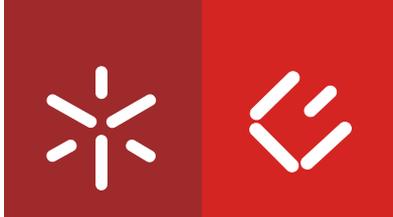


**Universidade do Minho**  
Escola de Economia e Gestão

Francisco José Manuel Alves Aldana

**Fatores que influenciam a capacidade  
empreendedora: Uma análise comparativa**



**Universidade do Minho**  
Escola de Economia e Gestão

Francisco José Manuel Alves Aldana

**Fatores que influenciam a capacidade  
empreendedora: Uma análise comparativa**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Marketing e Estratégia

Trabalho efetuado sob a orientação do  
**Professor Doutor José Carlos Pinho**

## **Declaração**

Nome: **Francisco José Manuel Alves Aldana.**

Endereço eletrónico: **francisco.alves.aldana@gmail.com**

Número do Bilhete de Identidade: **12921005.**

Título da dissertação:

**Fatores que influenciam a capacidade empreendedora: Uma análise comparativa.**

Orientador: **Professor Doutor José Carlos Pinho.**

Ano de conclusão: **2016**

Designação do Mestrado: **Mestrado em Marketing e Estratégia.**

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## Agradecimentos

---

O espaço limitado desta secção de agradecimentos, não me permite agradecer de forma individual como devia, a todas as pessoas que, ao longo do meu percurso me ajudaram, direta ou indiretamente, a cumprir os meus objetivos e a realizar mais uma etapa da minha formação académica. Desta forma, deixo de forma generalizada algumas palavras, com um sentido e profundo agradecimento:

Ao Professor e Orientador José Carlos Pinho, os meus sinceros agradecimentos por ter partilhado os seus conhecimentos e me ter orientado ao longo deste período. Apenas, desta forma, foi possível alcançar os objetivos que nos propusemos no início deste trabalho.

Aos meus pais e aos meus irmãos, que sempre me apoiaram e deram muita força, não só no decorrer desta etapa, mas também ao longo da minha vida.

Todos os meus amigos e colegas, que de uma forma ou de outra, contribuíram para a execução deste trabalho, os meus mais sinceros agradecimentos.



## Resumo

---

**Título:** Fatores que influenciam a atividade empreendedora: Uma análise comparativa

O objetivo da presente dissertação é entender em que medida os fatores em estudo diferem nos tipos de economia, no momento de iniciar um negócio. Esses fatores são os seguintes: oportunidades percebidas, recursos percebidos, intenção empreendedora e medo de falhar. A abordagem destes é realizada de forma individual nos tipos de economia, de modo a entender o seu contributo e influência aquando do momento empreendedor.

Nesse sentido, existe a necessidade de relacionar os fatores em estudo com a orientação das economias dos diferentes países, através do modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Este modelo todos os anos realiza avaliações do nível de atividade empreendedora em vários países e tem como base a recolha de informação quantitativa, relativa ao fenómeno do empreendedorismo. A recolha apenas deste tipo de informação cria um lapso na abordagem da avaliação subjacente ao modelo, uma vez que não inclui os fatores qualitativos que permitem a comparação e conclusões da sua influência nos tipos de economia. Pode ver-se na parte prática os resultados relativos a esta implicação.

A obtenção dos resultados relativos à influência de fatores no nível da atividade empreendedora, em diferentes economias, permitiu concluir que o impacto desses mesmos fatores é diferente em cada economia, o que nos leva a concluir que a capacidade empreendedora nessas mesmas economias revela-se, igualmente, diferente.

O estudo do empreendedorismo tem gerado um crescente reconhecimento entre as várias economias, sendo que os governos têm assumido o papel da atividade empreendedora como uma oportunidade de combinar a motivação do indivíduo com as empresas. Desta forma existe a possibilidade de desenvolver novas oportunidades que geram mudança e promovem o crescimento económico dos seus países.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; GEM; Oportunidades Percebidas; Recursos Percebidos; Intenção empreendedora; Medo de Falhar.



## Abstract

---

**Title:** Factors that influence the entrepreneurial activity: A comparative analysis

The purpose of the present dissertation is to understand to in what extent the factors under study differ between economies when it comes to setting up a business. Those factors are: perceived opportunities, perceived resources, entrepreneurial initiative and fear of failure. Each factor is approached individually in the different types of economy, in order to comprehend it's contribute and influence in the entrepreneurial moment.

Therefore, there is the necessity of establishing a relation between the factors under study with the orientation of the economies of the different countries, through the *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) model. This model evaluates every year the level of entrepreneurial activity in several countries and uses quantitative information to measure the activity. The collection of data solely from quantitative sources creates a gap in the approach of the underlying evaluation, since it does not include the qualitative factors that allow a comparison and a conclusion on its influence in the different types of economy. It is evident in the practical chapter the results regarding this implication.

Obtaining results relative to the influence of these factors on the level of entrepreneurial activity, in different economies, led to the conclusion that the impact of the same differs between economies, which lead us to conclude that the entrepreneurial ability is, equally, divergent.

The study of entrepreneurship has been gaining an increasing acknowledgement between economies, given that governments have been taking the role of the entrepreneurial activity as an opportunity to combine the individual motivation with companies. Furthermore, there is the possibility of developing new opportunities that generate change and promote the economic growth of their countries.

**Keywords:** Entrepreneurship; GEM; Perceived Opportunities; Perceived Resources; Entrepreneurial Initiative; Fear of Failure.



*“A Revolução que é preciso para a geração atual  
é de empreender, inovar e criar”*

Thomas Jefferson



# Índice Geral

---

Resumo .....	v
Abstract.....	vii
Lista de Abreviaturas.....	xiii
Índice de Tabelas .....	xv
Índice de Figuras .....	xvii
<b>Capítulo 1 - Introdução.....</b>	<b>19</b>
1.1 Contextualização e Fundamentação .....	19
1.2 Objetivos e Procedimentos.....	20
1.3 Estrutura da tese .....	21
<b>Capítulo 2 - Enquadramento Teórico.....</b>	<b>22</b>
2.1 O que é o Modelo GEM? .....	22
2.2 O conceito de Empreendedorismo .....	26
2.2.1 Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade.....	30
2.2.2 Barreiras ao Empreendedorismo na criação de um negócio .....	32
2.3 Fatores determinantes:.....	34
2.3.1 Oportunidade percebida na criação de um negócio .....	34
2.3.2 Recursos percebidos na criação de um negócio .....	36
2.3.3 Intenção Empreendedora na criação de um negócio .....	38
2.3.4 Medo de Falhar na criação de um negócio .....	40
<b>Capítulo 3 - Metodologia e Recolha de dados.....</b>	<b>44</b>
3.1 Método e procedimentos de recolha de dados .....	44
3.2 Dimensões do empreendedorismo em análise .....	46
3.3 Análise Descritiva dos dados em estudo através da base de dados GEM.....	47
<b>Capítulo 4 - Análise de resultados.....</b>	<b>48</b>
4.1 Análise dos dados: técnica utilizada – <i>One-Way ANOVA</i> .....	48

4.1.1 Análise dos dados: Tipos de Economia.....	49
4.1.2 Oportunidades percebidas na criação de um negócio .....	49
4.1.3 Recursos percebidos na criação de um negócio .....	51
4.1.4 Intenção Empreendedora na criação de um negócio.....	54
4.1.5 Medo de Falhar na criação de um negócio.....	56
4.2 Discussão dos resultados.....	60
<b>Capítulo 5 – Conclusão .....</b>	<b>67</b>
5.1 Conclusão.....	67
5.2 Implicações do estudo: para a teoria e para a prática.....	71
5.3 Limitações do estudo e sugestões para futuras investigações .....	72
<b>Bibliografia .....</b>	<b>73</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>79</b>

## **Lista de Abreviaturas**

---

**ANOVA** - Analysis of variance

**FLAD** - Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento

**GEM** - Global Entrepreneurship Monitor

**IAPMEI** - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

**I&D** - Investigação e Desenvolvimento

**NES** - National Expert Survey

**ONG's** - Organizações Não Governamentais

**SPI** - Sociedade Portuguesa de Inovação

**TEA** - Early-Stage Total

**WEF** - World Economic Forum



## Índice de Tabelas

---

<b>Tabela 1</b> - Estatísticas descritivas da variável oportunidades percebidas.....	49
<b>Tabela 2</b> - Teste de homogeneidade de variâncias da variável oportunidades percebidas .....	50
<b>Tabela 3</b> - Análise de variância da variável oportunidades percebidas .....	50
<b>Tabela 4</b> - Comparações múltiplas da variável oportunidades percebidas .....	51
<b>Tabela 5</b> - Estatísticas descritivas da variável recursos percebidos.....	52
<b>Tabela 6</b> - Teste de homogeneidade de variâncias da variável recursos percebidos .....	52
<b>Tabela 7</b> - Testes robustos de igualdade de médias da variável recursos percebidos....	53
<b>Tabela 8</b> - Técnica de comparações múltiplas da variável recursos percebidos.....	53
<b>Tabela 9</b> - Estatísticas descritivas da variável intenção empreendedora .....	54
<b>Tabela 10</b> - Teste de homogeneidade de variâncias da variável intenção empreendedora .....	55
<b>Tabela 11</b> - Testes robustos de igualdade de médias da variável intenção empreendedora.....	55
<b>Tabela 12</b> - Técnica de comparações múltiplas da variável intenção empreendedora ..	56
<b>Tabela 13</b> - Estatísticas descritivas da variável medo de falhar .....	57
<b>Tabela 14</b> - Teste de homogeneidade de variâncias da variável medo de falhar.....	57
<b>Tabela 15</b> - Testes robustos de igualdade de médias da variável medo de falhar .....	58
<b>Tabela 16</b> - Técnica de comparações múltiplas da variável medo de falhar .....	59
<b>Tabela 17</b> - Síntese de Resultados .....	59



## Índice de Figuras

---

<b>Figura 1</b> - Processo empreendedor e definições operacionais do GEM.....	23
<b>Figura 2</b> - Fatores chave e fontes das fases do desenvolvimento económico GEM.....	25
<b>Figura 3</b> - Ilustração do conceito de empreendedorismo.....	29
<b>Figura 4</b> - Fatores em análise.....	34
<b>Figura 5</b> - Perfil da amostra.....	45
<b>Figura 6</b> - Dimensões do empreendedorismo em estudo .....	46
<b>Figura 7</b> - Lista detalhada GEM (2010 a 2014) de países classificados por Economia	47



### 1.1 Contextualização e Fundamentação

A escolha do tema prende-se com a análise e estudo de fatores, que influenciam a capacidade empreendedora em diferentes países. Por outras palavras, o presente tema procura entender a importância do empreendedorismo, um tópico de pesquisa que tem vindo a suscitar interesse devido à relação que tem com o crescimento económico e a sua contribuição para a criação de empresas, inovação, mudança, empregos, novos valores e crescimento.

O interesse pelo tema deve-se à possibilidade de potenciar uma investigação na aplicação prática do Marketing e do Empreendedorismo, duas áreas consideradas como fundamentais para o desenvolvimento de novas empresas e para o desenvolvimento económico e social dos países.

A importância de relacionar o tema com a atual crise do emprego jovem constitui um desafio global, embora as suas características sociais e económicas variem consideravelmente em dimensão e natureza, de um país para outro e de uma região para outra. Nesse sentido procuro estudar fatores socioeconómicos que possam influenciar a atividade empreendedora para iniciar um negócio nos diferentes tipos de economia que vão ser abordados. Os fatores em estudo são os seguintes: oportunidades percebidas, recursos percebidos, medo de falhar, intenção empreendedora.

A análise destes fatores procura demonstrar a importância e a forma como contribuem ou não para o desenvolvimento económico. A necessidade de criação de emprego por parte de jovens é cada vez mais elevada, uma vez que procuram contrariar a precariedade do emprego a que estão sujeitos.

O estudo comparativo entre vários tipos de economias permite-nos ter uma visão alargada da forma como os fatores referidos podem influenciar a atividade empreendedora em cada país. Essa possibilidade é fornecida pelo modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que elabora relatórios globais anuais com as principais áreas em estudo: diferenças entre países no nível da atividade empreendedora, a procura de fatores que determinam os níveis de atividade empreendedora e identificação de políticas que promovam a atividade empreendedora.

## 1.2 Objetivos e Procedimentos

O estudo apresenta como objetivo a análise dos fatores: **(i)** Oportunidades percebidas; **(ii)** Recursos percebidos; **(iii)** Medo de falhar; **(iv)** Intenção empreendedora; no momento de iniciar um negócio e de que forma estes influenciam a capacidade empreendedora.

Estes fatores são avaliados através da orientação das economias que se torna possível através do acesso ao portal GEM. Este classifica as economias dos países: em economias orientadas por fatores de produção (estádio inicial), em economias orientadas para a eficiência (estádio intermédio) e em economias orientadas para a inovação (estádio avançado).

A avaliação dos fatores é composta por três grupos de acordo com as orientações das economias dos diferentes países em estudo. Procura-se desta forma obter um conjunto de resultados que permitam compreender a importância dos fatores em estudo e em que medida estes influenciam a capacidade empreendedora nas diferentes economias.

O procedimento deste estudo é realizado através da análise de dados secundários recolhidos por especialistas nacionais – *National Expert Survey* (NES). Os dados que são apresentados foram retirados dos relatórios globais publicados nos anos de 2010 a 2014.

Deste modo, o estudo apresenta como objetivo:

- Entender em que medida os fatores em estudo (recursos percebidos, oportunidades percebidas, medo de falhar e intenção empreendedora), diferem nos diferentes tipos de economia no momento de iniciar um negócio;

### **1.3 Estrutura da tese**

A estrutura da dissertação é composta por cinco capítulos, apresentados de uma forma lógica e estruturada.

O Capítulo 1 é constituído pela introdução ao tema, pela sua contextualização, pelos objetivos e pelos procedimentos a realizar.

O enquadramento teórico da pesquisa é apresentado no Capítulo 2, que faz referência à importância do modelo GEM para a investigação e para evidenciar o seu atual contributo para a atividade empreendedora. Seguidamente, o conceito de empreendedorismo é abordado e confrontado com a sua evolução ao longo dos anos. Existe a necessidade de abordar este conceito dada a sua “grande popularidade” e pelo fato de não existir ainda uma teoria universalmente aceite que defina com exatidão o seu campo de atuação. Por último, este capítulo também apresenta os fatores que são abordados no estudo, definindo cada um deles e de que forma estes influenciam a capacidade empreendedora no momento de criar um negócio. Os fatores abordados são a oportunidade, os recursos, a intenção empreendedora e o medo de falhar.

O Capítulo 3 é composto pelo método, pela forma de recolha de dados e pela sua respetiva amostra.

A técnica utilizada no tratamento de dados e a interpretação/discussão dos dados surge no Capítulo 4.

O Capítulo 5 apresenta as conclusões, implicações, limitações e sugestões para futuras investigações, de acordo com a interpretação da informação e dados recolhidos ao longo da elaboração deste estudo.

## Capítulo 2 - Enquadramento Teórico

---

### 2.1 O que é o Modelo GEM?

O modelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) foi lançado em 1999 numa iniciativa conjunta pela *London Business School* (Reino Unido) e o *Babson College in Wellesley* (Estados Unidos da América). Apresenta-se como um programa de investigação que inclui avaliações anuais do nível da atividade empreendedora em vários países e tem como base a recolha de informação quantitativa, relativa ao fenómeno do empreendedorismo, internacionalmente comparável (Reynolds et al., 2005). É uma junção do modelo convencional de crescimento económico com o modelo de processos empresariais, criando um programa de fatores e condições de empreendedorismo, ao qual está associado uma adaptação de sistemas económicos.

O GEM analisa o empreendedorismo na sua vertente de criação de empresas e divide o fenómeno em dois tipos, conforme a motivação do empreendedor: **1) “Empreendedorismo por necessidade”** (quando, por exemplo, a empresa foi criada por um desempregado como forma de autoemprego); e **2) “Empreendedorismo por oportunidade”** (que se desencadeia com o aparecimento de uma oportunidade de negócio potencialmente lucrativa).

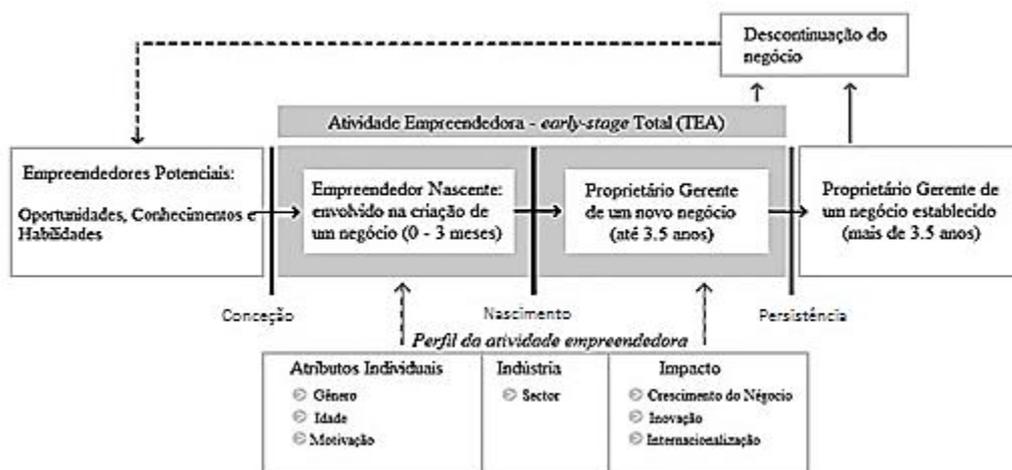
Desta forma a recolha de dados do GEM abrange todo o ciclo de vida do processo empreendedor e debruça-se sobre os indivíduos, enquadrando-os em três fases distintas, como ilustra a Figura 1.

