# Retrato sobre o Empreendedorismo Económico em África concretamente em Angola

## Evidência Empírica sobre a intenção Empreendedora dos estudantes do Ensino Superior Angolano

**Paulo Alberto Dengue**

**Dissertação de Mestrado em Gestão**

Orientação: Professor Doutor Vasco Salazar

Julho, 2016

DEGI | UPT UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

Paulo Alberto Dengue

# RERATO SOBRE O EMPREENDEDORISMO ECONÓMICO EM ÁFRICA CONCRETAMENTE EM ANGOLA

## Evidência Empírica sobre a intenção Empreendedora dos estudantes do Ensino Superior Angolano

Dissertação de Mestrado em Gestão apresentada à Universidade Portucalense Infante D. Henrique para a obtenção do grau de Mestre em Gestão, sob orientação do Professor Doutor Vasco Salazar

DEGI | UPT UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

**Dedicatória**

Dedico este trabalho, em primeiro lugar a Deus, autor da minha vida e do meu destino;

Ao Professor Doutor Vasco Salazar, pela forma sabia, paciente e empenhada demonstrada na orientação e pelo seu mui grande incentivo que tornaram possível a realização deste projeto;

À minha querida esposa, aos filhos aos meus progenitores e irmãos, pilares e fontes de inspiração deste trabalho;

A todos aqueles que de alguma forma estiveram e estão próximo de mim fazendo esta vida valer cada vez mais.

**Agradecimentos**

Como hei- de agradecer a tamanha graça!

Expresso os mais profundos e honestos agradecimentos primeiro a Deus Senhor de toda nossa existência pelo dom da vida e por terminar mais uma etapa de formação.

Na verdade a realização desta imponente obra só foi possível porque o Senhor esteve e está sempre presente na minha vida, abençoando-me e protegendo-me.

Um especial agradecimento ao Doutor Vasco Salazar meu incansável orientador, que pelo seu rigor científico, pela competência e de forma cuidada acompanhou-me ao longo da preparação e elaboração deste trabalho.

À Direção da Universidade, ao seu corpo docente e a administração a minha grande consideração e ponderação.

Os meus agradecimentos são ainda extensivos a minha querida esposa e aos meus filhos que em diferentes circunstâncias desta etapa de formação souberam suportar e compreender as razões das minhas ausências sempre que me deslocasse ao Huambo.

Não deixaria de agradecer o apoio e solidariedade do querido Doutor J. David Zanzala, do Doutor Moises André, dos colegas de serviço e companheiros do Mestrado.

A todos que, direta ou indiretamente contribuiram da melhor maneira possível para o êxito desta formação, a minha palavra de apreço e o meu muito obrigado pelo carinho, amizade e amor. Que Deus vos abençoe.

# Resumo

O mundo em que vivemos actualmente está caracterizado como da era da globalização, do empreendedorismo e de elevada competição empresarial. Por outro, há uma forte mudança marcada por um clima significativo de tranformações nas mais diferentes esferas da vida humana, nomeadamente: política, social e sobretudo na económica, o que exige e exigirá cada vez mais a necessidade de fazer muitas ações que promovam o empreendedorismo e o surgimento de novos empreendedores e empresários. É reconhecido que o empreendedorismo trata-se de uma temática bastante importante, que diz respeito à criação de um novo ambiente de negócios e multiplicidade de empregos, criação de novas empresas que possam gerar riqueza, nas mais vastas regiões planetárias, ou mesmo, dentro de um determinado país. A presente investigação identifica e avalia o impacto do empreendedorismo na intenção empreendedora dos estudantes de ensino superior angolano e, ao mesmo tempo, procura, através da revisão de literatura, fazer uma explanação sobre os aspectos inerentes ao empreendedorismo. A intenção de abordar o empreendedorismo ligado ao ensino do empreendedorismo na escola e os fatores comportamentais dos empreendedores também são realçados neste trabalho. Com base na fundamentação teórica, as hipóteses formuladas são testadas quando se fez a análise dos resultados, tendo ficado vincado que as variáveis "**necessidade de realização**" e "**ensino do empreendedorismo**" não exercem influência sobre a variável independente "**intenção empreendedora**". Perante os resultados obtidos constatou-se que a variável "**auto-eficácia**" afeta negativamente a "**intenção empreendedora**" ao passo que a variável "**desejo de independência**" influencia positivamente na "**intenção empreendedora**". Os resultados obtidos divergem do esperado segundo a revisão de literatura, proporcionando uma visão diferente do padrão observado em outros estudos, contribuindo para o entendimento da relação entre as características empreendedoras, o ensino do empreendedorismo e a intençao empreendedora.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, intenção empreendedora, ensino do empreendedorismo, e fatores comportamentais.

# Resume

The world we live in is currently characterized as the era of globalization, entrepreneurship and high business competition. On the other, there is a strong shift marked by a significant climate transformations in many different spheres of human life, namely: political, social and especially in economic, requiring and increasingly require the need to do many activities that promote entrepreneurship and the emergence of new entrepreneurs and businessmen.

It is recognized that entrepreneurship is a very important issue, concerning the creation of a new business environment and multiplicity of jobs, creation of new businesses that can generate wealth, in the broader planetary regions, or even within a given country. This research identifies and assesses the impact of entrepreneurship in the entrepreneurial intention of the Angolan higher education students and at the same time, looking through the literature review, make an explanation of the circumstances relevant to entrepreneurship.

The intention of addressing entrepreneurship combined with entrepreneurship education at school and behavioral factors of entrepreneurs are also highlighted in this work. Based on the theoretical foundation, the hypotheses are tested when it made the analysis of the results, having been creased the variables **"need for achievement"** and **"entrepreneurship education"** have no influence on the independent variable **"entrepreneurial intention."** In view of the results it was found that the variable **"self-efficacy"** adversely affects **"entrepreneurial intention"** while the variable **"desire for independence"** influences positively the **"entrepreneurial intention."** The results differ from expected according to the literature review, providing a different view of the pattern observed in other studies, contributing to the understanding of the relationship between entrepreneurial characteristics, entrepreneurship education and the intention entrepreneurial.



**Keywords:** Entrepreneurship, entrepreneurial intention, entrepreneurship education and behavioral factors.

# Índice

INTRODUÇÃO ..... 10
1. FUNDAMENTAÇÃO TÉORICA ..... 14
1. 1 Evolução e Contextualização Histórica ..... 14
1.2. Problema, Importância e Justificação ..... 16
1.3. Objetivos e questões de Investigação ..... 18
1.3.1. Objetivo Geral: ..... 18
1.3.2. Objetivos específicos: ..... 18
1.4. Organização da Dissertação ..... 19
Capítulo 2. Revisão da Literatura ..... 21
2.1. Conceito/ Definição do Empreendedorismo ..... 24
2.2. Empreendedorismo e Desenvolvimento Económico ..... 27
2.3. Características do Empreendedor ..... 29
2. 4. Empreendedorismo em África (1) ..... 35
2.5. O Empreendedorismo do mercado Angolano ..... 38
2.6. O Impacto do empreendedorismo nas PME em Angola ..... 43
2.7. A Intenção Empreendedora ..... 46
2.8. Formação e Ensino do Empreendedorismo ..... 49
2.9. Fatores Comportamentais do Empreendedor ..... 54
Capítulo: 3 Metodologia de Investigação ..... 57
3.1 Variáveis ..... 57
3.2.1 Variáveis independentes ..... 59
3.3. Hipóteses ..... 61
3.4. Método de recolha e análise de dados ..... 62
Capítulo: 4 RESULTADOS ..... 63
4.1. Caracterização da Amostra ..... 63
4.2 Análise das Hipóteses ..... 65
Capítulo 5: CONCLUSÃO ..... 72
5.1. Conclusões, limitações e considerações finais ..... 72
Referências Bibliográficas ..... 76
Anexo 1 - Questionário ..... 80

## Índice de Figuras

**Figura 1** - Influência das variáveis independentes na variável dependente ..... 58
**Figura 2** - Esquema explicativo das hipóteses ..... 61

## Índice de Mapas

**Mapa 1** - Mapa Geográfica de áfrica..... 35
**Mapa 2** - Mapa Geográfica de Angola ..... 38

## Índice dos Gráficos

**Gráfico 1** - Caracterização percentual por género..... 63
**Gráfico 2** - Percentagem por Idades ..... 64
**Gráfico 3** - Percentagem por habilitações ..... 65

## Índice de Tabelas

**Tabela 1 –** Frequência de correlação ..... 66
**Tabela 2 –** Coeficiente de correlação ..... 67
**Tabela 3 –** Correlação de coeficiência..... 68
**Tabela 4 –** Variáveis de correlação.... ..... 70

## LISTA DE ACRÓNIMOS

GEM Global Entreneurship Monitor

MAPESS Ministério de Administração Pública, Emprego e Segurança Social

BUE Balcão Único do Empreendedor

MPMEs Micro, Pequenas e Médias Empresas

PMEs Pequenas e Médias Empresas

PIB Produto Interno Bruto

GUE Guiché Único de Empresa

IE Intenção Empreendedora

EDC Empreendedorismo e Desenvolvimento Económico

FCE Fatores Comportamentais do Empreendedor

BM Banco Mundial

TEA Taxa Económica da Atividade

FRACA Fundo ativo de capital de risco angolano

TAP Teoria da Ação Planificada

PNUD Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

PROAPEN Programa de Apoio ao pequeno negócio

CLESE Centro Local de Empreendedorismo e Serviços de Emprego

## INTRODUÇÃO

O estágio de desenvolvimento económico de um País ou região, pode ser avaliado em função das suas atividades que desenvolvem para criarem riquezas e, ao mesmo tempo, em função dos processos de inovação e criação de políticas empresariais, assentes numa base tecnológica adequada aos desafios mercadológicos dos seus consumidores.

Neste âmbito, a revolução tecnológica ocorrida na última metade do século XX gerou grandes mudanças no xadrez económico mundial e nos sistemas de produção industrial o que afetou profundamente a maneira de agir e de pensar das pessoas ao longo dos anos.

Deste modo, o homem foi conhecendo momentos de extremo progresso socioeconómico, cujas alterações se operaram veementemente em todas as sociedades como um fenómeno global o que propiciou que o estilo de vida em toda humanidade sofresse alterações significativas dando lugar a novos paradigmas de convivência social, aliados à melhoria na assistência médica, na distribuição da rede alimentar e, sobretudo, na elevação da longevidade das pessoas, fruto da sedentarização das mesmas em grandes ambientes urbanos, ou seja, as rápidas mudanças não se operaram apenas na perspectiva quantitativa, mas também apontaram para o nascimento de uma nova era marcada por imensas tranformações qualitativas na arena económica do mundo cada vez mais corporativo.

A coexistência do homem à adversidade, ao meio e à escassez, fez com que criasse organizações voltadas à procura, criando condições de fazer muito mais com muito menos recursos, buscando o aprimoramento de suas técnicas e inovasse as que usava, proporcionando a antecipação dos desejos e anseios dos seus consumidores. Apesar deste esforço, nem todas as nações tiveram a mesma sorte devido a vários fatores endógenos, próprios da conjuntura interna e exógenos, propiciados por cataclismos naturais e por inferências externas.

Por exemplo, a África, foi, e continua a ser alvo de inúmeros problemas políticos, religiosos, sociais, económicos, naturais e ecológicos com solvência à seca e à fome que têm provocado situações humanitárias, catastróficas e

pesadamente desastrosas, chegando mesmo a inviabilizar o seu desenvolvimento socioeconómico e instabilidade social dos seus habitantes em toda sua extensão, cujas consequências são em suma, muito negativas e devastadoras, devido a um passado historicamente assombrado pelas guerras civis que ainda, são até hoje visíveis em alguns países deste continente.

Apesar deste ambiente que caracteriza o continente africano, muitas organizaçoes nacionais e internacionais têm desenvolvido esforços, centrados na conquista da paz e na estabilização do continente para permitir mitigar tais clivagens sociais, inserindo nele, programas que exaltam os princípios de desenvolvimento e de inserção empresarial no contexto das nações.

Os programas e subprogramas são as vias mais adequadas capazes de fazer com que se recomponham todas as infraestruturas destruídas pela guerra e pelos cataclismos naturais, pois só assim é que será possível pacificar os corações atemorizados e perturbados dos africanos e embuí-los na conjuntura empreendedora.

Com o alcance do clima de paz e a estabilidade política reinante em alguns Países da região nesses últimos anos, bem como a implementação de várias reformas administrativas, abrem horizontes para perspectivas de crescimento económico porque se notam condições favoráveis para fomentar uma atmosfera de confiança e esperança em busca de melhores soluções dos graves problemas de pobreza extrema que enfermam muitos africanos.

É evidente que a legítima e imperiosa necessidade de reconstruir e desenvolver a África passa essencialmente pela estabilidade politica e pelas profundas mudanças nos diferentes processos administrativos e operacionais, tendentes ao imprescindível desenvolvimento sócio-económico do continente, tendo em atenção o papel e espírito empreendedor dos seus filhos, condição indispensável para o fomento de um tecido empresarial dinâmico e com elevado grau de prospeção e crescimento. Desta feita, urge necessidade de se fomentar o ensino das matérias ligadas ao empreendedorismo para que haja um conhecimento profundo desta temática e, ao mesmo tempo, dinamizar o espírito empreendedor dos seus filhos sem os quais ser-se-à dificil resgatar o

continente da pobreza extrema e redimensionà-lo na esteira de desenvolvimento e do progresso.

Angola, tem sido considerado um desses exemplos de crescimento económico, motivado pelo alcance da paz efetiva em 2002. Percebe-se pois que sem a paz não há crescimento económico e, consequentemente não há estabilidade política e desenvolvimento económico nos mais diversos setores.

Por isso este país tem sido palmilhado por vários líderes africanos e mundiais como referência a ser seguida, pois ao mergulhar em programas de desminagem para alavancar a produção agropecuária, ao reconstruir a malha rodoviária e ferroviária para facilitar a transportação de pessoas e o escoamento de mercadorias do campo para a cidade e vice-versa, ao conceber programas de fomento habitacional através de construção de centralidades urbanas nas distintas Províncias para acomodar os cidadãos em abrigos condignos, ao criar políticas para a inserção de desmobilizados em atividades produtivas e a concepção de muitos outros, são na verdade indicadores positivos que têm sido calcorreados por demais atores políticos dos países da região que ainda conhecem no lastro da guerra.

No entanto a paz é a garantia para que sejam alcançados os ganhos que em Angola tem somado sobretudo no setor da educação, saúde e da estabilidade macroeconómica, criando condições favoráveis para o empreendedorismo a todos os níveis.

Em suma, não se pode dissociar os progressos alcançados com o aumento do número de salas de aulas, o recrutamento de mão-de-obra docente para assegurar o sistema de ensino, contribuindo sobremaneira para dinamizar e fomentar os jovens e adultos à prática e o domínio das matérias ligadas ao empreendedorismo. Para dar ênfase a temática empreendedorismo em abordagem, o Executivo angolano tem estado a criar espaços de debates académicos sobre o empreendedorismo. Importa pois dizer, que é um assunto de atualidade e constitui prioridade governamental de acordo com o despacho n.º 214-A/10 do Ministério da Educação, publicado em Diário da República de Angola, de 5 de Novembro, I Série – n.º 21, que aprova os programas da disciplina de Empreendedorismo, introduzido a título experimental, nos Planos

de Estudo do Ensino Secundário, período diurno, nas escolas selecionadas, a partir do ano letivo 2010.

O despacho nº 214-A do Ministério da Educação da República de Angola, é premissa fundamental para o início de uma nova etapa no processo de ensino do empreendedorismo no sistema de ensino, bem como o despertar das mentalidades dos cidadãos no que concerne à cultura empreendedora.

Portanto o empreendedorismo está atualmente no centro da discussão dos principais agentes políticos e económicos, visando a criação de novas empresas ou o desenvolvimento de algo novo a fim de gerar riquezas e combater a fome e a pobreza como pilares fundamentais da promoção do homem angolano, tal como tem sido aventado por muitos peritos na matéria. Tudo isso está diretamente relacionado com o crescimento económico de qualquer país.

Nesta altura em que a crise financeira está a ser sentida por todo o mundo, motivada pela queda do preço do barril de petróleo no mercado internacional, é importante desenvolver-se a capacidade de empreender, quer a nível profissional, quer a nível pessoal, promovendo uma atitude proativa em que cada um faça parte deste ambicioso processo de modo inverter a gritante situação financeira que tem fervilhado as nações.

# 1. FUNDAMENTAÇÃO TÉORICA

## 1. 1 Evolução e Contextualização Histórica

A génese dos pensamentos pioneiros sobre o empreendedorismo não são relativamente novos. Segundo Landstrom, Harirchi, Astron (2012), é provável que a função do empreendedorismo seja tão antiga quanto a do intercâmbio e a do comércio entre os indivíduos na sociedade, embora este conceito não tenha sido discutido naquela altura.

Somente a partir da evolução dos mercados económicos os cientistas sociais se interessaram pelo fenómeno e começaram por abordar assuntos inerentes a esta temática que vem ganhando proporções alastrantes na contemporaneidade.

Segundo Landstron e Benner (2010), consideram que essa discussão ocorreu após um grande período de estagnação aplicado pelo sistema feudal na economia europeia, onde o direito de propriedade era restrito e os produtos altamente taxados. Porém durante a Idade Média lentamente essas condições se modificavam e o sistema de empreendedorismo evoluía com base as classes dos comerciantes e na ascensão das cidades.

