, as gerações mais jovens possuem mais tempo para, se necessário, aprender diferentes lições e até mesmo começar de novo (Thomson, 2010), pois, para além de ser jovem poder significar um maior tempo para tentar novamente, significa também que todo o processo empreendedor pode ser mais bem concretizado (Entrepreneurship Interviews, 2016).

É importante referir que os mais jovens possuem ou encontram-se a desenvolver, na sua globalidade, algumas características-chave de um bom empreendedor, as quais serão certamente úteis ao longo da vida, tais como proatividade, inovação, altos níveis de tolerância à ambiguidade e maior disposição para assumir riscos, o que consequentemente levam a uma maior independência e autocontrolo (Mangundjaya, 2013).

Devido ao crescente mundo online, as gerações mais jovens demonstram cada vez mais vantagens aquando do começo de um negócio, tais como a capacidade de realizar conexões importantes rapidamente, principalmente através de redes sociais e outras plataformas online, o que apenas se tornou possível nos anos mais recentes (Chowdhury, 2011). Ji (2018), reforça a ideia de que a tecnologia é, atualmente, um fator importante a ter em consideração, uma vez que facilita o processo empreendedor, sobretudo aos mais jovens, que provaram ao mundo ser a geração mais empreendedora e tecnologicamente experiente.

Por outro lado, todos os empreendedores, independentemente da idade, enfrentam os seus próprios desafios (Thomson, 2010). Apesar de todas as vantagens de iniciar um

negócio numa idade jovem, é necessário dar resposta a vários desafios, o que consequentemente significa que existem vários receios em escolher o empreendedorismo como opção de carreira (Mangundjaya, 2013). Entre os fatores mais reconhecidos que influenciam o sucesso dos empreendedores, encontra-se o acesso ao financiamento (Valerio, Parton & Robb, 2014), o qual, de acordo com Stuart e Sorenson (2005), restringe o empreendedorismo mais do que qualquer outro fator. Assim, segundo Gordon (2019), os empreendedores mais jovens encontram-se, na sua maioria, numa situação de instabilidade financeira, razão pela qual estes devem assegurar uma boa reputação entre possíveis investidores e outros empreendedores (Matsuda, 2012), pois encontrar os financiamentos necessários é um desafio a superar (Thomson, 2010). Na mesma linha de pensamento, Green (2013), afirma que os financiadores podem-se encontrar reticentes em relação à viabilidade de um jovem empreendedor e do seu negócio, uma vez que estes normalmente carecem dos recursos humanos e financeiros, bem como do capital social necessário para estabelecer um negócio de sucesso.

Alguns autores consideram que um outro grande desafio enfrentado pelos jovens empreendedores são as importantes decisões que devem ser tomadas por estes, principalmente as decisões em ambientes incertos com uma elevada pressão em termos de tempo e altos investimentos (Hisrish, Peters & Shepherd, 2017). De acordo com Cull (2006), a decisão mais importante a ser tomada por qualquer empreendedor é a escolha do tipo de negócio que este pretende desenvolver, embora, segundo o mesmo, a maioria dos empreendedores dê pouca atenção ao aspeto referido. Dito isto, existem diversas variáveis que influenciam essa mesma escolha, tais como fatores ambientais como a família, a educação e experiências profissionais (Mangundjaya, 2013). Assim, é ainda importante referir que muitas das vezes o caminho escolhido não é o correto, o que pode, consequentemente, levar ao fracasso (Thomson, 2010).

Em conformidade com Thomson, (2010), o maior problema para os empreendedores mais novos, é a falta de experiência, mas mesmo que estes falhem na sua primeira tentativa, devem tentar novamente, pois é apenas através de vários fracassos que, na sua maioria, os empreendedores mais experientes alcançaram o sucesso (Amari, 2016).

Qualquer empreendedor necessita de ser capaz de navegar entre os diferentes obstáculos que possam encontrar de forma a alcançar a tão esperada prosperidade.

1.7. Intenção Empreendedora

Existem várias fontes de inspiração através das quais podem surgir as mais variadas ideias para um negócio, mas, apesar disso, é necessário que o indivíduo tenha intenção de pôr as ideias em prática (Dear & Shane, 2003). De acordo com Krueger et al. (2000), a intenção empreendedora é considerada um comportamento planeado por quem planeia no futuro desenvolver e implementar o seu próprio negócio inovador (Moi, Adeline & Dyana, 2011). Estudos anteriormente realizados, constataram ainda que a intenção empreendedora pode ser influenciada por diferentes características a nível comportamental e psicológico (Jena, 2020).

Apesar dos vários modelos e abordagens já criados, não foi ainda possível chegar a um consenso no que diz respeito a uma definição clara de um modelo único, nem uma forma incontestável de medir a Intenção Empreendedora (Oliveira, 2016). Dito isto, de acordo com Fini, et al. (2009), esta consiste nas ações que um indivíduo considera que sejam necessárias de ser implementadas por si mesmo, de forma que consiga estabelecer um novo negócio ou para que seja possível gerar valor em empresas já existentes. Os indivíduos que possuem intenções empreendedoras, são, de acordo com Thompson (2009), distintos daquelas que possam ter uma personalidade empreendedora, pois ao contrário destes, os indivíduos que realmente possuem intenções empreendedoras, consideram seguir uma carreira empreendedora, quer no presente como no futuro, não pondo nunca de lado essa hipótese, contrariamente àqueles que possuem apenas uma personalidade empreendedora, que constantemente rejeitam a possibilidade de seguir essa carreira. No que diz respeito a estudos realizados com alunos, aqueles que apresentam uma maior intenção empreendedora, tendem a dar continuidade a essas mesmas intenções e a seguir a atividade empreendedora como carreira (Moi, Adeline & Dyana, 2011).

Podendo ser consideradas como o principal preditor de futuros empreendedores (Moi, Adeline & Dyana, 2011), existe uma variedade de fatores que contribuem para que uma

pessoa desenvolva intenções empreendedoras, os quais podem ser agrupados em duas categorias distintas, sendo essas o domínio individual e o contextual. O primeiro, inclui "dados demográficos, traços pessoais, características psicológicas, competências individuais e conhecimentos prévios", enquanto, por sua vez, o domínio contextual engloba as influências ambientais, bem como os fatores organizacionais (Fini, et al., 2009, p.6).

Com base nos estudos analisados, é possível delinear quais as variáveis que têm vindo a ser estudadas e quais os impactos que estas têm na intenção empreendedora. Através do estudo de Afonso (2014), no qual os inquiridos foram alunos da Universidade da Beira Interior, foi possível concluir que a maioria destes apresentou uma elevada intenção empreendedora, a qual é significativamente afetada pelas variáveis independentes: propensão para assumir riscos; antecedentes familiares e profissionais; necessidade de realização (motivação); e autoeficácia. No que diz respeito à variável independente: envolvente institucional, esta, ao contrário do esperado e da opinião de outros autores, como Autio, et al. (2001), não demonstrou influenciar significativamente a variável dependente: intenção empreendedora.

O facto de a envolvente institucional não demonstrar uma influência significativa na intenção empreendedora é um bom argumento para que esta variável seja objeto de estudo na presente dissertação, pois desta forma será preenchida uma lacuna na literatura do tema no que diz respeito ao panorama português. Contrariamente ao enunciado, o estudo de Moi, Adeline e Dyana (2011), realizado a nível internacional, demonstrou que a variável incentivo universitário, pode ser equiparada à variável: envolvente institucional, sendo uma das variáveis que mais influência exerceu sobre a intenção empreendedora.

De um ponto de vista internacional, Moi, Adeline e Dyana (2011), através do seu estudo, com alunos da Universiti Malaysia Sabah, mostraram que todas as suas variáveis independentes (incentivo universitário, apoio educacional, formação académica, atitudes e modelo empreendedor a seguir presente na família) exerceram influência na intenção empreendedora dos alunos inquiridos. Foi ainda provado, que destas cinco

variáveis, o incentivo universitário, formação académica e modelo empreendedor a seguir presente na família, foram as que exerceram uma influência mais significativa na variável dependente (intenção empreendedora), o que é suportado por estudos previamente realizados.

1.8. Atitude Face ao Empreendedorismo

A avaliação pessoal, voluntária e consciente (Liñán & Chen, 2009), quer seja positiva ou negativa, realizada por cada indivíduo em relação à possibilidade de este optar pela carreira de empreendedor, diz respeito à sua atitude face ao empreendedorismo (Oliveira & Leal, 2015; Veciana, Aponte & Urbano, 2005).

Quanto às atitudes por si só, estas são consideradas como formas de reagir às diferentes situações do dia a dia, sendo que podem ser positivas, negativas ou até mesmo neutras (Jena, 2020; Veciana, Aponte & Urbano, 2005). Quando aplicadas ao contexto empreendedor, as atitudes têm sido definidas como "a medida em que se percebe o comportamento empreendedor e suas consequências como valiosas, benéficas e favoráveis" (Jena, 2020, p.2).

Existem vários fatores capazes de influenciar as atitudes de uma pessoa em relação ao empreendedorismo, tais como diferentes necessidades, hábitos, crenças e até mesmo desejos, porém, os fatores externos, de acordo com Liñán e Chen (2009, p.595), são aqueles que mais influenciam estas atitudes, sendo estes, variáveis tais como "restrições de tempo, dificuldade da tarefa e a influência de outras pessoas por meio de pressão social".

Importa ainda expor a relação existente entre a educação para o empreendedorismo e a atitude dos alunos em relação a esta hipótese de carreira, pois a introdução de conceitos relacionados a abordagens empresariais e empreendedoras a nível do ensino terá certamente uma influência na perceção dos alunos em relação ao processo empreendedor, uma vez que resultará no aprimoramento das suas competências e conhecimentos relacionados ao assunto (Jena, 2020).

Oliveira e Leal (2015) mostraram, a partir de um estudo entre os alunos da área de gestão numa instituição de ensino superior portuguesa, que a intenção empreendedora (variável dependente) dos estudantes é positivamente influenciada pela atitude pessoal face ao empreendedorismo (variável independente) e que, ao contrário do que era esperado, a existência de negócios na família e a formação em empreendedorismo (variáveis de controlo) não exercem influência significativa na intenção empreendedora dos estudantes.