A Fase nº1 corresponde ao momento em que se aplicam recursos para **começar um negócio** do qual os indivíduos esperam ser donos - (empreendedores de negócios nascentes, compreendidos no período 0 – 3 meses).

A Fase nº2 ocorre quando são donos e gerem um **novo negócio** que proporciona remuneração salarial por um período superior a 3 meses e inferior a 3,5 anos - (empreendedores de novos negócios).

Por último a Fase nº3 ocorre quando os indivíduos são donos e gerem um **negócio já estabelecido** e que está em funcionamento há mais de 3,5 anos - (empreendedores de negócios estabelecidos).

**Figura 1** - Processo empreendedor e definições operacionais do GEM



**Fonte:** Adaptado e traduzido do *Global Entrepreneurship Monitor: 2014 Global Report*

O modelo descreve a atividade económica no contexto social e cultural, identificando um vasto leque de fatores que vão ter impacto no empreendedorismo, contribuindo para o crescimento económico, através de dois processos distintos:

- Condições Nacionais e Gerais: remetem para a situação económica nacional, incluindo os fatores externos: abertura de mercado ou comércio externo, o papel do governo, a competência da gestão, a tecnologia, a investigação e desenvolvimento (I&D), as infraestruturas físicas, os mercados financeiros, o mercado do trabalho e as instituições sociais e legais, que são medidas económicas incluídas no relatório do *World Economic Forum* (WEF). Estes aspetos vão influenciar o desempenho quer das grandes empresas, quer das pequenas empresas existentes no mercado, assim como o aparecimento de novas empresas no mercado (Acs et al. 2005).

- Condições Estruturais do Empreendedorismo: de cada país que afetam a oportunidade para empreender e também vão determinar a capacidade para empreender. Estas são provenientes de inquéritos aleatórios a novos e a potenciais empreendedores, também um pequeno número de peritos nos países participantes dá o seu contributo na definição destas condições que também são referidas no GEM. O modelo refere o apoio financeiro, políticas e programas governamentais, educação e formação, investigação e desenvolvimento, inexistência de barreiras à entrada, as infraestruturas comerciais e profissionais, acesso às infraestruturas físicas e as normas e valores sociais e culturais (Acs et al. 2005).

Através destes dois processos o modelo GEM, atribuí uma divisão em relação às diferentes fases do desenvolvimento económico dos países. Classificando cada país participante como:

**(I) Economia orientada por fatores de produção;**

**(II) Economia orientada para a eficiência;**

**(III) Economia orientada para a inovação.**

**I - Em economias orientadas por fatores de produção**, o desenvolvimento económico é impulsionado pelos requisitos básicos: desenvolvimento das instituições, infraestruturas, estabilidade macroeconómica, saúde e educação primária (Manual GEM, 2012).

O desenvolvimento económico nestas economias consiste em mudanças na quantidade e no carácter do valor económico acrescentado. Estas mudanças resultam em maior produtividade e num aumento do rendimento *per capita*, que frequentemente coincidem com a migração de trabalho entre os diferentes setores económicos da sociedade (por exemplo do setor primário para a indústria e serviços). Em países com baixos níveis de desenvolvimento económico, o sector agrícola é tipicamente preponderante, assegurando a subsistência à maioria da população, a qual vive, sobretudo, em zonas rurais. Esta situação vai mudando à medida que a atividade industrial começa a desenvolver-se, muitas vezes em torno da extração de recursos naturais (GEM Global Report, 2014).

**II - Em economias orientadas para a eficiência**, o foco do governo é (ou deveria ser) garantir mecanismos suaves, como um bom funcionamento do mercado, sistemas de ensino superior, eficiência do mercado de trabalho, sofisticação do mercado financeiro e disponibilidade tecnológica. Mesmo que estas condições não estejam diretamente relacionadas ao empreendedorismo, no sentido *schumpeteriano* de "destruição criativa", elas estão indiretamente relacionadas com o desenvolvimento dos mercados que vão atrair e possibilitar o empreendedorismo (Manual GEM, 2012).

Os mecanismos referidos abrem caminho ao desenvolvimento de uma atividade empreendedora inovadora, orientada para o aproveitamento de oportunidades, e que não tem receio de desafiar os agentes estabelecidos na economia (GEM Global Report, 2014).

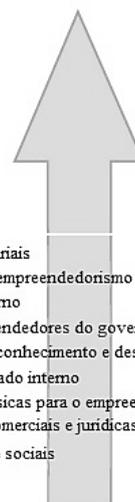
**III - Em economias orientadas para a inovação**, as condições de enquadramento empresarial tornam-se mais importantes como alavancas do desenvolvimento económico do que os requisitos básicos ou potenciadores de eficiência. O resultado do modelo é o crescimento económico nacional através da criação de emprego e inovação tecnológica (Manual GEM, 2012).

Espera-se que a ênfase dada à atividade industrial mude gradualmente para o setor dos serviços, à medida que ocorre um amadurecimento e aumento da riqueza. Este desenvolvimento deverá ser capaz de responder às necessidades de uma população em crescimento, indo ao encontro das exigências criadas numa sociedade com elevado rendimento. O setor industrial, por seu turno, atravessa um conjunto de mudanças e melhorias ao nível da variedade e da sofisticação. Estas melhorias estão normalmente associadas a atividades I&D cada vez mais intensivas (GEM Global Report, 2014).

Em conclusão a Figura 2 ilustra as fontes e os recursos que são utilizados pelo GEM para atribuir a orientação das economias aos países participantes, sendo visível também quais os fatores chave para se atingir determinada fase de desenvolvimento económico.

**Figura 2 - Fatores chave e fontes das fases do desenvolvimento económico GEM**

	Outras Fontes Disponíveis	Questionário Especialistas Nacionais (NES)
Fases de desenvolvimento económico	Quadro das condições nacionais com base nos pilares do World Economic Forum (WEF), para caracterizar as fase do desenvolvimento.	Quadro das condições empresariais.
Fatores chave para economias orientadas por fatores de Produção	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Instituições</li> <li>● Infra-estruturas</li> <li>● Estabilidade macroeconómica</li> <li>● Saúde e Educação primária</li> </ul>	
Fatores chave para economias orientadas para a Eficiência	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Educação e Formação superior</li> <li>● Eficiência dos bens de mercado</li> <li>● Eficiência do mercado de trabalho</li> <li>● Sofisticação do mercado financeiro</li> <li>● Rapidez tecnológica</li> <li>● Dimensão do mercado</li> </ul>	
Fatores chave para economias orientadas para a Inovação	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sofisticação dos negócios</li> <li>● Inovação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Finanças empresariais</li> <li>● Educação para o empreendedorismo</li> <li>● Políticas de governo</li> <li>● Programas empreendedores do governo</li> <li>● Transferência de conhecimento e desenvolvimento</li> <li>● Abertura do mercado interno</li> <li>● Infra-estruturas físicas para o empreendedorismo</li> <li>● Infra-estruturas comerciais e jurídicas</li> <li>● Normas culturais e sociais</li> </ul>



**Fonte:** Adaptado e traduzido do *Global Entrepreneurship Monitor: 2014 Global Report*

Segundo Dornelas (2008), o GEM pode ser considerado o projeto mais ambicioso e de maior impacto até o momento no que se refere ao acompanhamento do empreendedorismo nos países. Trata-se de uma iniciativa pioneira e que tem trazido novas informações a cada ano sobre o empreendedorismo mundial e também ao nível local para os países participantes.

Atualmente, o GEM representa em números: 16 anos de dados, mais de 200.000 entrevistas por ano, mais de 100 países participantes, mais de 500 especialistas em pesquisa sobre empreendedorismo, mais de 300 instituições acadêmicas de pesquisa e mais de 200 instituições de financiamento. Todos estes números permitem ao GEM ser o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras no mundo e de maior impacto até ao momento ([www.gemconsortium.org/](http://www.gemconsortium.org/)).

## **2.2 O conceito de Empreendedorismo**

Com o decorrer do tempo o conceito de empreendedorismo tem ganho peso no meio económico, empresarial e académico, sendo hoje um assunto muito discutido, porém a sua definição é muito complexa, pois o seu conteúdo pode variar dependendo da localização e do autor.

O termo empreendedorismo advém da expressão francesa “*entreprendre*” utilizada para designar um indivíduo que assume o risco de criar novos empreendimentos. Desta forma, pode assumir-se o termo, como o estudo das necessidades, conhecimentos, capacidades, e valores dos empreendedores que podem levar a ações que resultem em empreendimentos (Willerding, 2011).

No século XVIII, este conceito foi pela primeira vez apresentado por Richard Cantillon, que o define como alguém que toma decisões sobre a melhor forma de obter e utilizar os recursos, tendo subjacente o risco empresarial (Sarkar, 2010). Mais tarde, o economista Jean Baptiste Say aborda o conceito como um indivíduo que favorece o progresso económico, na medida em que descobre formas mais eficazes e adequadas para realizar determinada atividade, ou seja, como alguém que acrescenta valor. Neste sentido a utilização do termo “empreendedorismo” é atribuída a Richard Cantillon e a Jean-Baptiste Say, uma vez, que ambos definiam os empreendedores como pessoas que correm riscos porque investem o seu próprio dinheiro, tempo e conhecimento em empreendimentos.

No início do século XX, a palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Joseph Schumpeter (1950) como sendo, uma pessoa com criatividade capaz de efetuar novas combinações, que introduzam ruturas no equilíbrio do sistema económico e provoquem inovação.

Peter Drucker em 1970 associa ao conceito de empreendedorismo o conceito de risco. O risco está associado aos processos de mudança e transformação social e económica, pois enfrenta sempre os constrangimentos e ameaças naturais decorrentes dos processos de consolidação da inovação.

Recentemente o empreendedorismo é apontado como um fenómeno global que resulta de mudanças profundas nas relações internacionais entre nações, nas empresas, nos modos de produção, no mercado de trabalho e na formação académica e profissional (Muniz, 2008). O empreendedorismo é, claramente, um conceito complexo e multifacetado que recebeu fortes contribuições vindas de várias disciplinas tais como Economia, Gestão, Psicologia, Sociologia, entre outras.

Ao longo do tempo têm existido variações na sua definição, como as que se seguem:

- “O empreendedorismo é uma espécie de comportamento que inclui: tomar iniciativa, organizar e reorganizar mecanismos sociais e económicos e aceitar o risco ou o fracasso” (Shapero, 1975, p. 187).

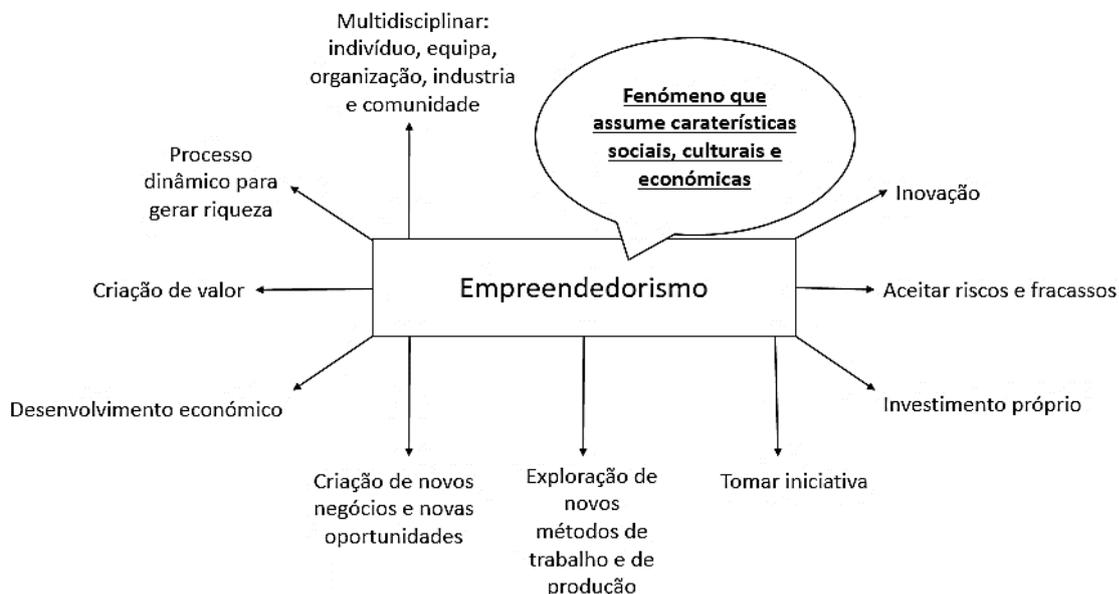
- “O empreendedorismo surge como uma atividade inovadora que permite novas combinações tais como: (i) introdução de novos bens, ou nova qualidade dos bens, (ii) introdução de novos métodos de produção, (iii) abertura de novos mercados, (iv) conquista de novas fontes de fornecimento de matérias-primas ou de bens semiacabados, (v) construção de novas organizações em qualquer indústria.” (Schumpeter, 1978, p. 63).

- “O empreendedorismo é o processo dinâmico para criar mais riqueza. A riqueza é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de património, tempo e/ou compromisso com a carreira ou que provém de valor para algum produto ou serviço” (Ronstadt, 1984, p. 28).

- “O empreendedorismo depende da relação entre a existência de oportunidades lucrativas e a presença de indivíduos empreendedores, consistindo ainda, na avaliação das fontes de oportunidades e na relação daqueles indivíduos com a tripla vertente da descoberta, apreciação e exploração” (Venkataraman, 1997, p. 120).
- “A pesquisa sobre empreendedorismo caracteriza-se por ser multidisciplinar e requer o entendimento da atividade de criação em diferentes níveis: indivíduo, equipa, organização, indústria e comunidade” (Gartner, 2001, p. 27).
- “Consiste no processo de criar algo novo com valor, dedicando-se o tempo e o esforço necessários, assumindo os correspondentes riscos financeiros, psicológicos e sociais, recebendo as recompensas consequentes da satisfação e da independência pessoal e económica” (Hisrich e Peters, 2002, p. 43).
- “O empreendedorismo não é só um conceito de negócio, mas um conceito de vida, dado que faz parte de um conjunto de transformações que ajudam a construir um processo de desenvolvimento que não pode ser obtido a qualquer preço, mas deverá ser sustentável” (Bucha, 2009, p. 15).
- “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos” (GEM, 2011, p. 78).
- “Empreendedorismo é a criação de valor através do desenvolvimento de uma organização por meio de competências que marcam a capacidade de estabelecer e atingir objetivos de modo a descobrir e a controlar os recursos aplicando-os de forma positiva” (Willerding, 2011, p. 53).

As diferentes definições do conceito de empreendedorismo possibilitaram a realização de um esquema síntese (ver Figura 3), que representa e abrange todas as definições de empreendedorismo dos vários autores acima referidos.

**Figura 3** - Ilustração do conceito de empreendedorismo



**Fonte:** Elaboração própria com base em vários autores acima referidos

Desta forma, o empreendedorismo assume-se como uma prática multidisciplinar, onde a tomada de iniciativa para a criação de novos negócios e novas oportunidades necessitam de inovação, risco e investimento próprio.

A exploração de novos métodos de trabalho e produção podem atribuir criação de valor para o indivíduo, para a equipa e mesmo para a organização através de um processo dinâmico que poderá gerar riqueza e que contribuirá para o desenvolvimento económico dos países.

A importância de assumir riscos e fracassos fazem do empreendedorismo um fenómeno que assume características sociais, culturais e económicas, ou seja, uma área em pleno crescimento onde não existem teorias estabelecidas e na qual estão inseridas várias disciplinas.

O empreendedorismo pode ser associado às seguintes vantagens como: a criação de empresas (o que implica investimento na economia local), a criação de empregos, a promoção da competitividade e ao desenvolvimento de ferramentas para negócios mais inovadores. Apresenta-se como um forte impulsionador do emprego e do crescimento económico e uma componente chave numa economia de mercado cada vez mais globalizada e competitiva (GEM Global Report, 2014).

## 2.2.1 Empreendedorismo por necessidade e por oportunidade

São várias as razões que levam os indivíduos a seguir o caminho do empreendedorismo para criar um negócio. No caso desta investigação o empreendedorismo é analisado tendo em conta o modelo GEM, que divide o empreendedorismo em dois tipos e conforme a motivação: 1) **“Empreendedorismo por necessidade”** e 2) **“Empreendedorismo por oportunidade”**.

As razões mais associadas para a criação de um negócio através do empreendedorismo de acordo com Rolo (2008), Caliendo e Kritikos (2009), são:

- Perceção de uma oportunidade;
- Criação de uma ideia inovadora;
- Independência;
- Reconhecimento;
- Autorrealização;
- Necessidade de crescimento pessoal e profissional;
- Necessidade de uma alternativa mais desafiadora em relação à atividade habitual;
- Necessidade de aumentar os rendimentos;
- Necessidade de segurança.

Nesse sentido, e tendo por base as razões anteriormente enumeradas, existe a necessidade de entender qual a diferença entre estes dois tipos de empreendedorismo. Para Block e Sandner (2009), a diferença entre o empreendedorismo de necessidade e de oportunidade depende apenas da motivação de um empreendedor para iniciar o seu empreendimento.