> Nesse período o termo empreendedor "foi usado para decrever tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção" (HISCRICH; SHEPHERD, 2009, P.28).

Para FILLION (1999) Vérin em 1982 foi um dos primeiros a estudar a evolução do termo enter-preneur através da história, observando que no século XII, ele era usado para referir-se "aquele que incentiva brigas".

Já no século XVII, representado na era económica, o empreendedor estava ligado a pessoa que " tomava a responsabilidade e coordenava uma operação militar", e no fim deste século e início do século XVIII, o termo foi usado como referência à pessoa que criava e conduzia empreendimentos.

Murphy, Lião e Welsch (2006) destacam que a atividade empreendedora se expandiu ao longo dos séculos XVI e XVII, baseada nas competências e nas habilidades, tornando-se cada vez mais instrumentais para corrigir as ineficiências ou fornecer novas soluções, bens e serviços. A especialização do conhecimento, a descoberta de oportunidades comerciais e a atividade empreendedora se intensificou no século XVIII.

Landstrom e Benner (2010) descrevem os principais autores que preconizaram as primeiras concepções sobre empreendedorismo. Uma figura importante foi Richard Cantillon (aprox. 1680-1734), pois suas contribuições descrevem que os empreendedores estavam envolvidos em trocas de mercadorias direcionadas ao lucro e decisões empresariais, tomadas em face das incertezas.

> Uma das características de análise para Cantillon foi a ênfase sobre o "risco e as incertezas" (FILION, 1999; HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2009; BRUYAT; JULIEN, 2000).

FILLION (1999), Landstrom e Benner (2010) descreveram também as contribuições dos Franceses, na figura de Jean Baptiste Say (1767-1832), o qual definia o empreendedor no papel de coordenação de produção e distribuição, ou seja, um coordenador que consistia em combinar os fatores (terra, capital e industria humana) de produção que resultavam em novos empreendimentos.

O empreendedorismo hoje, ganhou espaço nas suas diferentes abordagens e tem sido falado/aflorado em distintos fórum de âmbito económico e de desenvolvimento, em muitos lugares do planeta terra.

Em Angola o termo de decalque às línguas nacionais Kimbundu e Umbundu, na maior parte das vezes, é designado: zunga fenómeno comercial ambulante em que o vendedor ou vendedora (zungueiro, zungueira), anda de um lado a outro com mercadorias para vendê-las aos transeuntes ou funcionários de diferentes empresas.

O termo candonga cujo artífice é denominado (condongueiro, candongueira), alia-se a uma atividade comercial diferenciada com o próposito de obter lucros não taxados, sempre na posição ascendente, ou seja acima do valor percentual aceitável, ja quitanda cujo indivíduo que pratica esta arte chama-se (quitandeiro, quitandeira), está indicado a quem vende em mercados comunitários; ao passo que os kupapatas refere-se a indivíduos ligados a negócios a partir de motociclos com motor de duas ou três rodas transportando passageiros e mercadorias de um lado para outro.

Estes são alguns dos exemplos que testemunham a origem do termo, que de uma ou outra forma nos remete para a ideia do empreendedor para muitos angolanos.

A partir dos anos 2010 e 2012, e em atenção as políticas do governo, na maior parte dos Municípios de Angola se criou o Balção/Guiché único do empreendedor, para incentivar a prática do empreendedorismo.

## 1.2. Problema, Importância e Justificação

Os principais percursores do empreendedorismo são: Joseph A. Shumpeter, Kirzner, Jean B. Say, Peter Drucher e Fernando Dolabela cuja evolução, trajetória e tendência da conceituação do termo variam segundo seus teorizadores indo sempre de encontro aos pensamentos e ao contexto de onde emanam as definições sem que subjazam corrente de uma teoria moderna de gestão.

Mas o que é o Empreendedorismo?

Este conceito é bastante polissémico mas inclina-se ao que tem a ver com produção de receitas através de atividades geradoras de empregos para o auto-sustento.

Face a atual conjuntura económica em que se encontra as populações a nível mundial e em particular a africana e em atenção as recentes taxas de desemprego, os Governos e as Administração públicas, quer a nível do continente quer a nível interno (Angola), tem-se estipulado medidas e programas de apoio para o fomento e à promoção do espírito empreendedor.

Deste modo e no contexto angolano, revela-se fundamental analisar os fatores que de certa forma podem contribuir para a dinamização, iniciativa e criatividade de projetos tendentes a incentivar o empreendedorismo.

Sublinha-se pois a necessidade de promover "uma maior sensibilização para o empreendedorismo no contexto da intenção empreendedora e escolar a partir dos diferentes níveis de ensino do básico, até às instituições de ensino superior, de maneira a criar, desde cedo oportunidades para que os jovens se sintam galvanizados e melhor preparados para o desempenho da sua atividade empreendedora.

A importância do empreendedorismo em África e em Angola é ressaltada no âmbito dos jovens, serem vistos como a esperança do desenvolvimento e progresso num futuro breve. Ao incorporá-los nesse domínio mercadológico do empreendedorismo tornam-se triunfantes, na promoção de novas ideias, na redução das dificuldades económicas, e no combate ao fenómeno do desemprego e enfim, vicissitudes que enfermam o mundo contemporâneo.

## 1.3. Objetivos e questões de Investigação

### 1.3.1. Objetivo Geral:

Matlay e Carey (2007) sugerem que é necessária mais e melhor investigação de qualidade, em todos os aspetos pertinentes do ensino do empreendedorismo que possibilite analisar os diferentes fatores comportamentais do empreendedor, para tomada de maior consciência da sua responsabilidade.

O objetivo geral desta dissertação consubstancia-se em:

a) Avaliar o impacto do empreendedorismo na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano.

### 1.3.2. Objetivos específicos:

No âmbito mais específico, destaca-se como propósitos dessa investigação:

- Identificar quais as características empreendedoras dos estudantes do ensino superior angolano e relacioná-las à intenção empreendedora dos mesmos.

- Analisar quais os fatores motivacionais identificados nos estudantes do ensino superior angolano que influenciam positivamente a intenção empreendedora desses estudantes.

- Examinar a influência do ensino do empreendedorismo na intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano.

## 1.4. Organização da Dissertação

A presente dissertação encontra-se organizada em cinco capítulos:

O primeiro capítulo, dá primazia a introdução, a contextualização histórica do empreendedorismo, bem como aflora aspetos sobre problema, importância e justificação do tema, realça ainda os objetivos e a organização da dissertação.

O segundo capítulo ocupa-se de forma incisiva da revisão da literatura, da abordagem da intenção empreendedora, da caracterização do empreendedorismo no desenvolvimento económico, assim como da análise do empreendedorismo no contexto africano e no mercado angolano. Faz também alusão ao impacto do empreendedorismo nas PMEs em Angola e do empreendedorismo no âmbito da formação.

Importa referir que o trabalho está interligado por 4 conceitos bases: (1) empreendedorismo; (2) intenção empreendedora; (3) ensino do empreendedorismo; (4) fatores comportamentais que influenciam a intenção empreendedora.

Na fase heurística, a revisão de literatura enfatiza igualmente os conceitos associados ao empreendedorismo e sua importância para a economia.

Por outro lado a descrição da "intenção empreendedora" dentro da revisão de literatura é baseada nos elementos que constituem as variáveis da mesma.

Para terminar a parte teórica desse trabalho, é feita uma revisão de literatura sobre os fatores comportamentais que influenciam a intenção empreendedora a qual é fundamentada pelas principais características e motivações presentes junto dos empreendedores.

Já no capítulo 3, inicia-se a segunda parte do trabalho, que fundamenta a elaboração da parte empírica ou seja, é o capítulo consagrado a Metodologia de Investigação que compreende:

a. Variáveis;

b. Variáveis dependente;

c. Variáveis independentes;

d. Hipóteses;

e. Método de recolha de dados.

O capítulo 4 conforma e apresenta a caracterização da amostra, a análise das hipóteses, testando-as a partir dos resultados obtidos.

Finalmente o trabalho culmina com o capítulo 5, dedicado à conclusão final, limitações e sugestões para futuras investigações.

Ja na parte pós testual apresentam-se as referências bibliográficas, contendo todos os autores utilizados e citados nomeadamente os artigos que foram gerados a partir e durante a realização do trabalho.

## Capítulo 2. Revisão da Literatura

Na literatura económica, foi Richard Cantillon, que em 1755, utilizou pela primeira vez o termo Francês entreprendre (Lowe e Marriot 2006). Antes disso, entrepreneur tinha outro significado. De acordo com Faria e Silva (op.cit), até o século XVII entrepreneur era usado relativamente a expedições militares e significava " assumir empreitada que exigia esforço e muito empenho". Richard Cantillon usou o termo para explicar a receptividade ao risco na compra de algo por um determinado preço para vender a preços incertos no futuro. Para Cantillon o empreendedor tem uma função chave no desenvolvimento económico.

Richard foi o primeiro a consagrar uma visão clara sobre a função socioeconómica do empreendedor e a assinalar que a ação de empreendedor está voltada pela incerteza, sobretudo quanto ao lucro.

Foi entretanto Jean-Baptiste Say, economista Francês, que no início do século XIX, conceptualizou o empreendedor como o indivíduo capaz de mover os recursos económicos de uma área de baixa produtividade para outra de maior retorno. O empreendedor é responsável por, entre outras coisas, reunir os fatores de produção, estabelecer o valor dos salários, o juro pago, aluguer e lucros que lhe pertencem.

Para Dolabela (1990, p.54), a palavra empreendedor é utilizada para designar principalmente a pessoa que se dedica na reprodução de riqueza, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como Marketing, produção, organização etc.

Para Bruyat e Julien (2000) e Murphy, Lião e Welsch (2006), afirmaram que o objetivo não é propor novas definições mas integrar as teorias como uma perspectiva de compreensão do fenómeno, limitando o campo em teorias mais estáveis e menos divergentes. Para eles as definições tornam-se uma ferramenta teórica, uma construção de acordo com os objetivos, levando uma ruptura epistemológica entre o significado geral da palavra e o seu significado

científico, gerando assim por dizer conhecimentos válidos. “Um dos fascínios é a riqueza do fenómeno, o que leva a uma das maiores frustrações, por existir a falta de um entendimento comum do que precisamente é o empreendedorismo” (DAVIDSSON, 2004,p.1).

Assim, a definição elaborada por Shane e Venkataraman (2000) se destaca por ter um alto índice de aceitação e ser considerada uma das mais completas e atuais (DAVIDSSON, 2004; CASSIS; MONOGLOU, 2005; BARON; SHANE, 2007; VAGHELY; JULIEN, 2010; HARMELING, 2011; LANDSTROM; HARIRCHI; ASTROM, 2012; SHANE, 2012), para além de descreverem o empreendedorismo, como um campo de pesquisa, envolve o estudo das fontes das oportunidades para criar algo (novos produtos ou serviços, novas formas de organizar as técnicas existentes), e o processo de descoberta, exploração e avaliação, e também o conjunto dos indivíduos que as descobrem, avaliando e explorando essas novas realidades, usando diversos meios e produzindo, assim, uma ampla gama de efeitos (SHANE; VENKATARAMAN,2000).

Baron e Shane (2007) esclarecem essa definição como o reconhecimento de uma oportunidade para criar algo novo – e isso não precisa ser novos produtos ou serviços, pelo contrário, pode tratar do desenvolvimento de um novo mercado, uma nova matéria-prima ou criando um novo meio de produção.

Para os autores, o empreendedorismo é visto como uma atividade executada por indivíduos específicos, envolvendo ações chaves (identificação de uma oportunidade – potencialmente valiosa no sentido prático e que possa produzir lucro sustentável), e as atividades ligadas a exploração e o desenvolvimento real de uma oportunidade.

Para Landstrom, Harirchi e Astron (2012) este campo de pesquisa tem crescido, produzindo conhecimentos cada vez mais sistematizados, integrados e ancorados em um pequeno conjunto de bases intelectuais. Embora na visão dos autores haja ainda alguns sinais de diferenciação e fragmentação.

Shane (2012), descreve que o campo em questão é um campo de pesquisa complexo, pois que não existem fenómenos que o empreendedorismo exclusivamente explica ou prevê, por ter sido construído a partir de diversas teorias e suposições distintas.

Assim mesmo com a amplitude dos estudos relacionados ao empreendedorismo e com a definição apresentada por Shane e Venkataramam (2000), torna-se evidente a necessidade na continuidade das pesquisas, direcionadas ao tema como a gestão de risco (capital e equipe) e o desenvolvimento económico proporcionado pelo empreendedorismo (SHANE,2012).

É importante uma leitura atenta dos dois primeiros autores normalmente identificados como pioneiros no campo – Richard Cantillon (1680-1734) e Jean Baptista Say (1767-1832) – influenciaram toda a teoria sobre o empreendedor que dispomos nos dias de hoje. As suas ideias constituem ponto de partida obrigatório no início desse vasto campo nação. O bem-estar de um país dependia da sua população ativa, do progresso técnico, do dinamismo de seus empresários.

A concepção que J.B. Say tinha do empreendedor – alguém que inova e é agente de mudança – permanece até hoje.

Mais tarde o austríaco Joseph Schumpeter (1982), um dos mais importantes economistas do século XX, definiu o empreendedor como a pessoa que reforma ou revoluciona o processo criativo destrutivo do capitalismo, através do desenvolvimento de nova tecnologia ou aperfeiçoamento de uma antiga.

Schumpeter destacou o modelo dinâmico da economia, em que ocorrem as transformações que geram o desenvolvimento económico ressaltando o importante papel do empreendedor de inovação. Na sua visão, empreender implica renovar. Sob este ponto de vista, e tendo em consideração que, o empreendedor é responsável pela inovação, estes processos podem trazer o estímulo para o desenvolvimento, dando origem novas inovações.

## 2.1. Conceito/ Definição do Empreendedorismo

As definições de empreendedorismo são abundantes e variadas. Desde logo, porque o termo é usado em áreas muito distintas. Como descrevem Shane e Venkataraman (2000, p. 217).

"O empreendedorismo vem-se tornando um amplo rótulo onde estão abrigadas uma miscelânea de pesquisas."

Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra entrepreneurship, sendo utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades seu universo de atuação.

Com Dolabela (1999), percebemos que o empreendedorismo é uma área bastante abrangente, envolvendo temáticas como a criação de empresas, a geração de autoemprego, intra-empreendedorismo social e políticas públicas.

Outra importante contribuição para o estudo do empreendedorismo foi dada por David McClielland (1917-1998), psicólogo da Universidade de Harvard que desenvolveu a concepção de um paradigma comportamental do perfil do empreender, estabelecendo, nesse sentido, uma segmentação da sociedade em dois grandes grupos quanto à percepção e ao enfrentamento de desafios e oportunidades.

Sharma e Venkataraman (1999, p.121) definem empreendedorismo como " o fenómeno que abarca ou engloba atos de inovação, renovação ou criação organizacional e que ocorrem dentro ou fora da organização existente.

Segundo Sílvia et al. (2000), o empreendedorismo é um processo que trata de sete diferentes tipos de criação, não exclusivas entre si, a saber: criação de riqueza, criação de empresas, criação de inovação, criação de mudança, criação de empregos, criação de valor e criação de crescimento.

No âmbito das ciências empresariais o empreendedorismo reflete, para Lumpkin e Dess (1996, p.143) a tendência de uma empresa se envolver e apoiar novas ideias, novidades, experimentação e processos criativos que podem resultar em novos produtos, serviços ou processos tecnológicos.

Pereira e Santos (1995) configuram o empreendedorismo como um dos modelos de gestão que se destacam durante o período de transição e de emergência de novos paradigmas. A caracterização do empreendedorismo como novo modelo de gestão adequado aos novos paradigmas (económicos, políticos, sociais, tecnológicos, culturais etc), é evidenciada pela crescente produção literária, notadamente a partir da segunda metade dos anos 80. Talvez isto se explique pela significativa participação das pequenas empresas no PIB dos Países, o que intensificou a pesquisa sobre o tema.

Carton, Hofer e Meeks (1998) definem empreendedorismo como a procura de uma oportunidade descontinuada envolvendo a criação de uma organização (ou sub-organização) com a expectativa de criação de valor para os participantes.

Ferreira et. Al (2010,p.360) refere que o empreendedorismo é o "processo de criar uma nova empresa, assumindo os riscos e as recompensas do empreendimento. " O empreendedorismo é assim visto como o processo de identificação, desenvolvimento e amadurecimento de ideias para a sua implementação na criação de novas empresas em condições de risco de uma considerável incerteza.

Os economistas consideravam o empreendedorismo como um elemento útil à compreensão do desenvolvimento, ao passo que os comportamentalistas já identificavam o empreendedor como pessoa.

Pode-se ainda, entender por empreendedorismo o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projeto técnico, científico ou empresarial. Origina-se do termo empreendedorismo, que tem a ver com fazer diferente, antecipar-se aos factos,

implementar ideias, buscar oportunidades e assumir riscos calculados. Está ainda relacionado à busca da auto-relização (Dornelas, 2005 p 13).