Assim, tendo em consideração a literatura revista e o facto dos indivíduos que apresentam uma maior atitude pessoal face ao empreendedorismo, em princípio irão também apresentar uma maior intenção empreendedora, é assim formulada a primeira hipótese da presente dissertação.

H1: A atitude face ao empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos.

1.9. Motivação Empreendedora

É inegável o enorme impacto que cada vez mais os empreendedores têm na economia global, pelo que entender o papel da motivação humana no processo empreendedor é de elevada importância (Murnieks, Klotz & Shepherd, 2019; Shane, Locke & Collins, 2003). No que diz respeito ao conceito de motivação, esta pode ser entendida como "o conjunto de forças energéticas que se originam dentro e fora dos indivíduos para iniciar o comportamento e determinar a sua forma, direção, intensidade e duração" (Shane, Locke & Collins, 2003, p.115), ou seja, é possível afirmar que a motivação resulta da expectativa de alguém em como os seus esforços resultarão nos resultados pretendido (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017).

De acordo com Mahto e McDowell (2018), é necessário compreender o desenvolvimento da motivação empreendedora, de forma a entender também aqueles que procuram oportunidades empreendedoras, pois a motivação pode ser vista como a base do processo empreendedor (Shane, Locke & Collins, 2003), bem como da sua promoção (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017), embora, segundo Mahto e

McDowell (2018), muitos estudiosos sejam ainda da opinião de que os ganhos económicos e a maximização do lucro representam a principal motivação para os empreendedores, pensamentos estes que requerem uma maior elaboração (Shane, Locke e Collins, 2003).

As empresas não são criadas apenas por quem tem as capacidades necessárias para o fazer, mas também por pessoas motivadas para tal (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017), assim, as instituições de ensino desempenham um papel importante no incentivo dos alunos no desenvolvimento da sua atitude empreendedora. (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017). Nesta linha de pensamento, é importante fazer também referência aos órgãos governamentais e instituições financeiras, que devem de ter um papel na conceção de programas para promover o empreendedorismo (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017). Importa ainda expor o facto de a motivação empreendedora ser a impulsionadora dos comportamentos essenciais relacionados à criação e crescimento de empreendimentos, ou seja, influencia a transição de uma etapa do processo empreendedor para outra, sendo, que em alguns casos, nem todas as motivações são relevantes (Shane, Locke & Collins, 2003).

Assim, os estudos sugerem que a motivação empreendedora de um indivíduo é de facto importante na sua intenção empreendedora (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017), e como tal, é formulada a segunda hipótese do presente estudo.

H2: A motivação empreendedora influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos.

1.10. Educação para o Empreendedorismo

"A educação para o empreendedorismo é considerada uma das forças mais inovadoras e influentes que determinam a saúde da economia competitiva de qualquer país" (Jena, 2020, p.2), pois as experiências educacionais têm uma influência direta na intenção empreendedora dos alunos (Mangundjaya, 2013). Dito isto, é importante começar por referir que a educação tem um papel crucial na vida de uma pessoa, especialmente para aqueles que aspiram vir a ser empreendedores de sucesso, uma vez que a adolescência

pode ser vista como uma etapa crucial de desenvolvimento de aspirações empresariais (Obschonka, 2016) e o empreendedorismo como uma habilidade que pode ser aprendida (Amari, 2016).

Dado que atualmente a atividade empreendedora é uma opção de carreira viável para os jovens, o suporte educacional deve, mais do que nunca, ser fomentado, através do investimento em aulas relacionadas com o tema, como meio de proporcionar aos mais jovens, aptidões e comportamentos empreendedores, de forma que um dia estes possam desenvolver os seus próprios negócios (Schoof, 2006). Assim, sendo o empreendedorismo uma habilidade que pode ser aprendida, não é preciso nascer-se um empresário de forma a ter um negócio de sucesso, pois o mesmo pode ser feito através do desenvolvimento de uma mentalidade e aptidões empreendedoras, as quais "podem ser aprendidas em situações educacionais, instituições e programas de treino" (Valerio, Parton & Robb, 2014, p.11).

Educar os jovens em temas relacionados com o empreendedorismo é crucial para o desenvolvimento de diferentes competências, atitudes e comportamentos empreendedores, os quais são atualmente a base do crescimento económico de um país, o que significa que o encorajamento para a existência de uma cultura mais empreendedora é necessário para preparar os jovens na procura de oportunidades empreendedoras (Volkmann, et al., 2009). A envolvente institucional tem assim, cada vez mais, um papel fundamental , uma vez que são cada vez mais visíveis as instituições que adotam a educação para o empreendedorismo, pois cada vez mais, um pouco por todo o mundo, as sociedades manifestam o desejo de criar e implementar programas de incentivo a empreendedores (Obschonka, 2016). É importante salientar que de acordo com Chowdhury (2011), as universidades, apenas mais recentemente começam a oferecer uma variedade de cursos relacionados com o empreendedorismo, embora Volkmann, et al. (2009) afirme que ambos os governos como organizações internacionais como a UNESCO, OCDE e Comissão Europeia aumentaram o seu foco na presença do empreendedorismo na educação.

A educação tem provavelmente o impacto mais importante na chamada de atenção para as características e aptidões do empreendedor (Schoof, 2006), o que salienta mais uma vez a importância de um bom suporte educacional na formação de futuros empresários (Hisrish, Peters & Shepherd, 2017).

O melhor método de aprendizagem sobre um determinado assunto é através da comunicação com alguém experiente, pois segundo Matsuda (2012), é imperativo que qualquer empreendedor comunique e aprenda junto de indivíduos com um vasto leque de conhecimentos e competências indispensáveis. Assim, a envolvente institucional é, de facto, um ativo valioso para os empreendedores, pois facilita a integração de novos conhecimentos, proporcionando assim aos indivíduos um maior leque de oportunidades (Hisrish, Peters & Shepherd, 2017).

Embora jovens adultos que tiveram algum tipo de educação direcionada para o empreendedorismo sejam mais propensos a iniciar os seus próprios negócios, uma vez que a educação para o empreendedorismo é um agente de mudança social (Volkmann, et al., 2009), caso abrir uma empresa não seja a carreira que estão dispostos a seguir, estes, tendo tido um bom suporte educacional, acabam por ser mais empregáveis, o que mais uma vez reforça a ideia de que é essencial incorporar o empreendedorismo no percurso escolar das pessoas, pois todos os membros da sociedade beneficiariam se fossem mais empreendedores, especialmente no mercado de trabalho (Volkmann, et al., 2009).

A educação sobre o empreendedorismo, segundo Green (2013), permite sensibilizar a população mais jovem para a importância da atividade empreendedora, o que pode consequentemente despertar interesse em saberem se esta será uma opção desejável para o seu futuro, o que mais uma vez reforça a ideia de que a presença deste tema na educação permite o desenvolvimento de competências empreendedoras, sendo estas valiosas no seu futuro, na superação de desafios, bem como para atingir objetivos.

Moi, Adeline e Dyana (2011), através do seu estudo, com alunos da Universiti Malaysia Sabah, mostraram, que o suporte educacional, apesar de ter contribuído significativamente para a intenção empreendedora dos alunos, justificou apenas,

aproximadamente da variação total desta. No que diz respeito à envolvente institucional, Afonso (2014), através do seu estudo sobre os alunos da área de gestão numa instituição de ensino superior portuguesa, mostrou, que ao contrário de pesquisas anteriormente realizadas, esta não se mostrou correlacionada com a intenção empreendedora dos alunos.

Assim, tendo em consideração a literatura revista, são formuladas as terceira e quarta hipóteses da presente dissertação.

H3: O suporte educacional influencia positivamente a intenção empreendedora dos alunos.

H4: A envolvente institucional medeia a relação entre as variáveis independentes e a intenção empreendedora.

2. METODOLOGIA

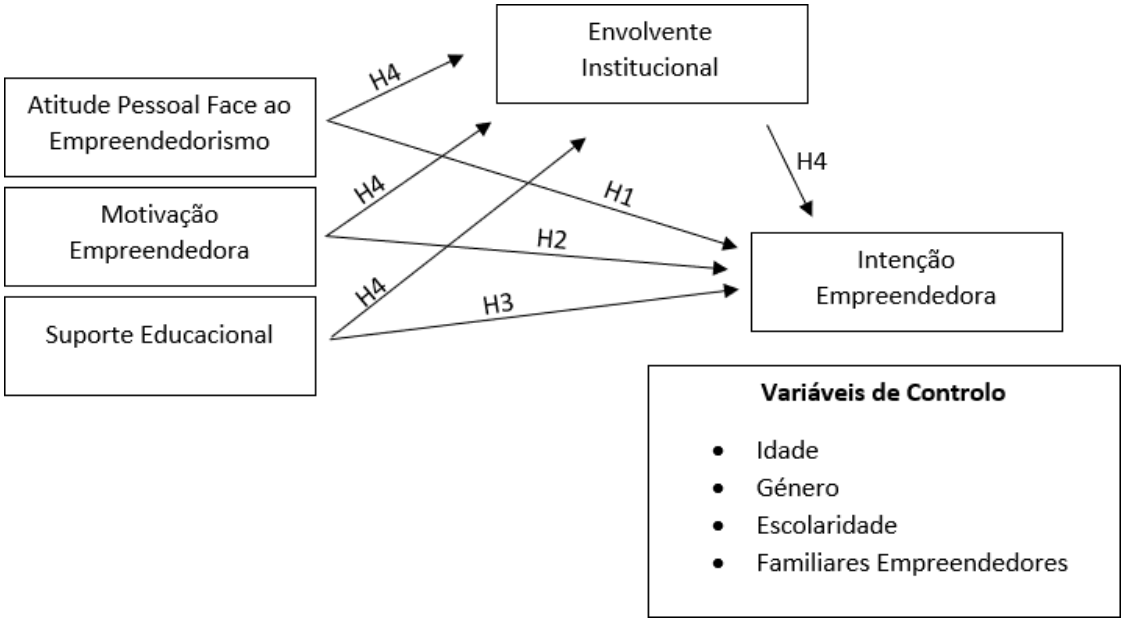
A presente dissertação irá assumir a forma de um estudo empírico e visa melhor compreender a atitude dos alunos de gestão da Universidade da Maia em relação à atividade empreendedora. De forma a desenvolver o presente projeto, será adotada uma metodologia quantitativa. Segundo Muijs, este tipo de metodologia consiste essencialmente na recolha de dados para explicar um determinado fenómeno, os quais estão relacionados com diferentes variáveis, podendo ser estabelecidas diferentes conexões (Bryman & Cramer, 2009). Além disso, este método é a representação numérica de observações que visam descrever um determinado fenómeno que refletem (Sukamolson, 2007).

