

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

Escola Superior de Gestão e Tecnologia

Curso de Administração e Gestão de Empresas



Estudo das Características Empreendedoras dos Estudantes na
Universidade Politécnica de Maputo

Jéssica Joelma Santos Buque

Maputo

2010

UNIVERSIDADE POLITÉCNICA

Escola Superior de Gestão e Tecnologia

Curso de Administração e Gestão de Empresas



**Estudo das Características Empreendedoras dos Estudantes na
Universidade Politécnica de Maputo**

Autora:

Jéssica Joelma Santos Buque

Código:

148105

Tutor:

Dr. Abú Taju

Maputo

Abril de 2010

Parecer do Tutor

Jéssica Buque, desenvolveu o seu trabalho de final de Curso de Gestão, cujo o tema é Estudo das Características Empreendedoras dos Estudantes na Universidade Politécnica de Maputo, sob a minha supervisão. O trabalho consiste numa investigação sobre os factores que influenciam iniciativas empreendedoras nos jovens estudantes da Universidade Politécnica em Maputo, e durante a mesma a Jéssica demonstrou interesse em aplicar e aprofundar os conhecimentos adquiridos ao longo do Curso. No trabalho, estão definidos os objectivos, a metodologia e apresenta resultados da pesquisa efectuada, com conclusões e recomendações.

Assim, considero que o trabalho está em condições de ser apresentado ao júri, para avaliação.

Maputo, aos 16 de Abril de 2010

O Tutor

Abu Taju

Declaração de Autoria

Eu, Jéssica Joelma Santos Buque, estudante número 148105 do Curso de Administração e Gestão de Empresas, declaro por minha honra, que este trabalho nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau académico. E que é um trabalho original, de minha autoria, realizado com base em pesquisas bibliográficas, cujas fontes estão indicadas no trabalho, e recolha de dados.

Agradecimentos

Gostaria de endereçar um especial agradecimento ao meu tutor Dr. Abú Taju, pelo apoio, orientação, sugestões e correcções durante a elaboração deste trabalho e, principalmente por toda a paciência e disponibilidade ao longo da realização do mesmo.

Ao Dr. Leonel Nhambe pela disponibilidade e todo apoio concedido no que diz respeito aos aspectos estatísticos para o processo de análise dos dados colhidos.

Aos estudantes do 4º ano da Universidade Politécnica do ano lectivo de 2009, que pacientemente atenderam ao meu pedido e preencheram os questionários, para eles vai o meu inesgotável agradecimento.

À Universidade Politécnica, na pessoa da Dra. Sandra, pela disponibilização e concepção de todo o material referente à Universidade.

Aos meus pais e às minhas irmãs por todo apoio, paciência, compreensão, e motivação ao longo da realização deste trabalho.

Ao Samuel Chambal por toda ajuda e paciência durante o processo de colecta de dados.

Agradeço também a todos que directa ou indirectamente contribuíram para a realização deste trabalho.

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus queridos pais, Rogério Ernesto Buque e Maria de Lourdes Santos, que tudo fizeram para que hoje eu atingisse esta etapa na minha vida.

Sumário

Nos dias de hoje o empreendedorismo é visto no mundo todo, incluindo Moçambique, como algo muito importante para o desenvolvimento económico.

Os empreendedores convertem ideias novas em oportunidades económicas, estimulam a competitividade e geram novos postos de trabalho. Pois ao terem sucesso os empreendedores criam empregos, expandem segmentos de mercado, aumentam a produção de bens e serviços e dinamizam a economia da região onde operam.

Nesse contexto, as universidades têm assumido um papel importante para desenvolver e estimular o espírito empreendedor nos jovens estudantes, através da criação de cursos que estimulam discussões em torno deste tema.

Com o presente trabalho pretendeu-se identificar os factores que podem contribuir para motivar os estudantes do quarto ano da Universidade Politécnica, que é o último ano do ensino superior, a criarem as suas próprias empresas por forma a que, quando concluírem o curso possam trabalhar para si mesmos.

Tem como objectivo principal identificar os factores que influenciam iniciativas empreendedoras nos jovens estudantes da Universidade Politécnica em Maputo. E objectivos secundários: identificar a percepção sobre o empreendedorismo nos estudantes; identificar as causas que contribuem para aparente falta de iniciativa por parte dos estudantes e identificar as políticas governamentais para incentivar o empreendedorismo nos estudantes.

Este trabalho dividiu-se em duas etapas. A primeira consistiu na pesquisa que foi efectuada com recurso a fontes secundárias, referencial bibliográfico, levantamento documental e levantamento de dados estatísticos e de pesquisas já realizadas. A segunda etapa consistiu na recolha de dados primários através da aplicação de questionários aos estudantes e na análise dos respectivos dados recolhidos.

Para esta pesquisa foram escolhidos estudantes do quarto ano da Universidade Politécnica de Maputo.

Trata-se de uma pesquisa explicativa, que pretende explicar alguns aspectos ligados ao empreendedorismo, que poderão ser, mais tarde, aprofundados com outras pesquisas.

Dos resultados permitiu-se concluir que os estudantes desejam, mas não possuem um negócio próprio, por falta de financiamento, pouca preparação para cuidar de um negócio, falta de domínio do assunto e dificuldade em obter créditos bancários. Contudo, eles têm a noção do que é ser empreendedor, e sentem-se capazes de criar um negócio novo. Mas são unânimes em afirmar que o que faltou ao longo do curso, para os incentivar a empreender algo, foi uma abordagem profunda sobre o assunto e simulações de criação de um negócio.

Com base nas conclusões, foram apresentadas recomendações no sentido de que a Universidade Politécnica introduza no seu currículo uma cadeira, em todos os cursos, que aborde o tema empreendedorismo; que se crie dentro da Universidade uma incubadora de empresas. Recomendou-se que o governo continuasse a fazer reformas por forma a melhorar o ambiente de negócios e negociasse, com a banca, mecanismos de conceder facilidades de obtenção de créditos bancários.

ÍNDICE

Parecer do Tutor	iii
Declaração de Autoria	iv
Agradecimentos.....	v
Dedicatória.....	vi
Sumário	vii
Lista de Tabelas.....	xi
Lista de Gráficos	xii
Capítulo I – Introdução	1
1.1. Definição do Problema	3
1.2. Perguntas de pesquisa.....	4
1.3. Objectivos	4
1.3.1. Objectivo geral da pesquisa	4
1.3.2. Objectivos específicos da pesquisa.....	4
1.4. Hipótese.....	5
1.5. Justificativa.....	6
Capítulo II – Revisão da Literatura	7
2.1. Definição de Empreendedorismo.....	7
2.2. Origem e Desenvolvimento do Empreendedorismo.....	9
2.3. Processo de Decisão de Empreender	11
2.4. O Empreendedor.....	13
2.5. Tipos de Empreendedor	16
2.6. Empreendedor versus Empresário.....	20
2.7. Incubadora de Empresas.....	20
2.8. Conceitos Utilizados.....	23
Capítulo III – Metodologia de Pesquisa.....	26
3.1. Método da Pesquisa	26
3.2. Tipo de Pesquisa.....	27
3.3. Colecta de Dados	28
3.4. População Pesquisada.....	29
3.5. Determinação do Tamanho da Amostra.....	30
Capítulo IV – Apresentação e Análise dos Resultados	33
4.1. A Universidade Politécnica	33
4.1.1. Objectivos Gerais do ISPU	34
4.1.2. Passagem de Instituto para Universidade	35
4.1.3. Objectivos Gerais da A Politécnica	35
4.1.4. Órgãos de Gestão da Universidade Politécnica	36
4.2. Resultado dos Inquéritos	37
4.2.1. Perfil dos Estudantes.....	37
4.2.2. Distribuição dos Estudantes por Curso	38
4.2.3. Situação Profissional.....	39
4.2.4. Percepção dos estudantes sobre empreendedorismo.....	39
4.2.5. Ser Empreendedor na Óptica do Estudante	40
4.2.6. Motivação para Ser Empreendedor.....	41

4.2.7. Áreas de Empreendedorismo	42
4.2.8. Barreiras para o Desenvolvimento de Iniciativas	42
4.2.9. Capacidade para Criação de Negócio	43
4.2.10. O que Faltou ao Longo do Curso.....	44
4.2.11. Importantes Factores para a Criação de Negócio	45
4.2.12. Factores que Limitam a Criação do Negócio	46
Capítulo V – Discussão dos Resultados.....	47
Capítulo VI – Conclusões e Recomendações	49
6.1. Conclusões	49
6.2. Recomendações	51
Capítulo VII – Bibliografia	53
ANEXOS I	56
Questionário dirigido aos estudantes	56
ANEXO II.....	62
Resultados colhidos a partir dos questionários	62

Lista de Tabelas

- Tabela 1 – Principais características empreendedoras (segundo vários autores)
- Tabela 2 – Distribuição dos estudantes por curso
- Tabela 3 – Situação profissional dos estudantes
- Tabela 4 – O ser empreendedor na óptica dos estudantes
- Tabela 5 – Principais motivos que levariam o estudante a ser empreendedor
- Tabela 6 – Áreas que se pode ser empreendedor versus curso
- Tabela 7 – Obstáculos para criar um negócio
- Tabela 8 – O que faltou ao longo do curso para os estudantes se sentirem capazes de criar um novo negócio
- Tabela 9 – Importância de factores para criar um negócio
- Tabela 10 – Factores que limitariam a iniciativa de criar um negócio

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Distribuição dos estudantes por sexo

Gráfico 2: Principais motivos que levariam o estudante a ser empreendedor

Gráfico 3: Capacidade dos estudantes para criarem um novo negócio

Gráfica 4: O que faltou ao longo do curso para os estudantes se sentirem capazes de criar um novo negócio

Capítulo I – Introdução

O presente trabalho faz parte dos requisitos para a obtenção do grau de licenciatura do curso de Administração e Gestão de Empresas e tem como tema, **Estudo das Características Empreendedoras dos Estudantes na Universidade Politécnica de Maputo.**

O empreendedorismo já é praticado há décadas e a capacidade de inovar é algo que tem evoluído ao longo da história, desde os egípcios, que criaram e construíram grandes pirâmides através de blocos de pedra que pesavam toneladas, até às mais recentes invenções, como os raios laser, os telefones celulares. Estas realizações são fruto da capacidade inovadora do homem. Contudo, só nos últimos tempos tem se dado muita importância a este tema devido a constante preocupação das nações em reduzir o desemprego, já que a perda de postos de trabalho vem se tornando uma rotina, onde o empreendedorismo é visto como uma rota alternativa para este problema social.

Um dos vários fenómenos que tem estado a contribuir para o aumento do desemprego é a globalização, pois se o produto ou serviço oferecido por uma empresa não for competitivo, ela será ultrapassada por outras empresas mais inovadoras, e acabará por não suportar a pressão do mercado, tendo que fechar as portas, gerando assim o desemprego.

Segundo Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2004), empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência económica e pessoal.

Nos dias de hoje, o elevado desenvolvimento tecnológico contribui para um aumento das infra-estruturas, da produção, produtividade e do consumo, mas em contrapartida, tem se verificado um aumento gradual do desemprego. Um elevado número de jovens recém formados é desempregado, apesar de no ensino surgirem cada vez mais cursos de longa ou de curta duração versando sobre o empreendedorismo, criando condições

necessárias para que estes estejam munidos de conhecimentos suficientes para os vários desafios que eventualmente surgirão ao longo da caminhada profissional, ou seja, incute-se no homem a motivação e a necessidade de auto-emprego.

Uma das formas de minimizar o crescimento do desemprego é criar formas de aumentar o auto-emprego, e isto só é possível com base no empreendedorismo em pequenos negócios, como forma de criar riqueza, Bridge, S., O'Neil, K., & Cromie, S., (2006).

O estágio de desenvolvimento económico de um país é proporcional à sua capacidade de produzir, em quantidades suficientes, produtos e serviços necessários para o bem estar da população. Por este motivo, acredita-se que a libertação da criatividade das pessoas será um dos principais mecanismos para à criação das condições necessárias à produção de bens e serviços.

A mudança de uma economia centralmente planificada para uma economia de mercado em Moçambique despertou o interesse pelo empreendedorismo pois, a actividade empreendedora é considerada como sendo uma das forças que impulsiona o desenvolvimento económico e como uma das alternativas que pode ajudar na resolução de problemas económicos e sociais que afectam o nosso país.

1.1. Definição do Problema

Cada ano que passa pode-se, claramente, ver o aumento do número de jovens licenciados pelas diversas universidades espalhadas pelo nosso país. Entretanto esse número não é proporcional às vagas de emprego disponíveis pelas empresas existentes no país, o que significa que a maioria dos jovens que se licenciam a cada ano, constitui a mão de obra desempregada ou seja, vai aumentar o número de desempregados no país. Mas o que mais preocupa, é que serão desempregados com formação superior, portanto, pessoas, à partida, dotadas de capacidades para criarem os seus próprios empregos.

O mundo de hoje precisa de empreendedores. Precisa contar com a sua força dinâmica de renovação, principalmente em países pobres como é o caso de Moçambique e, o sistema de ensino desempenha um papel fundamental para o desenvolvimento destes.

