

Empreendedorismo e a perceção dos investidores: o papel moderador das diferenças individuais

Inês Quaresma Caldeira

Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional

Orientador:

Prof. Doutor Aristides Isidoro Ferreira,

Professor Associado, Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2022

iscte

BUSINESS
SCHOOL

Empreendedorismo e a perceção dos investidores: o papel moderador das diferenças individuais

Inês Quaresma Caldeira

Mestrado em Gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional

Orientador:

Prof. Doutor Aristides Isidoro Ferreira,

Professor Associado, Iscte – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2022

Agradecimentos

Completar o Mestrado em gestão de Recursos Humanos e Consultadoria Organizacional marca mais uma etapa muito bonita do meu desenvolvimento académico que, invariavelmente teve grande impacto também a nível pessoal. Se os conhecimentos que adquiri e que me prepararam para uma integração num contexto, foram fulcrais para este crescimento individual, não posso deixar de refletir também em pessoas que sempre me fizeram sentir acompanhada neste percurso.

Ao meu orientador, o Professor Doutor Aristides Ferreira, por ter caminhado comigo, pela empatia e compreensão e por me fazer desde início pensar “fora da caixa”, desafiando-me a ser melhor e conseguir atingir os meus objetivos. Mas um agradecimento também não apenas pelo último ano, mas por ser uma referência durante todo o mestrado, focado em lembrar-nos a todos que o sucesso tem muitas formas, que cada um é mais do que as etapas que percorre profissionalmente e que a dimensão pessoal e social são essenciais.

À minha família e amigos próximos, que estiveram sempre presentes e dedicados a ajudar-me a realizar todos os desafios a que sempre me fui propondo e que foram essenciais nos momentos mais críticos e frustrantes.

Por fim, obrigada ao Iscte – Instituto Universitário de Lisboa, por ter sido casa durante mais de 6 anos e por me ter dado tantas oportunidades de enriquecimento profissional, social e pessoal, e a todos os que me acompanharam durante todo este tempo.

Resumo

Esta dissertação procura acrescentar informação relevante à investigação relativa aos empreendedores, tendo-se focado em dois estudos, cada um com o objetivo de colmatar algumas lacunas da literatura.

No primeiro estudo, o objetivo é analisar os empreendedores enquanto indivíduos e em fatores que influenciam a sua ação. Para este objetivo, recolheu-se uma amostra de 60 empreendedores (1 por start-up), tendo questionado os mesmos relativamente à sua Experiência Anterior (para analisar o seu efeito moderador nas restantes), Habilitações Literárias, tópicos para aferir presença dos Traços de Personalidade (a partir da The Big Five Theory) e Mobilização das suas Redes de Networking, tanto internas como externas.

No segundo estudo focamos os investidores, nomeadamente os profissionais responsáveis, dentro das incubadoras portuguesas dos empreendedores inquiridos, de selecionar empreendedores e projetos. O objetivo foi questionar relativamente à atenção e importância que conferem a cada um dos fatores avaliados no primeiro estudo. No fim, comparamos os resultados dos dois estudos para, adicionalmente, ser possível perceber se existe discrepância entre as respostas. Para tal, questionou-se as incubadoras responsáveis pelas start-ups do primeiro estudo, num total de 7, relativamente à importância que conferiam a cada uma das dimensões também estudadas no primeiro estudo.

Os resultados permitiram compreender que as relações referidas na ação do empreendedorismo são efetivamente significativas, no entanto, no segundo estudo os investidores consideraram fatores relativos à personalidade pouco importantes, o que não se alinha com os resultados do primeiro estudo. Assim sendo, verificou-se existirem efetivamente diferenças entre os dois estudos, o que permitiu também uma reflexão.

Palavras-Chave: Entrepreneurship, Networking, The Big Five Theory

Abstract:

This dissertation seeks to add relevant information to research on entrepreneurs, having focused on two studies, each with the aim of filling some gaps in the literature.

In the first study, the objective is to analyze entrepreneurs as individuals and in factors that influence their action. For this purpose, a sample of 60 entrepreneurs (1 per start-up) was collected, having questioned them regarding their Previous Experience (as a moderator), Literary Qualifications, topics to assess the presence of Personality Traits (from Big Five Theory) and Mobilization of their Networking Networks , both internal and external.

In the second study, we focus the investors, namely the professionals responsible, within the Portuguese incumbadoras responsible for the surveyed entrepreneurs, for selecting entrepreneurs and projects. We tried to understand the importance given to each of the factors evaluated in the first study. In the end, we compared the results to, additionally, be able to see whether or not there is a discrepancy between the responses. For this study, the incumbents responsible for the start-ups in the first study, a total of 7, were questioned regarding the importance they gave to each of the dimensions also studied in the first study.

We concluded that the relationships referred in entrepreneurship are effectively significant, however, in the second study, investors considered factors related to personality to be of little importance, which does not line with the results of the first study. Therefore, it was verified that there are indeed differences between the two studies, which also allowed reflection.

Keywords: Entrepreneurship, Networking, The Big Five Theory

Índice de Conteúdo

<i>Capítulo I - Revisão de Literatura</i>	1
Networking	4
Laços Fortes e Fracos	8
Networks Abertas e Fechadas.....	9
Experiência Anterior no Empreendedorismo.....	10
Traços de Personalidade	11
Extroversão ou Afetividade Positiva	13
Neuroticismo ou Afetividade Negativa.....	13
Amabilidade.....	13
Conscienciosidade	14
Abertura à Experiência	14
A importância da criatividade.....	14
<i>Capítulo II - Metodologia</i>	17
Amostra 1 – Estudo 1:.....	17
Amostra 2 – Estudo 2:.....	18
Procedimentos e Instrumentos:	18
<i>Capítulo III - Resultados</i>	21
Estudo 1:	21
Estudo 2:	28
<i>Capítulo IV - Discussão</i>	35
Contributos Teóricos.....	35
Contributos Práticos.....	38
Limitações da Tese e Sugestões de Estudos Futuros	40
<i>Capítulo V - Conclusões</i>	43

Índice de Figuras

Figura 1	22
Figura 2	22
Figura 3	25
Figura 4	27
Figura 5	29
Figura 6	30
Figura 7	32

Índice de Quadros

Quadro 1	23
Quadro 2	24
Quadro 3	24
Quadro 4	26
Quadro 5	26

Capítulo I - Revisão de Literatura

Introdução

Networking é um conceito que tem evoluído de diversas formas em diversas tradições de investigação, tendo aparecido inicialmente na sociologia (Leskinen, 2011). Apesar de existir cada vez mais trabalho que foca a forma como o networking é utilizado pelos empreendedores para o seu negócio, quando procuramos algo que relacione diretamente estas redes com fatores psicológicos e motivacionais, não temos tanta sorte (Pollack, 2015). Autores como Curran (1993), Birley (1991), Blackburn (1991 e 1994), Gray (1995), entre outros, têm-se dedicado à investigação desta área, com foco em diferentes perspetivas (Chell, 2002).

O termo empreendedor foi introduzido pela primeira vez em 1955 pelo economista Richard Cantillon, distinguindo-o do capitalista como “quem assume o risco face a quem detém o capital”, caracterizando-os como pessoas que contribuem e criam valor. Este conceito foi sendo trabalhado desde esse momento, mas apenas no século XX, e com o contributo de Joseph Schumpeter, em 1911, o empreendedor começa a ser percebido como tendo capacidade de renovação dentro do sistema económico, o que permite um novo equilíbrio, processo que acaba por ser conotado enquanto “destruição criadora” (António, 2021), através de um processo cíclico que se inicia na ideia disruptiva e que é transformada em oportunidade de negócio (Caetano, 2012). Isto decorre de Schumpeter defender que estes indivíduos são mais do que apenas gestores de uma empresa, mas antes pessoas que, a partir dos mesmos recursos, conseguem atingir mais, estando, em simultâneo, sujeito a maiores riscos, decorrentes da sua procura pela inovação (António, 2021).

Partindo desta ideia lata e inicial do que é o empreendedor, importa passar para a compreensão de que o principal ato do empreendedorismo é a *new entry*, seja esta materializada a partir da entrada num mercado previamente inexistente, seja entrando num consolidado, mas com um produto/serviço novo (ou que já existisse, mas não nesse contexto ou com exatamente as mesmas características). Isto pode ocorrer tanto a partir da criação de uma nova start-up, como através de uma empresa pré-existente ou mesmo num processo de *internal corporate venturing* (Lumpkin, 1996). Assim, voltamos rapidamente a recorrer à estreita conexão entre o empreendedor e as suas ações e a inovação/criação de novos produtos/serviços, contextos.

Importa fixar esta ideia de que o que caracteriza um empreendedor não apenas porque a definição pode não ser objetiva e clara o suficiente (e torna-se essencial termos um ponto de partida e entendimento mútuo para o decorrer deste estudo), mas também porque é o ponto de

partida para tudo o que iremos analisar e sobre o qual proponho refletirmos. É a partir do que descreve o nosso principal objeto de estudo que se tornará pertinente, daqui em diante, compreender o que leva a adquirir as suas características.