A pesquisa quantitativa traz muitos benefícios como o facto de permitir estudar grandes populações, fornecer resultados que podem ser transformados em estatísticas e consequentemente a sua comparação. Este tipo de metodologia é também precisa e definitiva e mede níveis de ocorrências, ações, tendências e outros (Sukamolson, 2007). Posto isto, esta é a metodologia que melhor se adequa a este trabalho de investigação. Recorreu-se à técnica de inquérito através de questionários, uma vez que permite descrever quais as características específicas de um grupo alargado de indivíduos, de forma a analisar e compreender a sua condição atual (Park & Park, 2016), o que vai de encontro aos objetivos do presente estudo. O questionário é elaborado de acordo com instrumentos já validados em pesquisas anteriores.

2.1. Modelo Conceptual do Estudo

Na Figura 1, está representado o modelo conceptual do estudo, o qual inclui as variáveis de controlo, as variáveis independentes, a variável mediadora e a variável dependente.

Figura 1 - Modelo Conceptual do Estudo



2.2. Amostra e Procedimentos

A amostra do presente estudo foi obtida de forma não probabilística, ou seja, através do método de amostragem por conveniência (Vinuto, 2014), no qual se selecionar uma amostra da população que esteja disponível para participar no estudo em questão. Assim, foi requerida uma autorização ao Concelho de Gestão da UMAIA, para a distribuição do questionário aos alunos do Departamento de Ciências Empresariais. A privacidade e a proteção de dados dos participantes foram garantidas de acordo com o Regulamento Geral de Proteção de Dados da EU. Sendo o destino dos dados recolhidos o presente estudo académico, estes foram mantidos pelo período necessário até à conclusão do mesmo. A confidencialidade e a privacidade dos dados foram garantidas pelo anonimato das respostas, não tendo sido requerida qualquer autenticação eletrónica. Os dados obtidos foram recodificados, agregados e analisados através do software SPSS.

Dos cerca de 800 alunos distribuídos pelo Departamento de Ciências Empresariais, obteve-se uma amostra não probabilística de 302 estudantes de ciências empresariais

da Universidade da Maia, inscritos no ano letivo de 2021/2022, ou seja, aproximadamente 38% dos alunos, cuja caracterização pode ser observada na Tabela 4.

Tabela 4 - Caracterização da amostra

	N	%
Género		
Feminino	178	58.90%
Masculino	124	41.10%
Habilitações Literárias		
CTeSP	14	4.60%
Licenciatura	206	68.20%
Mestrado	70	23.30%
Pós-Graduação	12	4.00%
Familiares Empreendedores		
Sim	180	59.60%
Não	122	40.40%

Através da verificação da Tabela 4, é possível averiguar que dos 302 estudantes, 58,9% são do sexo feminino enquanto 41,1% são do sexo masculino. No que diz respeito à idade, os alunos inquiridos contam com uma idade média de 21,64 anos (DP: 2,74) (Anexo A). Relativamente às habilitações literárias, enquanto apenas 4,6% da população em estudo tem um CTeSP e 4% uma Pós-Graduação, mais de metade dos inquiridos é licenciado (68,2%) e mais de 20% fizeram mestrado (23,3%). Por último, a maioria dos estudantes possui pelo menos um familiar empreendedor (59,6%) comparativamente aos que não possuem nenhum (40,4%).

2.3. Instrumentos de Medida

As questões utilizadas no questionário, serão realizadas tendo em consideração uma escala Likert de 7 pontos de modo a medir a satisfação de cada participante em questões específicas, onde 1 significará que este discorda totalmente e 7 que concorda totalmente (Matos, Ramos & Rodrigues, 2018), sendo deste modo uma análise

pormenorizada das questões onde a escala foi utilizada. Importa referir que esta escala foi também utilizada em pesquisas anteriores na área, das quais é exemplo o estudo de Moi, Adeline e Dyana (2011) e o de Afonso (2014).

A variável Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo foi baseada nas quatro questões da mesma variável utilizada no estudo de Oliveira e Leal (2015) (ex. "A carreira de empreendedor/a é atrativa para mim."). Quanto à variável Motivação Empreendedora, esta foi elaborada com base na variável constituída por cinco questões realizadas aos inquiridos do estudo de Afonso (2014) (ex. "Para mim, uma motivação na carreira de empreendedor/a, são os ganhos financeiros (riqueza pessoal, aumento do rendimento pessoal)."). No que diz respeito à variável Envolvente Institucional, esta foi, à semelhança da anterior, baseada na variável constituída por seis questões do estudo de Afonso (2014) (ex. "A meu ver, encontram-se muitos alunos com boas ideias para a criação de novas empresas."). A dimensão Suporte Educacional foi realizada de acordo com as nove questões da mesma variável do estudo de Moi, Adeline e Dyana (2011) (ex. "O meu curso está bem estruturado e organizado."). Por último, a dimensão Intenção Empreendedora, foi elaborada segundo os as dezasseis questões das mesmas variáveis dos estudos de Oliveira e Leal (2015) e de Afonso (2014) (ex. "Leio e mantenho-me informado/a sobre como implementar um novo projeto empresarial.").

Importa ainda referir que as questões utilizadas por Afonso (2014), no seu estudo, foram retiradas do projeto de investigação "Entrepreneurship Education Project", realizado pelas Universidades de Illinois State e Wisconsin, nos Estados Unidos da América, o qual passava pela aplicação de questionários "para medir o empreendedorismo em Universidades de sessenta países, com o objetivo principal de melhorar o ensino do empreendedorismo" (Afonso, 2014, p.12).

2.4. Propriedades Psicométricas das Escalas

De forma a avaliar as qualidades psicométricas das escalas do presente estudo, estas foram submetidas a uma análise de fidelidade e sensibilidade (Anexos B; C; D; E; F). Para medir a fidelidade destas, e consequentemente saber se estas apresentam consistência

interna, foram calculados os valores do Alpha de Cronbach, pois, desta forma, é possível saber se as variáveis em análise são consistentes com o que se pretende medir (Pestana & Gageiro, 2005). Para avaliar a sensibilidade das escalas, foram calculados os valores da assimetria e curtose de cada uma.

Na Tabela 5, verificam-se sumarizados os valores de consistência interna de cada uma das escalas do presente estudo.

Tabela 5 - Análise de Consistência Interna

Dimensão	Nº de Itens	Alpha de Cronbach
Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo	4	0.896
Motivação Empreendedora	5	0.758
Envolvente Institucional	6	0.820
Suporte Educacional	9	0.842
Intenção Empreendedora	16	0.931

Os valores obtidos permitem concluir que as variáveis na sua globalidade apresentam consistência interna, pois todos os alphas de Cronbach são superiores a 0,70. As variáveis "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", "Envolvente Institucional" e "Suporte Educacional" apresentam uma boa consistência interna e enquanto a variável "Motivação" é a que apresenta uma consistência mais baixa, mas razoável, a variável "Intenção Empreendedora" apresenta uma consistência muito boa.

Através da Tabela 6, é possível aferir sumarizados os dados relativos à assimetria e curtose das diferentes escalas do presente estudo.

Tabela 6 - Análise da Sensibilidade das Escalas

Dimensão	Assimetria	Curtose
Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo	-1.486	1.371
Motivação Empreendedora	-1.179	0.922
Envolvente Institucional	-1.001	0.209
Suporte Educacional	-1.562	3.145
Intenção Empreendedora	-1.243	1.265

É possível concluir, através dos valores expostos, que no que diz respeito à assimetria, que todas as escalas apresentam assimetria à esquerda. No que toca à curtose, todas as escalas apresentam distribuição platicúrtica, à exceção da variável "Envolvente Institucional", a qual apresenta uma distribuição leptocúrtica.

2.5. Procedimentos Adotados na Análise de Dados

De forma a realizar a análise dos dados obtidos através do questionário, foi utilizado o software estatístico SPSS 27. Iniciou-se com a análise descritiva dos dados, seguida do alpha de Cronbach e da assimetria e curtose com o intuito de verificar a confiabilidade e sensibilidade, respetivamente, das escalas em toda a amostra. Em segundo lugar, foi efetuada a análise das medidas de tendência central, dispersão e normalidade, seguida pela regressão linear de Pearson, de forma a testar as correlações entre as variáveis do estudo.

Para a realização dos primeiros três testes de hipóteses, recorreu-se à análise multivariada dos dados, através da estimação de modelos de regressão linear simples e do modelo de regressão linear múltipla. Estes, permitiram analisar a relação entre uma variável dependente e as variáveis independentes. De forma a testar a hipótese de mediação (H4), foi realizada a análise de mediação com o Macro PROCESS (Hayes, 2018), com o intuito de investigar em que medida a variável mediadora "Envolvente Institucional" medeia a relação entre as variáveis independentes "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", "Motivação Empreendedora" e "Suporte Educacional" e a variável dependente "Intenção Empreendedora" com a inclusão das diferentes variáveis de controlo "Sexo", "Idade", "Habilitações Literárias" e "Familiares Empreendedores".

3. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Após aferidas as qualidades psicométricas das escalas do estudo, no presente capítulo serão apresentados os resultados obtidos através da análise e observação das variáveis e os resultados relativos às hipóteses apresentadas.

Na Tabela 7 apresentam-se, as médias, medianas e desvios-padrão das variáveis em estudo, avaliando assim, as medidas de tendência central e de dispersão (Anexos B; C; D; E; F).