É neste âmbito que o Ministério da Educação e Cultura consagra, na sua Estratégia de Ensino Técnico Profissional (ETP), como um dos objectivos para o período de 2002-2011, desenvolver um ensino técnico profissional flexível e articulado, que garanta uma formação técnico-científica de qualidade, orientada para o mercado de trabalho, neste caso, emprego e auto-emprego.

Com o presente trabalho pretende-se verificar os factores que contribuem para o aparente reduzido número de estudantes empreendedores na Universidade Politécnica em Maputo. Pretende-se ainda verificar qual a percepção que eles têm sobre o tema em estudo.

Este estudo pretende responder a seguinte pergunta: Até que ponto os cursos oferecidos por esta universidade contribuem para o desenvolvimento de espírito empreendedor nos jovens estudantes da A POLITÉCNICA em Maputo.

1.2. Perguntas de pesquisa

Para responder ao problema de pesquisa, várias perguntas serão formuladas, tais como:

- O que os estudantes entendem por empreendedorismo?
- Quais os factores que contribuem para a redução de iniciativas empreendedoras por parte dos estudantes?
- Que políticas o governo e a sociedade no geral, podem adoptar para incentivar o empreendedorismo nos estudantes?
- Quais os factores que podem contribuir para o aumento de jovens empreendedores em Maputo?
- Que características empreendedoras têm os estudantes finalistas?

1.3. Objectivos

1.3.1. Objectivo geral da pesquisa

Identificar os factores que influenciam iniciativas empreendedoras nos jovens estudantes da Universidade Politécnica em Maputo.

1.3.2. Objectivos específicos da pesquisa

- Identificar a percepção sobre o empreendedorismo nos estudantes;
- Identificar as causas que contribuem para a aparente falta de iniciativa por parte dos estudantes;

- Identificar as políticas governamentais para incentivar o empreendedorismo nos estudantes;
- Identificar os principais factores que podem contribuir para o aumento de jovens empreendedores em Maputo.

1.4. Hipótese

Tem se notado que existem muitos estudantes que terminam o seu curso universitário e têm dificuldade em arranjar emprego pois, sempre procuram trabalhar para terceiros em vez de se auto empregarem. Com base na pergunta de pesquisa, formulou-se as seguintes hipóteses:

“O conteúdo dos cursos ministrados na Universidade Politécnica incentiva o espírito empreendedor nos estudantes universitários”;

“O conteúdo dos cursos ministrados na Universidade Politécnica não incentiva o espírito empreendedor nos estudantes universitários”.

1.5. Justificativa

O tema desta investigação torna-se particularmente relevante, pelo facto de, em Maputo especificamente, estar a notar-se que há muitos jovens desempregados e muitos deles com uma formação superior. Assume-se que eles têm vontade de trabalhar, e não só vontade como também muitos planos e ideias para pôr em prática. Entretanto, algo os impossibilita de levar adiante tais projectos. É nisto que esta pesquisa pretende debruçar-se.

Importa também referir que, nos dias de hoje, é importante ter-se o espírito empreendedor, dado que no mundo de hoje por um lado aumenta a produção e o consumo e, por outro lado, os índices de desemprego também aumentam devido ao cada vez maior uso das novas tecnologias. Assim sendo, é do interesse de todos que esta questão do empreendedorismo seja bem estudada por forma a trazer vantagens para o nosso país, já que um dos objectivos actuais do governo é combater a pobreza.

Empreendendo em novos negócios os jovens estariam a auto empregar-se e a gerar emprego para outros jovens. Seriam donos do seu próprio negócio e contribuiriam para o crescimento económico. No entanto vários factores podem estar a dificultar ou a impossibilitar o empreendedorismo, daí a importância desta pesquisa.

Neste capítulo tratou-se da parte introdutória do trabalho. Portanto é uma forma de dar a conhecer o que será encontrado no seu corpo e qual a importância e necessidade deste estudo.

No capítulo que se segue, será feita uma revisão do que já foi falado em outras obras bibliográficas a cerca deste tema.

Capítulo II – Revisão da Literatura

Neste capítulo vai-se tratar dos aspectos ligados ao empreendedorismo, desde a sua origem, desenvolvimento, significado, até ao conceito de empreendedor e o que leva alguém a criar um novo negócio. Portanto será feita uma revisão da literatura existente acerca do tema empreendedorismo.

2.1. Definição de Empreendedorismo

O empreendedorismo é o processo dinâmico de criar riqueza, de acordo com Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2004), e essa riqueza é criada por indivíduos que decidem assumir riscos ligados ao património, tempo, comprometimento com a carreira ou que provêm valor para um produto ou serviço. Esse produto ou serviço pode ou não ser novo ou único, mas o valor deve ser, de algum modo, introduzido pelo empreendedor.

Existem várias e diferentes definições de empreendedorismo, já que os empreendedores são encontrados em todas as profissões. Mas em quase todas elas há alguns termos que estão sempre presentes, tais como: novidade, criação, organização, riqueza e risco. Portanto uma definição a considerar mais abrangente é a de Hisrich, R. D. et al (2004, pag. 29), segundo a qual:

“Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência económica e pessoal.”

Mas este processo não termina apenas com o lançamento de um novo empreendimento pois, segundo Baron, R. A. & Shane, S. A. (2007), é necessário também ter a capacidade de administrar uma nova empresa com sucesso, após a sua criação.

Como se pode observar na definição de empreendedorismo acima citada, encontram-se evidenciados quatro aspectos que definem o empreendedorismo independentemente da área em que ele é desenvolvido, são:

O processo de criação – consiste em criar algo novo, mas que tenha valor tanto para o empreendedor assim como para o público para o qual é desenvolvida, Hisrich, R. D. et al. (2004);

A dedicação do tempo e do esforço necessário – para criar algo novo e torná-lo operacional é necessário que o empreendedor dedique o máximo do seu tempo e se esforce bastante para que a sua criação tenha valor, Hisrich R. D. et al. (2004);

Assumir os riscos necessários – esse risco, dependendo do campo de actuação do empreendedor, pode tomar várias formas, mas no geral pertencem às áreas financeiras, psicológicas e sociais, Hisrich, R. D. et al. (2004). Portanto consiste em ter conhecimento de tal risco e decidir enfrentá-lo;

As recompensas de ser um empreendedor – segundo Hisrich, R. D. et al. (2004), as mais importantes dessas recompensas e a que a maioria dos empreendedores buscam são a independência e a satisfação pessoal. Depois vem a recompensa económica, para os empreendedores que procuram o lucro.

O processo de empreender envolve uma série de sentimentos como entusiasmo, frustração, ansiedade. Requer muito trabalho e está sujeito a um elevado índice de fracasso devido, segundo Hisrich, R. D. et al. (2004), à situações como baixa venda, intensa concorrência, falta de capital ou de capacidade administrativa. Os riscos financeiros e emocionais também podem ser muito altos. Este termo, risco, está associado ao empreendedorismo desde a sua origem à décadas atrás.

2.2. Origem e Desenvolvimento do Empreendedorismo

Período Inicial

A palavra empreendedorismo tem origem francesa, que significa aquele que está entre, segundo Hisrich, R. D. et al (2004), ou aquele que assume risco e começa algo novo, segundo Dornelas, J. (2005). Portanto na fase inicial o empreendedor era considerado como um intermediário, ou seja, um comerciante sem recursos (comerciante aventureiro), assinava um contrato com alguém que tivesse recursos, neste caso o capitalista, para vender as suas mercadorias pelo mundo fora. Assim sendo, o capitalista corria risco passivamente e o comerciante aventureiro assumia o papel activo no negócio, suportando todos os outros riscos. Finalizada a venda da mercadoria, os lucros eram divididos, cabendo ao capitalista a maior parte, Hisrich, R. D. (2004).

Idade Média

Nesta fase, de acordo com Hisrich, R. D. et al (2004), o termo empreendedor era usado para descrever tanto um participante, assim como um administrador de grandes projectos de produção. Em tais projectos ele administrava-o usando os recursos fornecidos pelo governo do país, portanto, ele não assumia grandes riscos. Um exemplo típico de um empreendedor da Idade Média, era o clérigo – pessoa então encarregada de obras arquitectónicas.

Século XVII

Foi no século XVII que se desenvolveu a relação entre empreendedorismo e risco, onde o empreendedor era a pessoa que fazia um acordo contratual com o governo para desempenhar um serviço ou fornecer certos produtos. O valor do contrato era fixo, assim sendo, quaisquer lucros ou prejuízos eram do empreendedor.

Foi neste âmbito, que Richard Cantillon em Hisrich, R. D. et al. (2004), desenvolveu uma das primeiras teorias do empreendedor, passando a ser considerado por alguns como o criador do termo. Ele ao observar que os comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais compravam mercadoria a um preço certo e vendiam a um preço incerto, estavam a operar com risco, é daí que passa a considerar o empreendedor como sendo alguém que corre e assume riscos.

Século XVIII

Foi neste século que, finalmente o empreendedor foi diferenciado do fornecedor de capital. Foi possível tal diferenciação graças a industrialização, pois novas tecnologias estavam sendo desenvolvidas. Mas os seus criadores eram incapazes de financiar suas invenções, tinham de recorrer a outras fontes particulares para obterem o capital de que precisavam. Portanto, eram usuários de capital – empreendedores – e não fornecedores de capital. Estes últimos são chamados, segundo Hisrich, R. D. et al. (2004), de investidores de risco, que consiste num administrador profissional de dinheiro que faz investimentos de risco a partir de um montante de capital próprio para obter uma alta taxa de retorno sobre o investimento.

Século XIX e XX

Até ao final do século XIX e início do século XX, não era possível distinguir-se empreendedores de gerentes. Só em meados do século XX é que se estabeleceu a noção de empreendedor como inovador, onde a função do empreendedor é a de reformar ou revolucionar o padrão de produção, explorando uma invenção ou um método tecnológico não experimentado, para produzir um novo bem ou um bem antigo de uma maneira nova, ou até um método para desenvolver uma nova estrutura tecnológica, Hisrich, R. D. et al. (2004).

A inovação, o acto de introduzir algo novo, é uma das mais difíceis tarefas para o empreendedor, pois para além de exigir a capacidade de criar, exige também do empreendedor, a capacidade de entender todas as forças em funcionamento no

ambiente. Mas mesmo assim, não são poucas as pessoas que decidem embarcar nessa aventura, tornando, deste modo, pertinente verificar o processo que leva essas pessoas a decidirem se tornar empreendedores.

2.3. Processo de Decisão de Empreender

Para Hisrich, R. D. et al (2004), os vários empreendimentos a nossa volta, são formados através de um processo humano muito pessoal que, apesar de ser único e individual, têm algumas características em comum, pois este processo de decisão de empreender parte, na maioria dos casos, de um abandono ou mudança do estilo de vida actual para a formação de uma nova empresa.

Esta decisão de abandonar ou mudar o estilo de vida actual não é fácil, porque requer muita coragem para sair do habitual e entrar no desconhecido.

Um aspecto que muitas vezes leva as pessoas a abandonarem o seu actual estilo de vida e embarcarem num novo negócio, é a ruptura com a entidade patronal. Esta ruptura pode ser por motivos de aposentadoria ou por demissão, o que origina uma força e vontade de agir, ou seja, criar o seu próprio negócio.

Uma outra situação que pode originar uma ruptura e a mesma força e vontade de agir, tal como afirma Hisrich, R. D. et al. (2004), é a falta de reconhecimento do indivíduo dentro da empresa, por exemplo, se alguém termina a formação superior e não é promovido, ele pode ficar frustrado, decidir demitir-se e abrir uma nova empresa.

Portanto, após decidir mudar o estilo actual de vida, o indivíduo decide formar uma nova empresa, quando se apercebe que isso é desejável e possível.

Formação de um novo empreendimento

Hisrich, R. D. et al. (2004) defende na sua obra, que a percepção que o indivíduo tem de que é desejável iniciar uma nova empresa é resultado da cultura, sub cultura,

família, professores e colegas a que o indivíduo está sujeito. Estes aspectos podem influenciar da seguinte maneira:

Cultura – uma cultura que valoriza a criação, com sucesso, de um novo negócio, dará origem a mais empreendimentos do que uma cultura que não dá valor. Ou seja, uma cultura deve colocar um alto valor nos indivíduos que são seus próprios padrões. Deve dar oportunidades individuais de se desenvolverem, alcançarem sucesso e ganhar dinheiro;

Sub cultura – dentro das estruturas culturais existem muitas sub culturas que acabam moldando sistemas de valores. Portanto, se essas sub culturas dão valor a iniciativas empreendedoras, estarão a impulsionar o empreendedorismo nessa região;

Família – segundo Hisrich, R. D. et al. (2004), estudos feitos pelo mundo indicam que a maioria de fundadores de empresas tinham pai e/ou mãe que valorizavam a independência profissional. Eles cresceram com a ideia de que o melhor que um indivíduo deve fazer, é criar o seu próprio negócio e ser autónomo. Assim, por influência da família, se tornam empreendedores;

Professores – estes também desempenham um papel importante como estimuladores do empreendedorismo, ao influenciarem os indivíduos para que considerem o empreendedorismo como algo viável e desejável. Escolas que tem cursos estimulantes nas áreas de empreendedorismo e inovação tendem a desenvolver empreendedores e podem impulsionar o ambiente empresarial;

Colegas – estes são muito importantes na decisão de formar uma empresa, quer no ambiente estudantil, assim como no profissional. Se existe um espaço onde os colegas se possam reunir para discutir ideias novas, problemas e soluções, isto poderá gerar mais empresas novas do que numa situação em que isto não é possível;

Mas não basta apenas o indivíduo ter a percepção de que é desejável ou necessário iniciar uma nova actividade, existem uma série de factores que contribuem ou não, para a criação de um novo empreendimento, são eles:

Governo – que contribui fornecendo infra-estruturas para ajudar e apoiar o novo empreendimento. Outro aspecto é em relação às taxas de imposto. Se estas forem extremamente repressivas para empresas e indivíduos, podem limitar a formação de novas empresas, pois estas não terão condições financeiras para começar e crescer;

Experiência – ter experiência e educação formal anterior em negócios surge como uma mais valia para um potencial empreendedor formar e administrar um novo empreendimento;

Modelos de referência – um modelo de referência pode ser uma valiosa influência para que a formação de uma empresa pareça possível. Os modelos de referência servem como uma espécie de exemplo a ser seguido pelo indivíduo e podem ser a família, amigos ou outros empreendedores.