Para o GEM (2012), empreendedorismo por necessidade resulta da ausência de outras oportunidades de obtenção de rendimentos (nomeadamente o trabalho dependente), que leva os indivíduos à criação de um negócio, dado considerarem não possuir melhores alternativas. Empreendedorismo por oportunidade é aquele que resulta do desejo de aproveitar, por iniciativa própria, uma possibilidade de negócio existente no mercado, através da criação de um negócio.

Consequentemente a estas definições são associados ao empreendedorismo por necessidade, empreendedores que se encontram em circunstâncias de desemprego, ou em sectores de trabalho onde a oportunidade de ascensão é limitada ou inexistente, o que os leva a perder motivação.

A situação de desemprego é a que mais influencia os empreendedores a seguir o empreendedorismo por necessidade, pois vêem-se sem alternativas, e apesar de não considerarem que existe uma oportunidade de negócio que deva ser aproveitada, estes têm a necessidade de o fazer (Baptista et al., 2008).

São associados ao empreendedorismo por oportunidade, empreendedores que se apresentam com melhores conhecimentos para entender e explorar oportunidades empresariais, demonstrando experiência no mercado de trabalho, experiência na gestão e experiência empresarial, o que poderá gerar impacto no sucesso empresarial destes empreendedores (Block e Sandner, 2009).

A diferença entre os empreendedores é visível pois, no caso dos empreendedores por necessidade eles têm a necessidade de criar algo (um negócio), pois necessitam de uma fonte de rendimento e não porque pretendem explorar uma oportunidade. A criação deste negócio é feita sem um planeamento prévio, provocando gastos superiores aos que poderiam ter sido suportados, o que poderá ditar o seu encerramento e aumentar os níveis de frustração no indivíduo desempregado. Em relação aos empreendedores de oportunidade é o oposto, estes apenas criam um negócio quando existe uma oportunidade, que deva ser explorada, acrescente valor e que com ela se possa obter rendimentos.

Consequentemente, de uma forma geral os negócios criados por necessidade apresentam-se sempre mais vulneráveis, pois são criados como forma de autoemprego e em circunstâncias de necessidade, para que se possa obter rendimentos, ou seja, não são negócios em que foi percebida uma oportunidade, mas sim uma necessidade.

Em contrapartida e de uma maneira geral os negócios criados por oportunidade apresentam-se mais sólidos e com mais hipóteses de ter sucesso. Estes negócios são criados porque foi detetada uma oportunidade que poderá ser aproveitada para se obter rendimento dela.

Em suma a diferença retratada entre o empreendedorismo de necessidade e de oportunidade é justificada pela motivação do empreendedor, ou seja, no caso do empreendedorismo por necessidade este é motivado pela necessidade de criar algo, pois se encontra em circunstâncias desfavoráveis: desempregado, com necessidade de obter rendimentos, estabilidade, segurança, entre outras. No caso do empreendedorismo de oportunidade, este é motivado pela oportunidade de poder criar algo, que lhe dê independência, reconhecimento, autorrealização, segurança, crescimento pessoal e profissional.

## 2.2.2 Barreiras ao Empreendedorismo na criação de um negócio

Como já mencionado o empreendedorismo é considerado um fenómeno bastante complexo e importante na economia de qualquer país, pois apresenta-se como base do crescimento económico e da inovação.

A importância que o empreendedorismo atribui às pessoas, permite estimular as suas capacidades empreendedoras e inovadoras, o que pode levar a um aumento da criação de negócios e consequentemente ao crescimento económico.

Apesar de ser considerado um dos grandes motores do crescimento económico, o empreendedorismo na sua teoria é sempre associado à criação de algo (concretamente na criação de negócios), contudo na prática existem barreiras que impedem os potenciais empreendedores de entrar no mercado de trabalho. Desta forma, torna-se interessante perceber quais as barreiras que os empreendedores se deparam no momento de criar um negócio.

Destacam-se as seguintes barreiras:

**Políticas Governamentais** apresentam-se como uma das barreiras, que surge mais citada em estudos sobre o empreendedorismo e por potenciais empreendedores, como a que mais obstáculos apresenta na criação de um negócio.

Segundo o GEM, entende-se por programas governamentais a criação de agências para o apoio de novas empresas, a existência de parques científicos e incubadoras de negócios que deem um apoio eficiente às novas empresas, formação e conhecimento adequado por parte das agências governamentais no apoio às novas empresas, identificação fácil de serviços e programas governamentais de apoio, entre outros (Amorós e Bosma, 2014). Apesar de serem associadas a políticas de incentivo estas acarretam um excesso de burocracia e carga fiscal, funcionando como obstáculos para o empreendedorismo.

**Financiamento** continua a ser o maior obstáculo para os potenciais empreendedores, uma vez, que estes têm dificuldades em constituir garantias para poder obter empréstimos bancários. Em consequência a falta desses empréstimos, os negócios em fase de criação tem dificuldades em obter estímulos e financiamento necessários para poder entrar no mercado (Livro Verde Espírito Empresarial na Europa, 2003).

O financiamento é definido como a disponibilidade de recursos financeiros, capital próprio e fundos de amortização de dívida para empresas novas e em crescimento, incluindo bolsas e subsídios (GEM Global Report, 2014).

**Normas Culturais e Sociais** apresentam-se como iniciativas individuais que levam a novas formas de conduzir negócios e atividades económicas e, por sua vez, contribuem para uma maior distribuição da riqueza e do rendimento (GEM Global Report, 2014).

Para Thomas e Mueller (2000), a cultura e o sistema de valores de determinados grupos de uma determinada sociedade moldam o desenvolvimento de traços, de personalidade e motiva os indivíduos a adotarem determinados comportamentos e atitudes que, por vezes, são distintos quando comparados com outras sociedades.

Desta forma, Amorós e Bosma (2014), defendem que as normas culturais e sociais podem encorajar ou favorecer ações individuais e coletivas que conduzam à criação de novos negócios ou atividades que aumentem o potencial de rendimento dos indivíduos.

**Educação e Formação** apresenta-se como a formação sobre a criação ou gestão de novos negócios, é incluída no sistema de educação e formação a qualidade, relevância e profundidade, para criar ou gerir pequenos negócios, novos ou em crescimento (GEM Global Report, 2014).

O impacto que a educação e formação tem na criação de um negócio revela a importância de que as pessoas possuem habilidades e conhecimentos necessários para empreender, ou seja, enquanto a educação é uma das bases mais importantes para o desenvolvimento económico, o empreendedorismo é um importante motor para a inovação e crescimento económico (World Economic Forum, 2009). A realização de programas de iniciativa de educação e formação empreendedora em todo o mundo por parte dos governos, ONG's (Organizações Não-Governamentais) e multinacionais, demonstra a preocupação de transmitir informação para que se desenvolvam novas capacidades e novos conhecimentos dos indivíduos.

Apesar da preocupação demonstrada, a educação e formação não estão ao alcance de todos os potenciais empreendedores que ambicionam obter educação e formação na criação de negócios ou na gestão dos mesmos, o que conduz a um empreendedorismo mais inovador no caso de países desenvolvidos e a um empreendedorismo de subsistência no caso de países em desenvolvimento.

## 2.3 Fatores determinantes:

---

**Figura 4 -** Fatores em análise



**Fonte:** Elaboração própria

### 2.3.1 Oportunidade percebida na criação de um negócio

Como qualquer outro conceito, a oportunidade pode ser interpretada de várias formas, que por sua vez têm várias implicações. A oportunidade é uma situação primária à do empreendedorismo, pois é a oportunidade que desencadeia todo o processo (Drucker, 1995).

A oportunidade surge da projeção de algo novo, inédito ou reconhecida através de fatores económicos, tecnológicos e sociais, ou seja, consiste em algo que existe no papel ou como ideia. Desta forma, a oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, através da inovação ou da diferenciação (Timmons, 1994).

Esta ocorre de forma natural, mesmo antes da mesma ser captada pelos empreendedores, pode apresentar-se como uma situação em que novos serviços, produtos ou formas organizacionais podem ser introduzidas no mercado e vendidos a um custo superior ao seu custo de produção. Ou seja, a oportunidade é um fenómeno objetivo, externo e já existente (Shane e Venkataraman, 2000).

Holcombe (2003) identifica três fontes de oportunidades: <sup>1</sup>Fatores que desequilibram o mercado; <sup>2</sup>Fatores que aumentam as possibilidades de produção; <sup>3</sup>Atividades empreendedoras anteriores.

A oportunidade pode surgir de muitas maneiras e formas para aqueles que as procuram. Para Shaw e Carter (2007) as oportunidades são percebidas coletivamente, já para Weerawardena e Mort (2006) as oportunidades são *insights* de um só indivíduo.

---

<sup>1</sup> Mudanças tecnológicas, padrões de consumo e combinação de novos recursos.

<sup>2</sup> Expansão do mercado, aumento da população e combinação de bens e serviços.

<sup>3</sup> Soluções desenvolvidas anteriormente geram novas oportunidades de empreendimentos e novos horizontes de oportunidade.

Alguns indivíduos conseguem identificar e lançar ideias rapidamente para produtos e serviços novos. Outros entendem que podem fazer dinheiro a partir de uma ideia que ouviram de um amigo ou conhecido. Contudo, a maior parte das pessoas e empresas não explora oportunidades, especialmente se estiverem razoavelmente satisfeitas com a sua situação atual.

Diferente do que se pensa, uma ideia de negócio não significa uma oportunidade de negócio. Uma ideia somente se transforma em oportunidade quando o seu propósito vai ao encontro de uma necessidade de mercado e a criação de valor.

A oportunidade como influência na atividade empreendedora apresenta-se por empreendedores que procuram criar uma empresa, motivados pela percepção de uma oportunidade potencial de mercado e convencidos de que poderão ser bem-sucedidos no seu empreendimento (GEM 2010). Segundo Dornelas (1990), empreendedores tendem a ser pessoas com habilidade para criar e construir uma visão empreendedora e de desenvolver atividades corporativas, envolvendo um desenvolvimento harmonioso entre a sociedade e a economia.

Por isso, os empreendedores assumem um papel importante na criação de novos postos de trabalho, fomentam a competitividade e a criação de riqueza. Contudo, existe a necessidade de salientar o risco que os empreendedores assumem quando motivados pela criação de uma empresa e de que esta será bem-sucedida. Souza e Serralvo (2008) assumem que o risco da atividade empreendedora é sempre incerto, contínuo e complexo, influenciado por vários fatores económicos, sociais e institucionais.

O reconhecimento da oportunidade surge quando existe a possibilidade de criar algo que tenha o potencial de gerar valor económico. Uma oportunidade deriva de um conjunto de circunstâncias favoráveis que criam a necessidade de um novo produto ou serviço. É necessário que o reconhecimento da oportunidade tenha por base a observação das tendências de mercado, as tendências sociais, as tendências políticas e as tendências tecnológicas. Este conjunto de tendências dita a possibilidade de haver ou deixar de haver oportunidades (Baron, 2006).

O estudo do fator da oportunidade na investigação é de profunda importância, pois é analisada em economias orientadas em três tipos: produção, eficiência e inovação, o que pode demonstrar diferenças na percepção de oportunidades e na capacidade de transformá-las num negócio.

### 2.3.2 Recursos percebidos na criação de um negócio

Embora, conceptualmente diferentes, é difícil, numa perspetiva de medida, separar a disponibilidade de **recursos** das **capacidades** de os utilizar (Chandler e Hanks, 1994; Rangone, 1999).

Os **recursos** apresentam-se como *inputs* básicos no processo de produção, ou seja, como um ato ou meio para resolver determinado problema, procurando uma solução para vencer determinadas dificuldades, as **capacidades** referem-se à competência de um conjunto coordenado de recursos para desempenhar determinadas tarefas ou atividades (Grant, 1991).

Apresentam-se como:

- Recursos físicos ou materiais;
- Recursos humanos;
- Recursos financeiros;
- Recursos tecnológicos;
- Recursos organizacionais;
- Recursos informacionais;
- Recursos relacionais.

Em termos de definição entende-se por:

**Recursos físicos ou materiais** são os meios físicos e concretos que ajudam a conseguir um objetivo. O conceito é habitual no âmbito das empresas e dos governos. Exemplo de recursos físicos e materiais de uma empresa são todos os bens tangíveis que permitem oferecer os produtos ou serviços em questão (<http://conceito.de/recursos-materiais>).

**Recursos humanos** são o conjunto de colaboradores ou empregados que fazem parte de uma empresa ou instituição e que se caracterizam por desempenhar uma variada lista de tarefas específicas para cada setor. Os recursos humanos referem-se ao número e características do pessoal disponível numa empresa para formular e implementar estratégias (Barney, 1991).

**Recursos financeiros** são ativos que têm algum grau de liquidez. Exemplo disso são o dinheiro em numerário, os créditos, os depósitos em instituições financeiras, as divisas e os títulos. Os recursos financeiros contribuem para alcançar vantagem competitiva, na medida em que as empresas ou economias com mais recursos financeiros estão em melhor posição para investir no desenvolvimento de capacidades distintas, contribuindo para a sua diferenciação face aos seus concorrentes (Carter, 2009).

**Recursos tecnológicos** são um meio que se vale da tecnologia para cumprir com o seu propósito, ajudam a desenvolver as operações da empresa, desde a produção até à comercialização, passando pelas comunicações internas e externas. Os recursos tecnológicos podem agilizar o processo de produção e aumentar a eficiência (Kropp e Zolin, 2005). Por outro lado, a eficácia dos diferentes recursos tecnológicos depende da indústria em que está inserida, uma vez que cada indústria possui estruturas únicas que a distingue em termos de recursos tecnológicos (Porter, 1980).

**Recursos organizacionais** são todos os meios colocados à disposição da organização e necessários à realização das suas atividades, incluem a história, confiança, relacionamentos e cultura da empresa (Barney, 1995).

**Recursos informacionais** traduzem-se na aquisição e divulgação de informação/conhecimento sobre economias, clientes, concorrentes, canais e mercado de exportação (Katsikeas e Morgan 1994). Este tipo de recursos pode conduzir à identificação de oportunidades, conhecimento de mercado, construção de redes, encorajando a internacionalização (Mcdougall, Oviatt e Shrader, 2005).

**Recursos relacionais** são entendidos como promissores de vantagem competitiva sustentável, na medida em que são recursos distribuídos de forma assimétrica entre as empresas, imperfeitamente móveis, difíceis de imitar e não têm substitutos disponíveis de acordo com Barney (1991). Os recursos relacionais têm sido conceituados como recursos que contribuem para potencializar a capacidade de uma empresa criar valor (Davis e Mentzer, 2008).

A influência dos recursos na atividade empreendedora é visível, pois nem todos os recursos são perceptíveis da mesma forma nas economias e nem todas as economias possuem as mesmas capacidades para os utilizar e desempenhar determinadas tarefas, ou seja, para que possa haver um maior sucesso na criação de negócios torna-se necessário a existência de recursos e de ter a capacidade para os utilizar. O êxito de qualquer economia/organização irá depender da correta gestão de todos esses recursos e da sua capacidade de utilização.

O estudo do fator dos recursos na investigação é de profunda importância, pois são analisados em economias orientadas em três tipos: produção, eficiência e inovação, o que pode demonstrar diferenças na percepção dos recursos e na capacidade de utilizá-los no momento de criar um negócio.

### **2.3.3 Intenção Empreendedora na criação de um negócio**

As intenções ocupam uma posição central no estudo do comportamento humano, sendo definida como a representação de um objetivo que um indivíduo ambiciona alcançar e também é entendido como o plano de ação que fundamentará a busca pela realização do objetivo desejado (Tubbs e Ekerberg 1991). Ou seja, toda a intenção prevê um comportamento (Krueger et al., 2000).

O estudo da intenção empreendedora é apontado como um dos conceitos fundamentais empregados na pesquisa sobre empreendedorismo (Thompson, 2009). Desta forma, a intenção empreendedora surge como um estado de espírito, direcionando a atenção de uma pessoa em direção a um objetivo ou caminho, a fim de conseguir algo (Bird 1995).

Por sua vez Fini, Grimaldi, Marzocchi e Sobrero (2009) definem intenção empreendedora como sendo uma representação cognitiva de ações a serem implementadas pelos indivíduos, quer para estabelecer novos empreendimentos independentes ou para criar algo novo com valor dentro das empresas existentes.

A preocupação de entender a intenção empreendedora no momento de criar um negócio levou à criação de um conjunto de investigações que têm como finalidade elaborar um modelo explicativo, da análise das intenções empreendedoras.

Os dois modelos teóricos que normalmente têm sido adotados são:

- Modelo da Intenção Empreendedora – proposto por Shapero (1982);
- Teoria do Comportamento Planeado – proposto por Ajzen (1991);

O **modelo da intenção empreendedora** proposto, por Shapero, indica que, a tomada de decisão pode mudar significativamente o rumo da nossa vida (por exemplo a criação de um negócio). Ou seja, segundo o autor a tomada de decisão é precipitada por um ou vários acontecimentos. O autor propõe que, a escolha do indivíduo poderá depender de três elementos:

1. Percepção do desejo: Entendida como o sentimento individual que na realidade inicia o processo de tomada de decisão empresarial;
2. Propensão para agir: Capacidade para agir depois da tomada de decisão empresarial;
3. Percepção da viabilidade: Forma como julgam ou qualificam a possibilidade de ver realizada a criação de um negócio e se este vai gerar vantagens ou desvantagens sobre outros negócios.