Tabela 7 - Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade para as Variáveis em Estudo

Dimensão	Média	Mediana	Desvio Padrão
Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo	4.069	4.250	0.789
Motivação Empreendedora	4.960	5.200	0.702
Envolvente Institucional	3.352	3.500	0.537
Suporte Educacional	4.079	4.222	0.515
Intenção Empreendedora	3.818	4.000	0.684

Analisando os resultados obtidos, constata-se que as médias das diferentes dimensões foram semelhantes, variando entre 4.960 e 3.352, sendo a maior, a da Motivação Empreendedora, enquanto a Envolvente Institucional registou o menor valor médio. Os valores da mediana alcançados, são aproximados aos das médias de todas as dimensões. A análise dos valores referentes ao desvio padrão, permite concluir que estes são favoravelmente baixos em todas as escalas.

De forma a analisar as correlações entre as diferentes variáveis recorreu-se à utilização do Coeficiente de Correlação de Pearson (Anexo G). A Tabela 8 apresenta os coeficientes obtidos para as diferentes variáveis do presente estudo.

Tabela 8 - Coeficiente de Correlação de Pearson para as escalas em estudo

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Sexo	1	0.02	0.01	0.04	-0.03	-0.07	0.01	-0.02	0.04
2. Idade	---	1	0.31**	-0.09	0.05	-0.15*	-0.22**	0.01	-0.24**
3. Habilitações Literárias	---	---	1	-004	0.00	0.01	0.13*	0.06	0.12*
4. Familiares Empreendedores	---	---	---	1	-0.10	-0.02	0.08	-0.18**	0.09
5. Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo	---	---	---	---	1	0.54**	0.35**	0.66**	0.16**
6. Motivação Empreendedora	---	---	---	---	---	1	0.48**	0.43**	0.39**
7. Envolvente Institucional	---	---	---	---	---	---	1	0.43**	0.65**
8. Suporte Educacional	---	---	---	---	---	---	---	1	0.27**
9. Intenção Empreendedora	---	---	---	---	---	---	---	---	1

Nota. ** A correlação é significativa ao nível de 0.01 (2 extremidades); * A correlação é significativa ao nível de 0.05 (2 extremidades).

Considerando a Tabela 8, apura-se, através dos resultados obtidos, que, as correlações das variáveis de controlo entre si e com as restantes variáveis, são tanto negativas como positivas, mas é possível observar que todas elas são fracas. Importa, porém, salientar que as correlações entre a "Idade" com "Habilitações Literárias", "Motivação Empreendedora", "Envolvente Institucional" e "Intenção Empreendedora" são significativas, assim como entre "Habilitações Literárias" e "Envolvente Institucional", "Familiares Empreendedores" e "Suporte Educacional" e por último "Habilitações Literárias" e "Intenção Empreendedora".

As restantes correlações encontradas, para além de positivas, são também significativas ao nível de 0.01. A correlação entre a variável "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo" com as variáveis "Motivação Empreendedora" e "Intenção Empreendedora" são ambas fortes, enquanto com a "Envolvente Institucional" é moderada e com o "Suporte Educacional" é apenas fraca. No que diz respeito à "Motivação Empreendedora", esta apresentou correlações moderadas com as variáveis

“Envolvente Institucional”, “Suporte Educacional” e “Intenção Empreendedora”. Quanto à “Envolvente Institucional”, eta apresentou uma correlação forte com o “Suporte Educacional” e moderada com a Intenção Empreendedora. Por último, é possível verificar que a correlação entre o “Suporte Educacional” e a “Intenção Empreendedora” é fraca.

3.1. Testes de Hipóteses

De forma a estudar e validar as hipóteses definidas para este estudo, recorreu-se à análise multivariada dos dados obtidos, através da estimação de modelos de regressão linear simples e do modelo de regressão linear múltipla. Estes, permitem analisar a relação entre uma variável dependente e as variáveis independentes, igualmente descritas como variáveis explanatórias ou regressoras (Pestana & Gageiro, 2014). Para testar a hipótese de mediação (H4), foi adicionado ao *SPSS*, o macro PROCESS, desenvolvido por Andrew Hayes, para realizar a análise de mediação.

De forma a testar a H1, H2 e H3, foi efetuada uma regressão linear simples e uma regressão linear múltipla (Anexos H, I, J e K), para que fosse possível relacionar e estudar de que forma, as variáveis independentes, “Atitude Face ao Empreendedorismo” (APFE), “Motivação Empreendedora” e “Suporte Educacional” se relacionam com a variável dependente, “Intenção Empreendedora”.

Na tabela 9 estão representados, sumarizados, os dados obtidos através das regressões lineares simples utilizadas para testar H1, H2 e H3.

Tabela 9 - Regressões Lineares Simples das H1, H2 e H3

Variável Independente	Variável Dependente	r^2	Erro Padrão	β	*t*	*p*
APFE	Intenção Empreendedora	0.436	0.514	0.660	15.231	0.000
Motivação Empreendedora		0.185	0.618	0.430	8.249	0.000
Suporte Educacional		0.073	0.659	0.270	4.854	0.000

Notas. β = Coeficientes Padronizados; r^2 = Coeficiente de Determinação; *p* = Sig.

Através da análise da Tabela 9, é possível observar que 43.6% da variável "Intenção Empreendedora", é explicada pela "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", ou seja, a relação linear entre ambas é moderada, uma vez que os restantes 56,4% são explicados por outros fatores. É possível considerar o modelo como tendo uma explicação positiva significativa.

Quanto à variável "Motivação Empreendedora", a qualidade do ajustamento não é muito forte, uma vez que, apenas 18.5% da variabilidade da "Intenção Empreendedora" se deve à "Motivação Empreendedora". O modelo apresenta uma explicação positiva, o que mostra que existe uma relação positiva entre a "Motivação Empreendedora" e a "Intenção Empreendedora".

Por último, pode-se observar que 7.3% da variável "Intenção Empreendedora", é explicada pelo "Suporte Educacional", ou seja, a relação linear entre ambas é fraca, uma vez que os restantes 92.7% são explicados por outros fatores. É possível considerar o modelo como tendo uma explicação positiva fraca.

Na tabela 10 estão representados, sumarizados, os dados obtidos através da regressão linear múltipla, utilizada para testar a relação linear entre as variáveis independentes e a variável dependente.

Tabela 10 - Regressão Linear Múltipla

Variável Independente	Variável Dependente	r^2	Erro Padrão	β	*t*	*p*
APFE	Intenção Empreendedora	0.465	0.503	0.614	12.223	0.000
Motivação Empreendedora				0.040	0.745	0.457
Suporte Educacional				0.158	3.430	0.001

Notas. β = Coeficientes Padronizados; r^2 = Coeficiente de Determinação; *p* = Sig.

Após a análise da Tabela 10, é possível observar que a qualidade do ajustamento é moderada, uma vez que 46.5% da variação da "Intenção Empreendedora", é explicada pelas variáveis independentes. Importa referir que a regressão linear múltipla

demonstra valores de β inferiores aos obtidos através das regressões lineares simples, uma vez que passou a existir a sobreposição das variáveis independentes. O modelo apresenta uma explicação positiva, o que mostra que existe uma relação positiva entre as variáveis independentes e a "Intenção Empreendedora". Atendendo aos valores de *p*, é possível afirmar que as variáveis "APFE" e "Suporte Educacional" são significativas, enquanto a variável "Motivação Empreendedora" não o é, uma vez que apresenta um valor de *p* = 0.745.

Para testar H4, foram realizadas análises de mediação (Anexos L, M e N) com o objetivo de investigar em que medida a variável mediadora (VM), "Envolvente Institucional" medeia a relação entre as variáveis independentes (VI), "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", "Motivação Empreendedora" e "Suporte Educacional" e a variável dependente (VD), "Intenção Empreendedora" com a inclusão das diferentes variáveis de controlo (VC), "Sexo", "Idade", "Habilitações Literárias" e "Familiares Empreendedores".

Nas Tabelas 11, 12 e 13 estão representados, sumarizados, os dados obtidos através das análises de mediação executadas.

Tabela 11 - Efeitos do Modelo de Mediação - APFE

Efeitos	Efeitos Não Padronizados						Efeitos Padronizados	Conclusão
	β	*t*	95% IC		r^2	*p*	β	
			ICNI	ICNS				
A (VI → VM)	0.2531	7.2566	0.1845	0.3217	0.2342	<0.0001	0.3715	Mediação Parcial
B (VM → VD)	0.3245	5.4361	0.2071	0.4420	0.5028	<0.0001	0.2550	
Direto	0.4828	12.4163	0.4062	0.5593		<0.0001	0.5568	
Total	0.5649	15.0589	0.4911	0.6387	0.4530	<0.0001	0.6515	
Indireto	0.0821		0.0443	0.1308				
VC – Sexo	0.0070	0.1172	-0.1106	0.1246		0.9067	0.0050	
VC – Idade	-0.0127	-1.1268	-0.0350	0.0095		0.2608	-0.0511	
VC – Habilitações Lit.	0.0755	1.4844	-0.0246	0.1757		0.1388	0.0670	
VC – Familiares Emp.	-0.1554	-2.5721	-0.2743	-0.0365		0.0106	-0.1117	

Notas. β = Coeficientes; ICNI = Intervalo de Confiança Nível Inferior; ICNS= Intervalo de Confiança Nível Superior; r^2 = Coeficiente de Determinação; *p* = Sig.

Os resultados revelaram que os caminhos A (β= 0.2531; p <0.0001) e B (β= 0.3245; p <0.0001), são positivos significativos, o que se traduz em relações positivas significativas, quer entre a APFE e a Intenção Empreendedora, assim como entre a Envolvente Institucional e a Intenção Empreendedora. Os resultados indicaram também, um efeito

indireto positivo significativo do impacto da APFE na Intenção Empreendedora (β= 0.0821; IC = 0.0443; 0.1308). Como é possível observar na Tabela 11, o efeito indireto é significativo, uma vez que o intervalo de confiança não passa pelo valor 0. Para além disto, o efeito direto da APFE na Intenção Empreendedora, na presença do elemento mediador (Envolvente Institucional), foi significativo (β= 0.4828; p <0.0001). Desta forma, é possível concluir, através dos resultados obtidos, que a Envolvente Institucional medeia parcial e positivamente a relação entre a APFE e a Intenção Empreendedora.