2.4. O Empreendedor

Ao analisar a literatura no que diz respeito ao perfil do empreendedor, foi possível perceber que existem vários estudos desenvolvidos acerca deste tema e que têm criado muita polémica. Alguns autores e pesquisadores desta área defendem que, para ter sucesso, é necessário possuir um perfil especial ou um conjunto de características que os distinguem daqueles que não conseguem conquistar os seus objectivos. Mas, na verdade, existem várias características que podem estar presentes tanto nos empreendedores assim como nas pessoas que não empreendem.

Na tentativa de entender o perfil do empreendedor, Dornelas, J. (2007) elaborou a tabela abaixo, onde se encontram resumidas as principais características dos empreendedores, evidenciadas por diferentes autores e em várias décadas.

Tabela 1: Principais características empreendedoras de acordo com cada autor nele referenciado

Ano	Autor	Principais características empreendedoras encontradas
1848	Mill	Assumir o risco
1917	Weber	Autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação, iniciativa
1954	Sutton	Desejo de responsabilidade
1959	Hartman	Autoridade formal
1961	McClelland	Assumir riscos, necessidade de realização, optimismo, relacionamento (afiliação), poder, auto consciência
1963	Davids	Ambição, desejo de independência, responsabilidade, autoconfiança
1964	Pickle	Foco, relacionamento, habilidade de comunicação, conhecimento técnico
1969	Gould	Percepção de oportunidade, motivado pela realização
1969	Wainer & Rubin	Realização, poder e afiliação
1970	Collins & Moore	Satisfação e prazer pelo que faz
1970	Hornaday & Bunker	Necessidade de realização, inteligência, criatividade, iniciativa, liderança, desejo de ganhar dinheiro, desejo de reconhecimento, orientado à realização, poder, tolerância às incertezas
1971	Palmer	Mensuração do risco
1971	Hornaday & Aboud	Necessidade de realização, autonomia/independência, histórico familiar, agressividade, poder, reconhecimento, inovação, independência
1972	Draheim	Experiência, credibilidade
1972	Howell	Influências (modelos de referência)
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Auto controle
1974	Liles	Necessidade de realização
1977	Gasse	Orientado a valores pessoais
1978	Timmons	Foco/centrado, autoconfiança, orientado a meta, risco calculado, auto controle, criatividade, inovação
1979	DeCarlo & Lyons	Realização, independência e liderança
1980	Brockhus	Propensão a assumir riscos
1980	Hull, Bosley & Udell	Interesse em fama e dinheiro, auto controle, propensão a assumir riscos, criatividade, realização
1980	Sexton	Energia/ambição, reacção positiva ao fracasso (superação)
1981	Hisrich & O'Brien	Auto disciplina, perseverança, desejo de sucesso, orientado pela acção, orientado a metas
1981	Mescon & Montanari	Realização, autonomia, dominância, controle, organização
1981	Welsch & White	Necessidade de controlar, busca por responsabilidade, autoconfiança, assume desafios, risco calculado
1982	Dunkelberg &	Orientado ao crescimento, senso de independência,

	Cooper	especialização
1982	Welsch & Young	Auto controle, maquiavelismo, auto-estima, assume riscos, aberto a inovação, optimismo

Fonte: Dornelas, J. C. A. (2004)

Existem outras características apontadas por outros autores, como:

- Inovador, vontade de aprender, Gerber, M. E. (1996);
- Imaginação, necessidade de êxito, El-Namaki, M. S. S. (1990).

Pode-se notar, a partir da tabela e das características acima apontadas, que não há muita diferença nas principais características do empreendedor apontadas pelos diferentes autores ao longo das últimas décadas, embora algumas características sejam mais citadas que outras. É por esta razão que se torna difícil encontrar uma única definição sobre o que é ser empreendedor e como identificá-lo, o que leva a crer que a resposta seja, exactamente, que não há um modelo único de empreendedor ou uma definição única.

Mas, segundo Dornelas, J. (2007), em qualquer definição de empreendedorismo encontram-se, pelo menos os seguintes aspectos referentes ao empreendedor:

- Iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz;
- Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e económico onde vive;
- Aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar.

Portanto, tomando os aspectos acima como premissa, pode-se definir o empreendedor, de uma maneira mais abrangente e objectiva, segundo Gartner (1989) em Dornelas, J. (2007), como sendo: aquele que faz acontecer; se antecipa aos factos e tem uma visão futura da organização.

É muito importante que o empreendedor tenha uma rede de contactos bem estabelecida, isto é, deve ser muito bem relacionado, por forma a ter com quem contar sempre que precisar.

É importante ter em atenção que quando se diz que o empreendedor assume o risco, não significa que ele seja uma pessoa inconsequente que entra em qualquer negócio sem antes fazer uma análise, pelo contrário, ele procura saber até quanto poderá perder caso as coisas não aconteçam conforme o planeado. Mas ele tem a noção de que só arriscando é que poderá progredir, então, o importante aqui é fazer o balanceamento entre o risco e a recompensa. Em relação a análise do risco, Dornelas, J. (2007) chama de risco calculado o que consiste em prever alguns aspectos que poderão dar errado nesse empreendimento e definir antecipadamente que acções tomar caso o pior aconteça, isto é, estabelecer cenários alternativos.

2.5. Tipos de Empreendedor

De acordo com as várias características que os empreendedores podem ter, Gartner (2007) agrupou-os em oito grupos, nomeadamente:

a) Empreendedor Nato (Mitológico)

Aqueles que geralmente começam do nada e acabam por crescer bastante. Começam ainda muito jovens a trabalhar, adquirem habilidade de negócio e aos poucos criam grandes impérios.

São visionários, optimistas, comprometem-se completamente para realizar os seus sonhos. Geralmente tem como referencias e exemplos a seguir, os valores familiares e religiosos. E acabam por se tornar, eles mesmos, uma grande referência.

b) Empreendedor que aprende (Inesperado)

Este tem sido o tipo mais comum. É caracterizado por alguém que, quando menos esperava, deparou-se com uma oportunidade de negócio e decidiu abandonar o que

fazia para se dedicar ao negócio próprio. Portanto, tem de aprender a lidar com as novas situações e se envolver em todas as actividades de um negócio próprio.

Geralmente demoram algum tempo para tomar a decisão, excepto se estiverem numa situação de desempregado ou se estiverem a correr risco de serem demitidos.

c) Empreendedor serial (cria novos negócios)

O empreendedor serial para além de ser apaixonado pelas empresas que cria, é principalmente, apaixonado pelo acto de empreender.

Ele não se contenta em criar um negócio e gerí-lo até que se torne uma grande corporação, prefere criar, desenvolver e partir para novos desafios, pois acredita nas oportunidades e não descansa enquanto não as vê implementadas.

Como normalmente é uma pessoa dinâmica, prefere o desafio de criar algo novo. Por isso, geralmente está atento a tudo ao seu redor, adora conversar com pessoas, participar em eventos e associações. Tem uma habilidade incrível de montar equipas, motivar, captar recursos para o início do negócio e colocar a empresa em funcionamento. Ao concluir um desafio, precisa de outro para se manter motivado, envolvendo-se, as vezes, em vários negócios ao mesmo tempo.

d) Empreendedor corporativo

São geralmente executivos bastante competentes, com uma boa capacidade de gerência e elevado conhecimento de ferramentas administrativas. Trabalham tendo em vista os resultados. Encaram o desafio de trabalhar em condições de restrita autonomia, pois nunca têm o caminho totalmente livre para agir. Isto faz com que eles desenvolvam estratégias avançadas de negociação, sendo, deste modo, hábeis comunicadores e vendedores de suas ideias. Sabem se auto promover e são ambiciosos, adoram planos com metas ousadas e recompensas variáveis.

Este tipo de empreendedores, segundo Garter (2007), se saírem da corporação para criar o próprio negócio podem ter problemas no início, pois estão habituados às regalias e ao acesso a recursos que o mundo corporativo lhes proporciona.

O empreendedor corporativo nos últimos anos, tem estado mais em evidência, devido a crescente necessidade das grandes organizações de se renovar, inovar e criar novos negócios.

e) Empreendedor social

Este tipo de empreendedor é como se tivesse a missão de construir um mundo melhor para as pessoas, já que está constantemente envolvido em causas humanitárias com comprometimento individual, criando oportunidades para quem não tem acesso a elas.

As suas características são semelhantes as dos demais empreendedores, a diferença está, apenas no facto destes realizarem-se vendo os seus projectos trazerem benefícios para os outros e não para si próprios. Portanto, este é o único tipo de empreendedor que não tem como um de seus objectivos ganhar dinheiro, pelo contrário, prefere compartilhar seus recursos, contribuindo para o desenvolvimento das pessoas.

f) Empreendedor por necessidade

O empreendedor por necessidade é aquele que cria o próprio negócio porque não tem alternativa, na maioria dos casos porque foi demitido ou porque não tem acesso ao mercado de trabalho, portanto não tem outra alternativa a não ser trabalhar por conta própria.

Geralmente começam por pequenos negócios informais, já que buscam apenas o mínimo para sobreviver. As suas iniciativas empreendedoras são pouco inovadoras.

É muito comum este tipo de empreendedores em países em desenvolvimento, onde as taxas de desemprego são elevadas, como o caso de Moçambique. A sua existência em

grande quantidade é um problema social, pois estes não contribuem com impostos e outras taxas.

g) Empreendedor herdeiro (sucessão familiar)

Este tipo de empreendedor tem a missão, logo cedo, de dar continuidade aos negócios da sua família. Eles, muitas vezes pertencem a famílias empreendedoras que vão passando esta missão de geração para geração. Sendo assim, começam bem cedo a entender como funciona o negócio e a assumir algumas responsabilidades na empresa e ainda jovens acabam assumindo cargos de direcção.

Os empreendedores herdeiros, nem sempre encarregam-se de administrar as suas empresas, geralmente contratam pessoas especialistas para a administração e eles apenas aparecem para dar opiniões.

O seu desafio é multiplicar o património herdado. São independentes e tem o desejo de inovar. Eles, geralmente aprendem a arte de empreender com a família e depois seguem os seus próprios passos.

h) Empreendedor “normal” (Planejado)

Empreendedor normal é aquele que busca minimizar os riscos, que se preocupa com os próximos passos do negócio, que tem uma visão clara do futuro e que trabalha em função de metas, portanto faz um planeamento antes de começar o negócio, ao contrário do que acontece com a maioria dos empreendedores.

Segundo Dornelas (2007), este é o tipo de empreendedor mais completo do ponto de vista da definição do empreendedor e o que deveria servir de referência a ser seguida.

2.6. Empreendedor versus Empresário

Muitas vezes confunde-se o empresário com o empreendedor, por isso importa aqui, fazer uma breve distinção entre estas duas figuras.

De acordo com Leite, E. F. (2000), todo o empresário é empreendedor, mas nem todo o empreendedor é necessariamente um empresário. O empresário é aquele que administra, gere uma empresa e a faz progredir, enquanto que o empreendedor inicia, cria algo, ele é capaz de montar uma estrutura com base num planeamento e a transformar em algo permanente. Resumindo o empreendedor cria e o empresário chega após o empreendimento existir.

Ser empreendedor não é o mesmo que ser empresário, na medida em que o empresário é aquele que por uma razão qualquer chegou a posição de dono da empresa e usufrui dos seus lucros, já o empreendedor, segundo Leite, E. F. (2000), o empreendedor é alguém que cria algo de novo, algo diferente, que modifica ou transforma valores. Ele procura a mudança e explora-a como sendo uma oportunidade. Portanto, a inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor e a capacidade de enxergar oportunidades é a sua característica principal.

De um modo geral pode-se concluir que o empreendedor inicia algo novo com base numa oportunidade criada pelo mercado e o empresário aparece depois para fazer a gestão, administrar e desenvolver a empresa.