Neste sentido, passemos ao que incita um indivíduo a procurar este caminho. Muitos fatores têm um papel em potenciar (ou não) a decisão de um indivíduo começar o seu próprio negócio. “Laboratórios de ideias”, centros de apoio a negócio, incubadoras, eventos de networking, competições de ideias de negócios e diferentes níveis de cursos relacionados com os empreendedores têm sido identificadas no contexto Europeu como boas práticas de envolvimento ativo, por oposição a barreiras burocráticas, que tendem a desincentivar os jovens a envolverem-se em atividades empreendedoras (Galanakis, 2017). No entanto, questões como o contexto formal (ou seja, enquadramento legal) ou informal (socio-cultural) e a sua interação também são decisivos, uma vez que determinam, ao longo de todo o processo, os elementos encorajadores ou os obstáculos existentes. Mas não podemos aceitar perentoriamente que são estes obstáculos e o contexto objetivo os fatores que mais afetam o comportamento do potencial empreendedor, uma vez que a sua percepção sobre os mesmos tem um papel muito mais preponderante (Kwapisz, 2019). Esta percepção relaciona-se intimamente com as características do indivíduo em si, ou seja, com as suas dimensões cognitivas e não cognitivas e o seu projeto planeado, para além do ambiente e contexto externo (António, 2021), bem como, como compreendeu Luciana Ricardo (2018), a sua motivação e necessidade olhar para o seu trabalho (empreendedor) como tendo um papel de melhoria pessoal mas também do mundo em geral. As condições económicas e entidades reguladoras, o nível de estagnação ou dinamismo da indústria em que a empresa se irá inserir são também fulcrais para o sucesso, principalmente das pequenas empresas (Covin, 1989). Por fim, é importante, ainda, compreender a importância da criação de planos de ação ou crescimento realistas e adaptados à start-up em si, uma vez que um fator que faz por vezes estes planos falharem é ou o facto de se escolher um caminho demasiado familiar ao empreendedor em si, ou então seguir um caminho de uma outra empresa, sem uma reflexão consciente sobre se o mesmo será o certo para a sua start-up (Kromer, 2019).

Um fator que também tem despertado algum interesse concerne a educação: 95% dos empreendedores têm atribuído um grau do Ensino Superior, com 47% em pós-graduações ou doutoramentos, o que tende a ser uma proporção bastante superior ao restantes grupos sociais (Galanakis, 2017). Estes dados parecem reforçar o papel das universidades no incentivo a

características fundamentais, não apenas para a área do empreendedorismo, mas também para o atual mercado de trabalho, como criatividade, adaptabilidade e colaboração interdisciplinar. Para além disso, as taxas de sobrevivência de negócios tendem a ser mais elevadas em indivíduos com educação superior em empreendedorismo do que pessoas sem essa base académica. Isto pode demonstrar que a educação em empreendedorismo, numa vertente institucional, pode ser considerada uma ferramenta para promover o espírito empreendedor e preparar estudantes com competências na área a pensar nas suas ideias (Galanakis, 2017). E isto aparece como um ponto noutros momentos, por exemplo, o estudo de Ismail et al. (2010) concluiu que existe uma maior probabilidade de estudantes que tenham formação académica em empreendedorismo se “inspirem” a tornar empreendedores, ou seja, que a primeira seja uma ferramenta para fomentar a segunda (Bazkiaei, 2020), e, ainda em 2015, García-Pereiro e Dileo, como referido por Maria Sousa no seu trabalho doutoral, perceberam que os indivíduos terem uma licenciatura poderia ter também um efeito positivo comparativamente a pessoas que não tivessem o ensino secundário completo (Sousa, 2020).

Podemos assim compreender que, como de resto em qualquer temática que envolva a ação humana de forma tão íntima quanto o são os percursos individuais e crenças e objetivos (pessoais e profissionais) de cada um, que não existe uma relação de causalidade direta entre apenas um fator e o seu resultado. É importante olharmos para os empreendedores e o seu percurso como um conjunto único de atributos que resultam de diversos estímulos e circunstâncias, numa mistura que poderá ter tanto de biológico como de social e cultural. No entanto, existe sempre a possibilidade de encontrar padrões de comportamento entre qualquer grupo que tenha entre si algo de comum tão forte quanto o será a ação empreendedora. Para os aferir será necessário, claro está, que os dados indicados estejam recolhidos e se encontrem disponíveis para serem analisados.

Começam neste momento as complicações. Ter dados adequados para um estudo relativo à sobrevivência de novas empresas é muito difícil, uma vez que a recolha de dados está inteiramente dependente da informação pública e do quão atualizada está à data de consulta. Isto significa que por vezes se pode contabilizar empresas como ativas quando não o estão realmente, um fenómeno denominado *living deads* (Ungerer, 2021). Para além disto, e apesar da maior atenção dada nas últimas décadas à temática, a investigação uniformiza-se nas áreas de estratégia, performance, atitude empreendedora e gestão, enquanto que outras temáticas

mais contextuais como conhecimento e networks profissionais e pessoais não têm sido tão consideradas (Galanakis, 2017).

A partir deste contexto do que tem sido a investigação relativamente aos temas do empreendedorismo na literatura, percebe-se que ainda são escassos os estudos que procurem compreender de forma integrada vários indicadores que se conjugam a definir o perfil do empreendedor e a influenciar a sua ação empreendedora, bem como a impactar a forma como são percebidos pelos investidores, nomeadamente as incubadoras. Neste sentido, importa primeiro debruçarmo-nos de forma mais aprofundada sobre o trabalho que tem sido realizado na literatura sobre cada dimensão que irá ser considerada, de maneira a compreender a pertinência e importância da sua utilização, bem como se poderá trazer nova informação.

Networking

Para este estudo não importará apenas analisar variáveis relacionadas com o empreendedor, uma vez que no seu percurso e para o sucesso do seu projeto (seja o mesmo o que for) precisará de recursos, nomeadamente financeiros os quais, pelo menos em muitos dos casos, irá procurar junto de entidades que o consigam apoiar. Estas entidades podem corresponder a diversas tipologias, como foram dados exemplos acima, no entanto, neste caso, iremos focar as incubadoras de start-ups. Para o estabelecimento desta relação, o empreendedor terá, seja por caminhos mais formais ou informais, estabelecer relações que lhe seja benéficas, direta ou indiretamente, o que implicará um forte foco nas suas redes de Networking. Passemos, então, a compreender melhor o que isto significa.

O networking é um construto social que não existe de forma independente, ou seja, precisa que a pessoa que o pratica esteja consciente que o está a promover e a dar uma utilidade (Chell, 2000). O empreendedor procura estabelecer relações sociais para obter informação, recursos e apoio social. Estas interações, baseando-se primordialmente no comportamento individual, podem facilitar ou, pelo contrário, criar um obstáculo ao empreendedor de conseguir o apoio de que necessita (Leskinen, 2011), principalmente numa fase inicial, onde a pequena dimensão e falta de reputação confirmam os dois principais obstáculos que o empreendedor tem de superar, de maneira a estabelecer a sua empresa de forma sólida (Witt, 2004). Nesta lógica, a relação entre investidores e empreendedores, por exemplo, tem de ser compreendida sempre como tendo uma natureza instrumental, sendo que o primeiro, em troca do capital investido, espera do segundo atue de acordo com os interesses da empresa, maximizando o retorno deste investimento. Por outro lado, em troca de equidade e controlo, o empreendedor espera que o

investidor tenha um papel ativo de apoio no crescimento da empresa. É a partir deste vínculo instrumental inicial que se desenvolve uma interação que permite trocas financeiras, logo, o efetivo investimento.

No entanto, existe uma outra visão possível, a Social Exchange Theory (SET), bastante importante no campo da psicologia social e que se baseou nos primeiros estudos de Homans (1961), Blau (1964) e Emerson em 1962 e 1972 (Cook, 1987). Segundo Colleweart (2021), no esta teoria é importante pois vem introduzir uma nova visão da instrumentalidade desta relação, defendendo que não se esgota nessa troca mútua e racional de vantagens, mas implica também uma conexão afetiva e social, envolvendo mutuamente expectativas e compromisso, numa associação que promove trocas além das financeiras, nomeadamente de recursos sociais, como conselhos, apoio e melhoria na reputação. Da parte do investidor, há uma expectativa, baseada em previsões claras relativas aos resultados que a empresa deverá ter num determinado período de tempo. A construção deste plano deverá ser ambicioso, uma vez que quando o investidor olha para esse mesmo plano, já espera que a sua execução acabe por avançar de forma mais vagarosa do que o explanado e, se o plano já for negativo, isso demonstra uma atitude negativa por parte do empreendedor para a sua empresa. Isto provoca que os empreendedores recorram à criação de projeções financeiras mais positivas do que aquilo que poderão considerar reais, com o objetivo de promover um maior investimento no seu projeto. Em determinadas situações e se este mecanismo de confiança em excesso não for controlado e meticolosamente calculado, pode provocar que uma previsão positiva passe a ser demasiado exagerada, o que também pode ter consequências negativas. Por exemplo, poderá passar uma ideia aos investidores de que a empresa não precisa de um grande investimento seu para ter sucesso, o que o poderá levar a diminuir a sua contribuição e, conseqüentemente, os seus custos; por outro lado, poderá ainda passar uma imagem prejudicial relativamente à competência do empreendedor, quando a realidade estiver demasiado distante das projeções e a distância entre o plano apresentado e previsões realista seja demasiado elevada. Assim, o mais importante é existir um equilíbrio entre projeções positivas e encorajadoras, e exageros que possam ser prejudiciais (Colleweart, 2021).