Tabela 12 - Efeitos do Modelo de Mediação - Motivação Empreendedora

Efeitos	Efeitos Não Padronizados						Efeitos Padronizados	Conclusão
	β	t	95% IC		r^2	*p*	β	
			ICNI	ICNS				
A (VI → VM)	0.3483	5.8014	0.2739	0.4227	0.2990	<0.0001	0.4553	Mediação Parcial
B (VM → VD)	0.4400	5.9458	0.2943	0.5856	0.3009	<0.0001	0.3457	
Direto	0.2698	4.9424	0.1624	0.3773		<0.0001	0.2771	
Total	0.4231	8.3212	0.3230	0.5231	0.2171	<0.0001	0.4345	
Indireto	0.1532		0.0898	0.2326				
VC – Sexo	0.0222	0.3095	-0.1188	0.1631		0.7571	0.0160	
VC – Idade	0.0121	0.8816	-0.0149	0.0390		0.3787	0.0484	
VC – Habilitações Lit.	0.0360	0.5898	-0.0840	0.1559		0.5558	0.0319	
VC – Familiares Emp.	-0.2243	-3.1165	-0.3660	-0.0827		-0.3660	-0.1612	

Notas. β = Coeficientes; ICNI = Intervalo de Confiança Nível Inferior; ICNS= Intervalo de Confiança Nível Superior; r^2 = Coeficiente de Determinação; *p* = Sig.

Os resultados revelaram que os caminhos A (β= 0.3483; p <0.0001) e B (β= 0.4400; p <0.0001), são positivos significativos, o que se traduz em relações positivas significativas, quer entre a Motivação Empreendedora e a Intenção Empreendedora, assim como entre a Envolvente Institucional e a Intenção Empreendedora. Os resultados indicaram também, um efeito indireto positivo significativo do impacto da Motivação Empreendedora na Intenção Empreendedora (β= 0.1532; IC = 0.0898; 0.2326). Como é possível observar na Tabela 12, o efeito indireto é significativo, uma vez que o intervalo de confiança não passa pelo valor 0. Para além disto, o efeito direto da Motivação Empreendedora na Intenção Empreendedora, na presença do elemento mediador (Envolvente Institucional), foi significativo (β= 0.2698; p <0.0001). Desta forma, é possível concluir, através dos resultados obtidos, que a Envolvente Institucional medeia parcial e positivamente a relação entre a Motivação Empreendedora e a Intenção Empreendedora.

Tabela 13 -Efeitos do Modelo de Mediação - Suporte Educacional

Efeitos	Efeitos Não Padronizados						Efeitos Padronizados	Conclusão
	β	t	95% IC		r^2	*p*	β	
			ICNI	ICNS				
A (VI → VM)	0.6403	13.2895	0.5454	0.7351	0.4350	<0.0001	0.6133	Mediação Total
B (VM → VD)	0.6007	7.0038	0.4319	0.7694	0.2431	<0.0001	0.4720	
Direto	0.0205	0.2284	-0.1563	0.1973		0.8195	0.0154	
Total	0.4051	5.2856	0.2543	0.5559	0.1173	<0.0001	0.3049	
Indireto	0.3846		0.2483	0.5295				
VC – Sexo	-0.0350	-0.4611	-0.1845	0.1144		0.6450	-0.0252	
VC – Idade	0.0171	1.1413	-0.0124	0.0466		0.2547	0.0686	
VC – Habilitações Lit.	-0.0085	-0.1287	-0.1385	0.1215		0.8977	-0.0075	
VC – Familiares Emp.	-0.2708	-3.5366	-0.4215	-0.1201		0.0005	-0.1946	

Notas. β = Coeficientes; ICNI = Intervalo de Confiança Nível Inferior; ICNS= Intervalo de Confiança Nível Superior; r^2 = Coeficiente de Determinação; *p* = Sig.

Os resultados revelaram que os caminhos A (β= 0.6403; p <0.0001) e B (β= 0.6007; p <0.0001), são positivos significativos, o que se traduz em relações positivas significativas, quer entre o Suporte Educacional e a Intenção Empreendedora, assim como entre a Envolvente Institucional e a Intenção Empreendedora. Os resultados indicaram também, um efeito indireto significativo positivo do impacto do Suporte Educacional na Intenção Empreendedora (β= 0.3846; IC= 0.2483; 0.5295). Como é possível observar na Tabela 13, o efeito indireto é positivo significativo, visto que os intervalos de confiança, não passam pelo valor 0. Para além disto, o efeito direto do Suporte Educacional na Intenção Empreendedora na presença do elemento mediador (Envolvente Institucional), não foi significativo (β= 0.0205; p = 0.8195). Desta forma, é possível concluir, através dos resultados obtidos, que a Envolvente Institucional medeia total e positivamente a relação entre o Suporte Educacional e a Intenção Empreendedora.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O estudo empírico teve como objetivo analisar fatores que exercem influência na intenção empreendedora dos jovens. Este estudo reportou-se a uma amostra de 302 estudantes de ciências empresariais da Universidade da Maia, inscritos no ano letivo de 2021/2022.

Os resultados obtidos mostram, que na sua globalidade, os alunos apresentam uma atitude pessoal face ao empreendedorismo, uma motivação empreendedora e uma intenção empreendedor elevada (valores medianos superiores a 3.5 numa escala a variar entre 1 a 5). Por sua vez, as variáveis "Envolvente Institucional" e "Suporte Educacional" registaram também elas valores medianos elevados, o que sugere que ambas podem influenciar positivamente a intenção empreendedora dos alunos.

A realização do teste de hipóteses para H1, através da estimação de um modelo de regressão linear simples e um modelo de regressão múltipla, demonstrou que a regressão linear entre a "APFE" e a "Intenção Empreendedora" é moderada, ou seja, a "APFE" apresenta significância estatística assim como uma relação positiva com a intenção empreendedora dos alunos. Neste sentido, a Hipótese 1 encontra-se empiricamente validada e corroborada pelos dados obtidos por Oliveira e Leal (2015). É possível concluir que os estudantes mostram uma avaliação pessoal positiva para se tornarem empreendedores.

O modelo de regressão linear simples, bem como o modelo de regressão linear múltipla utilizados para avaliar a relação entre a "Motivação Empreendedora" e a "Intenção Empreendedora" apresentaram uma explicação positiva, o que mostra que existe uma relação positiva entre as variáveis. Assim, a Hipótese 2 encontra-se empiricamente validada e suportada pelos dados do estudo de Afonso (2014), os quais propõem que a "Motivação Empreendedora" afeta significativamente a "Intenção Empreendedora". Porém, contrariamente à presente dissertação, o estudo de Afonso (2014) concluiu que a variável "Motivação Empreendedora" foi a que mais influência teve na intenção empreendedora dos alunos, embora este utilize variáveis independentes distintas das usadas no presente estudo.

O teste de hipóteses utilizado para verificar H3, demonstrou que a regressão linear entre o “Suporte Educacional” e a “Intenção Empreendedora” é positiva, porém, fraca. Dito isto, a Hipótese 3 encontra-se empiricamente validada e corroborada pelos resultados obtidos por Moi, Adeline e Dyana (2011), os quais sugerem, que o “Suporte Educacional” contribuiu significativamente para a intenção empreendedora dos alunos, o que é consistente com o presente estudo.

Por último, foram realizadas análises de mediação de forma a testar H4 e averiguar se de facto a “Envolvente Institucional” medeia a relação entre todas as variáveis independentes e a “Intenção Empreendedora ” com a inclusão das diferentes variáveis de controlo. A análise dos resultados obtidos permitiu concluir que houve um efeito de mediação total entre o “Suporte Educacional” e a “Intenção Empreendedora ” e um efeito de mediação parcial entre as relações da “APFE” e a “Intenção Empreendedora” e da “Motivação Empreendedora” e a “Intenção Empreendedora”, o que leva a destacar a importância da “Envolvente Institucional”. Assim, a Hipótese 4 encontra-se empiricamente validada. Embora não tenha utlizado a “Envolvente Institucional” como variável mediadora, mas sim como independente, Afonso (2014), concluiu que esta não se mostrou correlacionada com a intenção empreendedora dos alunos, o que não vai de acordo com outros estudos previamente realizados na mesma área de investigação.

CONCLUSÃO

O empreendedorismo tem vindo a assumir, cada vez mais, um papel importante enquanto solução para o desemprego no crescente clima de incerteza que se faz sentir (Virick, Basu & Rogers, 2015), especialmente por parte dos mais jovens (Afonso, 2014) que procuram progressivamente mais a sua independência financeira (Schoof, 2006). Esta realidade carece de investigação aplicada aos alunos portugueses, mais concretamente àqueles ligados ao ramo empresarial. Assim, o presente estudo foi elaborado com vista a explorar a intenção empreendedora dos alunos das ciências empresariais da Universidade da Maia e acrescentar evidência empírica à forma como esta é percecionada.

A elaboração deste estudo passou pela revisão da literatura dos conceitos desenvolvidos de forma que pudessem ser formuladas e testadas hipóteses. Os resultados obtidos, permitem constatar que a "Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo", "Motivação Empreendedora" e "Suporte Educacional" influenciam positivamente a intenção empreendedora dos alunos. Foi também possível concluir que de facto, a "Envolvente Institucional" medeia a relação entre todas as variáveis independentes e a intenção empreendedora.

Embora as variáveis independentes apresentem significância estatística e uma relação positiva com a intenção empreendedora dos alunos, resultados estes que levam a crer que de facto existe uma propensão para estes serem empreendedores, é de salientar a importância da "Envolvente Institucional" uma vez que medeia todas estas relações.