2.7. Incubadora de Empresas

Incubadoras de empresas definem-se como sendo organizações que sistematizam o processo de criação de novas empresas a partir da selecção de ideias consideradas boas ou empreendedoras, oferecendo apoio desde a fase de definição, implantação, desenvolvimento, até chegar à maturidade do negócio, altura em que a empresa

consegue dar continuidade à actividade sozinha. (www.geranegocio.com.br, consultado em Outubro de 2009).

O termo incubadora de empresas nasceu inspirado no equipamento hospitalar criado para proporcionar as funções vitais dos recém-nascidos que precisam de tratamento especial, pois a incubadora empresarial também proporciona as facilidades vitais para o surgimento, desenvolvimento e consolidação de novas empresas, assim como infraestrutura física e administrativa, apoio técnico e gerência, serviços básicos e qualificação. (www.geranegocio.com.br, consultado em Outubro de 2009).

A primeira incubadora empresarial de que se tem notícia é a do laboratório da Universidade de Stanford, criada em 1938. Com o passar do tempo a ideia foi se expandindo um pouco por toda o mundo.

Uma incubadora de empresas é uma forma interessante de estímulo ao empreendedorismo na medida em que fortalece e prepara pequenas empresas para sobreviver no mercado, pois ela preocupa-se em oferecer às pequenas empresas, apoio estratégico durante os primeiros anos de existência. (www.e-commerce.org.br, consultado em Dezembro de 2009).

Uma incubadora tem como objectivo principal reduzir a taxa de falência das pequenas empresas. E para isso, as incubadoras oferecem um ambiente flexível e encorajador onde, são oferecidas uma série de facilidades para o surgimento e crescimento de novos empreendimentos, a um custo bem menor do que no mercado, já que esses custos são divididos e às vezes subsidiados.

A incubadora terá maior probabilidade de sucesso das empresas instaladas, se o processo de selecção, captar os melhores projectos e seleccionar os empreendedores mais aptos, ou seja, devem ser seleccionadas as melhores ideias, os melhores planos de negócios, e os empresários que demonstrem nas entrevistas melhor capacidade empreendedora.

Os apoios geralmente oferecidos por uma incubadora, de acordo com www.e-commerce.org.br, consultado em Dezembro de 2009, são:

Infra-estrutura – Salas individuais e colectivas, biblioteca, laboratórios, auditório, salas de reunião, recepção, cozinha, estacionamento, etc;

Serviços Básicos – Telefone, Internet, recepcionista, segurança, máquina fotocopadora, impressora, etc;

Assessoria – Gerência, contabilística, jurídica, controle de custo, gestão financeira, comercialização, exportação, e para o desenvolvimento do negócio;

Qualificação – Treino, cursos, assinaturas de revistas, jornais e publicações;

Rede de Trabalho – Contactos com entidades governamentais e investidores, participação em eventos de divulgação das empresas, fóruns, etc.

De acordo com www.geranegocio.com.br, consultado em Outubro de 2009, as incubadoras podem ser classificadas:

- Quanto ao grau de tecnologia envolvida, que se subdivide em:
 - Incubadoras de Base tecnológica – estão ligadas a universidades e instituições de pesquisa, localizam-se dentro das próprias instalações ou proximidades. Visam incubar, na maioria das vezes, ideias viáveis, que surgem a partir de estudos e pesquisas desenvolvidas nessas instituições;
 - Incubadoras de empresas tradicionais – são as que não precisam estar localizadas nas proximidades de universidades nem centros de pesquisa;
 - Incubadoras mistas – que abrigam empresas tecnológicas e as ditas tradicionais.

- Quanto à localização física das empresas incubadas, subdividem-se em:
 - Incubadoras fechadas – são incubadoras instaladas em espaços fechados, dividida em módulos para as empresas incubadas e com um módulo comum para todas empresas, que serve de recepção, sala de reuniões, cozinha e casa de banho;
 - Incubadoras abertas ou sem paredes – são incubadoras onde as empresas incubadas não compartilham um espaço físico definido, elas ficam dispersas numa área pré-estabelecida, não compartilham custos relacionados com o agrupamento físico, apenas compartilham custos relativos ao uso de laboratórios, assistência técnica e jurídica.

2.8. Conceitos Utilizados

Ao longo da revisão bibliográfica, vários termos foram utilizados. Alguns apresentam alguma importância por estarem associados a factores chaves e outros nem tanto. Por isso, importa aqui realçar o significado de alguns dos termos considerados relevantes para a percepção deste trabalho.

Inovação é definida como o processo que inclui as actividades técnicas de concepção, de desenvolvimento e de gestão, que resulta na comercialização de novos (ou melhorados) produtos, ou na primeira utilização de novos (ou melhorados) processos. Segundo Schumpeter, J. A. (1984), inovação é o impulso fundamental que coloca e mantém em movimento o progresso económico.

O conceito mais amplo de inovação é aquele relacionado com a novidade que, necessariamente, não seja uma originalidade, mas que no contexto da organização é novo. A inovação pode envolver refinamento ou modificação de políticas existentes, procedimentos, linhas de productos, serviços, etc. Assim, uma inovação é uma

mudança que reúne critérios particulares, porém, uma mudança não necessita ser uma inovação, Brazeal, D. V. E & Theodore, T. H. (2000).

Oportunidade deriva de oportuno, cuja origem no latim significa “tempo certo”. De acordo com Bolson, E. L. (consultado em Dezembro de 2009), ideias para negócios surgem a todo o momento porém as oportunidades reais são poucas. Elas surgem quando o empreendedor descobre uma necessidade ou desejo insatisfeito, quando a ideia se ajusta ao seu perfil e ao montante de recursos disponíveis, quando cria ou adiciona valor para os clientes e quando chega ao mercado no momento certo.

As oportunidades para negócios estão por toda parte onde haja actividade humana, até nos mais saturados e antigos ramos de negócios existem nichos de oportunidade para quem cria e inova, portanto um homem sábio preocupa-se em criar mais oportunidades do que em encontrá-las.

A formação de futuros empreendedores, segundo Bolson, E.L. (consultado em Dezembro de 2009), deve-se fundamentar no desenvolvimento de atitudes proactivas que visam identificar e capturar oportunidades para novos negócios. O empresário também precisa de receber ferramentas que permitam distinguir claramente uma vaga ideia de negócio de uma oportunidade real, concreta, que agrega valor, que inova, que diferencia e tem potencial para gerar lucro.

Sucesso é uma consequência. É o resultado de algum acontecimento, de alguma acção. Segundo Haddad, C. (consultado em Dezembro de 2009), a maioria das pessoas bem sucedidas só perceberam que tinham conquistado o sucesso algum tempo depois. O sucesso exige todo um processo muitas vezes com graus de dificuldades e algumas barreiras, mas que para alcançá-lo deve-se seguir passo por passo. Existem alguns aspectos levantados por Haddad, C. (consultado em Dezembro de 2009), que se devem ter em consideração em relação ao sucesso, que são:

- O sucesso é uma consequência. Devemos chamá-lo de realização;
- Não se almeja o sucesso e sim um objetivo. A realização do objetivo é o desejado sucesso;

- A vida é cheia de desafios e cada etapa vencida já é considerada um sucesso;
- Existem vários tipos de sucesso, não só o profissional, pois deve-se ter sucesso na família, na saúde, no convívio social, etc, e o equilíbrio entre todas essas áreas é um sucesso;
- O sucesso é consequência de vários fatores, inclusive sorte.

A revisão da literatura efectuada com relevância para o conceito do empreendedorismo, tipos de empreendedor e o processo de decisão de empreender, contribuiu para a formulação do questionário que foi aplicado aos estudantes e para a elaboração das conclusões do trabalho.

Capítulo III – Metodologia de Pesquisa

Para que um conhecimento possa ser considerado científico, é necessário identificar as operações mentais e técnicas que possibilitam a sua verificação, ou seja, determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento, Gil, A. C. (1987).

Portanto, de acordo com Gil, A. C. (1987), pode-se definir método como sendo o caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para se atingir o conhecimento.

A metodologia, segundo Richardson, R. J. (1999), são regras estabelecidas para o método científico, como por exemplo, a necessidade de observar, a necessidade de formular hipóteses, a elaboração de instrumentos de pesquisa, etc.

Neste capítulo serão apresentados os métodos, a classificação e as características desta pesquisa, bem como a selecção da amostra a ser pesquisada. A análise e a interpretação dos resultados serão apresentadas no capítulo seguinte

3.1. Método da Pesquisa

Não existe clareza, por parte de muitos autores, quanto à distinção entre os métodos qualitativos e quantitativos, uma vez que consideram, até certo modo, a pesquisa tanto qualitativa como quantitativa, já que uma não substitui a outra, pelo contrário, elas se complementam.

A pesquisa quantitativa é um método de pesquisa social que utiliza técnicas estatísticas. É o mais adequado para apurar opiniões e atitudes explícitas e conscientes dos entrevistados, pois utilizam instrumentos padronizados com perguntas claras e objectivas, o que garante a uniformidade de entendimento dos pesquisados. Este tipo de pesquisa é utilizado quando se sabe exactamente o que deve ser perguntado para se

atingir os objectivos da pesquisa. Pode ser aplicado à muitas pessoas. Rocha, H. (Consultado em Maio 2009).

Já a pesquisa qualitativa tem carácter exploratório. Estimula os entrevistados a pensar e falar livremente sobre algum tema, objecto ou conceito. Ela faz emergir aspectos subjectivos, atinge motivações não explícitas, ou mesmo não conscientes, de forma espontânea. Neste tipo de pesquisa, normalmente as informações são colectadas por meio de um roteiro, as opiniões dos participantes são gravadas ou anotadas e posteriormente analisadas. O número de entrevistados geralmente é pequeno. Rocha, H. (Consultado em Maio 2009).

Quanto à análise dos resultados colhidos, na pesquisa qualitativa eles são analisados de acordo com o roteiro aplicado e registados em relatório, apenas se destacando opiniões, comentários e frases mais relevantes que surgiram. Enquanto que na pesquisa quantitativa, além das interpretações e conclusões, deve-se mostrar tabelas percentuais e gráficos. Rocha, H. (Consultado em Maio 2009).

Resumindo, o importante na pesquisa qualitativa é o que se fala sobre um tema, enquanto que na pesquisa quantitativa o importante é quantas vezes é falado.

3.2. Tipo de Pesquisa

Este trabalho assentará numa pesquisa social, pelo simples facto de ter a finalidade de descobrir resposta para um determinado problema, mediante o emprego de procedimentos científicos. Portanto, a pesquisa social é um processo que permite a obtenção de novos conhecimentos, no campo da realidade social, isto é, todos os aspectos relativos ao homem, em seus múltiplos relacionamentos com outros homens e instituições sociais, Gil, A. C. (1987).

Sabino (1979) em Gil, A. C. (1987), distingue três tipos de pesquisa: exploratória, descritiva e explicativa.

O presente trabalho será uma pesquisa do tipo explicativa, pois tem como preocupação central identificar os factores determinantes de um dado problema ou fenómeno, Gil, A. C. (1987). Este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, por se preocupar em explicar a razão, o porquê das coisas.

De acordo com Gil, A. C. (1987) entende-se por método, o caminho para chegar a determinado fim. Portanto para esta pesquisa será usado o método qualitativo, dado que este método possibilita uma melhor visão e compreensão do contexto do problema. Para além de que não será possível quantificar os dados a serem analisados, portanto o ideal é o método qualitativo, Gil, A. C. (1987).

3.3. Colecta de Dados

Para a realização desta pesquisa foi utilizado como instrumento de colecta de dados, o questionário, que pode ser definido como, de acordo com Gil, A. C. (1987, pg. 124), “a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.”

Portanto, a escolha do questionário como método de colecta de dados foi pelo facto deste permitir obter informações de um maior número de estudantes em um tempo relativamente curto, garantir o anonimato das respostas, não expor os pesquisados à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistador e, por apresentar uma certa uniformidade entre as medições, já que o vocabulário, a ordem das perguntas e as instruções são iguais para todos os pesquisados.

Os questionários foram distribuídos pelos estudantes do quarto ano da Universidade Politécnica de Maputo.

Por questões éticas, os questionários não contêm o nome dos pesquisados, sendo somente analisadas as respostas para cada item do questionário.

3.4. População Pesquisada

A pesquisa foi realizada na Universidade Politécnica, tendo como alvo, estudantes do último semestre de todos os cursos leccionados nesta universidade.

Geralmente as pesquisas sociais envolvem um universo de elementos muito grande, tornando-se difícil considerá-los na totalidade, daí, a necessidade de se trabalhar com uma amostra.

Em termos estatísticos, universo é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características. E amostra é o subconjunto do universo, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo, Gil, A. C. (1987).

Segundo Gil, A. C. (1987), o que confere fundamentação científica à amostragem, são as leis estatísticas em que ela se fundamenta. São elas: a lei dos grandes números; a lei da regularidade estatística; a lei da inércia dos grandes números e a lei da permanência dos pequenos números.

Segundo a lei dos grandes números, se numa prova, um evento se repete grande número de vezes, a relação entre as vezes que se produz o sucesso e a quantidade total de provas tende a aproximar-se cada vez mais da probabilidade, ou seja, se um evento se repete grande número de vezes, a sua ocorrência tende a aproximar-se da quantidade total, Gil, A. C. (1999).