O **modelo da teoria do comportamento** proposto, por Ajzen, revela que qualquer comportamento requer um certo planeamento, assim de acordo com esta teoria é possível prever se um indivíduo vai criar um negócio no futuro. A intenção empreendedora é analisada através de três variáveis independentes:

1. Atitude face ao comportamento: Determina o momento favorável para um determinado comportamento;
2. Normas subjetivas: Relativas à percepção que um indivíduo tem sobre a comunidade em que se insere, que leva o indivíduo a ter um determinado comportamento;
3. Percepção do controlo: Reflete a experiência e obstáculos enfrentados anteriormente pelo indivíduo.

De uma forma geral, o modelo proposto por Shapero refere que o momento que leva uma pessoa a empreender é quando esta pretende dar um novo rumo à sua vida, contudo, esse novo rumo é na maioria das vezes precipitado e não planeado. Três elementos bases que o empreendedor deve possuir: 1) desejo, 2) capacidade para obtenção de vantagens e 3) valores com a criação do seu negócio.

Por sua vez o modelo proposto por Anjzen refere que o momento de iniciar um negócio por parte de um indivíduo, requer um certo planeamento, ou seja, é visto como um empreendedor cauteloso que procura sempre analisar e planear a sua situação antes de prosseguir. Em comparação com o modelo proposto por Shapero não é precipitado em vez disso apresenta-se como uma ação bastante planeada. Defende, por isso, que o empreendedor deve atender a três aspetos diferentes: 1) deve ter em atenção o momento favorável para iniciar o seu negócio, 2) entender a comunidade que o rodeia de forma a transmitir valor com a sua ideia de negócio e 3) ter em atenção os obstáculos que poderá vir a enfrentar, mantendo sempre o controlo do seu negócio.

O estudo do fator da intenção empreendedora na investigação é de profunda importância, pois é analisada em economias orientadas em três tipos: produção, eficiência e inovação, o que pode demonstrar diferenças na intenção de empreender nos três tipos de economia no momento de criar um negócio. Tal como Krueger e Brazeal afirmam, a intenção empreendedora assume-se como uma interação baseada entre características pessoais, perceções, valores, crenças, variáveis sociodemográficas e o ambiente, que depende de outros fatores como capital, tempo, habilidades e cooperação.

### **2.3.4 Medo de Falhar na criação de um negócio**

A decisão de empreender é, muitas vezes, referida pelos empreendedores como algo que, aparentemente ocorre por acaso. Esta decisão decorre de fatores externos, ambientais e sociais, de aptidões pessoais ou de um somatório de todos estes fatores, que desempenham um papel fundamental no surgimento de uma ideia de negócio e no crescimento de uma nova empresa.

A criação de uma empresa deve ser sempre muito bem planeada e embora não exista uma prescrição da maneira mais adequada das pessoas demonstrarem as suas capacidades empreendedoras, de liderança e de competitividade, sabemos que o processo empreendedor é: 1) iniciado por um ato de vontade humana; 2) ocorre ao nível da empresa individual; 3) envolve uma mudança de estado; 4) envolve uma descontinuidade; 5) é um processo holístico; 6) é um processo dinâmico; 7) é único; 8) envolve muitas variáveis antecedentes e 9) os resultados são muito sensíveis às condições iniciais destas variáveis (Bygrave e Hofer, 1991).

Todo e qualquer empreendimento criativo em que existe a possibilidade de ter sucesso, também implica a possibilidade oposta: a de falhar ou de insucesso. O medo de falhar é muitas vezes visto como um impedimento para iniciar um negócio e por ter um efeito profundo sobre as escolhas empresariais.

Desta forma, o medo de falhar apresenta-se como um obstáculo a ser superado e que desempenha um papel dentro do processo empresarial, que consistente com a suposição de que o empreendedorismo é uma jornada emocional (Baron, 2008).

Um estudo recente da *Amway Global Entrepreneurship Report 2015* conclui que o medo de falhar por parte dos potenciais empreendedores deve-se, essencialmente, às seguintes condicionantes:

- Encargos financeiros;
- Crise económica;
- Desemprego;
- Desilusão;
- Responsabilidade;
- Falta de oportunidades.

Em termos de definição entende-se por:

**Encargos financeiros** são um termo geral, utilizado para nomear os valores que as instituições financeiras cobram dos clientes nas contratações de serviços e operações financeiras, como taxas, comissões, impostos e seguros (Glossário Simplificado de Termos Financeiros, 2013).

**Crise económica** é um momento em que a economia apresenta indicadores negativos, com contração das atividades, altos níveis de desemprego e aumento da pobreza. Apresenta-se como uma mudança brusca ou uma alteração importante no desenvolvimento de um qualquer evento/acometimento, originando uma situação complicada ou de escassez (<http://conceito.de/crise-economica>).

**Desemprego** alude à falta de trabalho. Um desempregado é um indivíduo que faz parte da população ativa (que se encontra em idade de trabalhar) e que anda à procura de emprego embora sem sucesso. Esta situação traduz-se na impossibilidade de trabalhar e, isto, contra a vontade da pessoa (<http://conceito.de/desemprego>).

**Desilusão** é um sentimento de insatisfação que surge quando as expectativas sobre algo ou alguém não se concretiza. Este sentimento está focado no próprio resultado (Bell, 1985). A desilusão poderá conduzir à perda de autoestima, à perda de reputação junto dos amigos, colegas e parceiros.

**Responsabilidade** é entendida como a capacidade existente em todo e qualquer indivíduo ativo de direito em reconhecer as consequências de um feito que tenha realizado. Surge como uma condicionante para potenciais empreendedores, pois no caso de fracasso (na criação de um negócio) estes devem agir de tal maneira que os efeitos das suas ações não prejudiquem os demais (Hans Jonas, 2006). O que na maioria das vezes os leva a assumir toda a responsabilidade do fracasso.

**Falta de oportunidades** é entendida como uma ausência de realizar/colocar em prática uma oportunidade. Segundo Timmons (1994), a oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, através da inovação ou da diferenciação. No caso dos potenciais empreendedores, assumem que a condicionante não é identificar a oportunidade de criar um negócio, mas sim a falta de ver concretizada essa oportunidade (Amway Global Entrepreneurship Report 2015).

Consequentemente, a abordagem destas condicionantes conduz a que os potenciais empreendedores admitam ter receio da criação do seu próprio negócio, assumindo e concluindo que o medo de falhar é sempre uma barreira para a ação empreendedora.

O estudo do fator medo de falhar na investigação é de profunda importância, pois é analisado em economias orientadas em três tipos: produção, eficiência e inovação, o que pode demonstrar diferenças (no que se refere ao medo de falhar) entre os potenciais empreendedores nos três tipos de economia.

Em suma o enquadramento teórico descrito nesta investigação demonstra a necessidade de entender inicialmente em que consiste o modelo GEM, na realização de avaliações anuais do nível de atividade empreendedora em vários países e que tem como base recolher informação quantitativa, relativa ao fenómeno do empreendedorismo, sendo também de elevada importância nesta investigação pois é através deste modelo que se obteve acesso aos dados que são analisados no capítulo 4.

Seguidamente é feita a abordagem do conceito de empreendedorismo, através da identificação de várias definições e quais as barreiras à sua prática. Concluindo que é um conceito com uma definição complexa, pois o seu conteúdo pode variar dependendo do lugar e de autor, sendo apontado como um fenómeno que assume características sociais, culturais e económicas e que recebe fortes contribuições vindas de várias disciplinas.

Por último são descritos de forma individual os fatores que neste estudo foram identificados como os que influenciam a capacidade empreendedora no momento de criar um negócio.

A análise dos fatores que influenciam a capacidade empreendedora no momento de criar um negócio é incorporada ao modelo conceptual do GEM, que nos permite testar um conjunto de relações, ou seja relacionar as oportunidades percebidas, os recursos percebidos, a intenção empreendedora e o medo de falhar a nível nacional nos diferentes tipos de economia.

Este conjunto de relações são possíveis de testar, uma vez que o modelo GEM sustenta que a atividade de um negócio estabelecido a nível nacional varia de acordo com as Condições Nacionais e Gerais, enquanto que, uma nova atividade de negócio varia de acordo com as Condições Estruturais do Empreendedorismo (Reynolds et al., 2005).

Desta forma o modelo implica que, a necessidade de assegurar o controlo das Condições Gerais e Nacionais por parte dos governos é fundamental para garantir a população Condições Estruturais do Empreendedorismo, que podem gerar elevadas taxas de atividade empreendedora e um aumento do crescimento económico (Levie e Autio, 2008). A possibilidade de efetuar um conjunto de relações através do modelo GEM permite a esta investigação uma análise comparativa entre os fatores e os diferentes tipos de economia.

## Capítulo 3 - Metodologia e Recolha de dados

---

### 3.1 Método e procedimentos de recolha de dados

A escolha do método, de acordo com Richardson (1985), significa a opção por procedimentos sistemáticos que servem para a descrição e explicação dos fenómenos que se pretende analisar. Neste sentido o método escolhido é o quantitativo, procurando desta forma estabelecer generalizações válidas para um universo já determinado, uma vez que os dados já se encontram recolhidos. O fato de se encontrarem recolhidos permite classificá-los como dados secundários.

Os dados secundários oferecem várias vantagens: são facilmente acessíveis, relativamente baratos e podem ser obtidos rapidamente num curto espaço de tempo. A utilização dos dados secundários permite: 1) diagnosticar o problema de pesquisa, 2) desenvolver uma abordagem para o problema, 3) desenvolver um plano de amostragem, 4) formular um projeto de pesquisa adequado, por exemplo, através da identificação das variáveis-chave e 5) responder a certas questões de pesquisa e testar hipóteses definidas previamente.

Em contrapartida apresentam como desvantagem: 1) o fato dos dados terem sido recolhidos para outros fins, 2) a sua utilidade para o problema atual pode ser limitada em vários aspetos importantes, 3) incluindo a relevância e precisão, ou seja, 4) podem não ser completamente confiáveis (Malhotra e Birks, 2006).

O acesso a estes dados é possível através do modelo GEM, o que permite uma recolha rápida, exata e confiável. Essa recolha tem como base os relatórios globais de 2010 até 2014, (ver Figura 4).

O processo de recolha que o modelo GEM apresenta é complexo e exige um esforço de padronização que conta com equipas nacionais de peritos e especialistas na área científica em análise, que seleccionam em cada país uma amostra representativa da população adulta (Hosmer e Lemeshow, 2000; Reynolds et al., 2005).

Em Portugal, as equipas nacionais contam com vários parceiros onde se destacam a Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI), o Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) e a Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento (FLAD), (GEM, 2004, 2007 e 2010).

A informação é recolhida por empresas especializadas em inquéritos e estudos de mercado através de sondagens diretas e pessoais (com base num questionário padronizado para todos os países participantes) junto de uma população adulta (com idades entre 18 e 64 anos).

Essa informação é complementada por uma sondagem (utilizando um questionário padronizado para todos os países participantes) a diversos peritos e especialistas na área do empreendedorismo incluindo, entre outros, líderes do sistema financeiro, responsáveis governamentais, membros do sistema de ensino e empreendedores de renome (GEM, 2010).

A partir destes dados é realizada uma análise estatística, através do *software IBM – SPSS*, que se foca nas economias orientadas por fatores de produção, para a eficiência e para a inovação. O objetivo é saber de que forma as variáveis como: as oportunidades, os recursos, a intenção empreendedora e o medo de falhar, diferem entre essas mesmas economias.

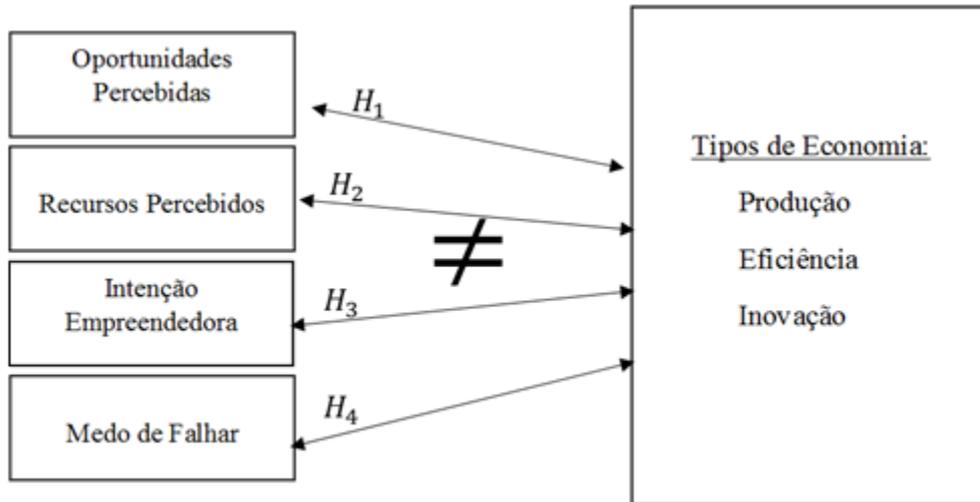
**Figura 5 - Perfil da amostra**

Países participantes no GEM 2010 a 2014							
África do Sul	Barbados	Coreia do Sul	Finlândia	Irlanda	Malawi	Porto Rico	Tailândia
Alemanha	Belize	Egipto	Filipinas	Islândia	Malásia	Portugal	Tunísia
Algéria	Burkina Faso	Equador	França	Israel	México	Qatar	Turquia
Angola	Botswana	Croácia	Gana	Itália	Montenegro	Reino Unido	Trinidad T.
Arabia Saudita	Camarões	El Salvador	Geórgia	Jamaica	Namíbia	R. Checa	Uganda
Argentina	Bélgica	Dinamarca	Guatemala	Japão	Nigéria	Roménia	U. Árabe Unidos
Austrália	Canadá	Eslovénia	Grécia	Kosovo	Noruega	Rússia	Uruguai
Áustria	Cazaquistão	Eslováquia	Holanda	Letónia	Palestina	Singapura	Vanuatu
Bangladeche	Costa Rica	Etiópia	Hungria	Líbia	Paquistão	Suécia	Venezuela
Bolívia	Chile	Estónia	Índia	Lituânia	Panamá	Suíça	Vietnam
Bósnia H.	China	Espanha	Indonésia	Luxemburgo	Peru	Suriname	Zâmbia
Brasil	Colômbia	Estados Unidos	Irão	Macedónia	Polónia	Taiwan	

**Fonte:** Elaboração própria

### 3.2 Dimensões do empreendedorismo em análise

**Figura 6** - Dimensões do empreendedorismo em estudo



**Fonte:** Elaboração Própria

Na Figura 5, são visíveis as dimensões do empreendedorismo em estudo, sendo elas: as oportunidades percebidas, os recursos percebidos, a intenção empreendedora e o medo de falhar. Desta forma, as dimensões em causa são analisadas em função de três tipos de economia: produção, eficiência e inovação.

Com este relacionamento é possível obter dados importantes para justificar de que forma a influência destas dimensões é distinta nos diferentes tipos de economia. Ou seja, pretende-se deste modo testar as seguintes **hipóteses de trabalho**:

*H*<sub>1</sub>- Em que medida o score médio da variável oportunidades percebidas difere nos três tipos de economia?

*H*<sub>2</sub>- Em que medida o score médio da variável recursos percebidos difere nos três tipos de economia?

*H*<sub>3</sub>- Em que medida o score médio da variável intenção empreendedora difere nos três tipos de economia?

*H*<sub>4</sub>- Em que medida o score médio da variável medo de falhar difere nos três tipos de economia?