Contributos

Acredita-se que os resultados da presente dissertação constituem, na sua globalidade, um contributo para o crescente conhecimento na área, fornecendo novas perspetivas para compreender de que forma as variáveis estudadas influenciam a intenção empreendedora dos alunos. Consta-se que os resultados podem ser utilizados pelas instituições de ensino superior, na medida em que, ajudam a melhor desenvolver uma envolvente institucional e um sistema educativo que fomentem a motivação e avaliação

pessoal positiva dos alunos em relação às suas intenções empreendedoras. Estes podem ainda alertar para a necessidade de desenvolver atividades e programas mais eficazes, cujo principal foco deverá ser o suporte à criação e desenvolvimento de atividades empreendedoras e o reforço das atitudes pessoais positivas dos alunos face ao empreendedorismo.

Limitações do Estudo e Novas Pistas de Investigação

Esta dissertação não é isenta de algumas limitações, as quais poderão ser ultrapassadas em estudos futuramente realizados. Em primeiro lugar, existem outras variáveis independentes que podem influenciar positiva ou negativamente a intenção empreendedora dos estudantes e que não foram utilizadas na presente dissertação. Segundo, estudos futuros com uma maior e mais diversificada amostra, com fatores como alunos de diferentes instituições de ensino superior ou com experiência empreendedora, poderiam obter resultados diferentes daqueles atingidos na presente dissertação. Terceiro, apesar dos dados obtidos neste estudo terem sido comparados aos de um internacional, as conclusões obtidas através da realização de um estudo com dados não só obtidos a nível nacional, como também em instituições de ensino superior de outros países, poderão demonstrar diferentes e interessantes resultados, devido às diferenças culturais. O facto de a presente dissertação se tratar de um estudo transversal, ou seja, não ter havido um acompanhamento dos estudantes ao longo do tempo, representa uma outra limitação, pelo que, estudos futuros devem ser realizados numa perspetiva mais longitudinal. Uma outra limitação foi a não aferição do ano em que os alunos se encontravam, pois, a variável "Envolvente Institucional" pode influenciar de diferente forma os alunos dependendo do ano que estão a frequentar, pelo que será importante que estudos posteriormente realizados tenham em consideração este fator. Por último, para além de uma metodologia quantitativa, poderia também ser utilizada a qualitativa, de forma a melhor explorar os conceitos estudados e a sua influência na intenção empreendedora.

REFERÊNCIAS

Adachi, T. e Hisada, T. (2017). Gender differences in entrepreneurship and intrapreneurship: an empirical analysis. *Small Business Economics*. 48. 10.1007/s11187-016-9793-y.

Afonso, J. (2014). *Intenção empreendedora dos estudantes da Universidade da Beira Interior*. [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório Digital da UBI. https://ubibliorum.ubi.pt/.

Amari, A. (2016, outubro 25). *Why Young Entrepreneurs Are Crucial to Growing the Economy.* https://www.forbes.com/sites/ashoka/2016/10/25/young-entrepreneurs/#3d4a26633953.

Aparicio, S., Turró, A. e Noguera, M. (2021). Entrepreneurship and Intrapreneurship in Social, Sustainable, and Economic Development. 10.3390/books978-3-03943-760-3.

Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G. e Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*. 2. 10.1080/14632440110094632.

Barba-Sánchez, V. e Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 13. 1097-1115. 10.1007/s11365-017-0441-z.

Bonnie, R., Stroud, C. e Breiner, H. (2015, janeiro 27). *Young Adults in the 21st Century.* https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK284782/.

Bryman, A. & Cramer, D. (2009). *Quantitative data analysis with spss 14,15 and 16: a guide for social scientists.* Sussex.

Bosma, N., Stam, E. e Wennekers, A.R.M. (2010). *Intrepreneurship - An International Study.*

Carloto, A. (2017). *O intraempreendedorismo, o menos conhecido dos empreendedorismos.* Livro de Resumos do II Colóquio Ibérico de

Desenvolvimento Comunitário e Empreendedorismo, 7, ISBN: 978-989-8008-35-0, ESE, Beja. (comunicação oral).

Chowdhury, R. (2011, julho 24). *Being A Young Entrepreneur.* https://www.businessinsider.com/being-a-young-entrepreneur-2011-7.

Comissão das Comunidades Europeias. (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe.*

Cull, J. (2006). *Mentoring Young Entrepreneurs: What Leads to Success?.*

Delmar, F. e Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strat. Mgmt. J.,* 24: 1165-1185.

Direção-Geral das Atividades Económicas. (s.d.). *Empreendedorismo.* https://www.dgae.gov.pt/servicos/politica-empresarial/competitividade/empreendedorismo.aspx.

Entrepreneurship Interviews (2016, dezembro 18). *10 Advantages and 10 Disadvantages of Young Entrepreneurs*. https://www.entrepreneurship-interviews.com/10- advantages-and-10-disadvantages-of-young-entrepreneurs/.

Félix, M. (2013). *A Influência da Aprendizagem Organizacional no Intraempreendedorismo*. [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. Repositório Digital da UBI. https://ubibliorum.ubi.pt/

Fini R., Grimaldi R., Marzocchi G.L., e Sobrero M., (2009). The foundation of entrepreneurial intention. *Academy of management Meeting.*

Gordon, E. (2019, setembro 5). *5 Challenges Facing Young Entrepreneurs (and How to Overcome Them).* https://www.goalcast.com/2017/08/02/5-challenges-that-face-young-entrepreneurs-and-how-to-overcome-them/.

Green, F. (2013). *YOUTH ENTREPRENEURSHIP: A background paper for the OECD Centre for Entrepreneurship, SMEs, and Local Development.*

Hayes, A. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression Based Approach*. *Guilford Press*.

Hisrish, R., Peters, M., Shepherd, D. (2017) *ENTREPRENEURSHIP, TENTH EDITION*.

Ireland, R., Hitt M. & Sirmon D. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6): 963–89.

Jain, A. (2017, setembro 01). *Why Young Entrepreneurs Are Better Positioned to Succeed.* https://www.entrepreneur.com/article/298025.

Jena, R. (2020). Measuring the Impact of Business Management Student's Attitude towards Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: A Case Study. *Computers in Human Behavior.* 107. 106275. 10.1016/j.chb.2020.106275.

Ji, R. (2018, março 19). *Why Young People Have an Advantage in Entreprenurship.* https://www.influencive.com/young-people-advantage-entreprenurship/

Kadir, S., e Merican, R. (2017). Factors Influencing Entrepreneurial Intention among Malaysian Youth. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 2(5), 33-48.

Kansikas, J. e Murphy, L. (2010). Students' perceptions on intrapreneurship education – prerequisites for learning organisations. *International Journal of Learning and Change - Int J Learn Change*. 4. 10.1504/IJLC.2010.030171.

Klapper, L., Amit, R., Guillen, M., e Quesada, J. (2010). *Entrepreneurship and Firm Formation across Countries.*

Krueger, N. F., Reilly, M., e Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6): 411–432.

Liang, B. e Yuen, A. (2012, março 28). *Researchers examine the secrets of successful young entrepreneurs.* https://ed.stanford.edu/spotlight/researchers-examine-secrets-successful-young-entrepreneurs.

Liñán, F. e Chen, Y.-W. (2009). *Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*. Entrepreneurship Theory and Practice. 33. 593 - 617. 10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x.

Mahto, R., e McDowell, W. (2018). Entrepreneurial motivation: A non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal.* 14. 10.1007/s11365-018-0513-8.

Mangundjaya, W. (2013). *Challenges in Developing Young Entrepreneurs (A study of unemployed youth in Jakarta).*

Matos, H., Ramos, H, & Rodrigues, J. (2018). Fatores inibidores da criatividade na educação superior: um olhar dos discentes. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, 11(5).

Matsuda, N. (2012). *Social Networks and Entrepreneurship.* https://www.rieti.go.jp/en/columns/a01_0346.html.

Medal, A. (2016, maio 13). *5 Advantages Young Entrepreneurs Have Over Older Counterparts*. https://www.entrepreneur.com/article/275744.

Menezes, A. (2019, julho 03). *Vantagens e desafios do mercado laboral e empreendedor em Portugal.* https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/vantagens-e-desafios-do-mercado-laboral-e-empreendedor-em-portugal-461359.

Moi, T., Adeline, Y., e Dyana, L. (2011). *YOUNG ADULT RESPONSES TO ENTREPRENEURIAL INTENT.*

Mokaya, S., Namusonge, M. e Sikalieh, D. (2012). *The Concept of Entrepreneurship; in pursuit of a Universally Acceptable Definition.*

Muijs, D. (2010). *Doing quantitative research in education with SPSS*. 2nd edition.

Murnieks, C., Klotz, A., e Shepherd, D. (2019). Entrepreneurial Motivation: A Review of the Literature and Agenda for Future Research. *Journal of Organizational Behavior.* 41. 10.1002/job.2374.

Nandan, M., London, M. e Bent-Goodley, T. (2015). Social Workers as Social Change Agents: Social Innovation, Social Intrapreneurship, and Social Entrepreneurship. *Human Service Organizations Management, Leadership & Governance*. 39. 38-56. 10.1080/23303131.2014.955236.

Nassif, V., Andreassi, T. e Simões, F. (2011). Competências empreendedoras: há diferenças entre empreendedores e intraempreendedores?. *INMR - Innovation & Management Review,* 8(3), 33-54.

Obschonka, M. (2016). *Adolescent Pathways to Entrepreneurship. Child Development Perspectives.*

Oliveira, A. (2016). *Da Intenção à Ação Empreendedora: uma avaliação empírica do impacto das principais barreiras.*

Oliveira, S. e Leal, S. (2015, abril 08). *A intenção empreendedora dos estudantes: uma análise aos seus antecedentes.*

Park, J. e Park, M. (2016). Qualitative versus Quantitative Research Methods: Discovery or Justification?. *Journal of Marketing Thought,* 3(1), 1-7.

Parker, S. (2011). Intrapreneurship or Entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing.* 26. 19-34. 10.1016/j.jbusvent.2009.07.003.