Cuervo, Ribeiro e Roig (2007) afirmam que o empreendedorismo é um elemento essencial para o progresso económico e manifesta a sua importância fundamental de diferentes maneiras:

- através da identificação, avaliação e exploração de oportunidades;

- através de criação de novas empresas e/ou renovar as já existentes; tornando-as mais dinâmicas; por dirigir a economia para frente-através da inovação, competência, criação de emprego e pela melhoria geral do bem estar da sociedade;

Ainda segundo Cuervo e Roig (2007), o empreendedorismo afeta todas as organizações independentemente do tamanho ou idade, se eles são considerados um organismo privado ou público, e independentemente dos seus objetivos.

Sua importância para economia se reflete em seu crescimento visível como um assunto de interesse para a imprensa económica e na literatura acadêmica. Por esta razão, é uma questão de interesse de acadêmicos, empresários e governos de todo mundo.

Entre os conceitos de empreendedorismo referenciados, o que mais se enquadra no propósito desse trabalho é o conceito de Shane e Venkataramam (2000), afirmam que o empreendedorismo é o processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades; è um conjunto de indivíduos que as descobrem, avalia e explora, essas novas realidades.

Embora o empreendedorismo seja um tema amplamente discutido nos dias atuais, seu conteúdo, ou seja, o que ele representa sempre esteve e continua na história da humanidade.

Dolabela (2008) afirma que o empreendedorismo não é um tema novo ou um modismo, muito pelo contrário, existe desde sempre, desde a primeira

ação humana inovadora com o objetivo de melhorar as relações do homem com os outros e com a natureza.

Baron e Shane (2007) esclarecem a dicotomia presente no termo, classificando-o tanto como a atividade exercida pelo empreendedor quanto a àrea do próprio fenómeno.

O empreendedorismo nos nossos dias, é um fenómeno emergente que devido à crise económica internacional, está no centro das atenções dos políticos e da sociedade em geral, dado o decréscimo do desemprego ser um dos grandes desafios da sociedade, dos governos e dos dirigentes do mundo moderno.

O empreendedorismo é ainda visto como a tentativa de criação do próprio emprego, de uma nova organização empresarial ou expansão de negócio estabelecido por um indivíduo, ou por equipa de indivíduos (GEM,2010).

## 2.2. Empreendedorismo e Desenvolvimento Económico

O desenvolvimento económico para Shumpeter é um fenómeno originário da própria esfera económica, com características qualitativas novas, e não imposto de fora; este traduz apenas uma adaptação da economia à nova realidade externa.

O desenvolvimento económico é o processo pelo qual ocorre uma variação positiva das variáveis quantitativas e qualitativas, pois inclui as alterações da composição do produto e da alocação dos recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar económico e social (pobreza, desemprego, condições de saúde, alimentação, transporte, educação, higiene e moradia).

Frente a essas contribuições, observa-se a importância do empreendedorismo como um meio de desenvolvimento económico, evidentemente também é um campo de discussões sobre essa relação, enaltecendo a complexidade do caso em análise, e ao mesmo tempo fornecendo uma perspectiva quanto as pesquisas relacionadas, uma vez que, a

discussão apresentada não esgota, muito menos limita o assunto, apenas destaca a importância desse fenómeno no ambiente do desenvolvimento não apenas económico, mas de todas as influências que ele acarreta.

A situação em que uma economia não está em processo de desenvolvimento económico é referida por Schumpeter como “economia em fluxo circular”. Essa situação caracteriza uma economia em equilíbrio, onde as relações entre variações ocorrem em condições de crescimento e equilíbrio, o qual é determinado pelo ritmo da expansão demográfica dessa forma, uma economia em fluxo circular ocorre na ausência de inovações e empreendedorismo, ou em outras palavras, a ausência de novas combinações, de crédito bancário e empreendedores é, segundo Schumperter (1982), o fator limitante do processo de desenvolvimento económico.

Shumpeter (1943), Baumol (2002), Dosai e Hessels (2008) consideram empreendedorismo como um importante mecanismo para o desenvolvimento económico através da criação de empresas e de emprego e no estímulo da inovação, tendo como objetivo promover o bem-estar da sociedade.

O Programa das Nações Unidas PNUD (2013), ao definir o desenvolvimento económico, inclui as pessoas como princpais atores desse processo. Diante desta realidade Veiga (2005) descreve que o desenvolvimento está relacionado à possibilidade das pessoas terem as oportunidades que lhes perimtam fazer suas próprias escolhas, bem como viverem o tipo de vida que melhor lhes convém.

Smith (1996) afirma que o desenvolvimento de um determinado país só seria possível quando os agentes económicos fossem capazes de satisfazer seus interesses individuais de forma espontânea.

Para ele, o homem movido pelo desejo do lucro passaria a produzir, ao passo que o excedente da produção passaria a ser um benefício para toda sociedade. Diante dessa premissa, o indivíduo promoveria o interesse da sociedade do que procurar realmente o seu interesse ou promover-se.

Angola à semelhança de outros países tem o empreendedorismo no centro das discussões para solucionar problemas como o desemprego e a

pobreza da população, certo de que com a ascensão do empreendedorismo, a criação de riqueza e rendimento per capita, crescem substancialmente (Drayton, 2004 citado por Gaspar, 2010).

Frederick e Mousen (2006) defendem que a maioria concorda que o empreendedorismo é responsável pela crescente competitividade registada no mundo dos negócios. Para Santarelli e Vivarelli (2007, p.23) " a maioria dos políticos e profissionais estão a reivindicar que a economia precisa de mais empresas novas e empreendedorismo". Com o empreendedorismo novas empresas surgem no mercado, fato que tem provocado um impacto muito positivo não apenas no emprego, mas também no aumento da produtividade e na renovação das economias.

Saraiva (2011, pp.85-86) referindo-se a alguns autores (e.g.Birch, 1987; Naude 2008; Kane 2010), sustenta que o empreendedorismo contribui decisivamente para a criação de postos de trabalhos bem como para o desenvolvimento económico, sendo insubstituível nos resultados que provoca.

Samly (2008, p.203) reitera o papel decisivo desempenhado pelo empreendedorismo considerando-o " extremamente importante tanto nos países industrializados do ocidente e essencial nos países em desenvolvimento". O empreendedorismo é predominante para o desenvolvimento económico dos países, reconhecido pela sociedade e sua taxa de sucesso depende do desenvolvimento económico de cada um deles.

### 2.3. Características do Empreendedor

Segundo Chavinato (2007), na verdade, o empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal transforma ideias em realidades, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspetos que combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma ideia simples e mal estruturada em algo concreto e bem sucedido no mercado.

Existe a concepção do empreendedor nato, aquele que nasce com as características necessárias para empreender com sucesso. No entanto, se trata de um ser social, influenciado pelo meio em que vive.

A formação empreendedora pode acontecer por influência familiar, estudo, formação e prática.

Para que um profissional empreendedor venha ser bem sucedido em seu próprio negócio, o empreendedor tem o desafio de iniciar com um pouco de capital, em um momento do mercado onde as mudanças são uma constante, já que nos encontramos num mundo cada vez mais globalizado, em que a tecnologia e a informação exercem grande influência no mercado.

Shumpeter (1934) considera o empreendedor como catalisador da mudança, um indivíduo imaginativo e original, que introduz novos métodos de produção, e está aberto a novas experiências.

Chavinato (2007), diz ainda que para ser bem sucedido o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio, para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planear, organizar, dirigir e controlar as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

Para Chavinato (2007), existem três características básicas para um empreendedor. São elas: 1 - Necessidade de realização: uma necessidade pessoal, que o diferencia dos outros; 2 - Disposição para assumir riscos: riscos financeiros e demais ordens assumidos ao iniciar o próprio negócio; 3 - Autoconfiança: segurança ao sentir que pode enfrentar os desafios e problemas.

O processo de empreender envolve todas as funções, atividades e ações associadas á percepção de oportunidades e a criação de organizações que buscam organizadamente estas oportunidades. Desta feita destaca-se cinco elementos fundamentais na caracterização de um empreendedor:

- Criatividade e inovação: empreendedores conseguem identificar oportunidades, grandes ou pequenas onde ninguém mais consegue notar;

- Habilidade ao aplicar esta criatividade: eles conseguem direcionar esforços num único objetivo;

- Força de vontade e fé: eles acreditam fervorosamente em sua habilidade de mudar o modo como as coisas são feitas e têm força de vontade e paixão para alcançar o sucesso;

- Foco na geração de valor: eles desejam fazer as coisas da melhor maneira possível do modo mais rápido e mais barato;

- Correr riscos: quebrando regras, encurtando distâncias e indo contra o status quo;

Portanto o empreender que deseja alcançar sucesso nos negócios necessita de características tais como: coragem e paixão para desbravar o novo, e equilíbrio, racionalidade e facilidade em lidar as mais variadas situações, já dentro do empreendimento.

O empreendedor do século XXI deve ter competências distintas dos seus antepassados. São exigidas dele o entusiasmo a alta capacidade de comunicação e facilidade interpessoal, acima de tudo. O empreendedor competente alcança resultados, mas não impõe um clima de terror aos subordinados. Por conseguinte apresenta as seguintes características:

- Ser organizado: o empreendedor deve ter senso de organização e capacidade de utilizar os recursos de forma lógica e racional.
  A organização facilita o trabalho, economiza tempo e recursos.

- Capacidade de tomar decisões: o empreendedor deve ser capaz de tomar decisões correta no momento exato, estar bem informado, analisar firmemente a situação e avaliar as alternativas para poder escolher a solução mais adequada. Essa qualidade requer vontade de vencer obstáculos, tomar iniciativa para agir objetivamente e ter confiança em si mesmo;

● Capacidade de assumir riscos: os riscos fazem parte de qualquer atividade e é preciso aprender a administrá-los. Arriscar significa ter coragem para enfrentar desafios, ousar a execução de um conscientemente.

● Saber aproveitar as oportunidades: o empreendedor tem que estar sempre atento e ser capaz de perceber, no momento certo as oportunidades de negócio que o mercado oferece.

● Conhecer o ramo de negócio: quanto mais se dominar o ramo em que pretende atuar, maiores serão as chances de êxito, se ja tem experiência no setor óptimo, se não tem é preciso investir em recursos, treinamentos, livros etc.

● Ser líder: o empreendedor deve saber definir objetivos, orientar a realização de tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, incentivar pessoas no rumo das metas definidas e produzir condições de relacionamento equilibrado entre a equipe de trabalho em torno de empreendimento;

● Ser optimista: o empreendedor nunca deve deixar de ter esperança de ver seus projetos realizados porque bem informado, conhece o chão em que pisa e possibilita-lhe ter maior confiança no desempenho profissional;

● Ter auto-confiança: a auto-confiança é um elemento importante para os negócios do empreendedor, ela pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso de outro;

● Ter talento: o empreendedor precisa ter talento e certa dose de inconformismo diante das atividades rotineiras para transformar simples ideias em negócios efetivos.

● Simplicidade ao fazer as coisas básicas: ele faz as coisas básicas que todo negócio exige por meio de uma prática obsessiva e disciplinada;

● Senso de missão: todo empreendedor deve ser movido por uma forte filosofia pessoal e de negócios. Em termos práticos, isso significa que eles veem em seus trabalhos valor real para clientes, empregados e certamente para eles mesmos. São ainda motivados em conformidade com um conjunto de valores e prioridades dos burocratas tendem a ser completamente opostas às dos empreendedores;

● Visão voltada para clientes/produtos: todo empreendedor é orientado pela visão de um conjunto específico de clientes – o que ele necessita e desejada está a pagar por produtos/serviços que lhe são oferecidos.

Os benefícios básicos da visão são bem claros:

● ela cria a base para uma organização sistemática do esforço humano, que engloba os propósitos, os valores, as ideias, os sonhos e vencer os principais desafios colocados para o grupo;

● o seu compartilhamento cria coesão, equipe de trabalho; permite o agrupamento de todos os membros da empresa em torno dos principais objetivos. É praticamente impossível a implementação de qualquer estratégia sem fixação de uma visão muito clara de onde a empresa quer chegar. A visão é o elo de ligação do empreendimento.

● A característica marcante do empreendedor é a mudança de comportamento para a realização, aí reside uma constante motivação comportamental que lhe assegura a razão de planejar para realizar.

● Existem ainda outras características que também podem ser consideradas: o entusiasmo, a elevada capacidade de trabalho, a orientação para os objetivos, a flexibilidade e polivalência.

● O empreendedor busca oportunidade e iniciativas, qualidade e eficácia, corre risco calculado, monitora e avalia mediante processo sistemático, quanto ao exercício do poder detém a concretização de que o poder é serviço com inerente qualidade.

Sobre esta temática o MAPESS (2012,p.7) Ministério de Administração Pública, Emprego e Segurança Social de Angola, faz o seguinte resumo das qualidades do empreendedor:

● O empreendedor orienta o seu comportamento para o resultado pretendido, utiliza os recursos de forma responsável para atingir aquilo a que se propôs;

● O empreendedor é uma pessoa de ação, focalizada no fazer e na gestão de situações e problemas, possui uma visão clara, objetiva e futura, fixando resultados e procurando oportunidades;

● O empreendedor demonstra capacidade de organizar tarefas e gerir pessoas que colaboram consigo.

● Ainda em conformidade com o MAPESS (op,cit.,p.12) sublinha que para asseguramento do seu futuro e sucesso do negócio, são necessários três requisitos fundamentais:

**a) Capacidade de execução;**

O bom empreendedor deve revelar capacidade de execução e ser capaz de fazer. Pois não basta ideias boas de empreendedores desde que não sejam postas em prática.

**b) Focalização nos objetivos;**

Não basta saber fazer, um empreendedor deve associar à capacidade de concretização e focalização nos objetivos, ou seja deve ter uma ideia clara quanto aos objetivos que se pretende alcançar. É ainda fundamental saber lidar com os desafios e problemas que se possam encontrar, nunca esquecer os objetivos fixados e que devem ser alcançados.

**c) Capacidade de tomar decisões;**

A capacidade de tomada de decisões, revelando iniciativa pessoal deve ser uma das características do empreendedor. Grosso modo não assume riscos desmedidos, mas riscos calculados em função dos objetivos que se constrói e atualiza o seu plano de atuação.

## 2. 4. Empreendedorismo em África (1)

**Mapa 1:** continente africano

**Fonte:** wwwgoogle.map.com (2013)

A África terceiro continente mais extenso, depois de da Ásia e América, com cerca de 30 milhões de quilómetros quadrados, cobre 20,3% da área total do planeta. É o segundo continente mais populoso da terra atrás da Ásia, com cerca de um bilião de habitantes, distribuídos em 54 Países africanos independentes.

A África está regionalizada de duas formas, a primeira, que valoriza a localização dos países e os dividem em cinco grupos, designadamente: a África setentrional, a África Ocidental, a África Central, Oriental e Meridional. A segunda regionalização desse imponente continente, que vem sendo muito utilizada, usa critérios étnicos e culturais, é dividida em dois grandes grupos, a África branca ou setentrional formado pelos oitos países da África do norte, mais a Mauritânia e o Saara Ocidental e a África negra ou subsaariana formada pelos 44 países.

O empreendedorismo no continente e em todas as suas formas, constitui uma das melhores ferramentas com vista a estimular o desenvolvimento económico dos países africano.

Dogui (2009) numa das suas declarações afirma que desde o início dos anos 2000, o empreendedorismo em África, tem vindo apresentar um forte crescimento. Todavia, esse desenvolvimento não se prescreveu por todos os setores do mercado e de modo frequente, parece limitar-se á prestação de serviços e ao comércio.

De acordo com as recentes informações a África possui mais de 65 milhões de PMEs, o que ainda exige deste continente de esperança redobrar esforços no sentido de se desenvolver um empresariado a altura de responder os variadíssimos desafios dos seus habitantes, permitindo assim uma gestão de atividades estratégica, especificamente voltada a exportação de matérias-primas sobretudo nos setores agrícola, mineração, transporte e prestação de serviços públicos.

Segundo dados do Banco Mundial indica que as reformas efetivadas pela maioria dos governos africanos aperfeiçoou de certo modo o ambiente para os negócios nos domínios administrativo, fiscal e regulatório. Muitos académicos examinaram com efeito a influência das práticas culturais, a fim de compreender a aventura empresarial em África, as suas pesquisas conduziram-nos a levar em atenção a seriedade dos valores culturais e de princípios arraigados na psique dos homens de negócios africanos o que possibilitaria aferir o sucesso da atividades empresarial.

A irracionalidade das escolhas económicas dos dirigentes empresariais do continente constitui um dos problemas, face á pressão social da etnia ou familiar. Dito de outro modo, uma pessoa pode iniciar um negócio, mas os membros da família estendida chegam a considerar que a empresa é propriedade de todos. O lado negativo deste problema é em alguns casos a dificuldade na gestão para o crescimento da empresa.

Tshikuku (2011), professor do Instituto de pesquisa Económica e Social (IRES) da Universidade de Kinshasa, explica que “a África e os africanos não

são culpados por nenhum pecado de irracionalidade. Os fatores culturais encontram-se noutro lugar, no que concerne os problemas do desenvolvimento. Eles estão inteiramente na distinção feita por cada cultura entre os “valores fundamentais da civilização” e os “valores instrumentais”.