### 3.3 Análise Descritiva dos dados em estudo através da base de dados GEM

Figura 7 - Lista detalhada GEM (2010 a 2014) de países classificados por Economia

GEM 2010		GEM 2011		GEM 2012			GEM 2013			GEM 2014		
Africa do Sul	Irão	Africa do Sul	Letónia	Africa do Sul	Gana	Suíça	Africa do Sul	Hungria	Singapura	Africa do Sul	Estónia	Roménia
Alemanha	Irlanda	Alemanha	Lituânia	Alemanha	Grécia	Tailândia	Alemanha	India	Suécia	Alemanha	Filipinas	Rússia
Angola	Islândia	Algeria	Malásia	Algeria	Holanda	Taiwan	Algeria	Indonésia	Suíça	Angola	Finlândia	Singapura
Arabia Saudita	Israel	Argentina	México	Angola	Hungria	Trinidad T.	Angola	Irão	Suriname	Argentina	França	Suécia
Argentina	Itália	Austrália	Nigéria	Argentina	Irão	Tunisia	Argentina	Irlanda	Tailândia	Austrália	Geórgia	Suíça
Austrália	Jamaica	Bélgica	Noruega	Áustria	Irlanda	Turquia	Barbados	Israel	Taiwan	Áustria	Grécia	Suriname
Bélgica	Japão	Bangladeche	Panamá	Barbados	Israel	Uganda	Bélgica	Italia	Trinidad T.	Barbados	Guatemala	Tailândia
Bolívia	Letónia	Barbados	Paquistão	Bélgica	Italia	Uruguai	Bósnia H.	Jamaica	Turquia	Bélgica	Holanda	Taiwan
Bósnia H.	Macedónia	Bósnia H.	Peru	Bósnia H.	Japão	Zâmbia	Botswana	Japão	Uganda	Belize	Hungria	Trinidad T.
Brasil	Malásia	Brasil	Polonia	Botswana	Letónia		Brasil	Letónia	Uruguai	Bolívia	India	Uganda
Colômbia	México	Colômbia	Portugal	Brasil	Lituânia		Canada	Líbia	Vietnam	Bósnia H.	Indonésia	Uruguai
Coreia do Sul	Montenegro	Coreia do Sul	Reino Unido	Colômbia	Macedónia		Colômbia	Lituânia	Zâmbia	Botswana	Irão	Vietnam
Costa Rica	Noruega	China	Republica Checa	Coreia do Sul	Malásia		Coreia do Sul	Luxemburgo		Brasil	Irlanda	
Chile	Palestina	Croácia	Roménia	Costa Rica	Malawi		Chile	Macedónia		Burkina Faso	Italia	
China	Paquistão	Dinamarca	Rússia	Chile	México		China	Malásia		Camarões	Jamaica	
Croácia	Peru	Eslováquia	Singapura	China	Namíbia		Croácia	Malawi		Canada	Japão	
Dinamarca	Portugal	Eslovenia	Suécia	Croácia	Nigéria		Equador	México		Cazaquistão	Kosovo	
Egipto	Reino Unido	Espanha	Suíça	Dinamarca	Noruega		Eslováquia	Namíbia		Colômbia	Lituânia	
Equador	Rússia	Estados Unidos	Tailândia	Egipto	Palestina		Eslovenia	Nigéria		Costa Rica	Luxemburgo	
Eslovénia	Suécia	Finlândia	Taiwan	El Salvador	Panamá		Espanha	Noruega		Chile	Malásia	
Espanha	Suíça	França	Trinidad T.	Equador	Peru		Estados Unidos	Panamá		China	México	
Estados Unidos	Taiwan	Grécia	Turquia	Eslováquia	Paquistão		Estónia	Peru		Croácia	Noruega	
Finlândia	Trinidad T.	Guatemala	U. Arabe Unidos	Eslovénia	Polonia		Filipinas	Polonia		Dinamarca	Panamá	
França	Tunisia	Holanda	Uruguai	Espanha	Portugal		Finlândia	Porto Rico		El Salvador	Peru	
Gana	Turquia	Hungria	Venezuela	Estados Unidos	Reino Unido		França	Portugal		Equador	Polonia	
Grécia	Uganda	Irão		Estónia	Roménia		Gana	Reino Unido		Eslováquia	Porto Rico	
Guatemala	Uruguai	Irlanda		Etiópia	Rússia		Grécia	Republica Checa		Eslovénia	Portugal	
Holanda	Vanuatu	Jamaica		Finlândia	Singapura		Guatemala	Roménia		Espanha	Qatar	
Hungria	Zâmbia	Japão		França	Suécia		Holanda	Rússia		Estados Unidos	Reino Unido	
Nº Total = 59 Países		Nº Total = 54 Países		Nº Total = 67 Países			Nº Total = 67 Países			Nº Total = 70 Países		
Orientação da Economia: - Produção = 13 Países; - Eficiência = 24 Países; - Inovação = 22 Países;		Orientação da Economia: - Produção = 7 Países; - Eficiência = 24 Países; - Inovação = 23 Países;		Orientação da Economia: - Produção = 13 Países; - Eficiência = 30 Países; - Inovação = 24 Países;			Orientação da Economia: - Produção = 13 Países; - Eficiência = 28 Países; - Inovação = 26 Países;			Orientação da Economia: - Produção = 10 Países; - Eficiência = 31 Países; - Inovação = 29 Países;		

Fonte: Elaboração Própria

A Figura 6 apresenta a lista detalhada do GEM dos países classificados por Economia, que foram participando nos diferentes estudos realizados ao longo destes últimos anos pelo GEM, a mesma representa o **total da amostra**, que é alvo de análise e discussão no estudo (n= 317).

A dimensão da amostra permite a utilização da técnica de análise de dados: *One-Way ANOVA*, uma vez, que esta é indicada para análises com um “n” amostral superior a 30 e permite comparar se existem diferenças significativas entre o score médio de determinadas variáveis em relação aos diferentes grupos de economias analisados na investigação.

### 4.1 Análise dos dados: técnica utilizada – *One-Way ANOVA*

A técnica de análise de dados utilizada no estudo é a análise da variância a um fator (*One-Way ANOVA*), ou seja, trata-se de um procedimento para averiguar se os scores médios das variáveis em estudo são estatisticamente diferentes em relação a um fator (neste caso aos tipos de economia).

Esta técnica estatística denominada de *One-Way ANOVA* foi desenvolvida por Ronald Fisher (1890- 1962) para poder testar em simultâneo a igualdade do número de scores médios que se pretende estudar, sendo ideal para comparar o score médio em mais de dois grupos.

Permite testar as hipóteses de trabalho e apresenta-se como um teste estatístico que procura verificar se existe uma diferença significativa entre as médias dos fatores e qual a sua influência numa determinada variável dependente. A partir desta técnica estatística utilizada são realizadas várias etapas de análise neste estudo:

**1º - Etapa:**

$H_0$ : Os  $k^4$  scores médios são iguais ou  $H_0 = \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$

*Versus*

$H_1$ : Pelo menos um score médio é diferente dos restantes ou  $H_1 \exists i,j, \mu_i \neq \mu_j$

**2º - Etapa:**

- Teste de homogeneidade de variância (estatística de *Levene*);

**3º - Etapa:**

- *ANOVA* (caso se verifique homogeneidade de variância);

- Testes Robustos de igualdade de médias (caso se viole o pressuposto de variância);

**4º - Etapa:**

- Técnica de comparação múltipla (método de *Tukey*);

**Nota:** O nível de significância ( $\alpha$ ) é, por defeito ,005.

---

<sup>4</sup> k → Refere –se globalmente a todos os grupos do estudo, ou seja em relação aos tipos de economia

## 4.1.1 Análise dos dados: Tipos de Economia

### 4.1.2 Oportunidades percebidas na criação de um negócio

As oportunidades percebidas na criação de um negócio surgem da projeção de algo novo, ou seja, de uma ideia que está vinculada a um produto ou a um serviço que agrega valor ao consumidor através da inovação ou da diferenciação. Em geral as oportunidades percebidas na criação de um negócio estão relacionadas com a criação de valor e espera-se que o seu propósito vá ao encontro de uma necessidade de mercado.

#### 1º - Etapa da análise: Estatísticas descritivas

$H_0$ : O score médio da variável oportunidades percebidas é igual nos 3 tipos de Economia;

*Versus*

$H_1$ : Pelo menos um dos scores médios da variável das oportunidades percebidas é diferente nos 3 tipos de Economia;

**Tabela 1** - Estatísticas descritivas da variável oportunidades percebidas

Economias Orientadas por:	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		Mínimo	Máximo
					Limite inferior	Limite superior		
Produção	56	2,88	,758	,100	2,68	3,08	2	4
Eficiência	137	2,11	,652	,056	2,00	2,22	1	3
Inovação	124	1,88	,679	,061	1,69	1,94	1	3
Total	317	2,13	,776	,044	2,05	2,22	1	4

Escala de Likert (5 pontos):

1 - Totalmente falso 2 - Parcialmente falso 3 - Nem verdadeiro nem falso 4 - Parcialmente verdadeiro 5 - Totalmente verdadeiro

Conforme se pode constatar, a média da variável “oportunidades percebidas é relativamente baixa nos diferentes tipos de economia ( $\bar{X} = 2.13$ ; D.P. = .776). No entanto, nas economias orientadas para a inovação as oportunidades percebidas apresentam um valor muito inferior ( $\bar{X} = 1.88$ ; D.P. = .679) quando comparadas com as economias orientadas para a produção ( $\bar{X} = 2.88$ ; D.P. = .758).

## 2º - Etapa da análise: Estatística de Levene

**Tabela 2** - Teste de homogeneidade de variâncias da variável oportunidades percebidas

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.(p)
2,161	2	314	,117

$H_0: \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3^*$

O teste de *Levene* é utilizado para avaliar o pressuposto da homogeneidade das variâncias. No teste observa-se ( $p = .117$ ), o que permite concluir que as variâncias **\*são homogêneas ( $p > .005$ )**. Desta forma, recorre-se à análise da variância para realizar a comparação de médias.

## 3º- Etapa da análise: ANOVA

**Tabela 3** - Análise de variância da variável oportunidades percebidas

Oportunidades Percebidas	Soma dos Quadrados	df	Quadrado Médio	F	Sig.(p)
Entre Grupos	44,216	2	22,108	47,475	,000
Nos grupos	146,22	314	,466		
Total	190,435	316			

A tabela de análise da variância apresenta os resultados do teste de comparação de médias. Apresenta ( $F = 47.5$ ;  $p = .000$ ), ou seja, rejeita-se a  $H_0$  ao nível de significância ( $p < .005$ ). Existe pelo menos um dos grupos que têm valor médio diferente dos restantes.

Ao rejeitar a  $H_0$  apenas sabemos que pelo menos um dos grupos têm um score médio diferente dos restantes, o que conduz a tomar a seguinte decisão: o score da variável oportunidades percebidas não é igual nos três tipos de economia.

Contudo, o resultado da Tabela 3 não nos permite concluir qual (ou quais) os tipos de economia que apresentam scores significativamente diferentes. Para tal, há que proceder à comparação da média de cada um dos tipos de economia com todas as restantes. Este processo é feito através das técnicas de comparação múltiplas que neste estudo é feito através do método *Tukey*.

#### 4º - Etapa da análise: Método Tukey

**Tabela 4** - Comparações múltiplas da variável oportunidades percebidas

(I) Tipo de Economia	(J) Tipo de Economia	Diferença média (I-J)	Erro Padrão	Sig.(p)	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Produção	Eficiência	<b>,767*</b>	,108	,000	,51	1,02
	Inovação	<b>1,063*</b>	,109	,000	,81	1,32
Eficiência	Produção	<b>-,767*</b>	,108	,000	-1,02	-,51
	Inovação	<b>,296*</b>	,085	,002	,10	,50
Inovação	Produção	<b>-1,063*</b>	,109	,000	-1,32	-,81
	Eficiência	<b>-,296*</b>	,085	,002	-,50	-,10

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

No quadro dos resultados dos testes de comparações múltiplas são identificados com o símbolo \* (asterisco) quais os tipos de economias cujas médias diferem significativamente, como se pode ver na Tabela 4.

Conforme se pode constatar a variável “oportunidades percebidas” difere entre os três tipos de economia.

#### **4.1.3 Recursos percebidos na criação de um negócio**

Os recursos percebidos na criação de um negócio apresentam-se como um ato para resolver determinado problema, procurando uma solução para vencer determinadas dificuldades. De uma forma global, os recursos apresentam-se como recursos físicos, humanos, financeiros, tecnológicos, organizacionais, informacionais e relacionais.

A utilização desses recursos varia de economia para economia, conforme surge na seguinte análise.

#### 1º - Etapa da análise: Estatísticas descritivas

$H_0$ : O score médio da variável recursos percebidos é igual nos 3 tipos de Economia;

**Versus**

$H_1$ : Pelo menos um dos scores médios da variável dos recursos percebidos é diferente nos 3 tipos de Economia;

**Tabela 5** - Estatísticas descritivas da variável recursos percebidos

Economias Orientadas por:	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		Mínimo	Máximo
					Limite inferior	Limite superior		
Produção	56	3,16	,676	,090	2,98	3,34	1	4
Eficiência	137	2,63	,642	,055	2,52	2,74	1	4
Inovação	124	2,11	,497	,045	2,02	2,20	1	4
Total	317	2,52	,705	,040	2,45	2,60	1	4

Escala de Likert (5 pontos):

1 - Totalmente falso 2 - Parcialmente falso 3 - Nem verdadeiro nem falso 4 - Parcialmente verdadeiro 5 - Totalmente verdadeiro

Conforme se pode constatar a média da variável “recursos percebidos” assume um valor médio nos diferentes tipos de economia ( $\bar{X} = 2.52$ ; D.P. = .705). No entanto nas economias orientadas para a inovação os recursos percebidos apresentam um valor muito inferior ( $\bar{X} = 2.11$ ; D.P. = .497) quando comparadas com as economias orientadas para a produção ( $\bar{X} = 3.16$ ; D.P. = .676).

## 2º - Etapa da análise: Estatística de *Levene*

**Tabela 6** - Teste de homogeneidade de variâncias da variável recursos percebidos

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.(p)
15,712	2	314	,000

$$H_0: \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3^*$$

O teste de *Levene* é utilizado para avaliar o pressuposto da homogeneidade das variâncias. No teste observa-se ( $p = .000$ ), o que permite concluir que as variâncias **\*não são homogêneas ( $p < .005$ )**.

Rejeita-se a  $H_0$  uma vez que se violou o pressuposto da homogeneidade de variâncias. Desta forma, recorre-se à elaboração dos testes robustos de igualdade de médias em vez da análise de variância.

### 3º - Etapa da análise: Testes *Brown-Forsyth* ou de *Welch*

**Tabela 7** - Testes robustos de igualdade de médias da variável recursos percebidos

Recursos Percebidos	Estatística	df1	df2	Sig.(p)
Welch	64,724	2	144,016	,000
Brown-Forsythe	59,777	2	186,509	,000

a. F distribuído assintoticamente.

A Tabela 7 apresenta o resultado dos testes robustos de igualdade de médias, sendo que ambos os testes apresentam ( $p = .000$ ), ou seja, rejeita-se a  $H_0$  ao nível de significância ( $\alpha < .005$ ). Logo, existe pelo menos um dos grupos que tem valor médio diferente dos restantes.

Ao rejeitar a  $H_0$  apenas sabemos que pelo menos um dos grupos têm um score médio diferente dos restantes, o que conduz a tomar a seguinte decisão: o score da variável recursos percebidos não é igual nos três tipos de economia.

Contudo, o resultado da Tabela 7 não nos permite concluir qual (ou quais) os tipos de economia que apresentam scores significativamente diferentes. Para tal, há que proceder à comparação da média de cada um dos tipos de economia com todas as restantes. Este processo é feito através das técnicas de comparação múltiplas que neste estudo é feito através do método *Tukey*.

### 4º - Etapa da análise: Método de *Tukey*

**Tabela 8** - Técnica de comparações múltiplas da variável recursos percebidos

(I) Tipo de Economia	(J) Tipo de Economia	Diferença média (I-J)	Erro Padrão	Sig.(p)	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Produção	Eficiência	,526*	,094	,000	,30	,75
	Inovação	1,045*	,095	,000	,82	1,27
Eficiência	Produção	-,526*	,094	,000	-,75	-,30
	Inovação	,519*	,074	,000	,35	,69
Inovação	Produção	-1,045*	,095	,000	-1,27	-,82
	Eficiência	-,519*	,074	,000	-,69	-,35

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

No quadro dos resultados dos testes de comparações múltiplas são identificados com o símbolo \* (asterisco) quais os tipos de economias cujas médias diferem significativamente, como se pode ver na Tabela 8.

Conforme se pode constatar a variável “recursos percebidos” difere entre os três tipos de economia.

#### 4.1.4 Intenção Empreendedora na criação de um negócio

A intenção empreendedora na criação de um negócio é definida segundo Bird (1995), como um estado de espírito, direcionando a atenção de uma pessoa em direção a um objetivo para conseguir algo. Ou seja, a intenção empreendedora pode ser percebida como o nível de vontade/espírito que um indivíduo demonstra para criar um novo negócio.

##### 1º - Etapa da análise: Estatísticas descritivas

$H_0$ : O score médio da variável intenção empreendedora é igual nos 3 tipos de Economia;

*Versus*

$H_1$ : Pelo menos um dos scores médios da variável da intenção empreendedora é diferente nos 3 tipos de Economia;

**Tabela 9** - Estatísticas descritivas da variável intenção empreendedora

Economias Orientadas por:	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		Mínimo	Máximo
					Limite inferior	Limite superior		
Produção	56	2,09	,830	,110	1,87	2,31	1	4
Eficiência	137	1,43	,566	,049	1,33	1,52	1	3
Inovação	124	1,05	,215	,019	1,01	1,09	1	2
Total	317	1,40	,641	,036	1,33	1,47	1	4

Escala de Likert (5 pontos):

1 - Totalmente falso 2 - Parcialmente falso 3 - Nem verdadeiro nem falso 4 - Parcialmente verdadeiro 5 - Totalmente verdadeiro

Conforme se pode constatar a média da variável “intenção empreendedora” é muito baixa nos diferentes tipos de economia ( $\bar{X} = 1.40$ ; D.P. = .641). No entanto nas economias orientadas para a inovação a intenção empreendedora apresentam um valor muito inferior ( $\bar{X} = 1.05$ ; D.P. = .215) quando comparadas com as economias orientadas para a produção ( $\bar{X} = 2.09$ ; D.P. = .830).

## 2º - Etapa da análise: Estatística de Levene

**Tabela 10** - Teste de homogeneidade de variâncias da variável intenção empreendedora

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.(p)	$H_0: \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3^*$
103,386	2	314	,000	

O teste de *Levene* é utilizado para avaliar o pressuposto da homogeneidade das variâncias. No teste observa-se ( $p = .000$ ), o que permite concluir que as variâncias **\*não são homogêneas ( $p < .005$ )**.

Rejeita-se a  $H_0$  uma vez que se violou o pressuposto da homogeneidade de variâncias. Desta forma recorre-se à elaboração dos testes robustos de igualdade de médias, em vez da análise de variância.