Pestana, M. & Gageiro, J. (2005). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A Complementaridade do SPSS.* (4ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

República Portuguesa. (2021, março 19). *Aliança das Nações Europeias para o Empreendedorismo visa estimular o crescimento do ecossistema empreendedor europeu*. https://www.portugal.gov.pt/pt/gc22/comunicacao/noticia?i=alianca-das-nacoes-europeias-para-o-empreendedorismo-visa-estimular-o-crescimento-do-ecossistema-empreendedor-europeu

Schoof, U. (2006). *Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and Incentives toEnterprise Start-Ups by Young People.*

Shane, S., Locke, E. e Collins, C. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*. 13. 257-279. 10.1016/S1053-4822(03)00017-2.

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

Stuart, T. e Sorenson, O. (2005) *Social Network and Entrepreneurship.*

Sukamolson, S. (2007). *Fundamentals of quantitative research*.

Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 33(3), 669–694.

Thomson, J. (2010, agosto 10). *What Are the Pros and Cons of Being a Young Entrepreneur?* https://www.smartcompany.com.au/startupsmart/advice/startupsmart-growth/what-are-the-pros-and-cons-of-being-a-young-entrepreneur/.

UKEssays. (2018, novembro). *Explain The Importance Of Youth Entrepreneurship Business Essay.* https://www.ukessays.com/essays/business/explain-the-importance-of-youth-entrepreneurship-business-essay.php?vref=1.

Valerio A., Parton B. & Robb A. (2014). *Entrepreneurship Education and Training Programs around the World. Dimensions for Success.*

van Praag, M. & Versloot P. (2007). *What Is the Value of Entrepreneurship? A Review of Recent Research.*

Varghese, T. (2018). *Attitudes Towards Entrepreneurship among Young People in Oman.*

Veciana, J., Aponte, M. & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal.* 1. 165-182. 10.1007/s11365-005-1127-5.

Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: Um debate em aberto. *Temáticas,* 22(44), 203-220.

Viguria, L. (2015, outubro 08). *Why young entrepreneurs are so important.* https://www.weforum.org/agenda/2015/10/why-young-entrepreneurs-are-so-important/.

Virick, M., Basu, A. & Rogers, A. (2015). Antecedents of entrepreneurial intention among laid-off individuals: A cognitive appraisal approach. *Journal of Small Business Management,* 53(2), 450-468. doi: 10.1111/jsbm.12067

Volkmann, C., Wilson, K., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S. & Sepulveda, A. (2009). *Educating the Next Wave of Entrepreneurs: Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century*

Yetisen, A., Volpatti, L., Coskun, A., Cho, S., kamrani, E., Butt, H., Khademhosseini, A. & Yun, S. (2015). Entrepreneurship. *Lab on a Chip*. 15.

ANEXOS

Anexo A – Caracterização da Amostra – Idade

Estatísticas

Idade?

N	Válido	302
	Omisso	0
Média		21,64
Erro Desvio		2,741

Idade?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	18	18	6,0	6,0	6,0
	19	35	11,6	11,6	17,5
	20	58	19,2	19,2	36,8
	21	52	17,2	17,2	54,0
	22	40	13,2	13,2	67,2
	23	47	15,6	15,6	82,8
	24	29	9,6	9,6	92,4
	25	12	4,0	4,0	96,4
	26	3	1,0	1,0	97,4
	27	2	,7	,7	98,0
	29	1	,3	,3	98,3
	30	1	,3	,3	98,7
	33	2	,7	,7	99,3
	39	1	,3	,3	99,7
	42	1	,3	,3	100,0
	Total	302	100,0	100,0	

Anexo B - Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,896	,900	4

Atitude Pessoal Face ao Empreendedorismo	Média		4,0687	,04539
	95% de Intervalo de Confiança para Média	Limite inferior	3,9794	
		Limite superior	4,1580	
	5% da média aparada		4,1365	
	Mediana		4,2500	
	Variância		,622	
	Erro Padrão		,78875	
	Mínimo		1,50	
	Máximo		5,00	
	Amplitude		3,50	
	Amplitude interquartil		,50	
	Assimetria		-1,486	,140
	Curtose		1,371	,280

Anexo C – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Motivação Empreendedora

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,758	,759	5

Motivação Empreendedora	Média		4,9603	,04042
	95% de Intervalo de Confiança para Média	Limite inferior	4,8807	
		Limite superior	5,0398	
	5% da média aparada		5,0135	
	Mediana		5,2000	
	Variância		,493	
	Erro Padrão		,70235	
	Mínimo		2,80	
	Máximo		6,00	
	Amplitude		3,20	
	Amplitude interquartil		,80	
	Assimetria		-1,179	,140
	Curtose		,922	,280

Anexo D – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Envolvente Institucional

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,820	,819	6

Envolvente Educacional	Média		3,3526	,03092
	95% de Intervalo de Confiança para Média	Limite inferior	3,2918	
		Limite superior	3,4135	
	5% da média aparada		3,3880	
	Mediana		3,5000	
	Variância		,289	
	Erro Padrão		,53736	
	Mínimo		1,67	
	Máximo		4,17	
	Amplitude		2,50	
	Amplitude interquartil		,83	
	Assimetria		-1,001	,140
	Curtose		,209	,280

Anexo E – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Suporte Educacional

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,842	,842	9

Suporte Educacional	Média		4,0787	,02962
	95% de Intervalo de Confiança para Média	Limite inferior	4,0204	
		Limite superior	4,1370	
	5% da média aparada		4,1248	
	Mediana		4,2222	
	Variância		,265	
	Erro Padrão		,51476	
	Mínimo		1,56	
	Máximo		5,00	
	Amplitude		3,44	
	Amplitude interquartil		,56	
	Assimetria		-1,562	,140
	Curtose		3,145	,280

Anexo F – Análise Psicométrica da Escala / Medidas de Tendência Central, Dispersão e Normalidade – Intenção Empreendedora

Estatísticas de confiabilidade

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach com base em itens padronizados	N de itens
,931	,932	16

Intenção Empreendedora	Média		3,8179	,03935
	95% de Intervalo de Confiança para Média	Limite inferior	3,7404	
		Limite superior	3,8953	
	5% da média aparada		3,8726	
	Mediana		4,0000	
	Variância		,468	
	Erro Padrão		,68387	
	Mínimo		1,69	
	Máximo		5,00	
	Amplitude		3,31	
	Amplitude interquartil		,75	
	Assimetria		-1,243	,140
	Curtose		1,265	,280

Anexo G – Coeficientes de Correlação de Pearson

Correlações

		Sexo?	Idade?	Habilitações Literárias?	Tenho Familiares Empreendedores	Atitude Pessoal	Motivação	Envolvente	Intenção Empreendedora	Suporte Educacional
Sexo?	Correlação de Pearson	1	,018	,013	,042	-,032	-,072	,014	-,021	,038
	Sig. (2 extremidades)		,755	,825	,463	,577	,214	,810	,719	,510
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Idade?	Correlação de Pearson	,018	1	,305**	-,093	,046	-,146*	-,223**	,010	-,242**
	Sig. (2 extremidades)	,755		,000	,108	,422	,011	,000	,863	,000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Habilitações Literárias?	Correlação de Pearson	,013	,305**	1	-,041	,000	,006	,132*	,056	,115*
	Sig. (2 extremidades)	,825	,000		,478	1,000	,916	,022	,331	,046
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Tenho Familiares Empreendedores	Correlação de Pearson	,042	-,093	-,041	1	-,102	-,022	,078	-,176**	,085
	Sig. (2 extremidades)	,463	,108	,478		,078	,708	,177	,002	,139
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Atitude Pessoal	Correlação de Pearson	-,032	,046	,000	-,102	1	,535**	,347**	,660**	,157**
	Sig. (2 extremidades)	,577	,422	1,000	,078		,000	,000	,000	,006
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Motivação	Correlação de Pearson	-,072	-,146*	,006	-,022	,535**	1	,482**	,430**	,388**
	Sig. (2 extremidades)	,214	,011	,916	,708	,000		,000	,000	,000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Envolvente	Correlação de Pearson	,014	-,223**	,132*	,078	,347**	,482**	1	,433**	,650**
	Sig. (2 extremidades)	,810	,000	,022	,177	,000	,000		,000	,000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Intenção Empreendedora	Correlação de Pearson	-,021	,010	,056	-,176**	,660**	,430**	,433**	1	,270**
	Sig. (2 extremidades)	,719	,863	,331	,002	,000	,000	,000		,000
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302
Suporte Educacional	Correlação de Pearson	,038	-,242**	,115*	,085	,157**	,388**	,650**	,270**	1
	Sig. (2 extremidades)	,510	,000	,046	,139	,006	,000	,000	,000	
	N	302	302	302	302	302	302	302	302	302

**. A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Anexo H – Regressão Linear Simples - H1

Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,660[a]	,436	,434	,51441

a. Preditores: (Constante), Atitude Pessoal

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Erro Erro	Beta		
1	(Constante)	1,488	,156		9,554	,000
	Atitude Pessoal	,573	,038	,660	15,231	,000

a. Variável Dependente: Intenção Empreendedora

Anexo I – Regressão Linear Simples - H2

Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,430[a]	,185	,182	,61846

a. Preditores: (Constante), Motivação

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Erro Erro	Beta		
1	(Constante)	1,741	,254		6,848	,000
	Motivação	,419	,051	,430	8,249	,000

a. Variável Dependente: Intenção Empreendedora

Anexo J – Regressão Linear Simples - H3

Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	,270[a]	,073	,070	,65960

a. Preditores: (Constante), Suporte Educacional

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
		B	Erro Erro	Beta		
1	(Constante)	2,356	,304		7,758	,000
	Suporte Educacional	,359	,074	,270	4,854	,000

a. Variável Dependente: Intenção Empreendedora

Anexo K – Regressão Linear Múltipla – H1; H2; H3

Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa	Estatísticas de mudança				
					Mudança de R quadrado	Mudança F	df1	df2	Sig. Mudança F
1	,682[a]	,465	,460	,50253	,465	86,478	3	298	,000

a. Preditores: (Constante), Suporte Educacional, Atitude Pessoal, Motivação

Coeficientes[a]