Podemos dizer que este conceito, de forma simplificada, consiste na existência de pontos de contacto, primordialmente os indivíduos, e conexões entre os mesmos. Podemos perceber, por exemplo, pela teoria económica de networks, de Witt (2004), que observa principalmente pessoas ou instituições individuais e os seus contactos e/ou relações de troca com outras

peessoas ou organizações em número superior a 1, para que se possa considerar este contacto uma networks. Esta perspetiva de análise é normalmente referida por um empreendedorismo analisado através dos processos de network, o que lançaria a hipótese de que quanto maior uma rede de network, maior seria o sucesso do empreendedor. No entanto, no seu trabalho Witt acaba por compreender que não é apenas o tamanho da rede de Networking que é relevante para o empreendedor, mas sim também a sua composição, nomeadamente no que concerne a sua diversidade (Witt, 2004).

Networking é um fator básico, particularmente em empresas pequenas e/ou novas, por permitir a construção de relações com os clientes, serviços e fornecedores. Torna-se, assim, uma estratégia eficiente de gerir uma carreira, através do desenvolvimento e manutenção de relações pessoais, com o objetivo de facilitar a troca de recursos úteis para a sua ação (Wolff, 2012), em que as relações profissionais são usadas a nível pessoal e contactos pessoais são mobilizados para a vertente profissional (Moensted, 2010). O termo “entrepreneurial network” refere as networks de contactos e relações que os empreendedores podem utilizar para criar e melhorar a sua empresa. Existe ainda uma hipótese muito partilhada que defende uma relação positiva entre a atividade de networking do empreendedor e o sucesso das suas start-ups, o que segue a teoria **socially embedded ties** ou uma lógica de capital social. Esta capacidade é positiva tanto para encontrar recursos de forma menos dispendiosa ou até aceder a recursos que não estariam disponíveis no mercado de todo (Witt, 2008). Não sendo uma ciência exata, o resultado deste trabalho pode ser a certo ponto avaliado, seja externa ou internamente. Externamente é possível perceber variáveis comerciais, como o aumento nas vendas, nos número de colaboradores, ou até a produtividade, eficiência, baixo de custos, etc. Isto pode não se adaptar a todas as realidades, por exemplo em empresas pequenas (como é muitas vezes o caso de start-ups), estes fatores podem estar mais relacionados com a autonomia dos colaboradores, o que é um fator mais interno. Duchesneau e Gartner, em 1988, acabaram por ter uma conclusão que complementa esta ideia, ao perceberem que empreendedores bem sucedidos tendiam a dedicar mais tempo a esta tarefa e a ser mais ativos e comunicativos nas suas redes (Leskinen, 2011). Isto não significa, no entanto, que estas redes de networking sejam aceites unanimemente como tendo apenas a sua dimensão instrumental. Snehota, em 1990 reforçou esta mesma ideia, enfatizando que são os valores e a confiança que permitem conectar as pessoas, dois fatores que são desenvolvidos com o tempo (Leskinen, 2011) e que implicam mais do que apenas uma percepção mútua de interesse instrumental.

Apesar de muitas vezes se perspetivar a inovação de forma individual e quase de um vácuo social, esta visão começa a ser posta em causa, mudando o ênfase para a importância das conexões sociais no processo de inovação tanto pelo conhecimento como apoio que fornecem (Grosser, 2018), apesar do papel do indivíduo continuar a ter relevância, nomeadamente numa perspetiva baseada na psicologia social, que afirma que a percepção de características de poder, reputação ou liderança é atribuída a um ator com um elevado potencial de comunicação, central para sintetizar a informação e controlar a atividade da sua network (Moensted, 2010).

Neste sentido, vários autores cedo compreenderam que as redes seriam um fator importante a ter em consideração. Em 1991 Freeman previu que as relações de network entre empresas autónomas seriam cada vez mais comuns e importantes para o seu processo de desenvolvimento. Em 1996, Powell et al. percebeu que o foco da inovação estava a transportar-se do interior das empresas para as relações inter-organizacionais, sendo acompanhado no ano seguinte por Millar et al., que defendia que esta nova tipologia de relação e processo de inovação deveria ter o seu próprio framework de investigação, uma inovação trans-organizacional ou **networked innovation**, conceito cuja importância tem vindo a ser discutida desde então. Nesta discussão, cada vez mais os clientes têm vindo a ser vistos como possíveis elementos colaborativos e que integrem o processo de inovação, o que aparece na sequência da afirmação de Radjou (2005), que referiu existirem 3 princípios-base a este processo. O primeiro apontava esta mesma lógica de ver com cliente como parceiros no processo inovativo, o segundo focava a procura pelo melhor talento e as melhores ideias em todo o lado (interna e externamente, a nível local, nacional ou global) e o último a urgência de antecipar e responder proativamente às necessidades em constante mudança dos clientes (Harryson, 2000).

O conceito de network é muito importante para analisar diferentes níveis de inovação. É importante compreendê-lo como um processo constante de criatividade, inovação (Leskinen, 2011), mas também um conceito simultaneamente aberto e fechado, espontâneas e deliberadas. (Orton and Weick, 1990) Harryson (2000) distingue 3 níveis de networks: interpessoais ou sociais, interunidades e inter-organizacionais, que se distinguem por ocorrerem em diferentes níveis e, também por isso, as consequências num nível poderem acabar por se tornar antecedentes de outro (do mais lato para o mais específico) (Harryson, 2000).

Laços Fortes e Fracos

Para um negócio ser bem sucedido, precisa de uma base de conhecimento diversa, um negócio e redes de network desenvolvidas, bem como a capacidade de identificar oportunidades. Quando integramos, por exemplo, tecnologia e criatividade, é mais provável sermos capazes de comercializar uma ideia, produto ou serviço (Fillis, 2010). Várias pesquisas têm sido feitas e chegaram a uma conclusão clara: indivíduos com um maior número de contactos sociais obtêm informação mais rápido, acedem a tipos de informação mais ricos e únicos, conseguem uma melhor referenciação e têm uma melhor performance (Pollack, 2015). O estudo dos laços fortes e fracos no empreendedorismo focou muito em perceber quais conseguem potenciar mais a ação empreendedora, dando os melhores recursos para o sucesso da empresa. Alguma pesquisa feita na área tende a confirmar a teoria de Granovetter, que defende que os laços fortes têm o lado positivo de implicarem confiança e, por isso, troca de informações relevantes. Por outro lado, laços fracos, apesar de mais superficiais, permitem uma troca ativa e contacto com informações e perspetivas fora do ciclo social do empreendedor, que lhe confere uma rede mais diversa e abrangente (Chell, 2000).

Laços fortes implicam confiança e contacto bastante frequente, através de canais e mecanismos informais, entre os indivíduos, de maneira a facilitar atividades económicas e empreendedoras (Arregle, 2013).

Granovetter (1973) estudou a forma como os laços fracos podem ser uma mais-valia, tendo percebido que os mesmos ajudam a equipa a encontrar conhecimento noutras equipas/unidades, mas apenas a um nível de complexidade baixo. Esta teoria é confirmada por Uzzi (1996) e Rowley et al. (2000), que percebem que laços fortes estão correlacionados com a performance da empresa em assuntos complexos, enquanto que o papel dos laços fracos entra no combate ao isolamento da empresa da realidade do mercado (nomeadamente numa fase inicial do projeto), complementando-se (Harryson, 2000). Isto vai de encontro ao que é sugerido por alguns académicos, que defendem que o ideal será que exista um equilíbrio entre laços fortes e fracos, de maneira a beneficiar das vantagens de ambos (Arregle, 2013).

A partir disto, podemos distinguir tipos de network:

1. Redes de criatividade extra corporativas: normalmente pequenas organizações gerenciadas organicamente com vínculos fracos como fontes primárias de

conhecimento especializado e tecnologia focada na exploração por meio de colaboração em rede fraca;

2. Redes de processos intra corporativos – geralmente grandes organizações gerenciadas hierarquicamente com fortes laços focados na exploração da inovação por meio de fortes ligações entre P&D e marketing e vendas (M&S) para alinhamento de mercado e de P&D para design e fabricação (D&M) para comercialização ;

3. Redes de transformação focadas na interligação das redes complementares de criatividade e redes de processos. É onde e como a comercialização da inovação parece acontecer – tipicamente baseada em fortes relações sociais.

Podemos assim perceber que não existe uma tipologia de laços que consiga, de forma isolada, garantir a rede necessária para um negócio conseguir prosperar. Será sempre ideal que exista uma conjugação de ambos, em que os laços fortes permitem resolver questões mais complexas e em que seja necessário uma ligação entre os intervenientes, conjugada com a capacidade dos laços fracos de criar pontes com outras realidades e , conseqüentemente, com outros recursos.

Networks Abertas e Fechadas

A principal distinção entre uma network aberta e uma fechada é que a primeira se foca numa troca de informação, enquanto na segunda já envolve uma dimensão social e, por isso, de confiança. Por exemplo, uma network aberta ocorre quando uma empresa tem um contacto direto com todos os seus parceiros, mas os mesmos não contactam diretamente entre si. Nesta estrutura nem todos os participantes têm a mesma noção do *flow* de conhecimento, ou seja, é adequado com o propósito de recolher, processar e filtrar, bem como identificar fontes de informação (Harryson, 2000).