## 3º - Etapa da análise: Testes *Brown-Forsyth* ou de *Welch*

**Tabela 11** - Testes robustos de igualdade de médias da variável intenção empreendedora

Intenção Empreendedora	Estatística	df1	df2	Sig.(p)
Welch	65,113	2	117,435	,000
Brown-Forsythe	54,614	2	101,205	,000

a. F distribuído assintoticamente.

A Tabela 11 apresenta o resultado dos testes robustos de igualdade de médias, sendo que ambos os testes apresentam ( $p = .000$ ), ou seja, rejeita-se a  $H_0$  ao nível de significância ( $\alpha < .005$ ). Logo, existe pelo menos um dos grupos que têm valor médio diferente dos restantes.

Ao rejeitar a  $H_0$  apenas sabemos que pelo menos um dos grupos têm um score médio diferente dos restantes, o que conduz a tomar a seguinte decisão: o score da variável intenção empreendedora não é igual nos três tipos de economia.

Contudo, o resultado da Tabela 11 não nos permite concluir qual (ou quais) os tipos de economia que apresentam scores significativamente diferentes. Para tal, há que proceder à comparação da média de cada um dos tipos de economia com todas as restantes. Este processo é feito através das técnicas de comparação múltiplas que neste estudo é feito através do método *Tukey*.

#### 4º - Etapa da análise: Método de Tukey

**Tabela 12** - Técnica de comparações múltiplas da variável intenção empreendedora

(I) Tipo de Economia	(J) Tipo de Economia	Diferença média (I-J)	Erro Padrão	Sig.(p)	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Produção	Eficiência	<b>,661*</b>	,083	,000	,47	,86
	Inovação	<b>1,039*</b>	,084	,000	,84	1,24
Eficiência	Produção	<b>-,661*</b>	,083	,000	-86	-,47
	Inovação	<b>,378*</b>	,066	,000	,22	,53
Inovação	Produção	<b>-1,039*</b>	,084	,000	-1,24	-,84
	Eficiência	<b>-,378*</b>	,066	,000	-,53	-,22

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

No quadro dos resultados dos testes de comparações múltiplas são identificados com o símbolo \* (asterisco) quais os tipos de economias cujas médias diferem significativamente, como se pode ver na Tabela 12.

Conforme se pode constatar a variável “intenção empreendedora” difere entre os três tipos de economia.

#### **4.1.5 Medo de Falhar na criação de um negócio**

O medo de falhar na criação de um negócio é visto como um impedimento para iniciar um novo negócio e por ter um efeito profundo sobre as escolhas empresariais. Apresenta-se como um obstáculo a ser superado e que desempenha um papel negativo dentro do quadro empresarial, sendo visto pelos potenciais empreendedores como uma barreira para a ação empreendedora.

## 1º - Etapa da análise: Estatísticas descritivas

$H_0$ : O score médio da variável medo de falhar é igual nos 3 tipos de Economia;

*Versus*

$H_1$ : Pelo menos um dos scores médios da variável medo de falhar é diferente nos 3 tipos de Economia

**Tabela 13** - Estatísticas descritivas da variável medo de falhar

Economias Orientadas por:	N	Média	Desvio Padrão	Erro Padrão	Intervalo de confiança de 95% para média		Mínimo	Máximo
					Limite inferior	Limite superior		
Produção	56	1,65	,582	,077	1,49	1,80	1	3
Eficiência	137	1,85	,395	,034	1,79	1,92	1	3
Inovação	124	2,01	,325	,029	1,95	2,07	1	3
Total	317	1,88	,429	,024	1,83	1,92	1	3

Escala de Likert (5 pontos):

1 - Totalmente falso 2 - Parcialmente falso 3 - Nem verdadeiro nem falso 4 - Parcialmente verdadeiro 5 - Totalmente verdadeiro

Conforme se pode constatar a média da variável “medo de falhar” é muito baixa nos diferentes tipos de economia ( $\bar{X} = 1.88$ ; D.P. = .429). No entanto nas economias orientadas para a inovação o medo de falhar apresenta um valor superior ( $\bar{X} = 2.01$ ; D.P. = .325) quando comparadas com as economias orientadas para a produção ( $\bar{X} = 1.65$ ; D.P. = .582).

## 2º - Etapa da análise: Estatística de *Levene*

**Tabela 14** - Teste de homogeneidade de variâncias da variável medo de falhar

Estatística de Levene	df1	df2	Sig.(p)
41,377	2	314	,000

$H_0: \sigma_1 = \sigma_2 = \sigma_3^*$

O teste de *Levene* é utilizado para avaliar o pressuposto da homogeneidade das variâncias. No teste observa-se ( $p = .000$ ), o que permite concluir que as variâncias **\*não são homogêneas ( $p < .005$ )**.

Rejeita-se a  $H_0$  uma vez que se violou o pressuposto da homogeneidade de variâncias. Desta forma recorre-se à elaboração dos testes robustos de igualdade de médias, em vez da análise de variância.

### 3º - Etapa da análise: Testes *Brown-Forsyth* ou de *Welch*

**Tabela 15** - Testes robustos de igualdade de médias da variável medo de falhar

Medo de Falhar	Estatística	df1	df2	Sig.(p)
Welch	12,619	2	134,928	,000
Brown-Forsythe	11,981	2	126,372	,000

a. F distribuído assintoticamente.

A Tabela 15 apresenta o resultado dos testes robustos de igualdade de médias, sendo que ambos os testes apresentam ( $p = .000$ ), ou seja, rejeita-se a  $H_0$  ao nível de significância ( $\alpha < .005$ ). Logo, existe pelo menos um dos grupos que têm valor médio diferente dos restantes.

Ao rejeitar a  $H_0$  apenas sabemos que pelo menos um dos grupos têm um score médio diferente dos restantes, o que conduz a tomar a seguinte decisão: o score da variável medo de falhar não é igual nos três tipos de economia.

Contudo o resultado da Tabela 15 não nos permite concluir qual (ou quais) os tipos de economia que apresentam scores significativamente diferentes. Para tal, há que proceder à comparação da média de cada um dos tipos de economia com todas as restantes. Este processo é feito através das técnicas de comparação múltiplas que neste estudo é feito através do método *Tukey*.

### 4º - Etapa da análise: Método de *Tukey*

**Tabela 16** - Técnica de comparações múltiplas da variável medo de falhar

(I) Tipo de Economia	(J) Tipo de Economia	Diferença média (I-J)	Erro Padrão	Sig.(p)	Intervalo de Confiança 95%	
					Limite inferior	Limite superior
Produção	Eficiência	<b>-,204*</b>	,065	,005	-,36	-,05
	Inovação	<b>-,359*</b>	,066	,000	-,51	-,20
Eficiência	Produção	<b>,204*</b>	,065	,005	,05	,36
	Inovação	<b>-,155*</b>	,051	,007	-,28	-,03
Inovação	Produção	<b>,359*</b>	,066	,000	,20	,51
	Eficiência	<b>,155*</b>	,051	,007	,03	,28

\*. A diferença média é significativa no nível 0.05.

No quadro dos resultados dos testes de comparações múltiplas são identificados com o símbolo \* (asterisco) quais os tipos de economias cujas médias diferem significativamente, como se pode ver na Tabela 16.

Conforme se pode constatar a variável “medo de falhar” difere entre os três tipos de economia.

A seguinte Tabela 17 faz o resumo do capítulo 4 (análise de dados), na qual as variáveis em análise determinam se a hipótese é suportada ou não, de acordo aos resultados anteriormente obtidos.

**Tabela 17** - Síntese de Resultados

Variáveis	Hipóteses	Suportada
Oportunidades Percebidas	<b><math>H_0</math> vs. <math>H_1</math></b>	- $H_0$ <b>não é suportada</b> , pois verificou-se que o score médio da variável oportunidades percebidas é diferente e não igual nos 3 tipos de Economia. - $H_1$ <b>é suportada</b> , pois verificou-se que pelo menos um dos scores médios da variável oportunidades percebidas é diferente nos 3 tipos de Economia.
Recursos Percebidos	<b><math>H_0</math> vs. <math>H_1</math></b>	- $H_0$ <b>não é suportada</b> , pois verificou-se que o score médio da variável recursos percebidos é diferente e não igual nos 3 tipos de Economia. - $H_1$ <b>é suportada</b> , pois verificou-se que pelo menos um dos scores médios da variável recursos percebidos é diferente nos 3 tipos de Economia.
Intenção Empreendedora	<b><math>H_0</math> vs. <math>H_1</math></b>	- $H_0$ <b>não é suportada</b> , pois verificou-se que o score médio da variável intenção empreendedora é diferente e não igual nos 3 tipos de Economia. - $H_1$ <b>é suportada</b> , pois verificou-se que pelo menos um dos scores médios da variável intenção empreendedora é diferente nos 3 tipos de Economia.
Medo de Falhar	<b><math>H_0</math> vs. <math>H_1</math></b>	- $H_0$ <b>não é suportada</b> , pois verificou-se que o score médio da variável medo de falhar é diferente e não igual nos 3 tipos de Economia. - $H_1$ <b>é suportada</b> , pois verificou-se que pelo menos um dos scores médios da variável medo de falhar é diferente nos 3 tipos de Economia.

---

---

## 4.2 Discussão dos resultados

---

Após realizada a análise dos dados, existe a necessidade de debater os resultados obtidos. Desta forma podemos destacar: **1) o score médio dos fatores em análise, que se apresentou diferente nos tipos de economia analisados e 2) a diferença que os fatores em análise apresentaram quando comparados entre os tipos de economia.**

Para entender e justificar os resultados anteriormente analisados, existe a necessidade de os associar e fundamentar com o modelo GEM, que atribui a orientação de cada economia de acordo com dois processos: o Quadro de Condições Nacionais e Gerais e o Quadro de Condições Estruturais do Empreendedorismo de cada país.

No caso das Economias orientadas pelo tipo Produção, o modelo GEM atribui-lhes esta classificação em função do desenvolvimento das suas instituições, infraestruturas, estabilidade macroeconómica e de acordo ao desenvolvimento da saúde e educação primária. Em geral os países classificados pelo GEM como economias orientadas pelo tipo produção apresentam-se como países que se caracterizam por um fraco desenvolvimento económico e que na sua maioria apresentam o sector primário como o dominante, o que garante a população a sua subsistência.

Nas Economias orientadas pelo tipo Eficiência, o modelo GEM atribui-lhes esta classificação em função do desenvolvimento da educação e formação superior, eficiência dos bens de mercado, eficiência do mercado de trabalho, rapidez tecnológica e dimensão do mercado. Em geral os países classificados pelo GEM como economias orientadas pelo tipo eficiência apresentam-se como países que se caracterizam por um alto desenvolvimento económico, onde o sector dominante é o secundário descartando a subsistência de apenas um sector.

Por último nas Economias orientadas pelo tipo Inovação, o modelo GEM atribui-lhes esta classificação em função do desenvolvimento, da sua sofisticação dos negócios e da inovação que estas economias apresentam. Em geral os países classificados pelo GEM como economias orientadas pelo tipo inovação apresentam-se como países que se caracterizam com um alto desenvolvimento económico, onde o sector dominante é o terciário, que vai ao encontro das exigências criadas numa sociedade com elevado rendimento.

No caso da investigação os dados dos Relatórios Globais de 2010 - 2014, a comparação demonstrou:

- Em relação aos resultados das oportunidades percebidas na criação de um negócio:

Como se pode constatar através dos resultados descritivos obtidos da variável oportunidades percebidas na criação de um negócio, o score médio é maior nas economias orientadas por fatores de produção com uma  $\bar{X} = 2.88$ ; D.P. = .758, seguida das economias orientadas por fatores de eficiência com uma  $\bar{X} = 2.11$ ; D.P. = .652 e por último as economias orientadas por fatores de inovação com uma  $\bar{X} = 1.88$ ; D.P. = .679 (ver Tabela 1).

Atendendo à diferença dos scores médios das economias obtidos na variável em análise é necessário efetuar a comparação entre os vários tipos de economia. Como descreve o processo de análise verificou-se que nenhum dos tipos de economia apresenta um score médio igual. Efetuou-se a comparação entre os tipos de economia visível no teste *Tukey*, no qual é possível entender onde as diferenças médias se apresentam mais significativas ou em contrapartida menos significativas.

Quando comparadas as diferenças médias da variável das oportunidades percebidas na criação de um negócio entre os tipos de economia é visível uma significativa diferença entre o tipo produção vs. tipo inovação, com uma diferença média de -.106. O mesmo se verifica de uma forma menos significativa entre o tipo produção vs. tipo eficiente com uma diferença média de -.077 e entre o tipo eficiente vs. tipo inovação com uma diferença média de -.030 (ver Tabela 4).

- Em relação aos resultados dos recursos percebidos na criação de um negócio:

Como se pode constatar através dos resultados descritivos obtidos da variável recursos percebidos na criação de um negócio, o score médio é maior nas economias orientadas por fatores de produção com uma  $\bar{X} = 3.16$ ; D.P. = .676, seguida das economias orientadas por fatores de eficiência com uma  $\bar{X} = 2.63$ ; D.P. = .642 e por último as economias orientadas por fatores de inovação com uma  $\bar{X} = 2.11$ ; D.P. = .497 (ver Tabela 5).

Atendendo à diferença dos scores médios das economias obtidos na variável em análise é necessário efetuar a comparação entre os vários tipos de economia.

Como descreve o processo de análise verificou-se que nenhum dos tipos de economia apresenta um score médio igual. Efetuou-se a comparação entre os tipos de economia visível no teste *Tukey*, no qual é possível entender onde as diferenças médias se apresentam mais significativas ou em contrapartida menos significativas.

Quando comparadas as diferenças médias dos recursos percebidos na criação de um negócio entre os tipos de economia é visível uma significativa diferença entre o tipo produção vs. tipo inovação, com uma diferença média de -.105. O mesmo se verifica de uma forma menos significativa entre o tipo produção vs. tipo eficiente com uma diferença média de -.053 e entre o tipo eficiente vs. tipo inovação com uma diferença média de -.052 (ver Tabela 8).

- Em relação aos resultados da intenção empreendedora na criação de um negócio:

Como se pode constatar através dos resultados descritivos obtidos da variável intenção empreendedora na criação de um negócio, o score médio é maior nas economias orientadas por fatores de produção com uma  $\bar{X} = 2.09$ ; D.P. = .830, seguida das economias orientadas por fatores de eficiência com uma  $\bar{X} = 1.43$ ; D.P. = .566 e por último as economias orientadas por fatores de inovação com uma  $\bar{X} = 1.05$ ; D.P. = .215 (ver Tabela 9).

Atendendo à diferença dos scores médios das economias obtidos na variável em análise é necessário efetuar a comparação entre os vários tipos de economia. Como descreve o processo de análise verificou-se que nenhum dos tipos de economia apresenta um score médio igual. Efetuou-se a comparação entre os tipos de economia visível no teste *Tukey*, no qual é possível entender onde as diferenças médias se apresentam mais significativas ou em contrapartida menos significativas.

Quando comparadas as diferenças médias da intenção empreendedora na criação de um negócio entre os tipos de economia é visível uma significativa diferença entre o tipo produção vs. tipo inovação, com uma diferença média de -.104. O mesmo se verifica de uma forma menos significativa entre o tipo produção vs. tipo eficiente com uma diferença média de -.066 e entre o tipo eficiente vs. tipo inovação com uma diferença média de -.038 (ver Tabela 12).

- Em relação aos resultados do medo de falhar na criação de um negócio:

Como se pode constatar através dos resultados descritivos obtidos da variável medo de falhar na criação de um negócio, o score médio é maior nas economias orientadas por fatores de inovação com uma  $\bar{X} = 2.01$ ; D.P. = .325, seguida das economias orientadas por fatores de eficiência com uma  $\bar{X} = 1.85$ ; D.P. = .395 e por último as economias orientadas por fatores de produção com uma  $\bar{X} = 1.65$ ; D.P. = .582 (ver Tabela 13).

Atendendo à diferença dos scores médios das economias obtidos na variável em análise é necessário efetuar a comparação entre os vários tipos de economia. Como descreve o processo de análise verificou-se que nenhum dos tipos de economia apresenta um score médio igual. Efetuou-se a comparação entre os tipos de economia visível no teste *Tukey*, no qual é possível entender onde as diferenças médias se apresentam mais significativas ou em contrapartida menos significativas.

Quando comparadas as diferenças médias do medo de falhar na criação de um negócio entre os tipos de economia é visível uma significativa diferença entre o tipo produção vs. tipo inovação, com uma diferença média de -.036. O mesmo se verifica de uma forma menos significativa entre o tipo produção vs. tipo eficiente com uma diferença média de -.020 e entre o tipo eficiente vs. tipo inovação com uma diferença média de -.016 (ver Tabela 16).

Como descrito no processo anterior, verificou-se que as variáveis: oportunidades percebidas, recursos percebidos e intenção empreendedora, apresentam um maior score médio e uma maior diferença nas economias **tipo produção**, quando comparadas com as economias do tipo eficiente e o tipo inovação.

Apenas na variável: medo de falhar se verificou uma maior diferença nas economias do **tipo inovação**, quando comparadas com as economias do tipo produção e eficiência. Perante os resultados obtidos entre a comparação dos fatores e os tipos de economia é necessário apontar algumas das razões para o sucedido.

As razões para a obtenção destes resultados são explicadas de acordo com o modelo GEM e com a informação que as equipas nacionais de peritos e especialistas na área do empreendedorismo, selecionam de cada país, ou seja, através de dois processos: Quadro de Condições Nacionais e Gerais e o Quadro de Condições Estruturais do Empreendedorismo.