Modelo		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	95,0% Intervalo de Confiança para B	
		B	Erro Erro	Beta			Limite inferior	Limite superior
1	(Constante)	,602	,269		2,234	,026	,072	1,132
	Atitude Pessoal	,532	,044	,614	12,223	,000	,447	,618
	Motivação	,039	,052	,040	,745	,457	-,064	,142
	Suporte Educacional	,210	,061	,158	3,430	,001	,089	,330

a. Variável Dependente: Intenção Empreendedora

Anexo L – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre a APFE e a Intenção Empreendedora

```
**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 ENVOLVE

Model Summary
          R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
      ,4839      ,2342      ,2249    18,1007     5,0000   296,0000      ,0000

Model
              coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant     2,9414      ,2945     9,9889      ,0000     2,3619     3,5209
APFE          ,2531      ,0349     7,2566      ,0000      ,1845      ,3217
Sexo          ,0265      ,0556      ,4769      ,6338     -,0828      ,1358
Idade        -,0591      ,0105    -5,6218      ,0000     -,0798     -,0384
Habilita      ,2016      ,0473     4,2601      ,0000      ,1084      ,2947
TenhoFam      ,1049      ,0562     1,8675      ,0628     -,0056      ,2155

Standardized coefficients
              coeff
APFE          ,3715
Sexo          ,0243
Idade        -,3016
Habilita      ,2276
TenhoFam      ,0960

**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 INTENCAO

Model Summary
          R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
      ,7091      ,5028      ,2373    49,7239     6,0000   295,0000      ,0000

Model
              coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant      ,9078      ,3497     2,5957      ,0099      ,2195     1,5961
APFE          ,4828      ,0389    12,4163      ,0000      ,4062      ,5593
ENVOLVE       ,3245      ,0597     5,4361      ,0000      ,2071      ,4420
Sexo         -,0016      ,0571     -,0279      ,9778     -,1139      ,1108
Idade         ,0064      ,0114      ,5669      ,5712     -,0159      ,0288
Habilita      ,0101      ,0501      ,2022      ,8399     -,0884      ,1087
TenhoFam     -,1895      ,0580    -3,2642      ,0012     -,3037     -,0752

Standardized coefficients
              coeff
APFE          ,5568
ENVOLVE       ,2550
Sexo         -,0011
Idade         ,0258
Habilita      ,0090
TenhoFam     -,1362
```

```
************************** TOTAL EFFECT MODEL ****************************
OUTCOME VARIABLE:
 INTENCAO

Model Summary
          R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
      ,6731      ,4530      ,2601    49,0292     5,0000   296,0000      ,0000

Model
              coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant     1,8624      ,3167     5,8806      ,0000     1,2391     2,4857
APFE          ,5649      ,0375    15,0589      ,0000      ,4911      ,6387
Sexo          ,0070      ,0598      ,1172      ,9067     -,1106      ,1246
Idade        -,0127      ,0113    -1,1268      ,2608     -,0350      ,0095
Habilita      ,0755      ,0509     1,4844      ,1388     -,0246      ,1757
TenhoFam     -,1554      ,0604    -2,5721      ,0106     -,2743     -,0365

Standardized coefficients
              coeff
APFE          ,6515
Sexo          ,0050
Idade        -,0511
Habilita      ,0670
TenhoFam     -,1117


************** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y **************

Total effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI       c_ps       c_cs
      ,5649      ,0375    15,0589      ,0000      ,4911      ,6387      ,8260      ,6515

Direct effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI      c'_ps      c'_cs
      ,4828      ,0389    12,4163      ,0000      ,4062      ,5593      ,7059      ,5568

Indirect effect(s) of X on Y:
           Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE     ,0821      ,0221      ,0443      ,1308

Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:
           Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE     ,1201      ,0320      ,0662      ,1924

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:
           Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE     ,0947      ,0245      ,0522      ,1491
```

Anexo M – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre a Motivação Empreendedora e a Intenção Empreendedora

OUTCOME VARIABLE:
ENVOLVE

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,5468	,2990	,2058	25,2487	5,0000	296,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,9277	,3323	5,8014	,0000	1,2738	2,5817
MOTIVA	,3483	,0378	9,2140	,0000	,2739	,4227
Sexo	,0487	,0533	,9146	,3612	-,0561	,1535
Idade	-,0413	,0102	-4,0587	,0001	-,0614	-,0213
Habilita	,1736	,0453	3,8292	,0002	,0844	,2628
TenhoFam	,0812	,0535	1,5177	,1302	-,0241	,1866

Standardized coefficients

	coeff
MOTIVA	,4553
Sexo	,0447
Idade	-,2108
Habilita	,1960
TenhoFam	,0743

OUTCOME VARIABLE:
INTENCAO

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,5485	,3009	,3336	21,1600	6,0000	295,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,8553	,4464	1,9159	,0563	-,0233	1,7339
MOTIVA	,2698	,0546	4,9424	,0000	,1624	,3773
ENVOLVE	,4400	,0740	5,9458	,0000	,2943	,5856
Sexo	,0007	,0679	,0109	,9913	-,1329	,1344
Idade	,0303	,0133	2,2717	,0238	,0040	,0565
Habilita	-,0404	,0591	-,6836	,4948	-,1568	,0759
TenhoFam	-,2601	,0684	-3,8021	,0002	-,3947	-,1254

Standardized coefficients

	coeff
MOTIVA	,2771
ENVOLVE	,3457
Sexo	,0005
Idade	,1212
Habilita	-,0359
TenhoFam	-,1869

```
************************** TOTAL EFFECT MODEL ****************************
OUTCOME VARIABLE:
 INTENCAO

Model Summary
          R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
      ,4659      ,2171      ,3723    16,4164     5,0000   296,0000      ,0000

Model
              coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant     1,7034      ,4469     3,8117      ,0002      ,8239     2,5829
MOTIVA        ,4231      ,0508     8,3212      ,0000      ,3230      ,5231
Sexo          ,0222      ,0716      ,3095      ,7571     -,1188      ,1631
Idade         ,0121      ,0137      ,8816      ,3787     -,0149      ,0390
Habilita      ,0360      ,0610      ,5898      ,5558     -,0840      ,1559
TenhoFam     -,2243      ,0720    -3,1165      ,0020     -,3660     -,0827

Standardized coefficients
              coeff
MOTIVA        ,4345
Sexo          ,0160
Idade         ,0484
Habilita      ,0319
TenhoFam     -,1612


************** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y **************

Total effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI       c_ps       c_cs
      ,4231      ,0508     8,3212      ,0000      ,3230      ,5231      ,6186      ,4345

Direct effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI      c'_ps      c'_cs
      ,2698      ,0546     4,9424      ,0000      ,1624      ,3773      ,3945      ,2771

Indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,1532      ,0361      ,0898      ,2326

Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,2241      ,0491      ,1359      ,3306

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,1574      ,0355      ,0946      ,2349
```

Anexo N – Análise de Mediação - H4: A Envolvente Institucional medeia a relação entre o Suporte Educacional e a Intenção Empreendedora

OUTCOME VARIABLE:
ENVOLVE

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,6596	,4350	,1659	45,5818	5,0000	296,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,9628	,3170	3,0373	,0026	,3389	1,5866
SUPORTE	,6403	,0482	13,2895	,0000	,5454	,7351
Sexo	-,0106	,0477	-,2215	,8249	-,1045	,0834
Idade	-,0198	,0094	-2,1041	,0362	-,0384	-,0013
Habilita	,0826	,0415	1,9897	,0475	,0009	,1643
TenhoFam	,0223	,0481	,4635	,6434	-,0724	,1170

Standardized coefficients

	coeff
SUPORTE	,6133
Sexo	-,0097
Idade	-,1012
Habilita	,0933
TenhoFam	,0204

OUTCOME VARIABLE:
INTENCAO

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,4931	,2431	,3612	15,7935	6,0000	295,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,7177	,4749	3,6168	,0004	,7830	2,6524
SUPORTE	,0205	,0898	,2284	,8195	-,1563	,1973
ENVOLVE	,6007	,0858	7,0038	,0000	,4319	,7694
Sexo	-,0287	,0704	-,4070	,6843	-,1673	,1100
Idade	,0290	,0140	2,0716	,0392	,0015	,0566
Habilita	-,0581	,0617	-,9424	,3467	-,1795	,0632
TenhoFam	-,2842	,0710	-4,0001	,0001	-,4240	-,1444

Standardized coefficients

	coeff
SUPORTE	,0154
ENVOLVE	,4720
Sexo	-,0207
Idade	,1164
Habilita	-,0516
TenhoFam	-,2043

```
************************** TOTAL EFFECT MODEL ****************************
OUTCOME VARIABLE:
 INTENCAO

Model Summary
          R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
      ,3425      ,1173      ,4198     7,8649     5,0000   296,0000      ,0000

Model
              coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant     2,2960      ,5042     4,5534      ,0000     1,3037     3,2884
SUPORTE       ,4051      ,0766     5,2856      ,0000      ,2543      ,5559
Sexo         -,0350      ,0759     -,4611      ,6450     -,1845      ,1144
Idade         ,0171      ,0150     1,1413      ,2547     -,0124      ,0466
Habilita     -,0085      ,0660     -,1287      ,8977     -,1385      ,1215
TenhoFam     -,2708      ,0766    -3,5366      ,0005     -,4215     -,1201

Standardized coefficients
              coeff
SUPORTE       ,3049
Sexo         -,0252
Idade         ,0686
Habilita     -,0075
TenhoFam     -,1946


************** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y **************

Total effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI       c_ps       c_cs
      ,4051      ,0766     5,2856      ,0000      ,2543      ,5559      ,5923      ,3049

Direct effect of X on Y
     Effect         se          t          p       LLCI       ULCI      c'_ps      c'_cs
      ,0205      ,0898      ,2284      ,8195     -,1563      ,1973      ,0300      ,0154

Indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,3846      ,0716      ,2483      ,5295

Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,5623      ,0927      ,3816      ,7450

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:
            Effect     BootSE   BootLLCI   BootULCI
ENVOLVE      ,2895      ,0503      ,1914      ,3919
```