Tshikuku esclarece ainda que o crescimento sustentado do PIB do continente durante a última década indica que o capitalismo, racional e individualista, instala-se de maneira progressiva ainda que desigual sobre todo o continente. Ele penetra a consciência coletiva na mesma proporção da eficiência e mesmo da agressividade das reformas levadas a cabo pelos governos para dinamizar o setor privado.

A governança corporativa tornou-se um tema central para a comunidade empresarial. Pois saberão os empresários africanos como integrar os princípios da governança corporativa para colocar o procedimento solidário e a primazia do grupo sobre o indivíduo ao serviço da empresa? o empreendedorismo em África tem que saber combinar solidariedade e crescimento.

Na mesma ordem de ideias, Amadou Adboulaye Diallo, ex Ministro do investimento, indústria e comércio do Mali destaca que a África é o exemplo por excelência do paradoxo. Para Diallo (2012), na década passada o ambiente socioeconómico em África era considerado desfavorável à criação e ao desenvolvimento de empresas.

Com efeito, em alguns países a estrutura do sistema legal empresarial é pouco estimulante devido à dificuldade de acesso ao crédito, ao acesso difícil a informações sobre oportunidade de negócios, à falta de apoio a jovens empresários (inexistência de incubadoras de empresas) e à insuficiência de mão-de-obra qualificada para a gestão de empresas e oferecer um clima favorável ao desenvolvimento empresarial tornando em conta as diversidades culturais dos países.

Nos Camarões, Richard Ewelle, fazendo uma profunda reflexão sobre a cultura e o empreendedorismo em África, conclui (corroborando com Diallo e Tshikuku) afirma o seguinte: “O desenvolvimento empresarial em África

passará pela criação de um conceito de empreendedorismo africano e não necessariamente pela cópia do existente no exterior.

Devemos associar as melhores práticas ocidentais em matéria de criação de empresas ao contexto e aos conceitos africanos. Prevê-se que o conceito de empreendedorismo africano se baseie na valorização da cultura africana e também no desenvolvimento solidário impulsionando o ambiente socioeconómico" (Ewelle, 2011,p.21)

## 2.5. O Empreendedorismo do mercado Angolano

**Mapa 2:** República de Angola

**Fonte:** wwwgoogle.map.com (2004)

Angola situa-se na região da África Austral, a sul do equador, apresenta uma superfície de 1.246.700 km2 e faz fronteira, a norte com a vizinha República do Congo Brazzaville e a República Democrática do Congo, a Leste com a Zâmbia, a sul a República da Namíbia e a oeste é banhado pelo oceano atlântico, numa faixa costeira de aproximadamente de 1.650 km.

De acordo com o ordenamento jurídico, Angola é um Estado de Direito Democrático, alicerçado na unidade nacional, na dignidade da pessoa humana, no pluralismo de expressão e de organização política, no respeito e garantia dos direitos fundamentais do homem. Em termos administrativos o país comporta 18 Províncias, sendo a base das funções de planeamento e orçamento, em Municípios e Comunas.

O desenvolvimento da atividade empreendedora em Angola assume um papel fundamental, uma vez que os empreendedores fomentam a inovação e a competitividade, funcionando como catalisadores das alterações estruturais essenciais à economia e incentivando as empresas a melhorar a sua produtividade. Adicionalmente, o GEM Angola constitui um exercício de benchmarking de carácter internacional, o qual permite comparar o nível de empreendedorismo em Angola com os diferentes tipos de economia com diferentes características e níveis de desenvolvimento.

O empreendedorismo, em particular é reconhecido como um fator crítico para o desenvolvimento contínuo de Angola, uma vez que os empreendedores fomentam a inovação e a competitividade, operando como dinamizadores das mudanças estruturais na economia e impelindo as empresas a melhorar a sua competitividade.

Todavia, assume-se como essencial estimular a atividade empreendedora da população Angolana, de modo a permitir diversificar a economia, o aumento de negócios novos e inovadores, contribuindo assim para reduzir a dependência do país relativamente ao petróleo, mantendo cada vez mais as taxas de crescimento aceitáveis a nível mundial.

A média da TEA das 8 economias orientadas por fatores de produção identificadas no GEM 2008 (Angola, Bolívia e Herzegovina, Colômbia, Equador,

Egipto, India e Irão) é de 17,1% revelando-se mais baixa do que a taxa angolana (22,7%).

O primeiro estudo do GEM Angola teve lugar no ano de 2008 e permitiu perceber rapidamente que os angolanos são um povo com forte propensão empreendedora e com uma cultura valorizada e encorajadora da iniciativa individual.

Os estudos subsequentes, realizados em 2010 e 2012, reforçam a ideia inicial e mostraram que a percentagem de angolanos envolvidos em atividade empreendedoras se encontrava numa curva ascendente, embora as circunstâncias fossem diferentes de uma edição do estudo para outra.

Em 2010, Angola vinha de um período de recessão resultante da queda dos preços do petróleo nos mercados internacionais. Este período recessivo conduziu naturalmente a menores disponibilidades de capital para investimento a nível interno e à consequente diminuição das oportunidades de emprego dependente, o que impulsionou os cidadãos para a criação de emprego próprio.

Em 2012, a situação económica de Angola tinha melhorado substancialmente mas a taxa de empreendedores mantinha-se em valores elevados (acima de 30%).

Este cenário começou a alterar-se em 2013, ano em que a proporção de angolanos envolvidos em atividades empreendedoras apresentou uma queda de cerca de dez pontos percentuais, o que deixa antever que as boas performances macroeconómicas de Angola, no início da década, estão a fazer-se sentir na economia real, criando mais oportunidades de emprego dependente para os seus cidadãos e esvaziando a população empreendedora.

Em 2014, Angola registou uma taxa TEA de 21,5%, o que significa que existem entre 21 e 22 empreendedores earls-stage (indivíduos envolvidos em start-ups ou na gestão de novos negócios), por cada 100 indivíduos em idade adulta. A taxa TEA de Angola, em 2014 era a 11ª mais elevada do universo GEM 2014 e a 6ª mais alta das economias orientadas por fatores de produção,

tendo descido menos de um ponto percentual relativamente ao valor registado em 2013, que se situava em (22,2%).

A oportunidade (versus necessidade), em 2014, continuou a representar a principal motivação para a atividade empreendedora early-stage angolana. A percentagem de empreendedores que iniciaram um negócio motivados pela oportunidade aumentou ligeiramente (cerca de 1 ponto percentual em relação ao ano de 2013). Verificou-se uma ligeira diminuição, simultaneamente, na percentagem de empreendedores que iniciaram um negócio motivados pela necessidade (1,7 pontos percentual);

No que diz respeito ao género dos empreendedores angolanos, a proporção de empreendedores early-stage do sexo masculino correspondeu 22,8% da população adulta masculina e a proporção de empreendedores early-stage do sexo feminino com 20,4% da população adulta feminina. Comparativamente ao ano de 2013, a taxa decresceu ligeiramente no sexo masculino (1,5 pontos percentuais) e manteve-se igual para o sexo feminino.

Ainda assim, é a imagem do que sucede nas restantes economias da África Subsariana, a paridade de género na atividade empreendedora em Angola é das mais elevadas do universo GEM 2014;

Em consonância com o observado no ano anterior, importa dizer que registou-se uma dispersão da incidência da atividade empreendedora por diferentes faixas etárias da população angolana.

A faixa etária dos 25 aos 34 anos, foi a mais empreendedora no ano de 2014 (com 27,0% dos indivíduos nesta faixa envolvidos em atividades de criação de negócios nascentes ou novos negócios);

A taxa de empreendedorismo de negócios estabelecidos em Angola em 2014 foi de 6,5% o que significa que existem entre 6 e 7 empreendedores estabelecidos (indivíduos que são proprietários e gestores de negócio com mais de 3,5 anos) por cada 100 indivíduos em idade adulta. Este é um valor consideravelmente inferior à taxa TEA (21,5%), o que significa que muitos negócios angolanos não continuam a operar enquanto negócio individual para lá dos três anos e meio;

O estudo procurou também identificar os setores de atividade em que os empreendedores angolanos mais apostam. Sem surpresa, o setor orientado ao consumidor final (que abrange o retalho, a restauração e a prestação de serviços tradicionais em pequena escala) tem um peso muito superior aos restantes (atraindo 82,7% dos empreendedores angolanos), seguiu-se por ordem decrescente, o setor da transformação, com 13,8% da atividade empreendedora estabelecida, o setor orientado para o cliente organizacional, com 3,2% de empreendedores estabelecidos e, por último, o setor extrativo, com 0,4% de atividade empreendedora estabelecida.

Este tem sido um resultado recorrente nas várias edições do GEM Angola. O setor orientado ao consumidor final é tido como menos exigente em termos de capital e competências, pelo que é o eleito por muitos empreendedores. A sua prevalência é, aliás, uma tendência transversal a todo o universo GEM 2014, ainda que se manifeste de forma especialmente significativa em Angola.

O governo angolano, tendo em atenção a necessidade de diversificar e sustentar um forte crescimento económico, de melhorar as condições de vida laboral, de aumentar o número de emprego, bem como promover o espírito empresarial, criou em 2012 o fundo Ativo de Capital de Risco Angolano (FRACA). A sua tutela é da competência do Ministério da Economia como autoridade tutelar e executiva da política do fomento empresarial.

O FRACA orienta-se pelas seguintes atividades programáticas: estimular o crescimento das MPME, diversificar os investimentos económicos fora dos setores das atividades de recursos naturais e que promoveram a substituição de importações, promover a criação e o desenvolvimento das MPME em setores prioritários de atividades económicas, apoiar a criação de emprego, criar competência de gestão e responsabilidade empresarial, fomentar a internacionalização das empresas nacionais e melhorar a qualidade dos produtos oferecidos por empresas nacionais (Decreto Presidencial nº 108/12 de 7 de Junho).

O empreendedorismo em Angola ganhou maior força com a criação de outras instituições como Guiché Único de Empresa (GUE) que permitiu a criação de numerosas MPME, a introdução da microfinança, através de crédito, à constituição de novos negócios, a criação da Incubadora de Luanda (Marques).

Em 2013 foi lançado o Centro Local de Empreendedorismo e Serviços de Emprego (CLESE), Instituto de Serviços público vocacionado para a criação e aumento de novos postos de trabalho apoiando os cidadãos na superação de múltiplos desafios como: obtenção de um emprego digno, fornecer consultoria empresarial, apoiar os futuros proprietários dos negócios na tomada de decisões sadias em relação a viabilidade de criação e operação de pequenos negócios que apoie e fortaleça a comunidade empresarial local e estimule o crescimento (Decreto Executivo 284/13 de 9 de Setembro).

Perante a atual situação económica em que se encontra Angola e face às taxas de desemprego, o Governo e as administrações públicas, têm estipulado medidas e programas de apoio para a criação de novas empresas e do espírito empresarial e empreendedor. Com o fomento do empreendedorismo capaz de levar a criação de empresas, a geração de novos negócios e projetos dentro de empresas existentes, parecem ser medidas que pode dar o seu contributo para a minimização dos problemas económicos e sociais que tem assolado o país nos últimos anos.

Assim, no contexto Angolano revela-se fundamental analisar os fatores que podem contribuir para a promoção e criação de empresas e para a dinamização de iniciativas e projetos empreendedores.

### 2.6. O Impacto do empreendedorismo nas PME em Angola

O conceito de Pequenas e Médias Empresas (PME), varia em função da realidade de cada país e/ou região. Convencionalmente, cosideram-se dois a três critérios que definem uma PME.

De acordo com a realidade angolana considera-se dois critérios na definição das PME, o primeiro é o número de trabalhadores efectivos; o segundo é o volume anual de faturação, sendo este último o requisito prevalecente em caso de dúvida na classificação.

Micro Empresas (**MI**), as empresas que empreguem até 10 trabalhadores inclusive e/ ou que tenham uma faturação anual bruta não superior a 250 mil Usd (no valor equivalente em kz).

Pequenas Empresas (**PE**) as empresas que empreguem mais de 10 e até 100 trabalhadores inclusive, e/ou tenham uma faturação anual bruta superior a 250 mil Usd e igual ou superior a 3 milhões de Usd (no valor equivalente em kz).

As PMEs são Empresas de elevada capacidade de geração de empregos e rendimentos e cada vez mais assumem-se como pilares das estruturas empresariais das economias.

Estas empresas contribuem na criação de postos de trabalhos e por essa razão são essenciais no emprego e na redução da pobreza. São ainda fontes consideráveis de inovação que contribuem para o desenvolvimento e aumento do nível de competitividade da economia e ao adicionar flexibilidade à estrutura industrial, promovem grande dinamismo à economia.

Só a partir do ano 1980 é que começou-se a atribuir maior atenção as PMEs, depois de se ter feito alguns estudos empíricos, demonstrou-se que estas empresas apresentavam maiores performances face as grandes empresas (PUGA em 2002). Desde então, o interesse por essas empresas tem estado a aumentar por causa da capacidade geradora de empregos, rendimento e busca de competitividade através da inovação, até mesmo em períodos de grandes dificuldades económicas.

O Executivo angolano assume que as PME têm de fato bastante importância no seu desenvolvimento, percebendo que a base de uma economia sustentada e funcional passa por estas organizações. Por esta

razão, o Executivo avançou com dois importantes programas de apoio e incentivos, de forma a absorver os seus contéudos e resultados.

Trata-se do PROAPEN, Programa de Apoio ao Pequeno Negócio, surgiu no âmbito da legislação das PME, aprovado através do Decreto Presidencial nº 41/12, publicado no Diário da República de Angola nº 49 e o BUE, que rege-se pelo Decreto Presidencial nº 40/12 de 13 de Março, pela Lei nº 1/07, de 14 de Maio, das atividades comerciais, pela Lei nº 30/11, de 13 de Setembro, das Micro, Pequenas e Médias empresas. Estes programas de apoio e incentivos foram definidos de forma a atenuar as dificuldades sentidas no terreno.

As PME e os seus empresários manifestam que existem bastantes dificuldades de acesso a crédito, isto porque a banca exige elevadas garantias. A maior parte das PME, não consegue cumprir o valor de garantia exigido, por causa da baixa capitalização das mesmas.

Outro constragimento que tem vindo a ser proclamado, é o volume denso de burocracia que é exigida e que acaba por resultar em processos demasiado longos, tanto do lado das empresas, como dos potenciais colaboradores. É digno no entanto, de se referenciar que tem-se denotado diversas melhorias a este nível, mas ainda insuficientes. Os custos iniciais e de manutenção, bem como a demora exagerada, para aprovação de início de atividade, são ainda hoje um entrave aos empreendedores angolanos.

Dadas as dificuldades nos processos internos sentidas, muito dos recentes empresários optam por outro tipo de negócio que não tenha tantos entraves, sendo os serviços de importação, uma evidente escolha.

O Executivo angolano pretende que os programas desenvolvidos sirvam como criadores de emprego e de riqueza efetiva para a sua população. Pretende também diversificar o crescimento económico em outros setores, que não apenas o petróleo e o gás.

Do mesmo modo, deseja aumentar os números da produção nacional, começando a produzir para o seu respetivo consumo e, tender a diminuir as importações. Um objetivo claro e efetivo do Governo em relação às PME é,

também o de combater os índices de pobreza e, simultaneamente formalizar e profissionalizar as atividades económicas do país. Acredita-se que esta exigencia fará com que a população sinta necessidade de maior escolarização, mutuamente faça aumentar os índices nas áreas da educação, na saúde e, finalmente no desenvolvimento humano. Hoje em dia, a tecnologia e a sua dimensão está fortemente relacionada com as PME, pois afirma-se que as inovações nestas áreas podem ser fatores cruciais na competitividade das empresas dentro de um país e, em mercados externos. Intimamente ligado com o que foi abordado até agora, as PME, são também pólos, que se acredita, podem ser efetivos criadores de inovação.

Dado o aumento da importância que estas entidades têm nas sociedades, interessa melhorar as estruturas que certificam as PME e, as respectivas condições em que labutam. No entanto pretende-se, conhecer mais e melhor as PME, pois com melhor percepção sobre a realidade, será possível desenvolver políticas que fomentem de fato o seu crescimento. Para a eficácia destas medidas, é necessário conhecer profundamente o meio, os sujeitos, os fatores internos e, a forma como se relacionam entre si.

O modelo de empreendedorismo nacional, além de ser ainda muito informal, esta eminentemente assente em atividades de importação com baixa incorporaçao nacional. Importa referir que a taxa de sucessão da iniciativa empreendora em Angola é apenas de 3,3% o que vale dizer, que o país se confronta com um defícit de participação empresarial angolana.

## 2.7. A Intenção Empreendedora

Segundo Tubbs e Ekerberg (1991), as intenções ocupam posição central no estudo do comportamento humano. Para os autores, intenção pode ser definida como a representação de um objetivo que um indivíduo almeja alcançar e também como o plano de ação que fundamentará a busca pela realização do objetivo desejado.

Para Ajzen (1991 p.181), “intenções são utilizadas para capturar os fatores motivacionais que influenciam o comportamento e são indicadores de quanto as pessoas estão dispostas a tentar ou a se esforçar para executar o

comportamento. A intenção empreendedora é apontada como um dos conceitos fundamentais empregados na pesquisa sobre empreendedorismo (THOMPSON, 2009).

A literatura afirma que não há processo empreendedor sem intenção empreendedora. Pode-se deduzir então que não há comportamento empreendedor sem intenção empreendedora.