Estes processos estão relacionados entre si, ou seja, para que os governos possam garantir à população Condições Estruturais do Empreendedorismo devem assegurar e garantir primeiramente as Condições Nacionais e Gerais. E é neste ponto que se apresentam as diferenças que obtivemos nos resultados, pois nem todas as economias mantêm ou garantem a estabilidade das Condições Nacionais e Gerais.

As variáveis (oportunidades, recursos e intenção empreendedora), apresentaram um score médio superior nas economias do tipo Produção e uma diferença significativa sempre que se comparou os fatores entre o tipo Produção vs. o tipo Inovação. O que põe em causa os dois processos do modelo GEM, uma vez que economias orientadas para a Eficiência e Inovação deveriam possuir um Quadro de Condições Nacionais e Gerais mais desenvolvido e estável o que na prática deveria originar um Quadro de Condições Estruturais do Empreendedorismo que garantisse uma maior perceção de oportunidades, uma maior perceção de recursos, uma maior intenção empreendedora e um menor medo de falhar.

Contudo os resultados obtidos foram o oposto, ou seja, nas economias em que o modelo GEM classifica como tipo Produção e que possuem um Quadro de Condições Nacionais e Gerais menos desenvolvido e com menor estabilidade, deveriam na prática dar origem a um Quadro de Condições Estruturais do Empreendedorismo menos desenvolvido, tendo assim, uma menor perceção de oportunidades, menor perceção de recursos, uma menor intenção empreendedora e um maior medo de falhar (o que na prática não se verificou).

Com a obtenção destes resultados foi necessário ter em conta os Relatórios Globais Anuais, entre o período 2010 a 2014 de forma a entender o porquê das economias do tipo Produção apresentaram resultados superiores no Quadro de Condições Estruturais para o Empreendedorismo em relação aos outros dois tipos.

Com base nesses mesmos Relatórios, alguns pontos referem que as economias do tipo Produção têm apostado: num aumento na Educação para o empreendedorismo através das suas instituições, na abertura de programas e políticas por parte dos governos que ajudam na construção de infraestruturas físicas para o empreendedorismo que trazem desenvolvimento económico e uma maior capacidade de empreender. São algumas das medidas que estão a ser implementadas por parte destes países classificados com uma orientação tipo Produção.

Estas medidas retratam e ajudam a explicar o contraste obtido nos resultados, uma vez que, a implementação da educação para o empreendedorismo nas instituições vai ajudar a que potenciais empreendedores possam desenvolver uma oportunidade que mais tarde se traduza em negócio, a construção de infraestruturas físicas para o empreendedorismo e a abertura de programas e políticas por parte do governo, ajuda a que futuros empreendedores tenham recursos e condições necessárias, que são importantes na criação e consolidação de um negócio.

Estas razões tornam igualmente possível a explicação e o entendimento do porquê dos scores médios das variáveis oportunidades, recursos e intenção empreendedora sejam superiores e o score da variável medo de falhar seja inferior, em relação as economias do tipo Eficiência e Inovação.

Como referido anteriormente as economias tipo Produção apresentam-se na sua maioria com um Quadro de Condições Nacionais e Gerais bastante instável e com um fraco desenvolvimento económico onde a predominância de um sector se traduz na subsistência da população. Com a implementação de algumas destas medidas faz com que a população tenha oportunidade de criar novos mecanismos (exemplo da educação para o empreendedorismo), que irá também aumentar a capacidade empreendedora e gerar novos negócios, podendo assim deixar de estar dependente de apenas um sector.

Nas economias do tipo Eficiência e Inovação os scores médios foram inferiores, o que contrasta com o modelo GEM, uma vez que estas apresentam-se como economias que possuem um maior desenvolvimento na educação e formação superior, eficiência dos bens de mercado, eficiência do mercado de trabalho, rapidez tecnológica, dimensão de mercado, sofisticação dos negócios e inovação. Logo deveriam assegurar um Quadro de Condições Nacionais e Gerais desenvolvido e estável, que por sua vez ajudará ou deveria ajudar a criar um Quadro de Condições Estruturais favorável ao empreendedorismo.

Tendo novamente em conta os mesmos Relatórios, analisados nesta investigação, a explicação é retratada com base no desenvolvimento económico que estas economias apresentam, isto é, como o desenvolvimento destas economias é bastante elevado as oportunidades percebidas e os recursos percebidos tornam-se menores devido à inovação, sofisticação e eficiência apresentada nestas. Conduzindo também para uma menor intenção empreendedora, pois a criação de um negócio tem de acrescentar valor, tem de responder às necessidades, tem de ter inovação, tem de ter um processo sofisticado, para poder manter-se num mercado extremamente diversificado.

Devido a estes processos e requisitos o empreendedor apresenta um maior medo de falhar nestas economias.

Em relação aos resultados obtidos através das diferenças médias dos fatores entre os 3 tipos de economia, quando comparados esta revelou-se significativa quando comparados o tipo Produção vs. o tipo Inovação.

A justificação desta diferença significativa é baseada nas explicações apresentadas anteriormente, ou seja, à implementação de medidas que incentivem o empreendedorismo nas economias do tipo Produção, permitem impulsionar e desenvolver a capacidade empreendedora destas economias, para ajudá-las a fomentar o desenvolvimento económico. O fato destas se apresentarem na sua maioria como economias em desenvolvimento contribui para o aumento de oportunidades, aumento da intenção empreendedora e um menor medo de falhar no momento de criar um negócio.

No caso das economias do tipo Inovação o grau de desenvolvimento é sofisticado e inovador o que traduz num menor número de oportunidades percebidas, menor intenção empreendedora e maior medo de falhar no momento de criar um negócio.

A discussão dos resultados é clara, quando nos referimos que a análise das variáveis oportunidades, recursos e intenção empreendedora apresentam um score médio superior nas economias do tipo Produção e inferior nas economias do tipo Eficiência e Inovação. No caso da variável medo de falhar apresenta um score médio superior nas economias do tipo Eficiência e Inovação, sendo inferior nas economias do tipo Produção. A diferença entre os fatores quando comparados entre os tipos de economia é visível em todas, sendo bastante significativa quando comparada entre o tipo Produção vs. o tipo Inovação.

### 5.1 Conclusão

O objetivo principal deste estudo foi entender em que medida os fatores em estudo se diferenciam nos diversos tipos de economia, no momento de iniciar um negócio. A escolha do GEM como base da pesquisa deve-se ao fato deste analisar o empreendedorismo na vertente de criação de um negócio, tendo em conta um conjunto de fatores (entre eles os que foram analisados no estudo) e a classificação que atribui às economias participantes. A classificação é dividida em três tipos: produção, eficiência e inovação.

A base de dados utilizada na análise (Relatórios Globais dos anos 2010 a 2014) possibilitou que esse objetivo fosse atingido. Através da utilização da técnica *One-way ANOVA*, foi possível efetuar a comparação dos fatores entre os tipos de economia e entender se estes diferem no momento de criar um negócio.

Os resultados da investigação levam a concluir que:

1. Existe diferença entre os scores médios, em relação aos fatores em estudo, nos diferentes tipos de economia;
2. Diferença média entre os fatores quando comparados entre os tipos de economia.

Relativamente aos pontos da conclusão da investigação, foi possível entender que os fatores em análise apresentaram valores superiores nas economias de produção e valores inferiores nas economias do tipo Eficiência e Inovação o que conduz de uma forma lógica a diferença que estes mesmos apresentam, quando comparados nos respetivos tipos de economia. Estes resultados são essencialmente justificados com as características que modelo GEM atribui aos países participantes.

As características são referidas pelo GEM através do **Quadro de Condições Nacionais e Gerais** que remetem para a situação económica nacional, incluindo os fatores externos: abertura de mercado ou comércio externo, o papel do governo, a competência da gestão, a tecnologia, a investigação e desenvolvimento (I&D), as infraestruturas físicas, os mercados financeiros, o mercado do trabalho e as instituições sociais e legais, que são medidas económicas incluídas no relatório do WEF. E pelo

**Quadro de Condições Estruturais do Empreendedorismo** de cada país que afetam a oportunidade para empreender e também vão determinar a capacidade para empreender. Estas são provenientes de inquéritos aleatórios a novos e a potenciais empreendedores, também um pequeno número de peritos nos países participantes dá o seu contributo na definição destas condições que também são referidas no GEM. O modelo refere o apoio financeiro, políticas e programas governamentais, educação e formação, investigação e desenvolvimento, inexistência de barreiras à entrada, as infraestruturas comerciais e profissionais, acesso às infraestruturas físicas e as normas e valores sociais e culturais.

Através destes quadros de condições o modelo GEM classifica os países participantes em 3 tipos de economia: Produção, Eficiência e Inovação, uma vez que, estes aspetos vão influenciar o desempenho quer das grandes empresas, quer das pequenas empresas existentes no mercado, assim como o aparecimento de novas empresas no mercado

Os resultados obtidos permitem concluir que a criação de um negócio nas economias do tipo Produção é mais favorável em relação às economias do tipo Eficiência e Inovação, isto deve-se às medidas que estas têm vindo a adotar, sobretudo na educação para o empreendedorismo, na abertura de políticas e programas do governo, na criação de infraestruturas físicas para o empreendedorismo, que contribuíram para uma maior capacidade empreendedora e desenvolvimento económico.

A abordagem destes fatores também demonstrou que nas economias do tipo Produção, a perceção de oportunidades, recursos e intenção empreendedora são superiores aos das economias do tipo Eficiência e Inovação, sendo que a explicação para este fato é retratada pelo desenvolvimento económico destas, ou seja, por se apresentarem como economias com fraco desenvolvimento. Nestes casos a possibilidade de criar um novo negócio é maior e na maioria das vezes são associadas ao empreendedorismo por necessidade, pois veem na criação de um negócio uma necessidade de mudança e futuro.

O fato de se apresentarem como economias com elevados índices de desenvolvimento e de possuírem condições estruturais favoráveis para o empreendedorismo, os resultados obtidos permitem concluir que à criação de um negócio nas economias do tipo Eficiência e Inovação é menos favorável em relação às economias do tipo Produção.

Isto deve-se à diversidade de negócios que os potenciais empreendedores se deparam, sendo mais difícil nestes casos criar uma oportunidade que crie lucro, seja diversificada, inovadora entre outros fatores. É associado a este tipo de economias o empreendedorismo por oportunidade.

A associação do termo de empreendedorismo por necessidade às economias do tipo Produção permite também explicar os resultados obtidos, uma vez que potenciais empreendedores veem na criação de um negócio uma forma de autoemprego, de necessidade de criar algo que possa garantir a subsistência, coincidindo com os resultados obtidos.

No caso do termo empreendedorismo de oportunidade associado às economias do tipo Eficiência e Inovação, também permite explicar os resultados obtidos, pois neste caso a criação de um negócio é visto como uma oportunidade que possa originar valor, diferenciação e que seja potencialmente lucrativa. Caso não apresente diferenciação, valor, sofisticação e inovação, será improvável a criação de um novo negócio, tendo em conta os altos níveis de desenvolvimento destas economias, o que também coincide com os resultados obtidos.

A comparação destes fatores entre si foi importante nesta investigação, pois permite traçar dois perfis a ter em conta na criação de um negócio nos tipos de orientação analisados:

**1º Perfil** - Refere-se às economias do tipo Produção (países que apresentam um fraco desenvolvimento económico e que na sua maioria apresentam o sector primário como o dominante e o que garante à população a sua subsistência), onde os resultados obtidos foram superiores em três fatores (oportunidades, recursos, intenção empreendedora), apenas um fator (medo de falhar) obteve resultados inferiores, o que nos permite entender que nestas economias, o momento de criar um negócio é associado ao empreendedorismo por necessidade, ou seja, a sociedade destas economias tem necessidade de criar algo, como forma de autoemprego inicialmente para se sustentar e num futuro para gerar emprego.

A necessidade de criar um negócio é na maioria das vezes realizado sem um planeamento e uma estratégia adequada, uma vez que, a prioridade é criar algo que inicialmente garanta o autoemprego e subsistência. A falta de planeamento e estratégia são algumas das vulnerabilidades, que estes negócios criados por um impulso de necessidade apresentam, o que resulta num curto período de existência.

**2º Perfil** - Refere-se às economias do tipo Eficiência e Inovação (países que apresentam um alto desenvolvimento económico, onde os sectores dominantes são o secundário e terciário originando um elevado rendimento que é refletido nas exigências das mesmas). Neste caso eficiência do mercado de trabalho, rapidez tecnológica, sofisticação e inovação. Os resultados obtidos foram inferiores em três fatores (oportunidades, recursos e intenção), apenas um fator (medo de falhar) obteve resultados superiores, o que nos permite entender que nestas economias o momento de criar um negócio é associado ao empreendedorismo por oportunidade, ou seja a sociedade destas economias veem na percepção de uma oportunidade a criação de um negócio, contudo esta oportunidade deve criar valor, ser inovadora, ser eficiente, ser sofisticada para que possa ter sucesso em economias de elevado desempenho.

A criação de um negócio por oportunidade é realizado na sua maioria com um planeamento prévio, com estratégias que possam traduzir lucro, emprego, valor e inovação. A criação de um planeamento e estratégias adequadas que gerem diferença permitem a estes negócios uma maior oportunidade de sucesso.

Apesar dos valores demonstrarem que a criação de um negócio em economias do tipo Produção é mais favorável que em economias do tipo Eficiência e Inovação, os dois perfis traçados demonstram que a criação de um negócio por oportunidade tem maior perspectiva de sucesso, que a criação de um negócio por necessidade.

Essa maior perspectiva de sucesso na criação de negócios é explicada pela adoção de um estudo/planeamento e estratégias que permitem que estes negócios possam ser inovadores, eficientes, sofisticados, para que possam concorrer com outros negócios. Em contrapartida existe um menor sucesso por parte de negócios criados por necessidade, pois a sua criação é feita sem planeamento e estratégia, o que demonstra apenas uma forma de autoemprego e subsistência. Dessa forma a existência destes negócios é de um período curto, pois não conseguem acompanhar outros negócios que se apresentam como inovadores, eficientes e sofisticados.

Em suma a investigação alcançou o objetivo proposto, através dos resultados foi possível entender de que forma os fatores em estudo diferem nos tipos de economia no momento de criar um negócio. Sendo que estes se apresentaram como mais favoráveis na criação de um negócio nas economias do tipo de Produção, quando comparados com as economias do tipo Eficiência e Inovação.

A importância como o modelo GEM classifica as orientações das economias dos países participantes e a forma como analisa o empreendedorismo na vertente de criação de emprego, contribuíram para que fosse possível atingir o objetivo principal desta investigação.

## **5.2 Implicações do estudo: para a teoria e para a prática**

A recolha apenas deste tipo de informação (quantitativa), por parte do GEM cria um lapso na abordagem da avaliação subjacente ao modelo, uma vez que não inclui os fatores qualitativos que permitem a comparação e conclusões da sua influência nos tipos de economia.

Esse lapso tem implicações na parte teórica da investigação, ou seja, no momento em que o modelo GEM atribui a classificação da orientação das economias, este implica que se as economias possuírem um Quadro de Condições Nacionais e Gerais favorável, estas conseguem garantir melhores condições estruturais do empreendedorismo o que irá determinar a capacidade empreendedora das economias.

Contudo os resultados obtidos na parte prática da investigação foram o oposto atribuindo valores superiores às economias do tipo Produção no que toca a condições estruturais do empreendedorismo. O que na teoria do modelo GEM deveria ser o contrário, pois estas apresentam-se como economias com um Quadro de Condições Nacionais e Gerais pouco desenvolvido e que na prática não deveria garantir condições favoráveis ao empreendedorismo.

Consequentemente os resultados evidenciaram que na teoria o modelo GEM atribui a classificação de economias de acordo com as condições que os dois quadros apresentam, mas na prática o modelo sofre alterações, como as que foram visíveis quando é realizada a parte prática desta investigação (essas alterações são visíveis nos Relatórios consultados no período em análise).

### **5.3 Limitações do estudo e sugestões para futuras investigações**

A realização deste e de outras investigações apontam sempre limitações, existindo a necessidade de ultrapassá-las sempre que possível. Desta forma, e perante o desenvolver do estudo realizado são apontadas como principais limitações:

- A investigação está limitada aos dados do GEM dos anos de 2010 a 2014;
- O estudo de um número reduzido de fatores: as oportunidades, os recursos, a intenção empreendedora e o medo de falhar. Traduziram-se importantes na obtenção dos resultados, mas necessitam de outros fatores para se complementarem.

A realização de futuras investigações pode ajudar a compreender como é que o estudo de outros fatores, que complementem os já analisados têm impacto na atitude empreendedora de um indivíduo na altura de criar um negócio, e de que forma diferem nos tipos de economia. Exemplo de outros fatores a ter em conta:

- Educação e Formação;
- Normas sociais e culturais;
- Políticas governamentais;
- Interesse na Inovação;

Outra sugestão será analisar de que forma os fatores diferem em apenas um país ou em determinados países, ou seja, efetuar uma análise individual sem recorrer a classificação dos tipos de economia. Desta forma, é possível obter resultados mais específicos e menos generalizados.