Assim, no estudo destas duas questões (laços fortes e fracos e networks abertas e fechadas) percebe-se que as empresas com melhores performances nos seus projetos são as que têm um núcleo forte de pessoas que normalmente já trabalharam juntas, mas que ao mesmo tempo usufruem de um largo leque de laços fracos que complementam os recursos de que precisam, (Harryson, 2000) pois, apesar de um certo nível de ligação poder ajudar na eficiência, quando um indivíduo recorre em demasia e de forma quase exclusiva a laços fortes pode ser um

problema porque pode diminuir a probabilidade de procurar novas relações que lhe trariam novas oportunidades (Arregle, 2013).

Experiência Anterior no Empreendedorismo

Aproximadamente um terço de todas as novas empresas fecham nos primeiros 2 anos, quase metade nos primeiros 4 anos (Pollack, 2015) e 70% de fracassam nos primeiros 10 anos, o que ocorre sempre que a mesma deixa de ser operacional, seja por descida nas vendas, aumentos nas despesas, mudanças de “proprietário”, ou falha na procura de financiamento extra.

Após esta falha, muita literatura defende que um empreendedor recupera ou não com sucesso consoante a forma como lida com o fracasso em causa, no entanto, a sua capacidade de manter alguns recursos para uma nova empresa parece ser igualmente importante. A pesquisa de Roccapriore em 2021 demonstrava que muitos autores defendiam que, por este motivo, o fracasso no empreendedorismo podia ser visto de forma positiva, uma vez que os empreendedores podiam aprender com a experiência e aumentar a sua capacidade de resiliência, tanto que empreendedores que conseguem com as suas empresas entrar na lista das 500 empresas com crescimento mais rápido falharam em média 1.9 vezes antes de entrarem na mesma. Uy (2013), acrescenta ainda que existe uma diferença comportamental entre empreendedores já com um percurso profissional que incorpore a passagem numa start-up, e aqueles em que isto não se verifica. No seu estudo, Uy foca a gestão de *stress* e a capacidade para saber distinguir momentos de trabalho e momentos de lazer, em que o indivíduo desliga desta sua realidade. Esta capacidade acaba poderá advir de aprendizagens que foram feitas ao longo do seu percurso e que é transversal a diferentes dimensões da sua ação.

Isto leva à hipótese de que os investidores possam preferir empreendedores com experiências passadas falhadas, em detrimento de empreendedores sem qualquer experiência. No entanto, no fim da sua pesquisa, as conclusões apontavam noutro sentido, ou seja, que estes fracassos na verdade transmitiam uma má percepção do empreendedor, pior do que a que teria um indivíduo sem qualquer tipo de experiência. Assim sendo, o autor compreendeu que seria importante não apenas perceber quanta experiência o indivíduo tem, mas também perceber o tipo de experiência, para se avançar na compreensão dos efeitos que têm impacto (Roccapriore, 2021).

Existem ainda autores, como Grosser, que defendem que é relevante perceber os antecedentes e resultados do envolvimento anterior, a nível da inovação do empreendedor, pois esta vertente inovativa ser tão relevante para a performance e competitividade da sua empresa (Grosser, 2018).

Traços de Personalidade

Quando passamos a analisar o impacto da personalidade nesta temática, é importante iniciarmos a reflexão com a percepção de que o empreendedor é influenciado pelo contexto organizacional, ou seja, por múltiplos fatores. No entanto, o processo empreendedor exige bastante ação, fazendo com que o indivíduo tome uma decisão e aja de determinada forma, o que implica que a sua personalidade também seja ativada e seja determinante (Santos, 2013). Assim, a personalidade pode afetar tanto o comportamento organizacional, que chega, segundo um estudo de Salgado em 1997, a personalidade dos CEO a afetar a cultura das suas empresas (Cunha et. al, 2016).

Segundo a Expectancy Violation Theory (EVT), desenvolvida por Roccapiore, numa fase inicial, os investidores tendem a tomar as suas decisões com base na sua avaliação do empreendedor e não na ideia do negócio em si, uma vez que sobre a mesma ainda não têm informação suficiente. Neste processo, tendem a avaliar características como competência, resiliência, coachability e confiança (Roccapiore, 2021).

Ainda segundo o modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), abordada por Galanakis, existem diferentes fases para um empreendedor: inicialmente os potenciais empreendedores moldam as suas crenças e desenvolvem habilidades para escolherem uma carreira no empreendedorismo; têm uma atividade inicial que os guia a um novo ou atual negócio; estabelecem o mesmo e, se uma das últimas duas fases falharem, descontinuam. As características psicológicas e socio-culturais (como valores, exposição social, família, educação e fatores demográficos) têm sido identificadas como tendo um efeito nas intenções e auto-eficácia dos empreendedores. Isto não significa, portanto, que existam traços específicos que levam à atividade empreendedora, mas sim um conjunto de atributos que promovem a criação de um ethos, que por sua vez pode ser encorajado com competências que podem ser desenvolvidas tanto pelo contexto como pela educação recebida. Estes últimos afetam a intenção e comportamento do indivíduo, ao oferecerem gatilhos que podem ser interpretados como

oportunidades ou necessidades, que são transformadas em atividades valiosas (Galanakis, 2017).

Esta ligação, apesar de muitas vezes, no caso dos investidores, poder ser inconsciente, faz sentido, uma vez que existem já estudos que comprovam a conexão entre personalidade e performance de forma transversal a todos os grupos ocupacionais, a diferentes níveis de liderança e com diferentes outcomes a nível de performance. Por exemplo, enquanto traços como a Conscienciosidade e Estabilidade Emocional são associados com melhor performance de forma generalizada, outros traços estão normalmente mais conectados com variáveis contextuais. Por exemplo, a Extroversão relaciona-se normalmente com ocupações em que é exigida interação social, enquanto que a Abertura e Agradabilidade apenas se relacionam com eficiência a nível de treino mas não têm consequências diretas na performance, mas ainda não existe consenso no que define o sucesso empreendedor (Leutner, 2014) Na sua meta-análise, Leutner e a sua equipa concluíram que a personalidade é capaz de prever o sucesso empreendedor no que concerne a criação e o sucesso de um negócio. Estas conclusões foram importantes por comprovarem uma ligação que era contrariada por muitos teóricos. Os resultados deste trabalho mostraram uma relação com diferentes tipos de empreendedorismo, tanto social, corporativo e inventivo, sendo que se puderam analisar relações com atividades como organização de eventos, resolução de problemas organizacionais, desenvolvimento de protótipos e procura por investimento para inovação (Leutner, 2014).

A partir destas teorias, percebemos que muitas vezes as decisões dos investidores acabarão por recair neste novo fator: os traços de personalidade, privilegiando uns em detrimento de outros. Por isto, a pesquisa neste âmbito tem-se principalmente focado em atitudes, traços de personalidade, competências e motivações, uma vez que a atividade empreendedora permite amplamente a escolha e mudança de tarefas consoante preferências e objetivos pessoais (Santos, 2013).

Assim sendo, iremos neste estudo introduzir os elementos de personalidade como moderadores, a partir do Modelo The Big Five, perspectiva que considera que, não retirando importância ao contexto social, económico e político em que um indivíduo cresce e é socializado e educado, este fator não é o único importante, devendo ser conciliado com uma componente biológica. Se apenas o contexto fosse relevante, um grupo de pessoas com uma realidade semelhante teriam obrigatoriamente opiniões muito próximas, e isto não se verifica (Mondak, 2012). Esta teoria aparece em diversa literatura, procurando explicar atitudes e

comportamentos no contexto organizacional. O objetivo não é condensar a complexidade da personalidade em apenas alguns traços, mas sim ajudar, através de um modelo científico, a organizar todas as diferenças individuais existentes (Cunha et. al, 2016). Para complementar, importa ainda considerar que traços de personalidade não a definem de forma estanque, mas sim representam padrões consistentes “que regulam comportamento, sentimento e pensamento de um sujeito” (Ahmetoglu & Chamorro-Premuzic, 2013).

Este modelo define que existem 5 fatores com especial relevância como definidores de personalidade: Agradabilidade, Consciência, Extroversão, Estabilidade Emocional e Abertura a Novas Experiências. Agradabilidade refere-se a características como ser-se verdadeiro e altruísta, Consciência a pessoas organizadas, ambiciosas e dedicadas, Extroversão a pessoas calorosas, positivas, Estabilidade Emocional à capacidade de controlar emoções negativas como ansiedade e depressão, e Abertura a Novas Experiências a pessoas tolerantes relativamente à diversidade e a pessoas com posturas e culturas diferentes das suas (Schoen, 2007). Isto não torna as personalidades individuais planas, simplesmente procura agregar algumas características mais marcantes, ou seja, que acabam por se destacar. Desenvolvendo cada uma um pouco mais:

Extroversão ou Afetividade Positiva

A Extroversão ou Afetividade Positiva promove que as pessoas experimentem estados emocionais positivos, sentindo-se generalizadamente bem, o que os torna perceptíveis pelos outros como “afetuosos, sociáveis e amistosos” (Cunha et. al, 2016).