Ajzen (1991) afirma que as intenções empreendedoras são os melhores prediletos de comportamento planejados, ou seja não há comportamento sem uma intenção previa. Conforme o autor o comportamento humano é guiado por crenças comportamentais, normativas e de controlo. Como regra geral, quanto mais forte a intenção em manifestar um comportamento, mais propenso a realizar este comportamento o indivíduo estará.

BIRD (1988) define intenção empreendedora como um estado de espírito, direcionando a intenção de uma pessoa (e portanto, experiência e ação), ou caminho, a fim de conseguir algo (meio).

FINI, Grimaldi, Marzocchi e sobrero (2009) definem intenção empreendedora como sendo uma representação cognitiva das ações a serem implementadas pelos indivíduos, quer para criar novo valor dentro das empresas existentes.

De acordo com Liñán (2005), uma estreita relação existiria entre a intenção de ser um empresário, e o seu desempenho efetivo. O mesmo autor afirma que a intenção torna o elemento fundamental para explicar o comportamento, ela indica o esforço que a pessoa vai fazer para realizar esse comportamento empreendedor (Liñán, 2004), Adjzen (1991) captura os três fatores motivacionais que influenciam o comportamento:

- Controlo comportamental percebido: pode ser definido como a perceção da facilidade ou dificuldade na realização do comportamento de interesse (se torna um empreendedor);

- Atitude em relação ao comportamento: refere-se ao grau em que o indivíduo tem uma avaliação positiva ou negativa pessoal sobre um empreendedor;

- Percepção de normas sociais: medem a pressão social percebida para realizar ou não, o comportamento empreendedor.

Segundo Liñán (2005) esses três elementos constituem as variáveis explicativas da intenção empreendedora. Diante dos diversos estudos sobre empreendedorismo, destacam-se aqueles que se dedicam a investigar o desenvolvimento do comportamento empreendedor. Dentre estes, muitos realçam o importante papel que a intenção tem na decisão de começar um novo negócio (CHEN e LIÑAN, 2009).

Por esta razão, vários modelos de intenção empreendedora vem sendo desenvolvidos para auxiliar a compreensão dos fatores e influências que moldam a intenção de começar um negócio, (DRENNAN, KENNEDY e RENFROW, 2005).

Krueger, Reilly e Carsreed (2000) assinalam que os modelos de intenção empreendedora funcionam como modelos sólidos, generalizáveis e que constituem um robusto marco teórico para analisar e prever a intenção empreendedora desde uma perspectiva integradora e sistemática. O primeiro modelo de intenção empreendedora surge com Shapero (1975,1982), segundo este modelo a intenção depende do atrativo recebido, da viabilidade recebida e da propensão para atuar quando aparecem as oportunidades.

Este modelo parte do princípio de que a inércia guia a vida das pessoas e só um acontecimento catalisador poderá modificar a sua conduta. Por sua vez a credibilidade irá depender do atrativo recebido e da viabilidade recebida.

O modelo das ideias de Bird (1988), postula que a intenção de empreendedor surge a partir do contexto social, da história pessoal, da personalidade atual e da habilidade da pessoa. Estes fatores interagem com o pensamento racional e intuitivo desencadeando a intencionalidade e as ações.

Nos últimos anos incrementaram-se estudos que utilizam o modelo da Teoria Ação Planificada (TAP) de Ajzen (1991), entre os quais citamos Alex e Kolvereid at al (1996,1999) Kolvereid (1996), Krueger at al (2000), Autio, Keeley, Klofsten, Parker, Hay (2001), e Moura (2005).

Conhecer empreendedores ou ter uma pessoa próxima que seja um empreendedor é positivo na intenção de criar uma empresa. Grosso modo, as pessoas empreendedoras são vistas como fontes de criação de novas empresas. Dessa maneira se pode aferir que o empreendedorismo está vinculado ao despertar às pessoas o desejo de criação de novos negócios.

Para qualquer País a criação de novos negócios (sustentáveis e perenes), são fundamentais para a geração de riquezas e criação de empregos, e se adequadamente apoiados por determinados arranjos e em situações especiais são responsáveis por inovações tecnológicas.

## 2.8. Formação e Ensino do Empreendedorismo

O ensino do empreendedorismo no contexto mundial, continental e angolano, é um tema de tamanha importância e de grande interesse entre os estudiosos da área.

Karl Josprs (1946), definia assim a missão da Universidade: É o lugar onde por concessão do Estado e da sociedade, uma determinada época pode cultivar a mais lúcida consciência de si própria, os seus membros congregam-se nela com o único objetivo de procurar incondicionalmente a verdade, e apenas por amor à verdade.

Nos dias que correm, de acordo com Shane (2004) há um consenso que o empreendedorismo no ensino superior é visto como um dos motores de grande importância para o crescimento económico e geração de riqueza.

Segundo Varblane e Mets (2010), o ensino do empreendedorismo começou a ser um importante tema de pesquisa, e as primeiras análises sérias foram publicados no início de 1990. As principais ênfases dessas obras foram sobre o sistema educacional dos EUA, e uma das conclusões foi que apenas um terço das instituições americanas de ensino superior possui um ou mais cursos de empreendedorismo.

O ensino do empreendedorismo africano em geral e angolano em particular, torna-se um objeto de pesquisa nos nossos dias. Heinonen (2006) afirma que não há qualquer dúvida de que o empreendedorismo pode ser ensinado a nível médio e universitário: é sim uma questão de desenvolver e promover as suas facetas alcançáveis, ou seja, os elementos que são ensináveis (Henry et al, 2005);

Kuratko,2005). Eles envolvem as “artes” (pensamento criativo e inovador) e "ciências" (negócios e gestão de competências funcionais) (Jack e Anderson, 1999; Rae, 2004). Alguns autores sugerem que durante o processo de ensino do empreendedorismo, o ensino das “artes” é um desafio, em contrapartida, o ensino da “ciência” acaba por ser mais fácil de trabalhar.

Um empreendedor de sucesso possui um conjunto de habilidades pessoais, atributos e comportamentos que vão além do puramente comercial, e são esses atributos, essa maneira de pensar e esse comportamento que precisam ser desenvolvidos nos estudantes para que eles possam enfrentar os desafios do clima empresarial do século XXI.

Segundo Cheung (2008), o ensino do empreendedorismo é importante em muitos aspetos. Ele pode fornecer aos alunos uma compreensão do negócio, seus propósitos, sua estrutura, sua inter-relação com outros segmentos da economia e da sociedade. Muitos estudos têm observado que um curso de empreendedorismo tem um impacto positivo na visão dos alunos de empreendedorismo. Mohan-Neill (2001) sugeriu que os estudantes expostos ao ensino do empreendedorismo têm opiniões mais favoráveis sobre pequenas empresas.

Para Varblane e Mets (2010), o ensino do empreendedorismo depende muito da aceitação do espírito empreendedor de uma Instituição do ensino médio ou universitário e da criação de um ambiente empreendedor em torno da universidade.

O processo de ensino e aprendizagem do empreendedorismo não é um aspeto fácil de gerir, existem divergências sobre o que deve ser ensinado, para que lado deve ser levado o ensino.

O empreendedorismo é um fenómeno que ocorre mundialmente, portanto é necessária uma comunicação entre os empreendedores, as empresas e as escolas, para que troquem informações e agreguem valor ao seu trabalho.

Segundo Cheung (2008), *networking* é fundamental para o ensino do empreendedorismo em todo o mundo. Ele acelerará o desenvolvimento, dando uma fonte valiosa de oradores convidados, mentores ou juízes para o negócio de plano de competições (Saboe et al., 2002,).

De acordo com Pinho e Gaspar (2012 p. 3), "o ensino do empreendedorismo concentra-se sobretudo nos estudantes que seguem cursos de economia e gestão, sendo limitada a oferta de aprendizagem neste domínio para os outros estudantes. O empreendedorismo continua a ser essencialmente uma matéria facultativa e é geralmente proposto como disciplina autónoma."

Um estudo conduzido por Waldmann (1997) indicou que o ensino do empreendedorismo no ensino secundário terá um grande impacto sobre o número de alunos que consideraria seriamente começar um negócio em algum momento após a graduação.

Kolvereid e Moen (1997) argumentaram que os graduados em empreendedorismo têm mais fortes intenções empreendedoras do que graduados em outras áreas.

Como Instituições modernas (Magalhães, 2006), afirma que as Universidades assumem um compromisso com a produção, divulgação e universalização do conhecimento, privilegiando de igual modo as relações sociais de trabalho, a arte, a ideia e a moral.

O ensino do empreendedorismo, como foi explicitado acima, é um fator importante no desenvolvimento de empreendedores. Porém, somente o ensino do empreendedorismo não é suficiente para se medir o empreendedorismo, ou a atividade empreendedora, ou até mesmo a propensão para empreender de um local, é necessário estudar e analisar outros fatores comportamentais do empreendedor.

O empreendedorismo no ensino superior começa ser uma realidade nas universidades e nos institutos politécnicos no sistema de ensino angolano, passando a incorporar o empreendedorismo como elemento importante dos currículos, repartido por várias disciplinas, o que exige ou encoraja a participação em cursos de empreendedorismo."

O governo Angolano, através do Ministério da Educação no seu despacho n.º 214-A/10, publicado em Diário da República de Angola, de 5 de Novembro, I Série – n.º 21, que aprova os programas da disciplina de Empreendedorismo, introduziu a título experimental, nos Planos de Estudo do Ensino Secundário, período diurno, nas escolas selecionadas, a partir do ano letivo 2010 a disciplina de empreendedorismo, com objetivo de estimular o espírito, as atitudes e as competências de empreendedorismo aos jovens como estratégia para lançar as bases para futura atividade empresarial, objetivando deste modo:

- Promover a criatividade e inovação, como estratégia para lançar as bases para uma futura atividade empresarial, motivando a juventude na criação de auto- emprego facilitando em grande medida a obtenção de emprego no sector privado a fim de contribuir para o desenvolvimento do País.

- Capacitar os jovens a procurar identificar e selecionar no seu ambiente oportunidades de negócio (económica, social, e cultura), de forma a elaborar, implementar e gerir planos de negócios com êxitos.

Atualmente, o campo está em processo de expansão para quase todas as diferentes disciplinas. O empreendedorismo como campo de estudo académico é na verdade muito novo. Considera-se que ainda está em fase pré-paradigmática e que ainda tem um longo caminho a trilhar para se atingir uma base científica, apesar de ser um campo efervescente em termos de pesquisas e publicações.

De realçar que a disciplina de empreendedorismo em Angola foi integrada no sistema de formação escolar com o propósito de despertar os alunos sobre a realidade e que o empreendedorismo se reveste no atual contexto internacional e Nacional.

Em suma a educação/formação para o empreendedorismo acaba sendo assumida como forma de dinamizar e tornar mais atrativa e capaz de responder às atuais demandas de um mercado por profundas mudanças, que exigem um novo modelo para formar um novo perfil de homem e /ou mulher, um novo perfil de trabalhador(a) que seja inovador e pro-ativo de auto produzir sua existência pela criação de seu próprio posto de trabalho ou dinamizar as empresas/organizações por meio de seus atributos de portador de um perfil empreendedor.

No entanto a educação deve ajudar na superação da lógica desumanizadora do capital, que tem no individualismo, no lucro e na competição os seus fundamentos que sinalize um modo societal que aponte para a superação e retorno do capital.

Estudar o empreendedorismo é sempre uma oportunidade de aprender sobre um tema tão falado atualmente e tão discutido devido às características peculiares presentes nos empreendedores, como a propensão para enfrentar o risco, a capacidade de detetar uma oportunidade, a autonomia, pró-atividade, entre outros.

## 2.9. Fatores Comportamentais do Empreendedor

No enfoque comportamental uma das maiores referências no campo do empreendedorismo é McClelland (1972) que relaciona empreendedor à necessidade de sucesso, de reconhecimento, de poder e controlo. As primeiras pesquisas realizadas por esse autor apresentam a necessidade de realização do indivíduo como a principal força motivadora do comportamento empreendedor.

Essa força significa a vontade humana de se superar e de se distinguir, englobando um conjunto de características psicológicas e comportamentais que compreendem entre outras o gosto pelo risco moderado, iniciativa e desejo do relacionamento.

A tendência mais recente, segundo Management systems international (1999), nas discussões das variáveis psicológicas que afetam o comportamento empreendedor é de dar ênfase às características do que aos traços da personalidade.

Pesquisas sobre empreendedorismo com foco comportamental, revelam que as características dos empreendedores estão ligadas aos respetivos contextos históricos, fazendo com que se pense o empreendedorismo como um fenómeno histórico.

De acordo com Fischer, Nodari e Feger (2008 p.39) “a discussão em torno do empreendedorismo é ampla, contando atualmente com estudos e publicações que apontam como atitudes empreendedoras, aquelas desenvolvidas por pessoas que se destacam, principalmente, por sua iniciativa, persistência e optimismo, ou seja, variáveis comportamentais de indivíduos empreendedores”.

De acordo como Dalmoro (2008 p.61), “ pode-se afirmar que há um perfil comportamental típico dos empreendedores, que facilita a obtenção de sucesso quando há iniciativa para começar um empreendimento”.

Com o objetivo de facilitar a compreensão do que é ser empreendedor, destaca-se nesse trabalho algumas características que alguns autores consideram como sendo próprias de empreendedores.

Segundo Bums (2011) as principais características que se destacam nos empreendedores são:

> ●necessidade de ser independente, necessidade de realização, lócus de controlo interno; capacidade para enfrentar o risco e a incerteza; capacidade para inovar; autoconfiança; pró-atividade; visionário; entre outras afirmando as conclusões de Bums, e acrescentando algumas características empreendedoras, recorre-se a Lumpkin e Dess (1996), que afirmam que algumas dimensões da orientação empreendedora são: autonomia, inovação, assumir riscos, pró-atividade e agressividade competitiva.

Segundo Ajzen (1991) os conceitos referentes as disposições comportamentais, tais como atitude social e traço de personalidade, desempenham um papel importante nas tentativas de prever e explicar o comportamento humano. O comportamento do ser humano é movido por intenções e, de acordo com Ajzen (1991), existem um conjunto de variáveis como atitude pessoal em relação ao comportamento, normas sociais percebidas e controlo comportamental percebido que exercem influência sobre essa intenção. De sublinhar que são várias as características empreendedoras, todavia para o tema em questão interessa-nos destacar apenas três características: **necessidade de realização**, **desejo de independência** e a **auto-eficácia**.

Segundo Pritchard e Ashwood (2008), a motivação é um processo no qual aloca-se a energia com objetivo de maximizar a satisfação das necessidades.

McClelland (1961) e Burus (2011), como foi citado anteriormente, os indivíduos empreendedores possuem uma necessidade de realização está diretamente ligada ao desenvolvimento do empreendedorismo e de atitudes empreendedoras, sendo vista como uma motivação empreendedora de grande importância. A partir dessa importância, formulou-se a segunda hipótese:

> H2: **A necessidade de realização** influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano.

Existem ainda outras motivações que impulsionam as atividades e intenções empreendedoras. Essas motivações podem ser retiradas das características empreendedoras citadas por McClelland (1961).

Entre elas destaca-se o desejo de independência, que segundo Hisrich (1985) é uma das principais motivações que levam uma pessoa a querer ser empreendedora. A partir dessa formulou-se a terceira hipótese.

> H3: **O desejo de independência** influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano.

A respeito das motivações empreendedoras importa referir que à auto-eficácia, que é definida por Bandura ( 1997) como a crença nas próprias capacidades para organizar e executar tarefas necessárias para controlar ações com potencial futuro.

Segundo Baun e Locke (2004), a auto-eficácia é determinante para empreender porque este deve estar confiante na sua capacidade para desempenhar com sucesso diversas ações e antecipar estratégia em situações de incerteza. A partir dessa definição formulou-se a quarta hipótese.

# Capítulo: 3 Metodologia de Investigação

Uma pesquisa é um processo metódico que visa a construção da capacidade cognitiva humana para produção de conhecimentos novos. Trata-se de um conjunto de atividades devidamente planificadas e orientadas de forma metódica e coerente na busca de acontecimentos que se assinalam além do alcance da sociedade.

A parte empírica desse estudo está baseado na análise de dados, mais precisamente do questionário aplicado a estudantes e trabalhadores angolanos para mensurar aspetos relacionados com o empreendedorismo.