A lei da regularidade estatística indica que um conjunto de “n” unidades tomadas ao acaso de um conjunto maior “N” terá provavelmente as características do grupo maior, Gil, A. C. (1999).

A lei da inércia dos grandes números defende que na maioria dos fenómenos, quando uma parte varia em determinada direcção, existe a probabilidade de que uma parte igual varie em direcção oposta, Gil, A. C. (1999).

Por fim, a lei da permanência dos pequenos números diz que, se uma amostra numerosa é representativa da população, uma segunda amostra de igual proporção será semelhante à primeira, Gil, A. C. (1999).

O universo da pesquisa consiste em 295 estudantes, que representam o número total de estudantes do 8º semestre, neste caso, último ano da Universidade Politécnica em Maputo.

Existem, de acordo com Gil, A. C. (1987), dois grandes grupos de classificação da amostra para pesquisas sociais. São eles: amostragem probabilística, que são rigorosamente científicos e baseiam-se nos princípios fundamentais da amostragem e amostragem não-probabilística, que não apresenta fundamentação matemática ou estatística, dependendo unicamente de critérios do pesquisador.

A amostragem probabilística, por sua vez, se subdivide em aleatória simples, sistemática, estratificada, por conglomerado e por etapas.

Para esta pesquisa recorreremos a uma amostragem probabilística, assente na selecção aleatória simples dos elementos da amostra.

3.5. Determinação do Tamanho da Amostra

Para determinar o tamanho da amostra em população finita, ou seja, quando a população não ultrapassa 100.000 elementos, segundo Gil, A. C. (1987), recorre-se a seguinte fórmula:

$$n = \frac{t^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + t^2 * p * q}$$

Onde: n = Tamanho da amostra

t² = Nível de confiança escolhido, expresso em número de desvio padrão

p = Percentagem com a qual o fenómeno se verifica

q = Percentagem complementar ($100 - p$)

N = Tamanho da população (universo)

e^2 = Erro máximo permitido

Segundo Gil A. C. (1999, p. 106), “O erro de medição é expresso em termos percentuais e nas pesquisas sociais trabalha-se usualmente com uma estimativa de erro entre 3 e 5%.” Nesta pesquisa trabalhamos com o erro máximo de 5%.

A percentagem com a qual o fenómeno se verifica é 50%. Pois quando não é possível se verificar a percentagem com a qual o fenómeno se verifica, considera-se o valor máximo de p , que é 50, Gil A. C. (1987).

Portanto, tendo em conta os aspectos acima e considerando um nível de confiança de 95%, teremos o seguinte cálculo para a obtenção da amostra.

$$n = \frac{4 * 50 * 50 * 295}{25 * (295 - 1) + 4 * 50 * 50}$$

$$n = \frac{2950000}{7350 + 10000}$$

$$n = \frac{2950000}{17350}$$

$$n = 170$$

Esta amostra será do tipo de julgamento, porque serão escolhidos apenas jovens com os perfis acima definidos. E do tipo de conveniência, pois serão seleccionados, dentro do grupo escolhido, os elementos que se mostrarem disponíveis, Gil, (1987).

Através deste capítulo foi possível ver todos os aspectos que nos ajudaram a chegar até aos dados de que precisávamos para fazer este estudo. Portanto, nele, trataram-se todos os aspectos e métodos usados para colher os dados.

Após a colecta dos dados é necessário analisá-los e interpretá-los de modo a tirar conclusões para o nosso estudo. Deste modo o capítulo que se segue é reservado à análise dos dados.

Capítulo IV – Apresentação e Análise dos Resultados

Antes de passarmos para a fase de interpretação dos dados, convém fazer uma breve apresentação sobre o local de onde os dados foram colhidos, neste caso a Universidade Politécnica.

4.1. A Universidade Politécnica

A Universidade Politécnica começou por se chamar Instituto Superior Politécnico e Universitário (ISPU), uma instituição universitária privada, criada em 1995, com a autorização do Conselho de Ministros, deliberada no Decreto nº 44/95, publicado no Boletim da República no dia 15 de Novembro de 1995, onde também se encontra toda a regulamentação desta instituição.

Esta foi a primeira universidade privada a ser criada no nosso país. Surgiu numa altura em que nem sequer havia uma legislação para as universidades privadas, o que se pode considerar que o ISPU foi pioneiro nesta área.

Vocacionado para três grandes domínios: Ciências Empresariais, Ciências Sociais e Tecnologias, no ano lectivo de 1998 à 1999 este Instituto foi dividido em duas escolas superiores, independentes: Escola Superior de Gestão e Tecnologia e Escola Superior de Ciências Jurídicas e Sociais.

Aquando da sua criação, o ISPU oferecia licenciaturas em 8 cursos, nomeadamente:

- Administração e Gestão de Empresas;
- Informática, que possui duas variantes: a de Informática de Gestão e a de Telecomunicações e Novas Tecnologias;
- Contabilidade e Auditoria;
- Engenharia Civil, que se subdivide em Engenharia de Construções e Estruturas e Engenharia de Transportes;

- Turismo e Gestão de Empresas Turísticas;
- Ciências Jurídicas;
- Ciências da Comunicação, que se subdivide em duas variantes: variante de Jornalismo e Relações Públicas e a variante de Marketing e Publicidade;
- Psicologia, que também possui duas variantes: Psicologia das Organizações e do Trabalho e Psicologia Clínica e de Aconselhamento.

4.1.1. Objectivos Gerais do ISPU

De acordo com o artigo 3º do Decreto nº 44/95, de 13 de Setembro, o ISPU foi criado tendo os seguintes objectivos gerais:

- Formar cientistas e técnicos qualificados nas áreas do conhecimento;
- Incentivar a investigação científica, tecnológica e cultural, por forma a resolver problemas relevantes para a sociedade, apoiar no desenvolvimento do país e contribuir para o conhecimento científico;
- Assegurar a ligação ao trabalho em todos os sectores e ramos de actividade económica e social, como meio de formação técnica e profissional dos estudantes;
- Realizar actividades de extensão, através da difusão e intercâmbio do conhecimento técnico-científico;
- Realização de acções de actualização de profissionais graduados pelo ensino superior, numa perspectiva de formação contínua;
- Desenvolver acções de pós-graduação, como forma de aperfeiçoamento científico e técnico dos profissionais de nível superior;
- Formar e desenvolver progressivamente um corpo de docentes de elevada carreira científica, como forma de assegurar o desenvolvimento harmonioso do Instituto.

4.1.2. Passagem de Instituto para Universidade

Tendo em consideração a necessidade de se adequar o quadro jurídico do ISPU à evolução registada nos seus doze anos de existência e tendo em consideração o facto de ter sido assumida com sucesso a sua natureza de instituto, privilegiando, simultaneamente, o desenvolvimento da componente politécnica e humanística, segundo o Decreto nº 42/2007, de 5 de Outubro de 2007, reconheceu-se que transformando-se o ISPU em Universidade poderia permitir que esta instituição prosseguisse melhor com a sua missão e objectivos.

O Conselho de Ministros deliberou através do decreto nº 42/2007, de 5 de Outubro de 2007, a transformação do Instituto Superior Politécnico e Universitário em Universidade Politécnica, com a designação abreviada de “A Politécnica”. Esta é uma instituição privada de ensino superior, que tem por objectivo principal desenvolver actividades nos domínios do ensino, da investigação científica e tecnológica e da extensão, assim como, desenvolver actividades subsidiárias e complementares desse objectivo.

4.1.3. Objectivos Gerais da A Politécnica

A Politécnica, de acordo com o artigo 6º do Decreto nº 42/2007, tem para além dos definidos na lei, os seguintes objectivos gerais:

- Reforçar o sentimento patriótico;
- Intervir criticamente na análise e debate de questões de interesse público, a nível nacional e internacional;
- Contribuir para a eliminação das assimetrias no desenvolvimento nacional, nomeadamente, através da promoção do acesso dos cidadãos ao ensino e à formação.

4.1.4. Órgãos de Gestão da Universidade Politécnica

Segundo o artigo 8º do Decreto nº 42/2007, a Politécnica tem os seguintes órgãos de gestão:

- a) **Reitor**, a mais alta autoridade de A Politécnica. O seu mandato é de quatro anos, podendo ser reconduzido;
- b) **Conselho de Reitoria**, é o mais alto órgão colegial de natureza deliberativa. É composto pelo Reitor, dois vice-reitores e um máximo de quatro pró-reitores;
- c) **Conselho Científico**, este é o órgão colegial de natureza deliberativa e executiva. É constituído por vice-reitor da área, pró-reitores e directores da área científico-pedagógica, bem como por todos os doutores e professores de nomeação definitiva em exercício de funções;
- d) **Conselho Pedagógico**, que é o órgão de natureza executiva e consultiva. Composto pelos directores das unidades orgânicas, directores académicos e das bibliotecas, pelos chefes dos departamentos e por representantes de docentes e de estudantes;
- e) **Conselho Directivo**, órgão de natureza executiva. Fazem parte dele os directores das unidades orgânicas e das unidades transversais complementares.

Como se pode observar, esta é uma instituição que muito tem estado a crescer, basta para isso observar o facto de ter sido a primeira instituição privada de ensino superior a surgir no país, começando por ser instituto e hoje tendo se transformado em universidade. Isto mostra que os seus órgãos de gestão estão preocupados em inovar de modo a crescer cada vez mais para o bem da universidade assim como dos seus estudantes.

Foi neste contexto de inovação, que escolhemos trabalhar nesta universidade para a colecta de dados para a nossa pesquisa. A fase seguinte será a análise interpretação desses dados.

4.2. Resultado dos Inquéritos

Após o processo de colecta é necessário proceder-se a análise e interpretação desses dados como forma de tirar conclusões para o nosso estudo. Portanto, far-se-á uma análise e interpretação de todas as respostas obtidas nos questionários que foram distribuídos pelos estudantes do 4º ano da Universidade Politécnica.

4.2.1. Perfil dos Estudantes

Em relação ao perfil do estudante foram obtidos os seguintes dados ilustrados no gráfico a seguir.

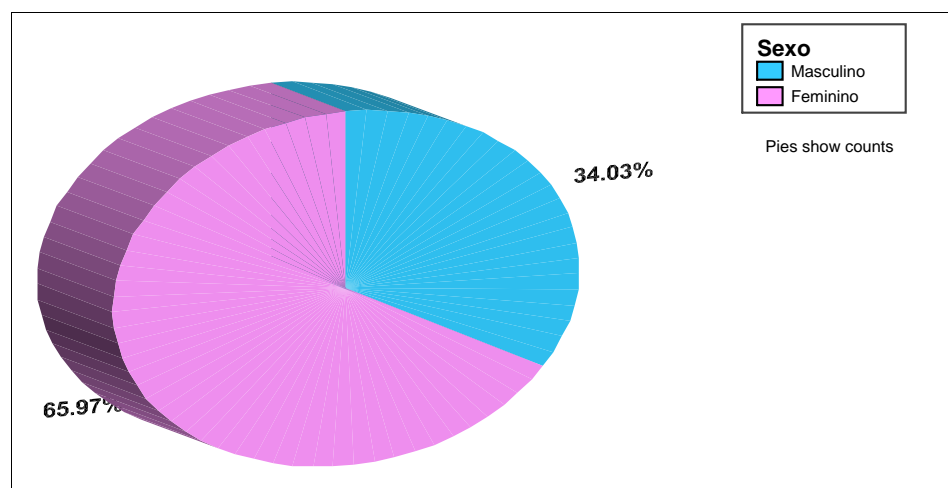


Gráfico 1: Distribuição dos estudantes por sexo

Do gráfico observa-se que mais de metade dos estudantes são do sexo feminino (65.97%) e os restantes 34.03% do sexo masculino. A maioria dos estudantes tem menos de 31 anos (53.5%). De salientar que a faixa com mais estudantes é dos 31 aos 40 anos de idade e a com menos é dos 18 a 21 anos pelo facto de se terem inquirido estudantes do 4º ano (portanto último ano) conforme a tabela 1 do anexo II.

Relativamente ao estado civil, 53.5% eram solteiros, 39.6% casados e os restantes viúvos ou viviam maritalmente, conforme a tabela 2 do anexo II. Assim sendo, dos estudantes, 37.5% afirmaram residir com esposo/a e filhos, 27.1% com os pais, 16.0% apenas com esposo/a e os restantes residiam com parentes, amigos ou colegas. (Vide tabela 3 do anexo II)

4.2.2. Distribuição dos Estudantes por Curso

De acordo com a tabela abaixo, pode-se verificar que o curso com maior aderência, nesta pesquisa, foi o de Administração e Gestão de Empresas, com 28.5%.