Neuroticismo ou Afetividade Negativa

Ao contrário da Extroversão, este traço surge em pessoas com tendência para estados emocionais e percepção de si mesmo e do mundo mais negativos, como stress. Este traço existe em algum grau em toda a gente, apesar de muitas vezes ser associado a problemas de saúde mental (Cunha et. al, 2016).

Amabilidade

Este traço distingue pessoas que têm facilidade em relacionar-se com os outros das que têm dificuldade. Enquanto um nível de amabilidade alto pode ser positivo para profissões em que é necessário alto contacto com pessoas, nomeadamente clientes, um nível mais baixo pode ser mais valorizado em profissões que implicam mais disciplina (Cunha et. al, 2016). Uma vez

que empreendedores tendem a precisar de colaborar com muitas pessoas como investidores, empregados, associados e clientes, existem traços de personalidade que podem ser mais positivos. A Amabilidade facilita as relações interpessoais, e por isso a interpretação e as interações necessárias (Bazkiaei et al., 2020).

Conscienciosidade

O nível de conscienciosidade pode indicar a capacidade do indivíduo de ser persistente e trabalhar arduamente, bem como de planear e gerir melhor detalhes (Bazkiaei et al., 2020), sendo ainda associado a pessoas cuidadosas, auto disciplinadas e resistentes a distrações externas, o que à partida parece relacionar-se com competência a nível laboral, o que é confirmado por vários estudos (Cunha et. al, 2016).

Abertura à Experiência

A Abertura à Experiência avalia se a pessoa consegue ter um leque de interesses bastante alargado ou não, bem como o nível de conservadorismo e predisposição para o risco (Cunha et. al, 2016).

Após este aprofundamento relativo a cada uma das dimensões que serão analisadas no restante documento, reúnem-se as condições para perceber quais serão as principais questões que deverão conduzir o estudo, permitindo a este estudo contribuir com novos conhecimentos que permitam dar resposta a algumas lacunas existentes na literatura.

A importância da criatividade

A criatividade no empreendedorismo tem vindo a ser definida enquanto a geração e implementação de ideias novas e apropriadas à criação de um negócio, o que faz sentido numa fase inicial mas deixa de fazer ao longo do tempo de vida da empresa. Isto é uma lacuna pois a criatividade tem um papel em todas as fases, por ser resultado tanto de dimensões e fatores internos como externos. Alguns autores consideram que a criatividade é uma vantagem competitiva e outros que é um fator crucial, no entanto, o consenso é, portanto, que é um fator importante no perfil de um empreendedor. Fillis afirma ainda que, apesar de existirem diferenças entre uma pessoa criativa e uma empreendedora, existem alguns fatores comuns a ambos e que esta relação tem sido muito trabalhada também por grande parte da investigação

relativamente a empreendedorismo se focar no processo, fase em que a criatividade mais impacta (Fillis, 2010).

No entanto, importa tentar perceber o que significa então ter criatividade e ter capacidade de inovação. A criatividade pode ser vista, como defendia Kao (1991), como um processo para gerar novas ideias e perspectivas, sendo que inovação seria um processo de implementação dessa mesma criatividade. Nesta linha, Schoonhoven e Romanelli (2002) viam o empreendedor como um networker que combina criatividade com inovação com o objetivo de comercializar o resultado (Harryson, 2000).

A criatividade tem vindo a ser falada desde muito cedo historicamente, tendo sido relacionada com áreas tão diferentes como a ciência, gestão ou arte, tendo muitos indivíduos ficado marcados como heróis pelas suas descobertas, teorias, práticas ou produtos. No entanto, a sua relação com o empreendedorismo apenas ganha notoriedade nos anos 50, com J.P. Guilford a apresentar o seu estudo neste tema à American Psychological Association. Atualmente, num mercado global e com uma forte componente tecnológica em constante evolução, multiplicam-se as oportunidades mas também a quantidade de agentes e, com isso, a competição (McMullan and Shepherd, 2006). Esta situação torna o fator criatividade cada vez mais fulcral e diferenciador (apesar de alguns autores o considerarem apenas como uma vantagem e outros como fulcral para a atividade empreendedora) (Fillis, 2010).

Young (1985) define criatividade como a atualização do nosso potencial, através da interação dos lados intuitivos e lógicos. Já Ford e Harris (1992) acreditavam que é um processo que pode ser desenvolvido por toda a gente, enquanto Fillis e Rentschler (2006) defendiam que era a capacidade de fazer algo que saísse da rotina e ao mesmo tempo construir algo a partir da tradição, de maneira a conseguir ser rentável e por fim Hunter et al. (2007) consideram que a criatividade surgia a partir da interação entre o indivíduo e o contexto (Fillis, 2010).

O empreendedor é normalmente a fonte de criatividade e invenção que nas fases iniciais são tão necessárias, no entanto, pode não ser tão forte enquanto líder nas fases seguintes, nomeadamente de exploração e comercialização. Na literatura tem-se compreendido que tem existido nos processos de inovação um papel cada vez maior das redes de network. A análise desta evolução parece ter começado com um artigo de Teece em 1986 e tem desde aí inspirado muitas pessoas a tentar compreender o papel dos apoiantes externos (Harryson, 2000).

Neste sentido tornou-se clara a pertinência de realizar dois estudos que, apesar de se complementarem tanto na metodologia aplicada como nas conclusões retiradas, são distintos.

No Estudo 1 o foco serão os Empreendedores, o seu percurso e perfil. O objetivo será analisar então, de forma sistematizada e concertada, diferentes itens e compreender não só a relação entre si, mas também se entre a relação de duas variáveis, existe algum efeito moderador de uma terceira. Neste sentido, a pergunta de investigação a que iremos tentar dar resposta será:

De que forma, para indicadores como a Experiência anterior do empreendedor, determinados traços de personalidade e a sua capacidade de mobilizar redes de network influencia a sua ação empreendedora?

Num segundo momento, contemplado no que se materializará enquanto Estudo 2, o foco mover-se-á para os investidores. Não importa apenas olhar para o Empreendedor de forma isolada, repetindo uma lacuna que tem sido sistematicamente repetida na literatura relativa a estas temáticas. É fulcral cruzar os perfis existentes com o que os investidores valorizam ou não, inclusivamente para compreender se estão ou não a aplicar na prática aquilo que consideram conscientemente importante. Ou seja, iremos aferir o que os investidores dizem considerar mais ou menos relevante e cruzar com as características dos Empreendedores, para compreender se os traços mais e menos valorizados estão (ou não) a corresponder aos traços mais e menos presentes nas pessoas e projetos que foram escolhidos pelos *Business Angels* para investir os seus recursos. Neste sentido, iremos ter as seguintes perguntas de investigação:

1. De uma forma meramente descritiva, procuraremos perceber a relevância de fatores como a Experiência anterior do empreendedor, determinados traços de personalidade e a sua capacidade de mobilizar redes de network influenciam a sua decisão sobre em que projeto investir os seus recursos?

2. Os fatores apresentados pelos investidores na questão anterior, estão alinhados com os perfis apresentados pelos Empreendedores?

No próximo capítulo, iremos explorar a metodologia utilizada para aferir as respostas às questões que aqui explanámos.

Capítulo II - Metodologia

O objetivo deste trabalho é, num primeiro momento, compreender, de forma exploratória, que fatores poderão influenciar o empreendedor e o seu respetivo percurso, nomeadamente a sua Experiência Anterior na área, a Educação, os Traços de Personalidade e a capacidade de Networking. Numa segunda fase e após concluir que fatores são relevantes, procuraremos auscultar as incubadoras relativamente ao que valorizam mais no momento de decidir em que empreendedor/projeto investir, já em comparação com os fatores considerados significativos no estudo anterior.

Para isto, foi necessário criar duas amostras, tendo-se utilizado o processo de amostragem não probabilístico bola de neve, onde, para se obter a amostra a utilizar, se utiliza uma “cadeia de referência”. Esta tipologia de amostragem tem como principal vantagem permitir alcançar elementos de determinados grupos, a que por outra via poderiam ser difíceis de aceder (Vinuto, 2014).

Amostra 1 – Estudo 1:

Para o estudo 1, onde iremos focar os empreendedores e os seus percursos individuais, foi possível resolver uma amostra de 60 indivíduos, que foram fundadores e ocupam lugares de Administração nas start-ups em que estão inseridos, cujas sedes se encontram em diferentes locais ao longo de todo o país. Esta amostra é maioritariamente constituída por indivíduos do sexo masculino (46, o que representa 76,7%, em relação a 11 do sexo feminino, que apenas representam 18,3%) e em termos de idade compreende entre 22 e 57 anos, com uma média de 38,47 e um desvio padrão de 9,601. Tendo em conta o método utilizado para a recolha de dados, os indivíduos foram contactos por múltiplas vias: ou de forma direta, ou pelos responsáveis pela gestão de start-ups da incubadora em que estão inseridos. Foi garantido o anonimato de todos os inquiridos, de maneira a garantir que as respostas seriam completamente honestas, fator que seria fulcral para a validade das conclusões do presente estudo.

Relativamente à relação dos inquiridos com a área de Empreendedorismo num contexto de educação formal, a esmagadora maioria frequentou o Ensino Superior (95%) e os restantes apenas o Ensino Secundário (5%), o que se encontra em perfeito alinhamento com o que Galanakis reportou em 2017. Ainda dentro da amostra total, apenas pouco mais de um terço (22 em 60, que corresponde a 36,7%) reportam ter educação em empreendedorismo. Destes 22, apenas 2 escolheram a área de Gestão como base para a sua Licenciatura, 8 para o seu

Mestrado, 3 decidiram frequentar uma Pós-Graduação nesta mas 9 (o valor mais elevado) decidiu fazer um curso de especialização em empreendedorismo.