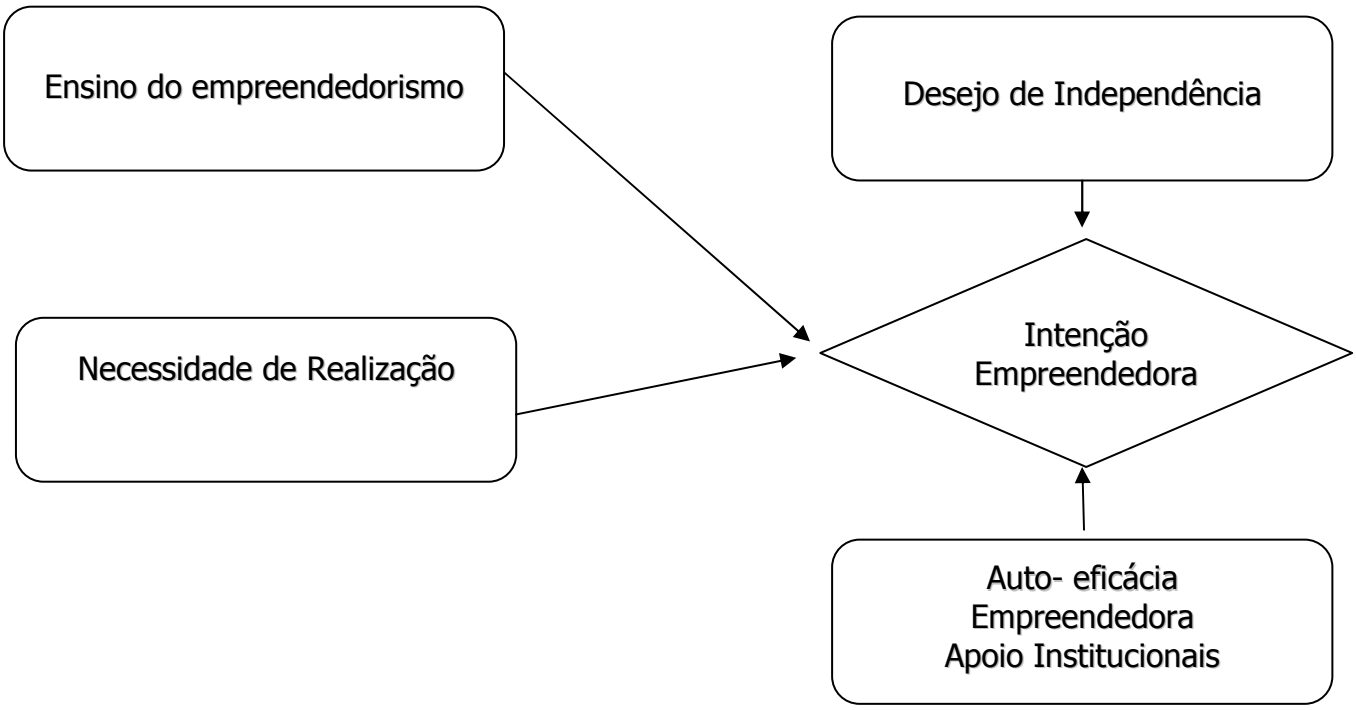
Em nível geral verifica-se a existência de três grandes grupos de Pesquisa que premeiam as diferentes áreas do conhecimento, são elas: pesquisa bibliográfica; pesquisa descritiva e pesquisa experimental.

Desta feita a metodologia a ser utilizada na realização deste trabalho é a pesquisa bibliográfica por ser a mais adequada na explicação do aludido problema, (abordagem sobre o empreendedorismo económico no contexto de Angola).

## 3.1 Variáveis

No esquema são apresentadas as variáveis independentes estudadas nesse trabalho, demonstradas através de setas sua influências na variável dependente.

**Figura 1: influência das variáveis independentes na variável dependente**




**Fonte:** Elaboração adoptada ao modelo Ajzen (1991)

## 3.2 Variável dependente:

De acordo com Reis (2010 p.72), afirma que "variável dependente é aquela que o investigador está interessado em compreender, explicar ou rever; é a causa presumida de um fenómeno." A "intenção empreendedora " dos estudantes Universitários e Institutos superior de Luanda. É na verdade a variável dependente utilizada no presente trabalho. Desta feita pretende-se analisar a dependência dessa variável em relação a algumas características empreendedoras encontradas nos estudantes Universitários.

Segundo Davidsson (1995) a análise da intenção empreendedora pode servir para prever, embora de uma maneira imperfeita, um determinado comportamento de um indivíduo em relação à vontade de fundar a sua própria empresa. Bird (1988) afirma que a intenção empreendedora pode ser vista como um estado de espírito em que a atenção da pessoa está dirigida para uma determinada situação, com vista a alcançar uma meta.

De acordo co Carvalho e González (2006 p. 57) “pode-se no entanto considerar que a concretização da ideia de criar uma empresa é precedida pela intenção, a qual por sua vez pode ser planeada durante algum tempo, em algumas situações a intenção é formulada no momento antes de se concretizar a ideia, e noutras a intenção nunca coincide com a realização do comportamento.

### 3.2.1 Variáveis independentes

Segundo Reis (2010 p.72), “variável dependente é aquela que o investigador utiliza em um estudo experimental para medir o seu efeito na variável dependente. Neste estudo serão testadas 4 variáveis independentes: “ensino do empreendedorismo”; “necessidade de realização”; “desejo de independência” e “auto-eficácia”.

A variável “ ensino do empreendedorismo é um fator importante, pois permitirá analisar se os estudantes do ensino superior angolano frequentaram aulas ligadas ao empreendedorismo, bem como relacionar o ensino do empreendedorismo com a intenção empreendedora dos estudantes Universitário.

Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p.3) “ a literatura evidencia que a inclusão do ensino de empreendedorismo nos cursos académicos contribui para aumentar a intenção por parte dos alunos, criarem novos negócios”.

A variável “necessidade de realização”: irá permitir analisar se os estudantes Universitários que tem necessidade de realização possuem uma maior intenção empreendedora, quando comparados àqueles que não possuem necessidade de realização.

Segundo Carvalho e González (2006 p.54) “a necessidade de desenvolvimento pessoal é um fator motivacional; os autores **Jesuíno, Reis e Cruz, (1988**); Carvalho (1997) “ afirmam ainda que o fator” necessidade de desenvolvimento pessoal pode ser entendido como a necessidade que um indivíduo tem de realizar bem as suas tarefas, lançando para fora o efeito certos níveis de excelência, não com o objetivo de obter um reconhecimento ou prestígio social, mas sim para alcançar um sentimento de realização pessoal.

A variável “desejo de independência” permitirá analisar se os estudantes que possuem desejo de serem independentes possuem também uma maior intenção empreendedora, relativamente aqueles que não possuem desejo de independência. Santos, Caetano e Curral (2010 p.6) “ no âmbito das motivações empreendedoras surgem como principais características diferenciadas do potencial empreendedor o desejo de independência, (isto é, a intenção de autonomia no processo de tomada de decisão estratégica), e a motivação económica (isto e, desejo de realização e de ganhos económicos) Estudos prévios evidenciaram que o forte desejo de independência pessoal influencia o desenvolvimento de negócios familiares e que os empreendedores apresentam uma preferência por tarefas independentes.

Auto Eficácia: segundo Baum e Locke (2004), a auto-eficácia é determinante para empreender porque este deve estar confiante na capacidade para desempenhar com sucesso diversas ações e antecipar estratégias em situações de incerteza. Requer não apenas habilidades mas também força de vontade em acreditar na capacidade de exercer uma determinada conduta, o que é importante entre o saber fazer.

A quarta e última variável a ser estudada, “auto-eficácia” permite analisar se os estudantes do ensino superior angolano que possuem características de auto-eficácia possuem também um maior desejo de criar algo novo, ou iniciar um negócio ou seja maior intenção empreendedora. De acordo com Carvalho e González (2006 p.56) “a auto-eficácia explica o grau em que uma pessoa acredita nas suas próprias capacidades para desempenhar uma determinada tarefa sobre seu próprio funcionamento e sobre os eventos que refletem suas vidas”.

Segundo Santos, Caetano e Curral (2010 p. 6)” a auto-eficácia empreendedora é definida como a crença individual na capacidade própria para alcançar um sucesso um objetivo”.

Estudos empíricos evidenciaram que a auto-eficácia empreendedora, está relacionada com a intenção de formar o seu próprio negócio, sendo uma

característica distintiva do empreendedor (Bandura, 1982, 1997, McGree, Peterson Mueller e Sequeira, 2009, Chen, Greene e Crick, 1998).

De acordo com Carvalho e González (2006 p. 56) supõem que quanto mais (menos) elevado for a auto-eficácia empreendedora (menor) será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa.

### 3.3. Hipóteses

Para Lakatos e Marconi (199i), a principal resposta é determinada pela hipótese básica, afirmação escolhida como principal resposta ao problema proposto.

No quadro abaixo apresenta-se o esquema explicativo das hipóteses a serem testadas nesse trabalho e as variáveis que serão utilizadas para testar cada uma das hipóteses.

**Figura 2: esquema explicativo das hipóteses**.

| Hipóteses | | Variáveis explicativa | Variáveis resposta |
|---|---|---|---|
| H1: | O ensino do empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos. | Ensino do empreendedorismo | |
| H2: | A necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos | Necessidade de realização | Intenção empreendedora |
| H3: | O desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos | Desejo de independência | |
| H4: | A auto-eficácia influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos | Autoeficácia | |

### 3.4. Método de recolha e análise de dados

Segundo Lakatos (2006), método é um conjunto de procedimentos necessários para se atingir um objetivo de pesquisa, que permite estabelecer a caminho a ser seguido durante o trabalho científica.

De sublinhar que a recolha de dados baseou-se na aplicação de um inquérito sob a forma de questionário, no terreno aos estudantes Universitários das distintas Universidades angolana. A aplicação de recolha de dados foi feita no período compreendido entre Março a Julho de 2015, com a respectiva autorizações dos Decanos e Diretores.

Para o tratamento de dados desse trabalho foi feito, através da utilização do software estatístico SPSS (statistical package for the social sciences), que de certo modo permitiu analisar os diferentes itens constantes no questionário respondido pelos estudantes Universitários angolanos sobre a intenção empreendedora.

Importa referir que o aludido instrumento de recolha de dados tem sido utilizado nas Universidades da Europa, e adoptado em Angola.

O modelo do questionário utilizado para o presente trabalho apresenta três partes didtintas subdivididas em diferentes questões:

Parte I Dados sóciodemográficos com 12 questões;

Parte II Percepções para o futuro com 41 questões,

Parte III Capacidade empreendedora com 29 questões.

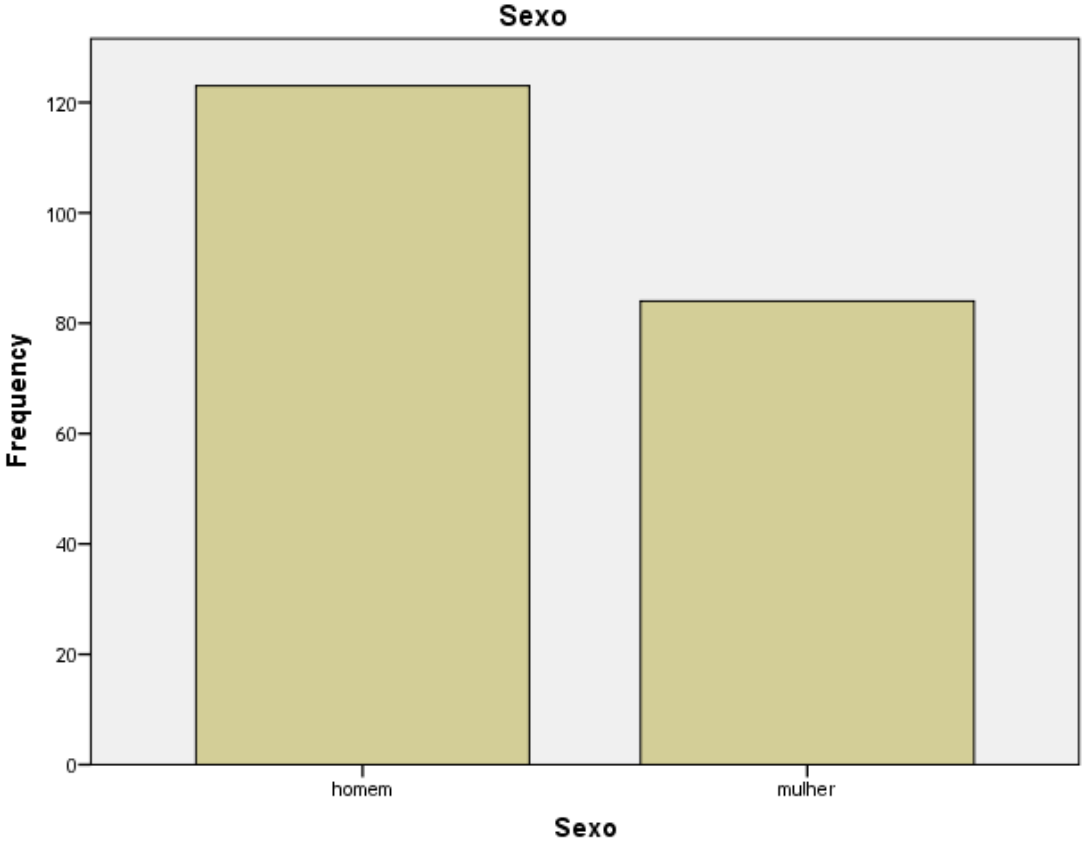
# Capítulo: 4 RESULTADOS

## 4.1. Caracterização da Amostra

O presente estudo foi realizado num universo de 208 indivíduos com idades compreendidas entre os 18 a 43 anos de idade.

Para caracterizar a amostra desse trabalho, utilizou-se as variáveis género, idade e habilitações dos estudantes (inquiridos). Como resultado da caracterização da amostra, revela-se que quanto à idade, todos os inquiridos possuem uma dispersão de idade que variam entre os 18 a 43 anos, os estudantes do sexo masculino apresentam maior valor percentual, em relação as estudantes do sexo feminino e em termos de habilitações os estudantes do 2º ano do ensino superior apresentam maior valor percentual em relação aos do 4º ano e os licenciados, como pode ser observado nas tabelas que abaixo se apresentam:

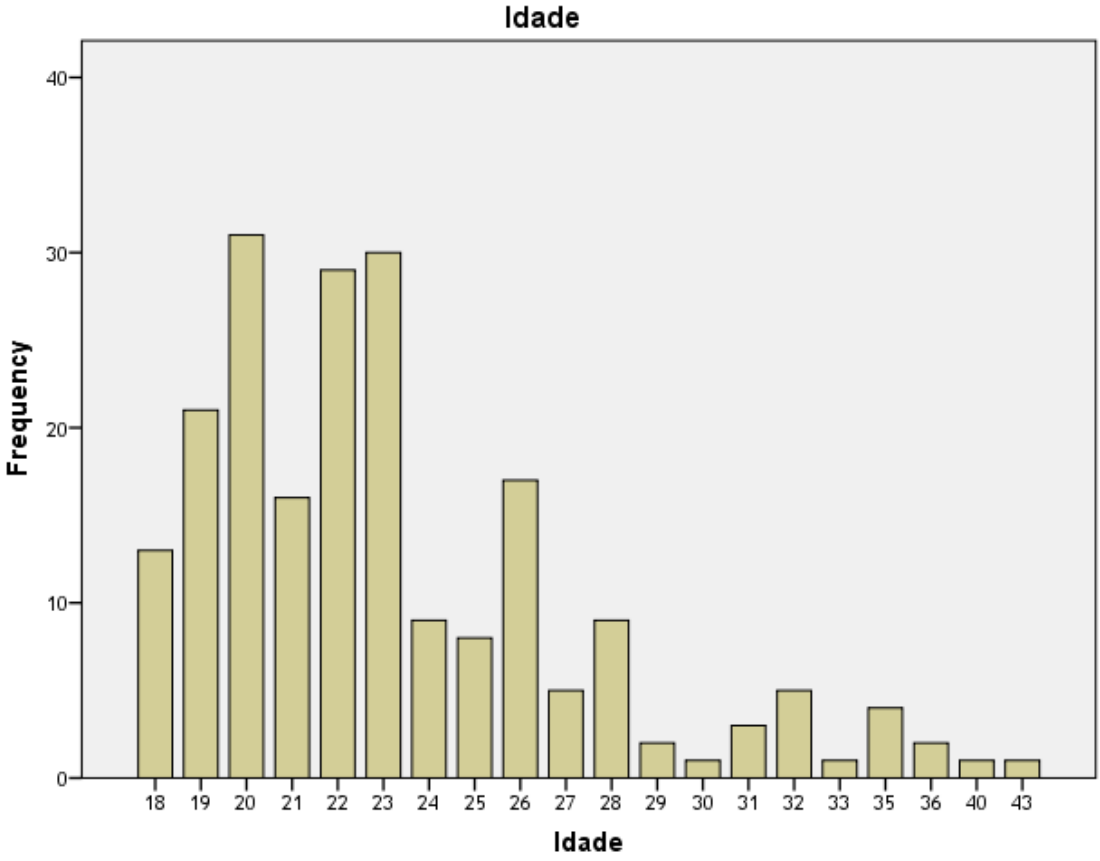
**Gráfico 1: caracterização percentual por género**




**Fonte:** Elaboração própria

A análise dos dados dos estudantes Universitários angolanos inquiridos por sexo revela diferenças significativas, nos dois segmentos. Os estudantes do sexo masculino apresentam maior valor percentual na ordem de 59,4%, em relação as estudantes do sexo oposto com 40,6%.