Tabela 2: Distribuição dos estudantes por curso

Curso	Frequência	Percentagem
Administração e gestão	41	28.5
Turismo e gestão de empresas turísticas	11	7.6
Engenharia Civil	9	6.3
Ciências jurídicas	20	13.9
Contabilidade e Auditoria	16	11.1
Psicologia	21	14.6
Ciências da comunicação	13	9.0
Assessoria de Direcção	6	4.2
Informática de Gestão	7	4.9
Total	144	100.0

Seguem-se os cursos de Psicologia e Ciências Jurídicas, com uma percentagem de 14.6% e 13.9%, respectivamente, por se tratarem de cursos com um elevado número de estudantes, relativamente a outros cursos, como o de Informática de Gestão e o de Assessoria de Direcção, que apresentam as menores percentagens, 4.9% e 4.2%, respectivamente. Todos estes cursos são leccionados no período da noite, com a excepção dos cursos de Administração e Gestão de Empresas e o curso de Ciências Jurídicas, que são leccionados nos dois turnos (diurno e nocturno), daí que se pode verificar na tabela 4 do anexo II, uma maior percentagem de estudantes no turno da noite (89.6%) em relação ao turno da manhã (10.4%).

4.2.3. Situação Profissional

No que diz respeito à situação profissional dos estudantes, de acordo com a tabela abaixo, grande parte deles para além de estudar, trabalham para terceiros (40.1%), 29.6% dos estudantes estuda e trabalha por conta própria, 21.8% apenas estudam, portanto não estão empregados e apenas uma minoria de 8.5% são estudantes e trabalham para terceiros ao mesmo tempo que possuem um negócio próprio.

Tabela 3: Situação profissional dos estudantes

Situação profissional	Percentagem
Estudante a tempo inteiro	21.8
Estudante e trabalhador por conta de outrem	40.1
Estudante e trabalhador por conta própria	29.6
Estudante, trabalhador por conta de outrem e simultaneamente possui um negócio próprio	8.5
Total	100.0

Mais da metade dos estudantes possui mensalmente uma receita global familiar que varia de 4.999,00 MT a 34.999,00 MT. Apenas 1.4% destes tem mensalmente uma receita familiar global abaixo de 4.999,00 MT e 44.0% deles possui uma receita acima de 35.000,00 MT por mês, segundo a tabela 5 do anexo II. Deste modo pode-se afirmar que grande parte destes estudantes pertencem a uma classe média/alta.

4.2.4. Percepção dos estudantes sobre empreendedorismo

Os estudantes questionados sobre o que é ser empreendedor, associam duas características, nomeadamente criar um negócio novo (50.2%) e ter uma ideia inovadora (70.9%). Portanto, pode-se notar que nestas duas características está subjacente o termo inovação. Observando a tabela abaixo verifica-se que os estudantes não consideram um empreendedor um indivíduo que tem emprego (7.1%) nem aquele que dá continuidade à uma ideia já existente (5.7%).

Relativamente à preferência por ter negócio próprio ou estar empregue, 34.8% preferem ter um negócio próprio, contra 9.2% que optam por estar empregues por conta de outrem e 56% preferiam estar empregues e em simultâneo desenvolver um negócio próprio. (Vide tabela 6 do anexo II)

Neste mesmo contexto, tomando em consideração o sexo dos estudantes, importa referir que 65.3% dos estudantes do sexo masculino, contra 51.1% do sexo feminino, preferem trabalhar por conta de outrem e em simultâneo possuir um negócio próprio, e nenhum estudante do sexo masculino gostaria de apenas trabalhar por conta de outrem, contrariamente ao que sucede com estudantes do sexo feminino, onde 14.1% delas preferia trabalhar apenas por conta de outrem. Em relação a possuir um negócio próprio, os estudantes do sexo feminino (34.8%) estão na frente com apenas 0.1% de diferença para com os estudantes do sexo masculino (34.7%), conforme se pode observar na tabela 7 do anexo II.

4.2.5. Ser Empreendedor na Óptica do Estudante

A tabela a seguir apresenta os dados sobre o conceito de empreendedor na óptica do estudante.

Tabela 4: O ser empreendedor na óptica dos estudantes

Variável	Percentagem por variável
Começar um negócio próprio, de algo que já exista no mercado	25.2
Criar um negócio próprio de algo que ainda não existe no mercado	50.2
Correr riscos	21.6
Desenvolver uma ideia inovadora	70.9
Ter emprego	7.1
Dar continuidade à uma ideia existente	5.7
Ser administrador ou gestor de uma empresa	19.0

A maior parte dos estudantes (73.6%), considera que se pode empreender em qualquer área. Portanto, não existe, para eles, uma área específica para se ser empreendedor, enquanto que 19.3% deles acham que só podem ser empreendedores, indivíduos ligados à área de Administração e Gestão, conforme a tabela 8 do anexo II. Os restantes 7.1% acham que se pode ser empreendedor noutras áreas como Tecnologia e mecânica, Ciências e outras.

4.2.6. Motivação para Ser Empreendedor

Dos vários motivos apresentados que poderiam levar os estudantes a serem empreendedores, os mais assinalados por eles foram independência profissional (71.7%) e realização profissional (72.8%). Outros motivos não menos assinalados pelos estudantes, foram aumentar o rendimento (66.7%) e contribuir para a sociedade (50.0%). Apenas 6.2% assinalaram necessidade de emprego como um motivo, segundo a tabela e o gráfico abaixo.

Tabela 5: Principais motivos que levariam o estudante a ser empreendedor

Variáveis	Percentagem
Independência profissional	71.7
Realização pessoal	72.8
Desejo de ser reconhecido/a	10.3
Necessidade de emprego	6.2
Contribuir para a sociedade	50.0
Aumentar o rendimento	66.7
Nova experiência	21.4

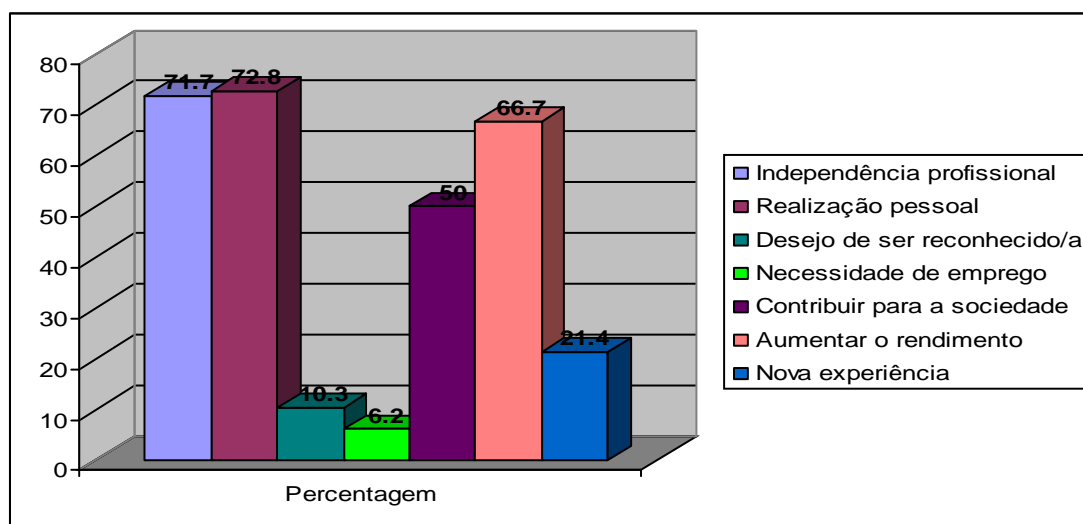


Gráfico 2: Principais motivos que levariam o estudante a ser empreendedor

4.2.7. Áreas de Empreendedorismo

Analisando a tabela abaixo, pode-se verificar que, em todos os cursos, os estudantes são unânimes em afirmar que se pode ser empreendedor em qualquer área, e os estudantes do Curso de Psicologia são os mais convictos desta ideia pois, apresentam a maior percentagem (85.7%). Quanto à opção que pode ser empreendedor apenas o indivíduo ligado à área de Administração e Gestão, os estudantes do curso de Assessoria de Direcção são os que mais optaram por esta alternativa (40.0%).

Tabela 6: Áreas que se pode ser empreendedor versus curso

Curso	Em que área pode ser empreendedor	
	Administração e gestão	Qualquer área
Administração e gestão	24.4%	73.2%
Turismo e gestão de empresas turísticas	30.0%	70.0%
Engenharia Civil	11.1%	66.7%
Ciências jurídicas	20.0%	70.0%
Contabilidade e Auditoria	20.0%	66.7%
Psicologia	14.3%	85.7%
Ciências da comunicação	8.3%	83.3%
Assessoria de Direcção	40.0%	60.0%
Informática de Gestão	0.0%	71.4%

(tabela adaptada da tabela 9 do anexo II)

Nenhum estudante do curso de Informática considera esta alternativa como uma condição, a maioria escolheu qualquer área e os restantes dividem-se entre a área de Tecnologia e mecânica (14.3%) e pela área da Ciência (14.3%), conforme se pode observar na tabela 9 do anexo II. Tomando em consideração o sexo, o resultado é o mesmo, portanto nos dois casos, estudantes do sexo masculino assim como os do sexo feminino, defendem que em qualquer área se pode ser empreendedor. (vide tabela 10 do anexo II)

4.2.8. Barreiras para o Desenvolvimento de Iniciativas

Dos estudantes questionados, conforme se pode observar na tabela 11 do anexo II, apenas 24.1% é que possuem um negócio por conta própria, os restantes 75.9% não possuem negócio próprio, embora 92.5% destes últimos gostasse de iniciar um

negócio próprio (ver tabela 12 do anexo II), mas estes apontam a falta de financiamento (66.3%) como um dos maiores motivos para esta situação. A pouca preparação para cuidar de um negócio (31.5%), a falta de domínio do assunto (25.8%) e a dificuldade em obter crédito nos bancos (23.4%), são outros motivos também bastante apontados pelos estudantes. Em contrapartida, a falta de apoio do governo não constitui para os estudantes um obstáculo para criar um negócio, na medida em que somente 3.9% apontam esta variável como um motivo, de acordo com a tabela abaixo.

Tabela 7: Obstáculos para criar um negócio

Obstáculos para criar um negócio	Percentagem
Falta de financiamento	66.3
Dificuldade em obter crédito nos bancos	23.4
Falta de ideia	15.9
Aspectos burocráticas para constituir uma empresa	15.2
Falta de incentivos morais	10.2
Falta de domínio do assunto	25.8
Falta de apoio do governo	3.9
Pouca preparação para cuidar de um negócio	31.5
Outros	7.9

Nota: Já tem negócio próprio = Não, Gostaria de começar um negócio próprio = Sim

4.2.9. Capacidade para Criação de Negócio

Estando no último ano, 73.05% dos estudantes sentem-se capacitados para criar um novo negócio (ver gráfico abaixo) e 26.95% ainda não se sentem capazes para tal. Questionados se alguma vez falaram do tema empreendedorismo em alguma aula, ao longo do curso, 75.7% deles afirmaram que falaram, embora 23.6% deles afirma que falou um pouco e a abordagem sobre este tema contribuiu pouco para criar o interesse em empreender algo, para a grande maioria dos estudantes (52.8%). Tendo contribuído muito apenas para 38.7% e não contribuiu nada para 8.5% dos estudantes, segundo as tabelas 13 e 14 do anexo II respectivamente.

O gráfico abaixo ilustra os resultados obtidos nesta variável.

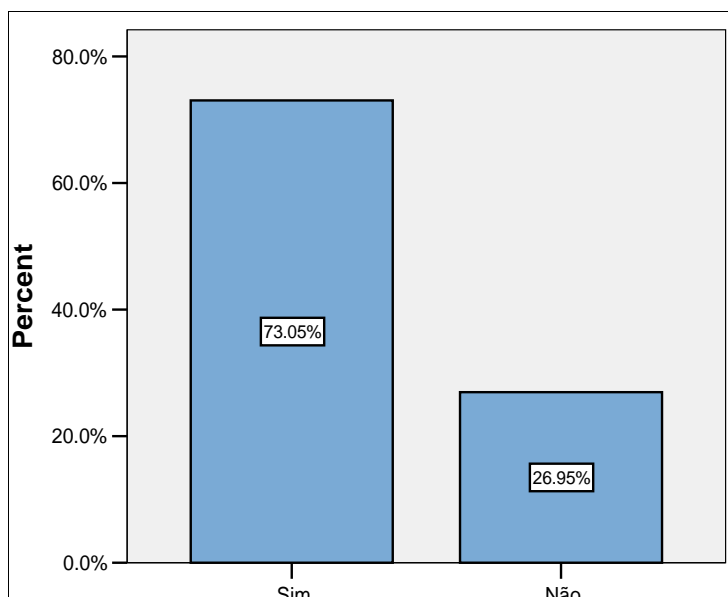


Gráfico 3: Capacidade dos estudantes para criarem um novo negócio

4.2.10. O que Faltou ao Longo do Curso

Para mais da metade dos estudantes, ao longo do curso, faltou uma abordagem profunda sobre o assunto e simulações de criação de um negócio, ambas com uma percentagem de 37.8%, para eles se sentirem capazes de criar um negócio, e poucos estudantes (13.5%), acham que contacto com algum empreendedor de sucesso é algo que esteve em falta ao longo do curso, segundo a tabela abaixo e conforme indica o gráfico logo a seguir a tabela.