Amostra 2 – Estudo 2:

A amostra para o estudo 2 foi na verdade construída primeiro, tendo sido em simultâneo a amostra e a ferramenta principal para contacto com a amostra do Estudo 1. Para conseguir a mesma, recorreu-se aos contactos oficiais de diferentes incubadoras, tendo cada uma tido apenas uma pessoa a responder, uma vez que o objetivo foi inquirir os responsáveis por escolher os projetos em que a incubadora deverá investir os seus recursos e dar apoio. Assim sendo, foi possível recolher respostas de 7 entidades, 4 representadas por mulheres, 2 por homens e 1 que não se pronunciou, também representando diferentes zonas geográficas de Portugal.

Procedimentos e Instrumentos:

Após terem sido definidas as amostras, foram construídos dois inquéritos, cada um aplicado a uma das amostras, cujas respostas foram recolhidas através de Google Forms e transportadas posteriormente para o IBM SPSS Analytics. Este questionário tinha, por um lado, questões que procuravam aferir dados descritivos e diretos, nomeadamente referentes à Experiência Anterior, e depois, para a Personalidade e Networking, que seguiram escalas devidamente validadas. Após a recolha de respostas, realizaram-se as análises descritivas e de frequências para se conhecer melhor as amostras que iríamos trabalhar, e num segundo momento trabalhou-se as escalas utilizadas de maneira a construir variáveis que fossem mais possíveis de analisar de forma clara. No caso da variável “Média de vezes que usa as redes sociais”, a mesma resulta de várias questões feitas aos inquiridos que referiam a sua utilização sobre redes sociais específicas: Facebook, Instagram, LinkedIn e WhatsApp, possibilitando uma noção mais abrangente do conceito de redes sociais. A conclusão deste trabalho com a Base de Dados permitiu reunir as condições necessárias para fazer Correlações e Regressões Lineares, recorrendo ainda a uma extensão do programa, o *Process*, versão 4.1.

Relativamente ao questionário aplicado aos investidores, aplicou-se um inquérito cujas respostas foram recolhidas em Google Forms e transportadas para Excel posteriormente, de maneira a analisar os dados. A estrutura deste questionário dividia-se nas mesmas dimensões aplicadas aos empreendedores (Experiência Anterior, Educação, Traços de Personalidade e Redes de Networking). No entanto, o objetivo das questões seguiu uma lógica um pouco

distinta, uma vez que procurou perceber o que seria mais valorizado pelas pessoas responsáveis pela decisão dos projetos que deveriam ser apoiados. No fim, o objetivo foi comparar os resultados dos dois estudos, de maneira a compreender a coerência entre os mesmos.

Escala Big Five Inventory (BFI)

A escala BFI foi desenvolvida por John, Donahue, e Kentle em 1991, com o objetivo de criar um inventário simples e eficaz, de auto-resposta e que baseasse nos cinco traços principais de personalidade. Na sua versão original é constituída por 44 itens, 8 a 10 por casa uma das dimensões avaliadas (os cinco fatores do Big Five, apresentados na Revisão de Literatura: Extroversão, Neuroticismo, Amabilidade, Conscienciosidade e Abertura à Experiência, que serão avaliadas numa escala de 1- Discordo Totalmente a 5- Concordo Totalmente (Simões, 2016). Neste estudo foi utilizada uma adaptação mais curta, com 4 itens por dimensão, num total de 20 itens distintos.

Neste estudo, após a aplicação da escala, que avaliava todas as afirmações que a constituíam entre 1 – Discordo Totalmente e 4 – Concordo Totalmente, tornou-se necessário analisar, para cada grupo de variáveis que correspondiam a uma dimensão, a sua consistência interna, para a construção das novas variáveis, nomeadamente a Extroversão e a Abertura à Experiência. No caso da Extroversão, as variáveis a analisar foram “Vejo-me como alguém que é sociável, amigável”, “Vejo-me como alguém que tem uma personalidade assertiva.”, “Vejo-me como alguém que tende a ser sossegado(a).”, “Vejo-me como alguém que tem muita energia.”. A escala com todas as variáveis originais apresentava um Alfa de Cronbach de 0,475. Recorrendo ao “Cronbach's Alpha if Item Deleted” foi possível perceber que, retirando o terceiro item, conseguiríamos alcançar o alfa para 0,563, tendo-se, então, construído a variável Traço de Personalidade: Extroversão a partir da média apresentada pelos restantes itens.

No caso da Abertura à Experiência, os itens eram “Vejo-me como alguém que prefere o trabalho rotineiro.”, “Vejo-me como alguém que tem poucos interesses artísticos.”, “Vejo-me como alguém que tem curiosidade em relação a várias coisas.”, “Vejo-me como alguém que valoriza experiências artísticas, estéticas.”. O Alfa de Cronbach original era de 0,556 mas retirou-se o primeiro item, que permitiu construir a nova variável Traço de Personalidade: Abertura à Experiência com um Alfa de 0,612.

Escala de Networking

A escala de Networking utilizada neste estudo foi desenvolvida por Wolff e Moser em 2006. Este modelo distingue duas dimensões dentro do Networking: uma interna, ou seja, restringida à socialização com indivíduos dentro da sua própria organização, e externa, que foca pessoas de fora da mesma (Wolf e Kim, 2012).

Estas duas dimensões de Networking diferenciam-se em três aspetos principais. Em primeiro lugar, a amplitude de possíveis relações, uma vez que dentro da sua organização está mais restrito e não existe margem para substituições, enquanto que nas networks externas, não só é possível estabelecer contactos com pessoas de diferentes áreas e indústrias, como existe uma maior possibilidade de escolha entre grupos que queremos integrar. Uma segunda diferença refere o acesso, uma vez que pessoas que trabalhem na mesma empresa têm maior facilidade não só de propositadamente se introduzirem, como até pode acontecer organicamente, o que normalmente não será possível com pessoas externas. A terceira e última grande diferença refere a densidade das redes de network, que tende a ser maior em redes intraorganizacionais, uma vez que a informação segue um percurso muito mais rápido ao existirem mais pontos de contacto da rede devido à proximidade quotidiana, o que não se verifica em redes interorganizações (Wolf e Kim, 2012).

Nesta investigação o foco será a Networking Interna, tendo sido necessário também analisar a consistência interna de todos os itens envolvidos, antes da construção da variável final. As nove variáveis iniciais eram: “Se quero conhecer alguém que pode ter um impacto no meu percurso profissional, tenho iniciativa para me apresentar.”, “Quando um colega de outro departamento me pede ajuda, eu tento ajudar, apesar de não ser o meu trabalho.”, “No meu tempo livre, discuto com outros colegas questões do trabalho.”, “Eu falo com os meus colegas de outros departamentos sobre o que estão a desenvolver.”, “Quando tenho uma reunião com alguém que não conheço, apresento-me pessoalmente antes ou após a mesma.”, “Se quero conhecer alguém que pode ter um impacto no meu percurso profissional, tenho iniciativa para me apresentar.”, “Quando um colega de outro departamento me pede ajuda, eu tento ajudar, apesar de não ser o meu trabalho.”, “No meu tempo livre, discuto com outros colegas questões do trabalho.”, “Eu falo com os meus colegas de outros departamentos sobre o que estão a desenvolver.”. Esta escala avaliava todas as afirmações apresentadas numa escala entre 1 – Nunca e 4 – Muito Frequentemente/Sempre e apresenta um Alfa de Cronbach de 0,879.

Capítulo III - Resultados

Após recolha dos dados e antes de iniciar o seu processo de análise, é necessário relembrar o objetivo. Com este estudo pretendemos perceber que fatores poderão influenciar o percurso do empreendedor, numa primeira instância, e depois compreender o que é priorizado pelos investidores no momento de escolha dos projetos que vão ou não apoiar.

Estudo 1:

Em primeiro lugar, importa ressaltar que, no IBM SPSS, foi utilizado o Modelo 1 de do *Process* macro SPSS e que foi instalado como extensão do programa original, de maneira a permitir análises de moderação.

Foram realizados diversos testes exploratórios com o objetivo de perceber que variáveis poderiam ser pertinentes, devido ao impacto demonstrado. Neste sentido, iremos neste Study 1 abordar o impacto de 5 Variáveis mais relevantes: “Já tinha tido algum tipo de experiência relacionada com empreendedorismo anteriormente à atual?”; “Média de vezes que vai à rede social”; “Networking Interna”; “Traço de Personalidade: Extroversão” e “ Traço de Personalidade: Abertura à Experiência”.