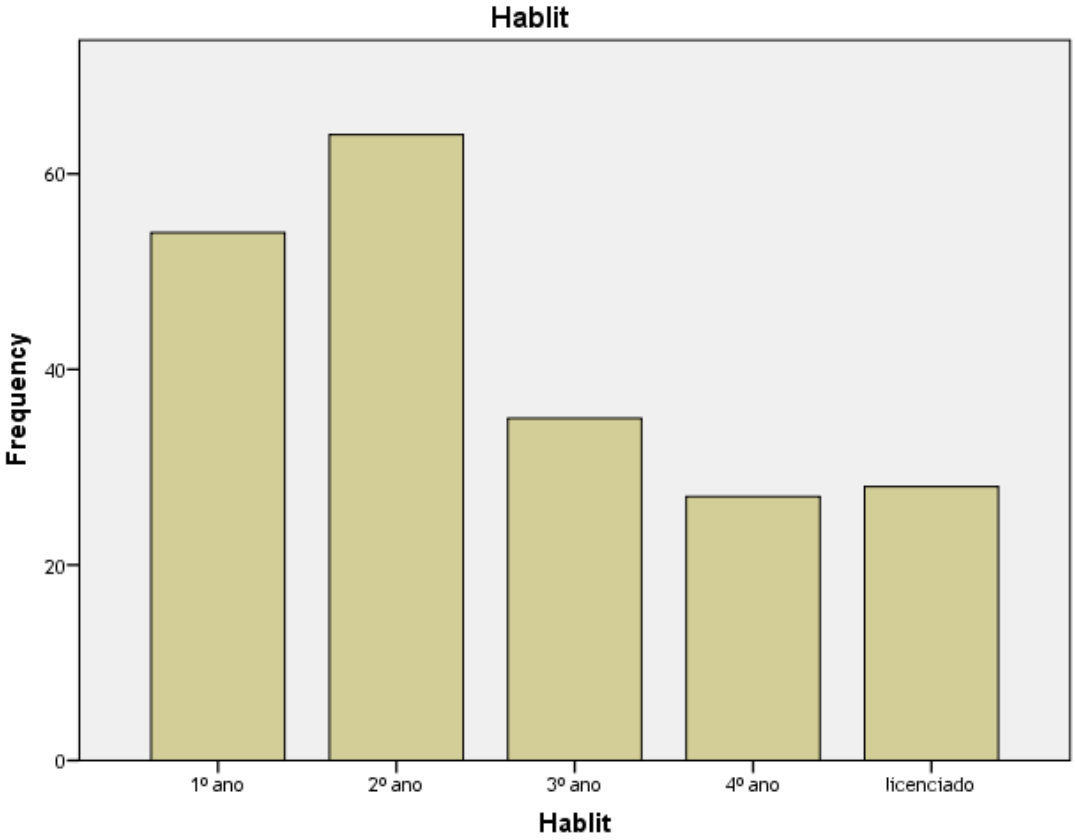
**Gráfico 2: percentagem por idade**




**Fonte:** Elaboração própria

De acordo com os escalões etários os trajetos dos estudantes nos diferentes segmentos, introduzem variações significativas, registando-se maior valor percentual os estudantes com idade compreendida entre 20 a 23 anos com 14,9% os de 20 anos, com14,4%, os de 23 anos e com 13,9% os estudantes na faixa etária de 22 anos de idade, ao passo que com valor percentual mais baixa os estudantes com 43 anos de idade.

**Gráfico 3: percentagem por habilitações**




**Fonte:** Elaboração própria

A análise das habilitações literárias evidenciam maior dispersão entre os diferentes graus académicos, com maior valor percentual para os estudantes do 2º ano com 30,8%, os do 1º ano com 26,0%, os do 3º ano com 16,8%, os licenciados com 13,5% e os do 4º ano com 13% prospectivamente.

## 4.2 ANÁLISE DAS HIPÓTESES

A partir da análise do teste das hipóteses se pode aferir o seguinte: o assunto em estudo é ainda muito pouco pesquisado em Angola, o que pressupõe dizer que exige muito cuidado na interpretação dos resultados.

**H1**: O ensino do Empreendedorismo influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários Angolanos.

**Tabela 1: frequência de correlação**

**Correlations**

| | | Frequênc | Criar |
|---|---|---|---|
| Frequência | Correlação pessoal | 1 | ,004 |
| | Sig. (2-atado) | | ,952 |
| | N | 207 | 207 |
| Criar | Correlação pessoal | ,004 | 1 |
| | Sig. (2-atado) | ,952 | |
| | N | 207 | 208 |

**Fonte:** Elaboração própria

A análise de correlação permite-nos avaliar que a correlação existente entre ensino do empreendedorismo e a intenção empreendedora não exerce influência na intenção empreendedora dos estudantes Universitários angolanos ou quase nula e estatisticamente não é significativamente diferente de zero, pelo que rejeita-se a hipótese 1.

A rejeição dessa hipótese vai contra o que era esperado comprovar sobre a intenção empreendedora. Contudo percebe-se que o ensino de empreendedorismo para os estudantes do ensino superior angolano segundo os resultados do inquérito não exerce influência em sua intenção empreendedora.

O resultado da hipótese 1, contradiz a afirmação dos autores, Caetano e Curral (2010 p.3), "a literatura comprova que a inclusão do ensino de empreendedorismo nos cursos académicos contribui para aumentar a intenção por parte dos alunos, criarem novos negócios".

**H2**: A necessidade de realização influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

**Tabela 2: coeficiente de correlação**

| | | | Criar | Exposição | Procurar por |
|---|---|---|---|---|---|
| Lanceiro | Criar | Coeficiente de correlação | 10:00 am | , 050 | - 195 ** |
| | | Sig. (2-atado) | . | , 475 | 005 |
| | | N | 208 | 208 | 208 |
| | Criar | Coeficiente de correlação | , 050 | 10:00 am | , 088 |
| | | Sig. (2-atado) | , 475 | . | , 206 |
| | | N | 208 | 208 | 208 |
| | Procurar por | Coeficiente de correlação | - 195** | , 088 | 10:00 am |
| | | Sig. (2-atado) | 005 | , 206 | . |
| | | N | 208 | 208 | 208 |

**. Correlation is significant at the 00:01 level (2-tailed).

**Fonte:** Elaboração própria

Segundo análise percebe-se que a necessidade de realização medida pelas respostas mostra que a necessidade de fazer coisas que lhe dê prazer é correlacionada com a intenção empreendedora mas não de forma positiva mas negativa e de forma estatisticamente significativa. Isto mostra que os alunos com a intenção empreendedora estão dispostos a fazer coisas que não lhes deem prazer, no alcance de outros objetivos, nomeadamente financeiros.

O que contraria a afirmação dos autores, Jesuíno, Reis e Cruz, (1988); Carvalho (1997), " afirmam que o fator" necessidade de desenvolvimento pessoal pode ser entendido como a necessidade que um indivíduo tem de realizar bem as suas tarefas, lançando para fora o efeito certos níveis de excelência, não com o objetivo de obter um reconhecimento ou prestígio social, mas sim para alcançar um sentimento de realização pessoal.

**H3**: O desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

O desejo de independência é caracterizado pelas variáveis de independência financeira (ser rico), gostar de planear, decidir e escolher por si mesmo as suas atividades e a própria noção de gostar de ser independente e resolver as coisas por si próprio.

**Tabela 3: correlação de coeficiência**

| | | | Criar | Srrico | Decisão | Independente |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Lanceiro | Criar | Coeficiente de correlação | 10:00 am | , 212** | - 099 | , 154 * |
| | | Sig. (2-atado) | . | 002 | , 157 | , 026 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Srrico | Coeficiente de correlação | , 212** | 10:00 am | - 034 | , 319 ** |
| | | Sig. (2-tailed) | 002 | . | 630 | , 000 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Decisão | Coeficiente de correlação | - 099 | - 034 | 10:00 am | , 168 * |
| | | Sig. (2-atado) | , 157 | 630 | . | 015 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Independente | Coeficiente de correlação | , 154 * | , 319** | , 168 * | 10:00 am |
| | | Sig. (2-atado) | , 026 | , 000 | 015 | . |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 |

**. Correlation is significant at the 00:01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 00:05 level (2-tailed).

**Fonte:** Elaboração própria

Os resultados da correlação influenciam positivamente a intenção empreendedora dos estudantes do ensino superior angolano, pelo que se aceita a hipótese 3. O desejo de independência de decisão financeira, permite criar uma empresa, mostrando espírito empreendedor. As duas variáveis mostram correlações positivas e estatisticamente significativas com a intenção empreendedora de criar uma empresa. Apenas a independência na escolha das atividades não se mostra correlacionado de forma estatisticamente significativa.

A hipótese 3 condiz com a afirmação dos autores, **Santos, Caetano e Curral** (2010 p.6) “no âmbito das motivações empreendedoras principais características diferenciadas do potencial empreendedor no desejo de independência”. Estudos prévios evidenciaram que o forte desejo de independência pessoal influencia o desenvolvimento de negócios familiares e que os empreendedores apresentam uma preferência por tarefas independentes.

> **H4**: A autoeficácia influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

**Tabela 4: variáveis de correlação**

**Correlação**

| | | | Criar | Nova empresa | Nova empresa | potenciais | oportunidade | Terelações | Criar por função |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Criar | Coeficiente de correlação | 1,000 | -,043 | ,136 | ,070 | ,045 | ,069 | ,110 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,540 | ,050 | ,316 | ,518 | ,326 | ,115 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Nova empresa | Coeficiente de correlação | -,043 | 1,000 | -,151* | -,001 | -,266** | -,060 | -,143* |
| | | Sig. (2-atado) | ,540 | . | ,030 | ,993 | ,000 | ,390 | ,039 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Nova empresa | Coeficiente de correlação | ,136 | -,151* | 1,000 | ,384** | ,268** | ,165* | ,488** |
| | | Sig. (2-atado) | ,050 | ,030 | . | ,000 | ,000 | ,017 | ,000 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Potenciais | Coeficiente de correlação | ,070 | -,001 | ,384** | 1,000 | ,196** | ,111 | ,244** |
| | | Sig. (2-atado) | ,316 | ,993 | 0 | . | 0,005 | 0,111 | ,000 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Oportunidades | Coeficiente de correlação | ,045 | -,266** | ,268** | ,196** | 1,000 | ,334** | ,263** |
| | | Sig. (2-atado) | ,518 | ,000 | ,000 | ,005 | . | ,000 | ,000 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| | Terelacoes | Coeficiente de correlação | ,069 | -,060 | ,165* | ,111 | ,334** | 1,000 | ,260** |
| | | Sig. (2-atado) | ,326 | ,390 | ,017 | ,111 | ,000 | . | ,000 |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |
| Lanceiro | Criar por função | Coeficiente de correlação | ,110 | -,143* | ,488** | ,244** | ,263** | ,260** | 1,000 |
| | | Sig. (2-atado) | ,115 | ,039 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | . |
| | | N | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 | 208 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Fonte:** Elaboração própria

A autoeficácia é medida pelas variáveis E1 a E6 do inquérito em anexo. As correlações destas 6 variáveis com a intenção empreendedora medida pela questão usual (I1). Nenhuma das variáveis de autoeficácia se mostra estatisticamente correlacionada com a intenção empreendedora, rejeitando deste modo a hipótese H4.

A rejeição desta hipótese contradiz o que os autores Carvalho e González (2006), “dizem. Os dois autores afirmam que quanto maior a auto-eficácia do indivíduo, maior a possibilidade de ele ter intenção empreendedora”.

## Capítulo 5: CONCLUSÃO

### 5.1 Conclusões, limitações e considerações finais

O empreendedorismo surge atualmente como vetor relevante da política económica e industrial de Angola. Frente aos desafios do desenvolvimento dos vários setores da economia nacional, da diversificação estrutural da economia, da expansão das oportunidades de emprego e da reconversão da economia informal, iniciativas empreendedoras sob a forma de negócios baseados em novas visões, utilizando métodos inovadores de criação e gestão, são de grande relevância. Daqui nasceu o interesse de produzir informação que poderá moldar as políticas de apoio ao empreendedorismo.

Dados disponibilizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) nos anos 2008, 2010 e 2012 permitem perceber que os angolanos são um povo com forte propensão empreendedora e com uma cultura valorizadora e encorajadora da iniciativa individual. Neste período, a percentagem de angolanos envolvidos em atividades empreendedoras se encontrava numa curva ascendente. A maior incidência de atividades empreendedoras se verifica na faixa etária entre os 25 e 34 anos.

Na quinta edição do estudo realizado em 2014, a imagem social do empreendedorismo foi avaliada de forma muito positiva. Iniciar uma empresa é uma opção de carreira profissional atrativa, segundo 75,1% dos respondentes. Os empreendedores de sucesso têm um elevado estatuto e respeito social, consideraram 81,7% de indivíduos. 61,7% da população (com idades entre 18 e 64 anos) considera possuir as competências e/ou conhecimentos necessários para criar um negócio. Cerca de 70% consideraram que as oportunidades para iniciar um negócio a curto prazo surgirão na sua área de residência.

De acordo com o mesmo estudo, 45% dos respondentes tinham intenções de criar um negócio nos próximos 3 anos. O medo de fechar impediria 37,5% de respondentes de iniciar um negócio.

No entanto, o que se percebe da nossa pesquisa, aplicada num envolvente de potenciais empreendedores, é que o ensino do empreendedorismo, a necessidade de realização e a auto-eficácia não influenciam positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos. Já que as características empreendedoras são aprendidas ou aperfeiçoadas, pretendia sustentar-se que a frequência de um curso de empreendedorismo estimule as iniciativas empreendedoras ou pelo menos a intenção empreendedora.

Podemos supor que quanto mais elevados forem os conhecimentos empresariais maior será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar a sua própria empresa, porque sente-se melhor preparado para o desempenho da função empresarial.

Não se observou esta relação, o que pode surpreender, tendo em conta o perfil sociodemográfico dos respondentes. Noutros contextos onde esta formação é ministrada, provavelmente se verifica um impacto positivo da mesma através da qual são difundidos conhecimentos sobre as modalidades em iniciar e gerir negócios próprios e as que propiciam ferramentas à boa administração.

É possível este desinteresse vir tanto pelo pouco ou nenhum apoio obtido durante a formação, das futuras dificuldades de encontrar condições de sustentabilidade de seus negócios, bem como da questão cultural que leva a maioria dos respondentes a ver somente no trabalho em instituições públicas o único contexto para ascensão profissional e utilização dos conhecimentos adquiridos em aulas, o que torna outros horizontes profissionais menos atrativos. É também provável que as prestações macroeconómicas do país levem muitos jovens a desejarem ser funcionários públicos e serem menos propensos ao risco.

A rejeição das hipóteses que consideram a relação entre a intenção empreendedora e (i) o ensino do empreendedorismo; (ii) necessidade de realização; (iii) auto-eficácia; o contradiz o que era esperado, segundo a revisão de literatura. Deste modo permite perceber que os estudantes do

ensino superior angolano possuem um comportamento diferente àquele esperado e estudo por diversos autores, fornecendo-se assim uma possibilidade de investigação futura, relacionada à comparação dos obtidos em países, visto que o questionário utilizado nesse trabalho foi aplicado em outros países.

Os resultados encontrados fornecem a possibilidade de estudar futuramente os motivos que levaram esses estudantes se comportarem de maneira não esperada.

A revisão de literatura permite também concluir que as características empreendedoras são importantes incentivadoras das intenções empreendedoras ao contrário do que foi comprovado pelo estudo, porém essas características devem ser trabalhadas e estimuladas, para que tenha uma maior intenção empreendedora.

No modelo explicativo da intenção empreendedora descrito no presente estudo, apenas o desejo de independência influencia positivamente a intenção empreendedora dos estudantes universitários angolanos.

Esta variável em outros estudos está associada à necessidade de desenvolvimento pessoal, um fator motivacional que foi investigado em muitos trabalhos de investigação sobre empresários.

O desejo de autonomia ou independência é um dos motivos empreendedores que aparecem mais frequentemente citados nos estudos.

O inconformismo traduzido como a insatisfação de trabalhar em organizações hierárquicas, executar ordens e a possibilidade de aplicar as suas próprias ideias pode ser uma das razões para explicar esta relação.

Segundo Veciana (1989), citado por Carvalho e González (2006), o desejo de independência está associado à realização pessoal, à possibilidade de pôr em prática as próprias ideias, assim como de criar o próprio negócio.

Shapero (1982), citado pelos mesmos autores também considera que o ato de criação de uma empresa deve-se mais a fatores negativos relacionados com a insatisfação pessoal do que a fatores positivos, como por exemplo o

ganhar dinheiro ou obter lucro. Pode-se ainda concluir que a utilização de um estudo empírico para comprovar hipóteses baseadas em teorias é muito importante, pois com esse trabalho poder-se-á ver a diferença entre a teoria e o que realmente foi encontrado no estudo com os estudantes.

Antes de finalizar este trabalho, convém ressaltar as suas limitações, salientando que não existe trabalhos perfeitos ou completos mas sim em constante progresso. Pode-se citar como limitações desse trabalho o número limitado de respostas obtidas e analisadas, dado que a amostra poderia ter sido mais abrangente e contemplar mais instituições de ensino superior e fornecer dados mais realistas.

As sugestões propostas para futuras investigações visam o desenvolvimento de trabalhos futuros complementares por um lado, e por outro visam a continuação do estudo do modelo proposto, o que possibilitaria incorporar outras variáveis, não consideradas nesta investigação, de forma a alargar o horizonte de análise. Por exemplo a conclusão de questões relacionadas com a expectativa de resultados, a diferenciação por tipo de ocupação profissional, entre outras que podem ser tomadas em conta como influenciadoras das intenções empreendedoras.