Tabela 8: O que faltou ao longo do curso para os estudantes se sentirem capazes de criar um novo negócio

	Percentagem
Uma abordagem profunda sobre o assunto	37.8
Contacto com algum empreendedor de sucesso	13.5
Simulações de criação de um negócio	37.8
Outros	10.8
Total	100.0

O gráfico abaixo ilustra os resultados obtidos na tabela acima.

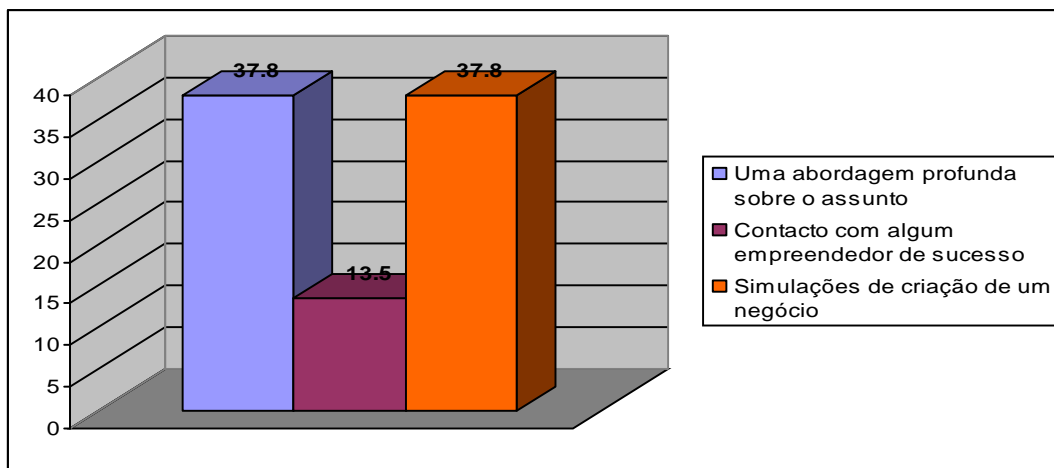


Gráfico 4: O que faltou ao longo do curso para os estudantes se sentirem capazes de criar um novo negócio

4.2.11. Importantes Factores para a Criação de Negócio

Ter clientes e ter capital próprio são, para os estudantes, os factores decisivos para se criar um negócio, conforme 68.0% e 54.5% deles afirmam, respectivamente. Ter financiamento de terceiros é, para eles, um factor a ter em conta. É importante, mas não decisivo, segundo 50.4% dos estudantes, o mesmo sucede com o factor apoio familiar, com uma percentagem de 46.3%, de acordo com a tabela abaixo.

De um modo geral, todos os factores têm a sua importância para a criação de um negócio, pois todos eles são assinalados pelos estudantes como importantes ou extremamente importantes, conforme se pode ver na tabela abaixo.

Tabela 9: Importância de factores para criar um negócio

	Extremamente importante	Importante	Pouco importante	Sem importância
	%	%	%	%
Ter capital próprio	54.5%	42.4%	3.0%	
Ter financiamento de terceiros	19.5%	50.4%	25.2%	4.9%
Formação académica	41.5%	34.6%	18.5%	5.4%
Clientes	68.0%	29.7%	2.3%	
Apoio familiar	27.6%	46.3%	22.8%	3.3%
Apoio do governo	23.6%	44.1%	21.3%	11.0%

4.2.12. Factores que Limitam a Criação do Negócio

Tomando em consideração os factores que limitariam a iniciativa de criar um negócio, (tabela abaixo), mais da metade dos estudantes (66.2%) afirmou que a falta de capital seria o extremamente limitativo. Aspectos burocráticos e a legislação seriam um factor limitativo, com 49.6% e 47.3%, respectivamente. A envolvente familiar e o medo do risco, são os factores que pouco limitariam a iniciativa dos estudantes em abrir um negócio, conforme aponta a maior parte dos estudantes, 43.8% e 40.8%, respectivamente.

Tabela 10: Factores que limitariam a iniciativa de criar um negócio

	Extremament e limitativo	Limitativo	Pouco limitativo	Sem nenhuma limitação
	%	%	%	%
Falta capital	66.2%	26.2%	6.2%	1.5%
Legislação	19.6%	47.3%	27.7%	5.4%
Burocracia	36.2%	49.6%	11.0%	3.1%
Envolvente familiar pouco encorajadora	13.2%	13.2%	43.8%	29.8%
Medo do risco	14.2%	25.8%	40.8%	19.2%
Falta de apoio especializado	20.9%	41.1%	25.6%	12.4%

Capítulo V – Discussão dos Resultados

Neste capítulo far-se-á uma discussão dos resultados alcançados com base nos conceitos apresentados na revisão da literatura, aferir se os objectivos do trabalho foram alcançados e verificar qual das hipóteses prevalece.

De um modo geral, os estudantes da Universidade Politécnica entendem o que é ser empreendedor, na medida em que eles apontam como características principais do empreendedor: criar um negócio próprio de algo que ainda não existe no mercado e desenvolver uma ideia inovadora. Portanto se formos a tomar em consideração a definição do empreendedorismo mencionada no ponto 2.2. – “Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e o esforço necessários, (...)” – podemos verificar que vão de encontro com o que se diz na literatura, pelo facto de estar patente nas duas ópticas, a dos estudantes assim como nas diversas obras literárias, o termo novidade.

Indo de encontro àquilo que são as hipóteses deste trabalho, pode-se verificar que prevalece a segunda hipótese: “O conteúdo dos cursos ministrados na Universidade Politécnica não incentiva o espírito empreendedor nos estudantes universitários.” Pois, apesar de terem falado sobre o empreendedorismo, o conteúdo não foi suficiente para despertar neles o interesse em empreender algo, na medida em que os estudantes afirmam que os temas sobre o empreendedorismo, abordado nas aulas, despertou neles pouco interesse, tendo faltado uma abordagem profunda e aulas práticas ou seja, simulações de criação de um negócio.

Importa aqui referenciar um aspecto muito importante, que é o facto de apesar de os estudantes terem afirmado que a abordagem do tema, nos cursos, não teve grande contributo para despertar neles o interesse em empreender algo, 73.05% deles sente-se capaz de criar um negócio novo, o que significa que os estudantes têm um potencial para serem empreendedores.

A falta de capital é um dos factores que influencia bastante, ou seja, limita iniciativas empreendedoras nos estudantes. São também apontados como factores limitativos, os aspectos burocráticos e a legislação.

Um aspecto curioso é que 40.8% dos estudantes considera o medo do risco como um factor pouco limitativo e 19.2% considera como um factor sem nenhuma limitação. Isto significa que mais da metade dos estudantes não vê o medo do risco como algo que pode barrar as suas iniciativas. Portanto seriam capazes de enfrentar o risco. Então pode-se afirmar que existe aqui uma pequena tendência a serem empreendedores, na medida em que, segundo McClelland, D. C. (1969), uma das características do empreendedor é exactamente assumir o risco.

Apesar da crescente falta de emprego no país, apenas uma minoria (6.2%) dos estudantes afirma a necessidade de emprego como um motivo que os levaria a criar um negócio. A grande parte deles afirma como motivo, a realização pessoal, independência profissional e aumentar o rendimento, como os principais motivos para tal, o que pode ser justificado pelo facto de a maioria deles se tratar de estudantes trabalhadores.

Feita a análise dos resultados tendo em conta aspectos bibliográficos e os objectivos do trabalho, o capítulo seguinte é reservado para as conclusões finais do trabalho.

Capítulo VI – Conclusões e Recomendações

6.1. Conclusões

Com base na análise de dados através de gráficos e tabelas e tendo sempre em consideração os aspectos levantados na fase da revisão da literatura, importa, neste capítulo, apresentar as principais conclusões, tendo em conta os objectivos propostos assim como as hipóteses levantadas.

Para o presente trabalho determinou-se uma amostra de 170 questionários. Prevendo-se a existência de uma taxa de questionários inválidos, foram distribuídos 180 questionários, dos quais apenas 144 foram considerados válidos, o que corresponde a taxa de resposta de 80%.

Os estudantes inquiridos entendem por empreendedorismo como sendo a criação de um negócio próprio de algo que ainda não existe no mercado e o desenvolvimento de uma ideia inovadora. Para estes, em qualquer área profissional pode-se ser empreendedor, portanto não importa a área de formação.

74.3% dos estudantes finalistas da Universidade Politécnica não possuem um negócio próprio, apesar deste ser o desejo da grande maioria deles. Só que a falta de financiamento, a pouca preparação para cuidar de um negócio, a falta de domínio do assunto e a dificuldade em obter crédito nos bancos, são os principais obstáculos por eles mencionados.

Estando no último ano, grande parte dos estudantes sentem-se capazes de criar um novo negócio. Para os que não se sentem capacitados para tal, o que faltou para eles, ao longo do curso, foi uma abordagem profunda sobre o assunto e simulações de criação de um negócio.

Ter financiamento de terceiros é um factor importante para se criar um negócio próprio, mas a existência de clientes e capital próprio são os factores decisivos, considerados extremamente importantes pelos estudantes.

Mais de metade dos estudantes não considera o medo do risco como um factor limitativo para levar a cabo as suas iniciativas, 40.8% declaram pouco limitativo e 19.2% sem nenhuma limitação. Em contrapartida, a falta de capital e a burocracia são factores extremamente limitativo e limitativo, respectivamente.

A necessidade de emprego não constitui um motivo que levaria os estudantes da A Politécnica a criar um negócio próprio. Para eles, os reais motivos seriam a realização pessoal, a independência profissional e a vontade de aumentar o rendimento.

6.2. Recomendações

Partindo do que foi possível verificar neste estudo, a principal recomendação que se pode fazer é que:

◆ A Universidade Politécnica:

- Reveja o seu currículo, por forma a introduzir, em todos os cursos da universidade, um capítulo dentro de uma cadeira ou até uma cadeira semestral, que fale apenas do empreendedorismo, contribuindo para que os estudantes tragam ideias novas para dentro das aulas, que poderão mais tarde ser aplicadas em alguma empresa, ou pelos próprios estudantes.

- Crie, dentro da Universidade, as chamadas Incubadora de Empresas, ou seja, centro de captação de ideias empreendedoras, onde os estudantes poderão expor e desenvolver as suas ideias ou produtos inovadores, num ambiente flexível e encorajador, onde serão oferecidos uma série de facilidades para o surgimento de novos empreendimentos a um custo bem menor do que no mercado. A incubadora deverá proporcionar, aos estudantes, apoio relacionado com:
 - Infra-estrutura: salas individuais e colectivas, laboratórios, auditório, biblioteca;
 - Serviços básicos: telefone, fax, Internet, fotocópias, etc.;
 - Assessoria: de gerência, contabilística, jurídica, gestão financeira, marketing e de comercialização;
 - Qualificação: treinos e publicação;
 - Rede de trabalho: contactos com entidades governamentais e investidores, participação em eventos de divulgação de empresas.

- Crie uma cadeira de Simulação Empresarial, onde os estudantes, em conjunto ou individualmente, possam simular a criação e administração de uma pequena empresa.

◆ O governo:

- Continue a fazer reformas na legislação por forma a melhorar o ambiente de negócio, reduzindo os aspectos burocráticos;
- Negocie com a banca, mecanismos para concepção de facilidades de obtenção de créditos bancários, principalmente para jovens. Talvez, através da criação, por parte do governo, de um fundo de garantia de apoio aos jovens para iniciar um negócio.
- Estabeleça um ambiente económico e político estável e previsível, que possibilite o desenvolvimento das empresas nascentes.

Capítulo VII – Bibliografia

- Baron, R. A., & Shane, S. A. (2007). Empreendedorismo. Uma visão do processo. São Paulo: Thomson.
- Brazeal, Deborah V. & Theodore T. Herbert (2000). A Génese do Empreendedorismo: Mudanças, Inovação e Criatividade. California State Polytechnic University. California.
- Dornelas, José Carlos de Assis (2005). Empreendedorismo. Transformando Ideias em Negócios (2ª ed.). São Paulo: Elsevier.
- Dornelas, José Carlos de Assis (2007). Empreendedorismo (5ª ed.). São Paulo: Bookman.
- Drucker, Peter F. (1991). Inovação e Espírito Empreendedor (3ª ed.). São Paulo: Livraria Pioneira.
- El-Namaki, M. S. S. (1990). Small Business – The Myths and Reality, Long range planning.
- Gerber, Michael E. (1996). O Mito Empreendedor (1ª ed.). Editora Saraiva.
- Gil, António Carlos (1987). Métodos e Técnicas de Pesquisa Social (5ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Gil, António Carlos (1999). Métodos e Técnicas da Pesquisa Social (5ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Governo de Moçambique (1995). Boletim da República, I Série – Número 46 de 15 de Novembro.

- Governo de Moçambique (2007). Boletim da República, I Série – Número 40 de 5 de Outubro.
- Hisrich, Robert D., & Peters, Michael P. (2004). Empreendedorismo (5ª ed.). São Paulo: Bookman.
- Leite, Emmanuel Ferreira (2000). O Fenómeno do Empreendedorismo Criando Riquezas (2ª ed). Recife: Bagaço.
- McClelland, D. C. (1969). Motivating Economic Achievement. New York: Free Press.
- Richardson, Roberto Jarry (1999). Pesquisa social: métodos e técnicas (3ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Saunders, Mark, Lewis, Philip & Thornhill, Adrian (2003). Research Methods for Business Students (3ª ed.). London: Prentice Hall.
- Schumpeter, Joseph Alois (1984). Teoria do Desenvolvimento Económico: Uma Investigação sobre Lucros, Capital, Juro e o Ciclo Económico. São Paulo: Nova Cultura.