Recordo que neste primeiro estudo procurava demonstrar se (e de que forma) itens como a sua experiência anterior e determinados traços de personalidade influenciam outras características do empreendedor, nomeadamente a utilização das redes sociais e a sua capacidade de mobilizar redes de network. Para tal, tornou-se necessário testar diferentes ligações, testando todos os Traços de Personalidade existentes na teoria seguida, bem como diferentes itens relacionados com as redes de Networking e sociais dos empreendedores. Não tendo todos demonstrados relações significativas e nunca lógica de parcimónia, iremos apresentar apenas as relações impactantes, tendo omitido os restantes testes exploratórios que foram realizados. Assim sendo, a Experiência Anterior demonstrou ser um item bastante pertinente neste estudo e nas suas conclusões, ao assumir um papel moderador em duas relações distintas: a média de vezes que o empreendedor utiliza a rede social com a presença do Traço de Personalidade Extroversão e a sua capacidade de mobilizar a sua Network Interna com a presença do traço de Personalidade Abertura à Experiência. Assim sendo, para o Estudo 1 iremos debruçar-nos sobre estas duas questões, sendo que podemos, ao observar a Figura 1 e 2, expostas abaixo, perceber de forma gráfica e, conseqüentemente, mais clara, o que nos propomos analisar. Em ambos os casos a variável independente será o Traço de Personalidade,

que influenciará uma variável dependente, relacionada com uma ação do empreendedor, numa relação sempre moderada pelo item referido.

Figura 1

Modelo de relação entre a Média de Vezes que o Empreendedor usa as redes sociais e a presença do Traço de Personalidade Extroversão, com o efeito moderador da Experiência Anterior.

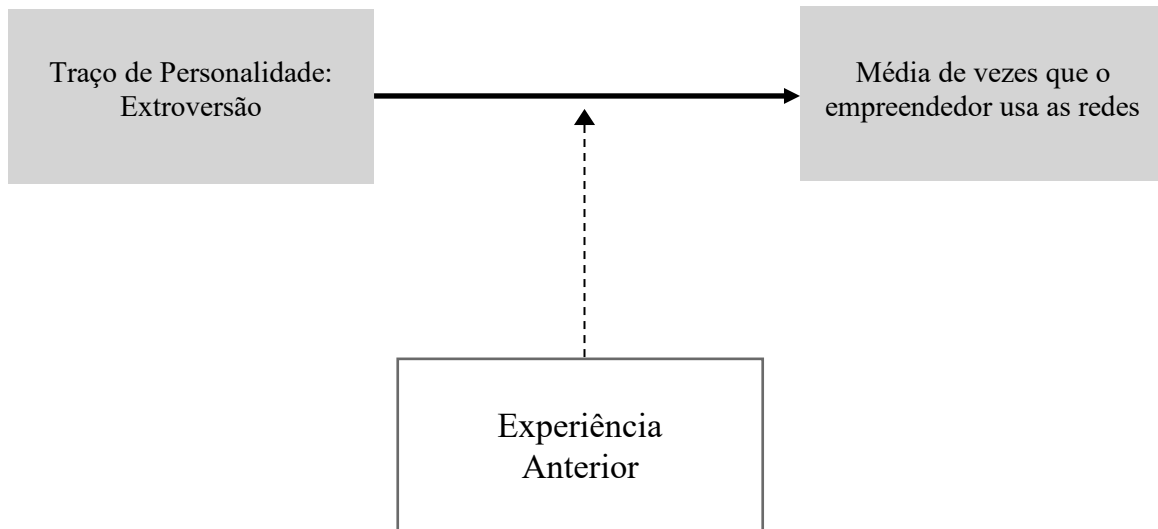
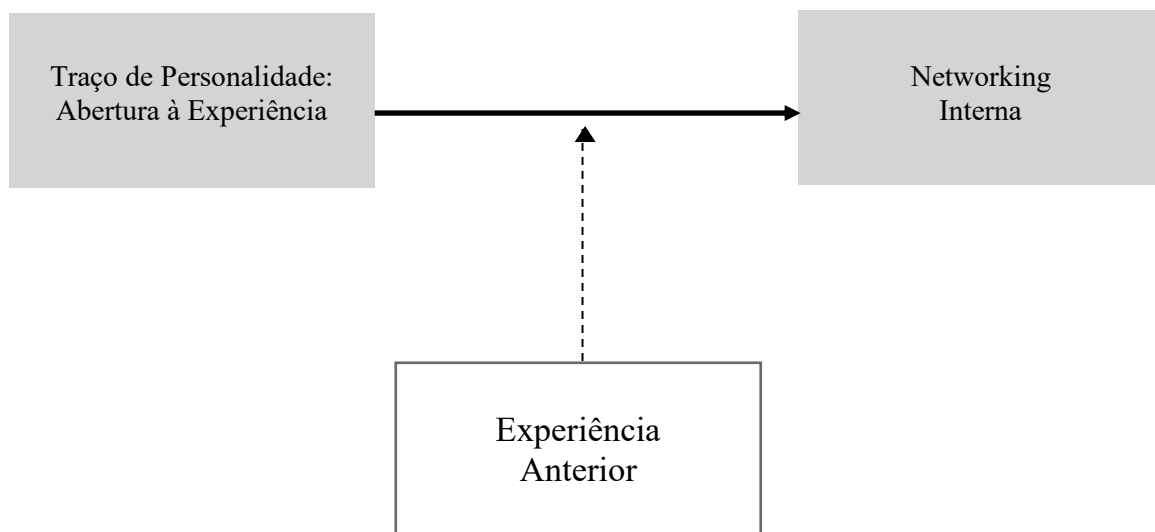


Figura 2

Modelo de relação entre a capacidade do Empreendedor mobilizar a sua rede de Network Interna e a presença do Traço de Personalidade Abertura à Experiência, com o efeito moderador da Experiência Anterior.



Correlações entre variáveis

Para responder às nossas duas questões de investigação, analisou-se primeiramente o quadro de correlações, o coeficiente de *Pearson* (r) e os p -values correspondentes às variáveis. Como podemos perceber na Tabela 1, que ilustra a estatística descritiva e correlações entre todas as variáveis analisadas, podemos retirar desde já algumas conclusões. A variável com média mais elevada é Networking Interna ($M=3,58/4$; $DP=0,40$), seguida pelas duas variáveis de personalidade, que apresentam os valores mais próximos ($M=3,39$; $DP=0,42$ no caso da Extroversão e $M=3,38$; $DP=0,56$ no caso da Abertura à Experiência) e, por fim, a variável com valores mais baixos ($M=3,3/4$; $DP=0,51$). No caso da variável referente à Experiência Anterior não tem média, uma vez que as respostas eram de “Sim” e “Não”, ou seja, de caráter qualitativo, que não se coaduna com um cálculo e reporte adequado de médias nem desvio-padrão. Quanto às diferenças entre as restantes variáveis, as mesmas acabam por ser bastante similares.

Quadro 1

Correlações entre todas as variáveis analisadas

Nome das Variáveis	M	DP	1	2	3	4
1. Já tinha tido algum tipo de experiência relacionada com empreendedorismo anteriormente à atual?	N/A	N/A	1			
2. Média de vezes que vai à rede social	3,30***	0,51	0,02			
3. Networking Interna	3,58****	0,40	0,20	0,07		
4. Personalidade: Traço Extroversão	3,39****	0,42	0,24	0,00	0,54**	
5. Personalidade: Traço Abertura à Experiência	3,38****	0,56	0,29*	0,03	0,50**	0,25

Notas:

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

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

***Escala de “1- Nunca” a “4- Muito Frequentemente”

****Escala de “1- Discordo Totalmente” a “5- Concordo Totalmente”

Quanto às correlações, podemos concluir que os valores mais elevados são entre a Networking Interna e o Traço de Personalidade Extroversão ($r=0,54$; $p>0,01$), com valores muito próximos da correção entre a primeira variável e o Traço de Personalidade Abertura à Experiência ($r=0,50$; $p>0,01$).

Regressão Linear

Como explicado anteriormente, iremos analisar o impacto moderador da variável Experiência Anterior em dois momentos diferentes. O primeiro, cujas informações podemos encontrar nas Tabelas 2 e 3 e na Figura 3, reportam este efeito moderador na relação entre Traço de Personalidade Extroversão e a Utilização das Redes Sociais. O Quadro 2 ajuda-nos a perceber que o modelo é significativo ($R\text{-sq} = 0,1166$; $F = 2,462$; $p = 0,07$) e o 3 a perceber que a moderação da Experiência Anterior também ($\text{coeff} = -0,9090$; $p < 0,01$, $LLCI = 1,5831$ e $ULCI = -0,2348$).