## **Bibliografia**

- Acs, Z. J., & Varga, A. (2005). Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change. *Small Business Economics*, 24(3), 323–334.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amorós, J., & Bosma, N. (2013). Global Entrepreneurship Monitor: 2013 Global Report.
- Baptista, A., Teixeira, M., & Portela, J. (2008). Motivações e obstáculos ao empreendedorismo em Portugal e propostas facilitadoras. *14º Congresso Nacional da ADPR/ 2º Congresso de Gestão e Conservação da Natureza*. Tomar.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity Recognition as the Detection of Meaningful Patterns: Evidence from Comparisons of Novice and Experienced Entrepreneurs. *Management Sciences*, 52(9), 1331-1344.
- Bell, D. E. (1985). Putting a Premium on Regret. *Management Sciences*, 31(1), 117-120.
- Bird, B. (1995). Towards a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2, 51-72.
- Block, J., & Sandner, P. (2009). Necessity and opportunity Entrepreneurs and Their Duration in Self-employment: Evidence from German Micro Data.. *Journal of Industry Competition and Trad*, 9(2), 117-137.
- Bosma, N., Wennekers, S., & Amorós, J. (2011). Global Entrepreneurship Monitor: 2011 Global Report.
- Bucha, A. (2009). *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: Editora RH.

- Bygrave, W. (1993). Theory Building in the Entrepreneurship Paradigm. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 225-280.
- Bygrave, W. & Hofer, W. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Caliendo, M., & Kritikos, A. (2009). "I want to, but I also need to": Start-ups resulting from opportunity and necessity. IZA Discussion Papers.
- Choi, N., & Majumdar, S. (2014). Social entrepreneurship as an essentially contested concept: Opening a new avenue for systematic future research. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 363–376.
- Coduras Martínez, A., Levie, J., Kelley, D., & Saemundsson, R. S. (2010). Global Entrepreneurship Monitor Special Report : A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training Global Entrepreneurship Monitor Special Report A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training.
- Collinson, E., & Quinn, L. (2002). The Impact of Collaboration Between Industry and Academia on SME Growth. *Journal of Marketing Management*, 18(3), 415-434.
- Davis, D., & Mentzer, J. (2008). Relational Resources in Interorganizational Exchange: The Effects of Trade Equity and Brand Equity. *Journal of Retailing*, 84(4), 435-448.
- Dornelas, J. (2008). *O Processo Empreendedor. Empreendedorismo, Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship, Practices and Principles*. New York: Harper and Row.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G., & Sobrero, M. (2009). The foundation of entrepreneurial intention. *Academy of management Meeting*.
- Gartner, W. (2001). *Entrepreneurship Theory and Practice*, v. 25, n. 4.

- Grant, R. M. (1991). *Contemporary Strategy Analysis: Concepts, techniques, and applications*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Gries, T., & Naudé, W. (2010). Entrepreneurship and structural economic transformation. *Small Business Economics*, 34(1), 13–29.
- Henrekson, M. (2005). Entrepreneurship: A weak link in the welfare state? *Industrial and Corporate Change*, 14(3), 437–467.
- Hisrich, R. D. (2013). - *Entrepreneurship*. 9th ed. New York: McGraw-Hill.
- Holcombe, R. G. (2003). The origins of entrepreneurial opportunities. *Review of Austrian Economics*, 16(1), 25–43.
- Jonas, H. (2006). *O Princípio Responsabilidade*. Contraponto Editora.
- Katsikeas, S., & Morgan, E. (1994). Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.
- Kelley, D., Bosma, N., & Amorós, J. (2010). Global Entrepreneurship Monitor: 2010 *Global Report*.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235–263.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2006). *Marketing Research: An Applied Approach*. 3rd ed.
- Mcdougall, P., & Oviatt, M. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(5), 537-553.
- Muniz, M. (2008). *Atitude Empreendedora e suas dimensões: Um estudo em micro e pequenas empresas*. (Dissertação de Mestrado em Administração). Universidade de Brasília.

- Pathak, S., Xavier-Oliveira, E. & Laplume, A. O. (2013). Influence of intellectual property, foreign investment, and technological adoption on technology entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 66(10), 2090-2101.
- Pinho, J. C., & Douglas, T. (2016). Condições Estruturais Empreendedoras na criação de novos Negócios: A Visão de Especialistas. *Revista de Administração de Empresas*, 166–181.
- Porter, M. E. (1981). The Contribution of Industrial Organization to Strategic Management. *The Academy of Management Review*, 6(4), 609-620.
- Porter, M. E., Sachs, J. D., Cornelius, P. K., McArthur, J., & Vasquez, D. (2002). *Competitiveness Report 2001 – 2002 Project Leader: World Economic Forum*. New York: Oxford University Press.
- Rangone, A. (1998). On the Applicability of Analytical Techniques for the Selection of AMTs in Small-Medium Sized Firms. *Small Business Economics*, 10(3), 293–304.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., & Servais, I. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.
- Richardson, R. J. (1985). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas.
- Rolo, Orlando (2008). *Curso de Gestão das Organizações*. Parede Edix.
- Ronstadt, R. (1984). *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*. Virginia: Lord Pub.
- Sarkar, S. (2007, 2009). *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217.

- Shapero, A. & Sokol, L. (1982) The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90.
- Shaw, E., & Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(3), 418-434.
- Singer, S., Amorós, J., & Moska, D. (2014). Global Entrepreneurship Monitor: 2014 Global Report.
- Sousa, D. P., & Serralvo, F. S. (2008). Um novo modelo de administração: o empreendedorismo corporativo. *Revista Científica da Faculdade das Américas*, II (1).
- Terjesen, S., Lepoutre, J., Justo, R., & Bosma, N. (2012). Global Entrepreneurship Monitor Report on Social Entrepreneurship Executive Summary. *Journal of Entrepreneurship*, 55(2), 1-87.
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*. Chicago: Irwin.
- Tobergte, D. R., & Curtis, S. (2013). Livro Verde Espírito Empresarial na Europa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Tubbs, M. E., & Ekeberg, S. E. (1991). The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting theory and research. *Academy of Management Review*, 16(1), 180-199.
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, 119–138.
- Weerawardena, J., & Mort, S. (2006). Competitive Strategy in Socially Entrepreneurial Nonprofit Organizations: Innovation and Differentiation. *Journal of Public Policy & Marketing*, 31(1), 91-101.
- Willerding, I. A. (2011). *Empreendedorismo em organização pública intensiva em conhecimento: um estudo de caso*. (Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento). Universidade Federal de Santa Catarina.

Xavier, S., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M., & Vorderwülbecke, A. (2012). Global Entrepreneurship Monitor: *2012 Global Report*.

**Sites Consultados:**

- <http://conceito.de/>
- <http://globalnews.amway.com/amway-global-entrepreneurship-report>
- <http://www.flad.pt/>
- <http://www.gemconsortium.org/>
- <http://www.iapmei.pt/>
- <http://www.weforum.org/>

## Anexos



## GEM 2010 – Países classificados por Economia

Produção	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Angola	67	73	32	55
Bolívia	67	76	28	49
Egipto	68	63	25	24
Gana	68	75	10	69
Guatemala	68	71	23	31
Irão	68	66	30	31
Jamaica	68	80	33	38
Paquistão	67	56	34	32
Arábia Saudita	67	69	39	1
Uganda	67	87	21	77
Vanuatu	67	80	47	51
Palestina	67	57	40	28
Zâmbia	67	78	13	67
Eficiência	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argentina	50	64	21	21
Bósnia H.	38	63	27	17
Brasil	48	58	33	27
Chile	65	65	22	38
China	36	42	32	27
Colômbia	68	65	28	41
Costa Rica	46	69	36	13
Croácia	23	53	31	7
Equador	50	77	31	46
Hungria	33	43	42	14
Letónia	29	51	40	21
Macedónia	34	60	31	27
Malásia	40	24	45	5.1
México	56	65	33	22
Montenegro	36	71	30	32
Peru	71	77	34	40
Roménia	18	38	41	9
Rússia	22	23	42	3
Africa do Sul	41	44	29	17
Taiwan	30	26	44	25
Trinidad T.	69	83	12	30
Tunísia	38	53	23	24
Turquia	36	54	25	19
Uruguai	52	73	27	32
Inovação	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Austrália	46	53	36	9

Bélgica	40	45	35	8
Dinamarca	46	41	32	6
Finlândia	51	40	29	6
France	34	37	41	14
Alemanha	29	42	34	6
Grécia	16	52	51	13
Islândia	49	49	34	16
Irlanda	23	49	33	6
Israel	35	42	46	14
Itália	25	42	37	4
Japão	6	14	33	3
Coreia do Sul	13	29	33	10
Holanda	45	46	24	6
Noruega	50	40	27	8
Portugal	20	52	30	9
Eslovénia	27	56	28	9
Espanha	19	50	36	6
Suécia	66	42	30	9
Suíça	33	44	27	7
Reino Unido	29	52	30	5
Estados Unidos	35	60	27	8

### GEM 2011 – Países classificados por Economia

Produção	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Algéria	54	60	43	42
Bangladesh	64	24	72	25
Guatemala	55	71	26	25
Irão	32	46	33	30
Jamaica	49	79	29	19
Paquistão	40	43	35	23
Venezuela	48	67	24	20
Eficiência	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argentina	56	64	28	30
Barbados	44	67	19	11
Bósnia H.	21	49	30	17
Brasil	43	53	31	28
Chile	57	62	27	46
China	49	44	36	43
Colômbia	73	61	29	56

Croácia	18	49	34	18
Hungria	14	40	35	20
Letónia	24	47	41	25
Lituânia	23	35	40	17
Malásia	37	31	30	9
México	43	61	27	24
Panamá	46	64	14	21
Peru	70	73	41	38
Polónia	33	52	43	23
Roménia	36	42	36	25
Rússia	27	33	43	4
Eslováquia	23	53	32	18
Africa do Sul	41	43	24	14
Tailândia	40	43	55	26
Trinidad T.	62	81	17	35
Turquia	32	42	22	9
Uruguai	54	61	34	38
Inovação	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Austrália	48	47	43	12
Bélgica	43	44	41	11
Republica Checa	24	39	35	14
Dinamarca	47	35	41	7
Finlândia	61	37	32	7
França	35	38	37	18
Alemanha	35	37	42	5
Grécia	11	50	38	10
Irlanda	26	46	33	6
Japão	6	14	42	4
Coreia do Sul	11	27	45	16
Holanda	48	42	35	9
Noruega	67	33	41	9
Portugal	17	40	40	12
Singapura	21	24	39	12
Eslovénia	18	51	31	9
Espanha	14	51	39	8
Suécia	71	40	35	10
Suíça	47	42	31	10
Taiwan	39	29	40	28
U. Árabes Unidos	44	62	51	2
Reino Unido	33	42	36	9
Estados Unidos	36	56	31	11

## GEM 2012 – Países classificados por Economia

Produção	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Algéria	46	54	35	21
Angola	66	72	38	70
Botswana	67	71	25	72
Egipto	54	59	33	42
Etiópia	65	69	33	24
Gana	79	86	18	60
Irão	39	54	41	23
Malawi	74	85	12	70
Nigéria	82	88	21	44
Paquistão	46	49	31	25
Palestina	46	59	40	36
Uganda	81	88	15	79
Zâmbia	78	84	17	55
Eficiência	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argentina	50	63	27	29
Barbados	47	70	17	23
Bósnia H.	20	49	27	22
Brasil	52	54	31	36
Chile	65	60	28	43
China	32	38	36	20
Colômbia	72	57	32	57
Costa Rica	47	63	35	33
Croácia	17	44	36	19
Equador	59	72	33	51
El Salvador	43	59	42	40
Estónia	45	43	34	16
Hungria	11	40	34	13
Letónia	33	44	37	22
Lituânia	30	40	36	18
Macedónia	31	55	39	28
Malásia	36	31	36	13
México	45	62	26	18
Namíbia	75	74	35	45
Panamá	38	43	17	12
Peru	57	65	30	45
Polónia	20	54	43	22
Roménia	37	38	41	27
Rússia	20	24	47	2
Africa do Sul	35	39	31	12
Tailândia	45	46	50	19

Trinidad T.	59	76	17	37
Tunísia	33	62	15	22
Turquia	40	49	30	15
Uruguai	51	58	27	20
Inovação	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Áustria	49	50	36	9
Bélgica	33	37	41	9
Dinamarca	44	31	39	7
Finlândia	55	34	37	8
França	38	36	43	17
Alemanha	36	37	42	6
Grécia	13	50	61	10
Irlanda	26	45	35	5
Israel	31	29	47	13
Itália	20	30	58	11
Japão	6	9	53	2
Coreia do Sul	13	27	43	13
Holanda	34	42	30	9
Noruega	64	34	39	5
Portugal	16	47	42	14
Singapura	23	27	42	16
Eslováquia	18	50	38	12
Eslovénia	20	51	27	13
Espanha	14	50	42	11
Suécia	66	37	33	11
Suíça	36	37	32	7
Taiwan	39	26	38	25
Reino Unido	33	47	36	10
Estados Unidos	43	56	32	13

### GEM 2013 – Países classificados por Economia

Produção	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argélia	62	56	33	36
Angola	57	56	64	38
Botswana	66	67	19	59
Gana	69	86	25	46
Índia	41	56	39	23
Irão	37	57	36	31
Líbia	52	59	33	62
Malawi	79	90	15	68
Nigéria	85	87	16	47

Filipinas	48	68	36	44
Uganda	81	84	15	61
Vietnam	37	49	57	24
Zâmbia	77	80	15	45
Eficiência	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argentina	41	62	25	31
Bósnia H.	23	51	26	22
Brasil	51	53	39	27
Chile	68	60	28	47
China	33	36	34	14
Colômbia	68	58	32	55
Croácia	18	47	35	20
Equador	57	74	35	40
Estônia	46	40	39	19
Guatemala	59	66	33	39
Hungria	19	38	45	14
Indonésia	47	62	35	35
Jamaica	51	79	27	40
Letônia	35	48	42	23
Lituânia	29	35	42	22
Macedônia	37	50	36	29
Malásia	41	28	33	12
México	54	59	32	17
Panamá	59	66	29	27
Peru	61	62	26	34
Polónia	26	52	47	17
Roménia	29	46	37	24
Rússia	18	28	29	3
Eslováquia	16	51	33	16
Africa do Sul	38	43	27	13
Suriname	53	54	24	13
Tailândia	45	44	49	19
Uruguai	48	61	27	25
Inovação	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Bélgica	32	34	47	8
Canada	57	49	35	14
Republica Checa	23	43	36	14
Finlândia	44	33	37	8
França	23	33	41	13
Alemanha	31	38	39	7
Grécia	14	46	49	9
Irlanda	28	43	40	13
Israel	47	36	52	24
Itália	17	29	49	10
Japão	8	13	49	4

Coreia do Sul	13	28	42	12
Luxemburgo	46	43	43	14
Holanda	33	42	37	9
Noruega	64	34	35	5
Portugal	20	49	40	13
Porto Rico	28	53	25	13
Singapura	22	25	40	15
Eslovénia	16	52	30	12
Espanha	16	48	36	8
Suécia	64	39	37	10
Suíça	42	45	28	10
Taiwan	42	27	41	28
Trinidad T.	58	75	20	29
Reino Unido	36	44	36	7
Estados Unidos	47	56	31	12

### GEM 2014 – Países classificados por Economia

Produção	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Angola	70	62	45	39
Bolívia	58	73	38	47
Botswana	57	67	14	63
Burkina Faso	64	66	24	42
Camarões	69	74	23	56
Índia	39	37	38	8
Irão	28	59	33	25
Filipinas	46	66	38	43
Uganda	77	85	13	60
Vietnam	39	58	50	18
Eficiência	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Argentina	32	58	24	28
Barbados	38	64	23	11
Belize	50	69	33	10
Bósnia H.	20	47	27	20
Brasil	56	50	36	25
Chile	67	65	28	50
China	32	33	40	19
Colômbia	66	57	31	47
Costa Rica	39	59	37	29
Croácia	18	47	35	20
Equador	62	73	31	20
El Salvador	45	71	35	23

Geórgia	37	38	35	16
Guatemala	45	64	33	36
Hungria	23	41	42	14
Indonésia	45	60	38	27
Jamaica	57	81	22	35
Cazaquistão	27	53	24	15
Kosovo	66	65	27	6
Lituânia	32	33	45	20
Malásia	43	38	27	12
México	49	53	30	17
Panamá	43	54	15	20
Peru	62	69	29	51
Polónia	31	54	51	16
Roménia	32	48	41	32
Rússia	27	28	39	4
Africa do Sul	37	38	25	10
Suriname	41	77	16	5
Tailândia	47	50	42	22
Uruguai	46	63	27	25
Inovação	Oportunidades Percebidas	Recursos Percebidos	Medo de Falhar	Intenção Empreendedora
Austrália	46	47	39	10
Áustria	44	49	35	8
Bélgica	36	30	49	11
Canada	56	49	37	12
Dinamarca	60	35	41	7
Estónia	49	42	42	10
Finlândia	42	35	37	8
França	28	35	41	14
Alemanha	36	36	40	6
Grécia	20	46	62	10
Irlanda	33	47	39	7
Itália	27	31	49	11
Japão	7	12	55	3
Luxemburgo	43	38	42	12
Holanda	46	44	35	9
Noruega	63	31	38	5
Portugal	23	47	38	16
Porto Rico	25	49	24	12
Qatar	63	61	26	50
Singapura	17	21	39	9
Eslováquia	24	54	36	15
Eslovénia	17	49	29	11
Espanha	23	48	38	7
Suécia	70	37	37	8
Suíça	44	42	29	7

Taiwan	34	29	37	26
Trinidad T.	59	75	17	34
Reino Unido	41	46	37	7
Estados Unidos	51	53	30	12

---