PÁGINAS CONSULTADAS NA INTERNET:

- Adriano. O Poder da Inovação. Disponível na Internet: <http://www.administradores.com.br>. Consultado em Dezembro de 2009.
- Bolson, Eder Luiz. Empreendedorismo e Oportunidade. Disponível na Internet: <http://www.administradores.com.br>. Consultado em Dezembro de 2009.

- Empreendedorismo. Incubadoras de Empresas. Disponível na Internet: <http://www.e-commerce.org.br/incubadoras.php>. Consultado em Dezembro de 2009.
- Haddad, Claudio. O Site de Referencias sobre Gestão de Pessoas! RH, Carreira, Artigo. Disponível na Internet: <http://www.rh.com.br>. Consultado em Dezembro de 2009.
- Incubadoras. Disponível na Internet: <http://www.geranegocio.com.br>. Consultado em Outubro de 2009.
- Rocha, Hélio. Tipos de Pesquisa. Disponível na Internet: <http://www.heliorocha.com.br>. Consultado em Maio 2009
- Wikipédia, a Enciclopédia livre. Disponível na Internet: <http://www.pt.wikipedia.org>. Consultado em Outubro de 2009.

ANEXOS I

Questionário dirigido aos estudantes

Maputo, Agosto de 2009

Caro colega

Convido-lhe a responder o questionário em anexo, que faz parte do trabalho de fim de curso (Tese) requerido pela Universidade Politécnica, para a obtenção do grau de licenciatura em Administração e Gestão de Empresas.

As vossas respostas são muito importantes, pois servirão de base da nossa pesquisa, que tem como objectivo identificar os factores que influenciam iniciativas empreendedoras nos jovens estudantes da Universidade Politécnica em Maputo.

Os dados resultantes da pesquisa possuem somente fins académicos.

Agradeço antecipadamente a sua atenção e colaboração.

Jéssica Buque

Questionário aos Estudantes

O presente questionário tem fins pedagógicos, pelo que a indicação do nome do estudante não constitui informação importante. Tornando-se apenas necessário a resposta das perguntas formuladas.

Antes de começar a responder ao questionário, preste muita atenção à instrução que se segue:

Responda o questionário marcando com um X dentro do parênteses que aparece antes da resposta que escolher. E sempre que optar pela opção “outros” especifique na linha que se segue.

Parte I

Curso: _____

Turno: Diurno () Nocturno ()

1 – Sexo:

- () Masculino
- () Feminino

2 – Idade:

- () 18 a 21 anos
- () 22 a 25 anos
- () 26 a 30 anos
- () 31 a 40 anos
- () Mais de 40 anos

3 – Estado civil:

- () Solteiro/a
- () Casado/a
- () Viúvo/a
- () Outro, especifique por favor _____

4 – Com quem vive?

- () Pais
- () Esposo/a
- () Esposo/a e filhos
- () Outros, especifique por favor _____

5 – Em qual destas categorias se enquadra a receita mensal global da sua família?

- () Menos de 4.999,00 MT por mes
- () Entre 5.000,00 MT e 14.999,00 MT por mês
- () Entre 15.000,00 MT e 24.999,00 MT por mês
- () Entre 25.000,00 MT e 34.999,00 MT por mês
- () Mais de 35.000,00 MT por mes

6 – Situação profissional:

- () Estudante a tempo inteiro.
- () Estudante e trabalhador por conta de outrem.
- () Estudante e trabalhador por conta própria.
- () Estudante, trabalhador por conta de outrem e simultaneamente possui um negócio próprio.

7 – Preferia ter um negócio próprio ou estar empregado?

- () Possuir negócio próprio.
- () Estar empregado por conta de outrem.
- () Trabalhar por conta de outrem e em simultâneo ter um negócio próprio.

Parte II

8 – Para si ser empreendedor é: (pode assinalar até 2 alternativas)

- () Começar um negócio próprio, de algo que já existe no mercado.
- () Criar um negócio próprio de algo que ainda não existe no mercado.
- () Correr riscos.
- () Desenvolver uma ideia inovadora.
- () Ter emprego.
- () Dar continuidade a uma ideia existente.
- () Ser administrador ou gestor de uma empresa.

9 – Na sua opinião em que área se pode ser empreendedor?

- () Administração e gestão
- () Tecnologia e mecânica
- () Ciência
- () Qualquer área
- () Outros, especifique por favor _____

10 – Indique 3 motivos principais que poderiam levá-lo a criar um negócio próprio.

- () Aumentar o rendimento.
- () Independência profissional.
- () Realização pessoal.
- () Desejo de ser reconhecido/a.
- () Necessidade de emprego.
- () Nova experiência.
- () Contribuir para a sociedade.
- () Outros, especifique por favor _____

Parte III

11 – Já tem um negócio próprio?

- Sim
- Não

N.B.: Se respondeu Sim passe para a pergunta 15, por favor.

12 – Gostaria de começar um negócio próprio?

- Sim
- Não

N.B.: Se respondeu Não passe para a pergunta 15, por favor.

13 – Já tem ideia do negócio que gostaria de criar?

- Sim
- Não

14 – O que o impossibilita de criar o seu próprio negócio? (Pode escolher 2 alternativas)

- Falta de financiamento.
- Dificuldade em obter crédito nos bancos.
- Falta de ideia.
- Aspectos burocráticos para constituir uma empresa.
- Falta de incentivos morais.
- Falta de apoio do governo.
- Falta de domínio do assunto.
- Pouca preparação para cuidar de um negócio.
- Outros, especifique por favor _____

15 – Quando terminar o curso pretende:

- Trabalhar por conta própria.
- Trabalhar por conta de outrem definitivamente.
- Trabalhar temporariamente por conta de outrem e mais tarde criar seu próprio negócio.
- Dar continuidade aos negócios da família.

16 – Ao longo do seu curso, em alguma aula falou acerca do empreendedorismo?

- Sim
- Um pouco
- Não

N.B.: Se respondeu Não passe para a pergunta 18, por favor.

17 – O que falou na aula foi suficiente para criar em si o interesse em empreender algo?

- Muito
- Pouco
- Não

18 – Estando no último ano, sente-se capaz de criar um novo negócio?

- Sim
- Não

N.B.: Se respondeu Sim passe para a pergunta 20, por favor.

19 – O que acha que faltou ao longo do curso para se sentir capaz?

- Uma abordagem profunda sobre o assunto.
- Contacto com algum empreendedor de sucesso.
- Simulações de criação de um negócio.
- Outros, especifique por favor _____

20 – Na sua opinião qual a importância dos seguintes factores para criar um negócio próprio? (Marque com X apenas num quadrado para cada factor)

Factor	Extremamente importante	Importante	Pouco importante	Sem importância
Ter capital próprio				
Ter financiamento de terceiros				
Formação académica				
Clientes				
Apoio familiar				
Apoio do governo				

21 – Se você fosse abrir um negócio, quais os factores que limitariam a sua iniciativa? (Marque com X apenas num quadrado para cada factor)

Factor	Extremamente limitativo	Limitativo	Pouco limitativo	Sem nenhuma limitação
Falta de capital				
Legislação				
Burocracia				
Envolvente familiar pouco encorajadora				
Medo do risco				
Falta de apoio especializado				

ANEXO II

Resultados colhidos a partir dos questionários

Tabela 1: Idade dos estudantes

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 a 21 anos	6	4.2	4.2	4.2
22 a 25 anos	33	22.9	22.9	27.1
26 a 30 anos	38	26.4	26.4	53.5
31 a 40 anos	46	31.9	31.9	85.4
Mais de 40 anos	21	14.6	14.6	100.0
Total	144	100.0	100.0	

Tabela 2: Estado civil dos estudantes

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Solteiro/a	77	53.5	53.8	53.8
Casado/a	57	39.6	39.9	93.7
Viúvo/a	2	1.4	1.4	95.1
Outro	7	4.9	4.9	100.0
Total	143	99.3	100.0	
Missing 99	1	.7		
Total	144	100.0		

Tabela 3: Agregado familiar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pais	39	27.1	27.1	27.1
Esposo/a	23	16.0	16.0	43.1
Esposo/a e filhos	54	37.5	37.5	80.6
Outros	28	19.4	19.4	100.0
Total	144	100.0	100.0	

Tabela 4: Distribuição dos estudantes por turno

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diurno	15	10.4	10.4	10.4
Nocturno	129	89.6	89.6	100.0
Total	144	100.0	100.0	

Tabela 5: Receita global da família

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 4.999,00 Mt por mês	2	1.4	1.4	1.4
	entre 5.000,00 Mt e 14.999,00 Mt por Mês	28	19.4	19.9	21.3
	Entre 15.000,00 Mt e 24.999,00 Mt por mês	27	18.8	19.1	40.4
	Entre 25.000,00 Mt e 34.000,00 Mt por mês	22	15.3	15.6	56.0
	Mais de 35.000,00 Mt por mês	62	43.1	44.0	100.0
	Total	141	97.9	100.0	
Missing	99	3	2.1		
Total		144	100.0		

Tabela 6: Preferência por estar empregue ou ter negócio próprio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Possuir negócio próprio	49	34.0	34.8	34.8
	Estar empregado por conta de outrem	13	9.0	9.2	44.0
	Trabalhar por conta de outrem e em simultâneo ter negócio	79	54.9	56.0	100.0
	Total	141	97.9	100.0	
Missing	99	3	2.1		
Total		144	100.0		

Tabela 7: Sexo versus Preferência por estar empregue ou ter negocio próprio

		preferia ter negócio próprio ou estar empregado			Total
		Possuir negócio próprio	Estar empregado por conta de outrem	Trabalhar por conta de outrem e em simultâneo ter negócio	
Sexo	Masculino	34.7%		65.3%	100.0%
	Feminino	34.8%	14.1%	51.1%	100.0%
Total		34.8%	9.2%	56.0%	100.0%

Tabela 8: Áreas em que se pode ser empreendedor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Administração e gestão	27	18.8	19.3	19.3
	Tecnologia mecânica	4	2.8	2.9	22.1
	Ciência	2	1.4	1.4	23.6
	Qualquer área	103	71.5	73.6	97.1
	Outros	4	2.8	2.9	100.0
	Total	140	97.2	100.0	
Missing	99	4	2.8		
Total		144	100.0		

Tabela 9: Áreas em que se pode ser empreendedor versus Curso

		Em que área pode ser empreendedor					Total
		Administração e gestão	Tecnologia mecânica	Ciência	Qualquer área	Outros	
curso	Administração e gestão	24.4%			73.2%	2.4%	100.0%
	Turismo e gestão de empresas turísticas	30.0%			70.0%		100.0%
	Engenharia Civil	11.1%	11.1%		66.7%	11.1%	100.0%
	Ciências jurídicas	20.0%	5.0%	5.0%	70.0%		100.0%
	Contabilidade e Auditoria	20.0%	6.7%		66.7%	6.7%	100.0%
	Psicologia	14.3%			85.7%		100.0%
	Ciências da comunicação	8.3%			83.3%	8.3%	100.0%
	Assessoria de Direcção	40.0%			60.0%		100.0%
	Informática de Gestão		14.3%	14.3%	71.4%		100.0%
Total		19.3%	2.9%	1.4%	73.6%	2.9%	100.0%

Tabela 10: Sexo versus Área que pode ser empreendedor

		Em que área pode ser empreendedor					Total
		Administração e gestão	Tecnologia mecânica	Ciência	Qualquer área	Outros	
Sexo	Masculino	16.7%	4.2%		79.2%		100.0%
	Feminino	20.7%	2.2%	2.2%	70.7%	4.3%	100.0%
Total		19.3%	2.9%	1.4%	73.6%	2.9%	100.0%

Tabela 11: Estudantes que possuem um negócio próprio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	34	23.6	24.1	24.1
	Não	107	74.3	75.9	100.0
	Total	141	97.9	100.0	
Missing	99	3	2.1		
Total		144	100.0		

Tabela 12: Estudantes que gostariam de iniciar um negócio próprio

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	99	68.8	92.5	92.5
	Não	8	5.6	7.5	100.0
	Total	107	74.3	100.0	
Missing	99	37	25.7		
Total		144	100.0		

Tabela 13: Abordagem sobre o tema empreendedorismo ao longo do curso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sim	73	50.7	52.1	52.1
	Um pouco	33	22.9	23.6	75.7
	Não	34	23.6	24.3	100.0
	Total	140	97.2	100.0	
Missing	99	4	2.8		
Total		144	100.0		

Tabela 14: O interesse despertado nos estudantes pelos temas abordados nas aulas sobre empreendedorismo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muito	41	28.5	38.7	38.7
	Pouco	56	38.9	52.8	91.5
	Não	9	6.3	8.5	100.0
	Total	106	73.6	100.0	
Missing	99	38	26.4		
Total		144	100.0		