Em conclusão, se pode aferir que quanto mais elevadas forem as motivações empreendedoras, designadas por desejo de independência ou autonomia, maior será a probabilidade do indivíduo ter uma intenção favorável relativamente à alternativa de criar sua própria empresa.

**Referências Bibliográficas**

BARON, R,A; Shane S,A. Empreendedorismo, uma visão do processo, São Paulo: Thomson Learning (2007).

BURUS, (2011): Empreendedorismo: processo de aprendizagem de empreendedores. Alpiarça: Cosmos.

CARVALHO et al, (2006). Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. Comportamento Organizacional e Gestão. Vol. 12, N. 1, pp. 43-65.

CARVALHO J.E (2011): Gestão estratégica: princípios fundamentais (2ª edição) Lisboa Silabo.

CHEN, C. C.; Greene, P. G. e Crick, A., (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?.Journal of Business Venturing. Vol. 13, pp. 295-316. 38.

CHEUNG, C., (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum - Possibilities and limitations. Education and Training. Vol. 50, N. 6, pp. 500-515.

CUERVO et al., (2007). Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. New York: Springer. pp.1-22.

DEGEN, R.J, O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, (1989).

DORNELAS, J.C.A (2001): Empreendedorismo: transformando ideias em negócios R.J. Elservier, Ed. Campus.

DRUCKER, P. F. (2002) O melhor de Peter Drucker: obra completa. São Paulo: Nobel.

FERREIRA et al. (2007): Ser empreendedor: pensar, criar e moldar o próprio negócio. R.J. Elservier, Ed. Campus.

FISCHER, A., Nodari, T.M.S., e Feger, J. E., (2008). Empreendedorismo: algumas reflexões quanto às características. Race, Unoesc. Vol. 7, N. 1, pp. 39-52. 3

FORTIN, P. A. Devenez entrepreneur: pour un Québec plus entrepreneurial. Presses Université Laval, (1992).

FREDERICK E MOUSEN.(2006), Sobre o papel do empreendedorismo na competitividade do mundo dos negócios.

FREIRE, A. Paixão por empreender: como colocar suas ideias em prática: como transformar sonhos em projetos bem-sucedidos. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier,(2005).

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Empreendedorismo no Brasil, (2011).

GEM. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Relatório Global sobre Empreendedorismo (Relatório Executivo Brasileiro), (2013).

GEM (2010): GEM Angola 2010, Estudo sobre Empreendedorismo. 58p.

GUEST, R. (2005): África continente acorrentado – passado, presente e futuro de África. Porto, civilização Editora.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - GEM 2008. Empreendedorismo: IBQP, 2009. 160 p. Disponível em: . Acesso em: 13 de jul. 2013.

HISRICH, R., (2007). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Revista de Administração. Vol.34. N.2. Instituto Nacional de Estatística: Acedido em 16/06/2013. Disponível em: http://www.ine.pt

HISRICH, R.D; PETERS.M.P. origem e evolução do Empreendedorismo.

HUGON, P. (1999): Economia de África. Lisboa, Vulgata Editora.

JESUÍNO J. C. Reis, E; Cruz (1988). Motivações empresariais em Portugal, uma perspectiva transcultural. Revista de Gestão. Vol.2/3 Pp.43.52.

JEAN B. SAY (1767-1832) Sobre o conceito do empreendedor.

LAKATOS (2006): O papel dos métodos de pesquisa ciêntifica

MAPESS. (2012): Manual de Empreendedorismo na gestão de pequenos negócios. Luanda CLESE. 2ª edição.

MAPESS. (2012): Manual de criação de negócio. Noção para pequenos negócios de produção. Luanda CLESE.

MARQUES, S. (2011): Empreendedorismo em Angola. Entre as ideias e ação. Luanda, Ed. Panzu Consulting Firm.

MCCLELLAND (1961), Necessidade de realização no processo de desenvolvimento do empreendedorismo.

MOURA (2005) O modelo da teoria de ação planificada (TAP)

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO – PNUD. Disponível em: http://www.pnud.org.br. Acesso em: 08 de Julho 2013.

PEREIRA E SANTOS (1995) O empreendedorismo como um dos modelos de Gestão

RICHARD CANTILLON (1680-1734), A função socioeconómica do empreendedor

ROCHA, et,al, Intenções empreendedoras dos estudantes na escola. Economia Global e Gestão, Lisboa , v. 17, n. Especial, (2012) .

SABOE, et al., (2002). Cultivating entrepreneurship. Educational Leadership. Vol. 59. N. 7, pp. 80-2.

SARAIVA,P.M (2011): Empreendedorismo. Coimbra. 2ª edição.

SARMA e VENKATARAMAN (1999), O empreendedorismo como fenómeno que engloba atos de inovação.

SHAPERO, A.; SOKOL, L. The social dimensions of entrepreneurship. In: (eds), The Encyclopedia of Entrepreneurship. (1989).

SCHUMPETER, J.A (1934): Ther Theory of Economic Development. Harvard University Press, Cambridge, MA.

SCHUMPETER, J. A. A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo (1982).

SCHUMPETER, J. A. A Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma Investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, (1982).

SCHUMPETER. R,J,A Teoria economics do desenvolvimento São Paulo. Paz e terra, 1934

TIMMONS, J. A. New venture creation. Boston: Irwin McGraw-Hill, 4. ed., (1994).

TUBBS, M. E.; EKEBERG, S. E. The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting theory and research. Academy of Management
Review, v. 16, n. 1, p. 180-199, (1991).

VARBLANE e METS (2010), A importância do ensino do empreendedorismo.

VECINA, J.M. e Urbano, D, (2003). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la Puerto Rico. In Roig, D. S., Ribeiro, V. R., Torcal, A., de la Torre, E. (Eds) ,El emprendedor innovador y la creación de empresas de, (pp. 35-58).

## Anexo 1 - Questionário

Nº Questionário.: _____

QUESTIONARIO VIE

Este Questionário insere-se numa investigação organizada pelo Departamento de Psicologia Social e das Organizações da UNED e a ASI Associação de Solidariedade Internacional.

Os dados são confidenciais. Leia as instruções, antes de responder.

1. DADOS DEMOGRÁFICOS

1a. Sexo: ☐ Homem ☐ Mulher

1b. Idade: _____ anos.

2. Habilitações Literárias (Por exemplo, Licenciatura em Psicologia):

_____

3. Tem frequentado nos últimos meses algum centro de apoio a empreendedores?

☐ Não ☐ Sim

4. Coloque a opção que mais se ajusta a sua actual situação laboral (só uma):

| 4.1. Trabalhador por conta de outrém: | 4.2. Trabalhador por conta própria: | 4.3 Não trabalha: |
|---|---|---|
| ❑ Empresa privada.<br>❑ Organismo público.<br>❑ Associação ou ONG. | ❑ Independente.<br>❑ Empresário com socios<br>❑ A iniciar uma nova empresa. | ❑ Desempregado.<br>❑ Estudante.<br>❑ Outras |

5. Que experiência laboral tem como assalariado?

☐ Nenhuma, nunca trabalhei ☐ Tenho _____ anos de experiência

6. Trabalhou alguma vez por conta própria (profissional liberal ou empresário)?

☐ Não, nunca ☐ Sim, durante _____ anos

7. Indique o seu local de nascimento (ou país se não é Portugal):
_____.

8. Indique o local em que reside: _____.

9. Há quanto tempo mora nesse local?:

☐ Sempre vivi aqui ☐ Há _____ anos

10. Qual é o nivel de escolaridade dos seus pais?

Pai: ☐ 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ 3º Ciclo ☐ Secundário ☐ Ensino Superior ☐ Outros

Mãe: ☐ 1º Ciclo ☐ 2º Ciclo ☐ 3º Ciclo ☐ Secundário ☐ Ensino Superior ☐ Outros

11. A que grupo socioeconómico acha que pertence?

☐ Baixo ☐ Médio-baixo ☐ Médio ☐ Médio-alto ☐ Alto

12. Tem alguma pessoa próxima da sua familia que seja ou tenha sido empresario ou tenha um negócio próprio (pai, mãe, irmãos, avós, tios ou primos)?

☐ Não ☐ Sim Em caso afirmativo. Qué tipo de negócio?_____

I. Coloque em que medida, numa escala de 0 a 6, a sua intenção de seguir as seguintes trajetórias profissionais.

| | | Nada Interessado | | Moderadamente Interessado | | | | Totalmente interessado |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| I1 | Criar a sua própria empresa (ser empreendedor). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| I2 | Desenvolver a sua carreira profissional numa empresa privada. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| I3 | Trabalhar na Função Pública (ser funcionário do estado). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| I4 | Colaborar com una Organização sem fins lucrativos (ONG). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

V. De seguida, descrevemos brevemente algumas pessoas. Por favor, leia cada descrição e pense quanto se parece ou não se parece com ela. Assinale na escala da direita o que melhor demonstre o seu grau de parecença com a pessoa descrita:

| | | **Quanto se parece esta pessoa comigo?** | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | se parece em nada comigo | Não se parece comigo | Se parece pouco comigo | Se parece em algo comigo | Se parece a comigo | Se Parece muito comigo |
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| V1 | Ter ideias novas e ser criativo é importante para ele/ela. Gosta de fazer as coisas de forma própria e original. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V2 | Para ele/ela é importante ser Rico. Quer ter muito dinheiro e coisas caras. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V3 | Pensa que é importante que todas as pessoas do mundo sejam tratadas com igualdade. Acha que todos deveriam ter as mesmas oportunidades na vida. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V4 | Para ele/ela é muito importante mostrar as suas capacidades. Gosta de ter pessoas que admirem aquilo que faz. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V5 | Gosta de viver em sítios seguros. Evita qualquer coisa que possa por em perigo a sua segurança. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V6 | Ele/ela pensa que é importante fazer coisas diferentes na vida. Procura sempre experimentar coisas novas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V7 | Acredita que as pessoas devem fazer o que lhes dizem. Acha que as pessoas devem seguir as regras o tempo todo mesmo não estando a ser observadas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V8 | Considera importante escutar as pessoas que são diferentes dele /dela. Inclusive quando esta em desacordo tenta entendê-las. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V9 | Ele/ela pensa que é importante não pedir mais do que tem. Acredita que as pessoas devem estar satisfeitas com o que têm. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V10 | Procura alguma oportunidade para se divertir. Para ele/ela é importante fazer coisas que lhe dê prazer. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V11 | Para ele/ela é importante tomar decisões do que faz. Gosta de planear e escolher por si mesmo as suas actividades. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| V12 | Considera muito importante ajudar as pessoas que estão á sua volta. Preocupa-se com o seu bem estar. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V13 | Para ele/ela é importante ser uma pessoa muito bonita. Gosta e impressionar os outros. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V14 | É muito importante para ele/ela a segurança no seu país. Pensa que o estado deve manter-se atento ás ameaças internas e externas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V15 | Gosta do risco. Anda sempre à procura de aventuras. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V16 | É importante para ele/ela ter um comportamento adequado. Procura evitar qualquer coisa que as pessoas julguem incorrecta. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V17 | Para ele/ela é importante mandar e dizer aos outros o que devem fazer. Deseja que as pessoas façam o que lhes diz. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V18 | Para ele/ela é importante ser leal aos seus amigos: Se entrega totalmente ás pessoas que lhe são próximas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V19 | Acredita firmemente que as pessoas devem proteger a natureza. Considera importante cuidar o meio ambiente | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V20 | As crenças religiosas são importantes para ele/ela. Tenta com convicção fazer o que a religião manda. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V21 | Considera importante que as coisas estejam arrumadas e limpas. Não gosta nada que as coisas estejam desarrumadas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V22 | Acha importante interessar-se pelas coisas: é curioso e tenta perceber de tudo. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V23 | Acredita que todas as pessoas da terra deveriam vive harmonia. Para ele/ela é importante promover a paz entre todos os grupos do mundo. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V24 | Pensa que é importante ser ambicioso/a: Deseja mostrar as suas capacidades. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V25 | Acredita que é melhor fazer as coisas de forma tradicional. É importante para ele/ela conservar os costumes que apreendeu. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V26 | Disfrutar dos prazeres da vida é importante: Agrada-lhe dar mimos a si próprio | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V27 | É importante para ele/ela estar atento às necessidades dos outros. Tenta apoiar as pessoas que conhecem. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| V28 | Acredita que é importante respeitar sempre o seu pai, a sua mãe e as pessoas de idade. Para ele/ela é importante ser obediente. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V29 | Deseja que todos sejam tratados com justiça, inclusive as pessoas que não conhece. O importante é proteger os mais fracos. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V30 | Gosta de surpresas. Ter uma vida cheia de emoções é importante para ele/ela. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V31 | Tem muito cuidado para não ficar doente. Para ele/ela é muito importante manter-se saudável. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V32 | Ter sucesso na vida é importante para ele/ela. Esforça-se por ser melhor que os outros. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V33 | Para ele/ela é importante perdoar as pessoas que lhe magoam. Trata-se de ver o lado bom deles e não guardar rancor. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V34 | É importante para ele/ela ser independente. Gosta de resolver as coisas por si próprio. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V35 | É importante para ele/ela que vigore um governo estável. Preocupa-se com a ordem social. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V36 | Considera importante ser sempre amável com todas as pessoas. Tenta nunca molestar ou irritar os outros. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V37 | Ele/ela realmente deseja desfrutar da vida. Passar bons momentos é muito importante para ele/ela. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V38 | Para ele/ela é importante ser humilde e modesto. Trata-se de não chamar a atenção. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V39 | Sempre quer ser ele/ela a tomar as decisões. Gosta de ser líder. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V40 | Considera importante adaptar-se á natureza e integrar-se nela. Acha que as pessoas não deveriam alterar a natureza. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| V41 | Ser empreendedor é importante para ele/ela. Gosta do risco e de por em ação os seus próprios projetos e ideias. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***A. Criar uma nova empresa (ser empreendedor) para si é…***

| | | Totalmente Improvável | | Moderadamente Provável | | | Totalmente Provável | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| A1 | Enfrentar novos desafios. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| A2 | Criar emprego para outras pessoas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| A3 | Ser criativo e inovador. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| A4 | Ter altos rendimentos financeiros. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| A5 | Assumir riscos calculados. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| A6 | Ser o meu próprio chefe (independência). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***B. Agora deve assinalar até que ponto são desejáveis para Si e na sua vida em geral…***

| | | Nada desejável | | Moderadamente desejável | | | Totalmente desejável | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| B1 | Enfrentar a novos desafios. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| B2 | A criação de emprego para outras pessoas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| B3 | A criatividade e a inovação. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| B4 | Elevados rendimentos económicos. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| B5 | Assumir riscos calculados. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| B6 | Ser independente (o teu próprio chefe). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***E. Por favor, indique até que ponto seria <u>capaz de realizar eficazmente</u> as seguintes tarefas:***

| | | Totalmente ineficaz | | Moderadamente eficaz | | | Totalmente eficaz | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| E1 | Definir a minha ideia de negócio e a estratégia de uma nova empresa | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| E2 | Manter sob controlo o processo de criação de uma nova empresa | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| E3 | Negociar e manter relações favoráveis com potenciais investidores e bancos. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| E4 | Reconhecer oportunidades no mercado para novos produtos e/ou serviços. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| E5 | Ter relações com pessoas chave de forma a obter capital para criar uma nova empresa. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| E6 | Criar e por em funcionamento uma nova empresa | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***C. Por favor, pense agora nos seus familiares e amigos mais próximos. Em que medida estariam de acordo se decidisse ser empreendedor e criar a sua própria empresa?***

| | | Nada de acordo | | Moderadamente de acordo | | | Totalmente de acordo | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| C1 | A minha família direta (pai, mãe, irmãs e irmãos). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| C2 | Meus amigos/amigas íntimos/as. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| C3 | Os meus colegas e as minhas colegas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***D. Como valoriza a opinião destas pessoas relativamente a este assunto? A considero...***

| | | Nada importante | | Moderadamente importante | | | Muito importante | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| D1 | A da minha família direta (pai, mãe, irmãos e irmãs). | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| D2 | A dos meus amigos/amigas íntimos/íntimas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| D3 | A dos meus colegas e das minhas colegas. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***F. Por favor, assinale o grau de intenção de levar a cabo as seguintes afirmações:***

| | | Nada | | | Modera-damente | | | Total-mente |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| F1 | É muito provável que consiga criar uma empresa um dia | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| F2 | Estou disposto/a a esforçar-me no que seja necessário para ser empresário | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| F3 | Tenho sérias dúvidas se algum dia chegarei a criar uma empresa | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| F4 | Estou decidido/a a criar uma empresa no futuro | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| F5 | O meu objetivo profissional é ser empresário. | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

***G. Se finalmente decidisse criar a sua própria empresa, fazia-o principalmente por:***

| | 3 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 3 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Falta de uma alternativa laboral melhor | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | Para aproveitar uma oportunidade de negócio |

**Dados de contacto**

O preenchimento destes dados permitirá um seguimento posterior da sua evolução, mas é opcional. Os seus dados serão tratados de forma confidencial e exclusivamente para o seguimento deste estudo. Encontram-se a "negrito" os dados obrigatórios.

**Nome:**
_____

**Correio electrónico:** _____**Telefone1:** _____Telefone2: _____

Morada de contacto:
_____

Localidade: _____ Código Postal: _

**Obrigado pela colaboração**