Quadro 2

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
0,3414	0,1166	0,2496	2,4627	3,0000	56,0000	0,0719

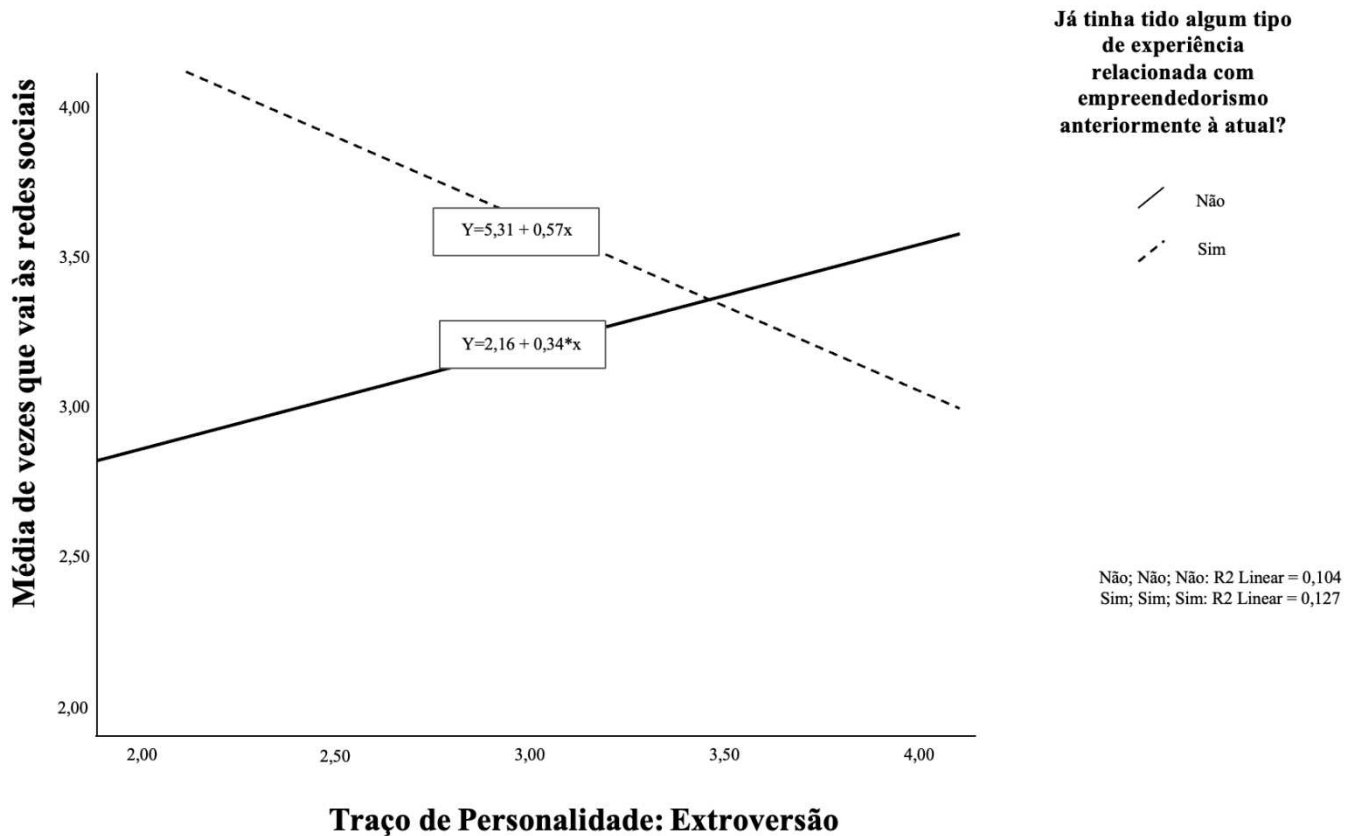
Quadro 3

Impacto do Traço de Personalidade Extroversão na Média de vezes que o empreendedor vai às redes sociais, com o efeito moderador da Experiência anterior

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,1591	,6473	3,3359	,0015	,8625	3,4558
Extroversão	,3426	,1937	1,7693	,0823	-,453	,7306
Experiência Anterior	3,15006	1,1701	2,6925	,0093	,8065	5,4947
Extroversão*Experiência Anterior	-,9090	,3365	-2,7011	,0091	-1,5831	-,2348

Figura 3

Relação entre a Média de Vezes que os Empreendedores vão à rede social e o Traço de Personalidade Extroversão, com o efeito moderação Experiência Anterior



Na Figura 3 é possível ilustrar a ação moderadora da variável Experiência Anterior, percebendo que, quando a mesma existe, a tendência é de quanto maior a presença do traço de Extroversão no empreendedor, menor a frequência com que utiliza as redes sociais, existindo, como podemos verificar pela inclinação da reta, um efeito positivo. Na situação contrária, ou seja, sem qualquer Experiência Anterior, verifica-se também. Isto poderá estar bastante relacionado com as redes de networking que estas experiências prévias, sejam melhor ou pior sucedidas, permitem ao indivíduo estabelecer. Ao criar estas conexões fora das redes sociais anteriormente (tenham sido inicialmente estabelecidas já foram, tenham-se iniciado nas redes sociais mas depois transportadas para o presencial), no novo momento de criação de um projeto/empresa, essas ligações poderão ser consideradas mais relevantes de serem mobilizadas do que o processo de busca de novas. Numa situação oposta, quando esta rede não está alargada e estável o suficiente, o indivíduo poderá ter uma maior necessidade de utilizar as redes sociais

para conseguir chegar a novas pessoas, que o poderão ajudar de diferentes maneiras e com recursos variados.

Num segundo modelo utilizou-se a mesma variável moderadora, no entanto, desta vez para perceber o seu impacto na relação entre o Traço de Personalidade Abertura à Experiência e a Networking Interna . O Quadro 4 ajuda-nos a perceber que o modelo é significativo ($R-sq = 0,362$, $F = 10,59$; $p < 0,01$) e o Quadro 5 a perceber que a moderação da Experiência Anterior também ($coeff = ,5533$; $p < 0,01$, $LLCI = ,2000$ e $ULCI = ,9065$).

Quadro 4

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
0,602	0,362	0,110	10,59	3,000	56,000	0,000

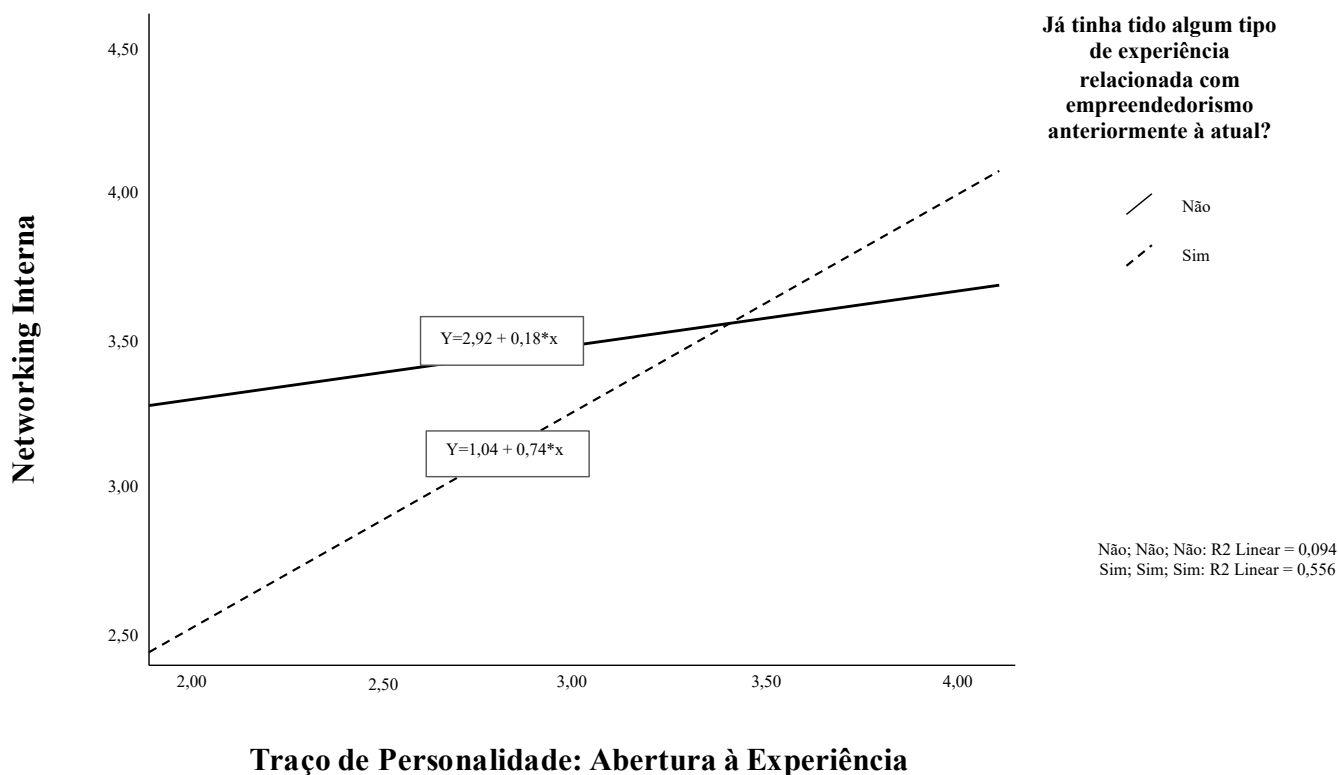
Quadro 5

Impacto do Traço de Personalidade Abertura à Experiência na Networking Interna, com o efeito moderador da Experiência anterior

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,9208	0,3116	9,3734	0,0000	2,2966	3,5450
Abertura à Experiência	0,1838	0,0943	1,9485	0,0564	-0,0052	,3728
Experiência Anterior	-1,8768	,6215	-3,0198	,0038	-3,1219	-,6318
Abertura*Experiência Anterior	,5533	,1763	3,1277	,0027	,2000	,9065

Figura 4

Relação entre a capacidade dos Empreendedores mobilizar a sua rede de Network Interna e o Traço de Personalidade Abertura à Experiência, com o efeito moderação Experiência Anterior



Na Figura 4 conseguimos perceber melhor esta ligação. Apesar de em ambos os casos existir sempre uma ligação positiva entre estas duas variáveis, a Experiência Anterior enquanto moderador permite perceber que o impacto não é exatamente o mesmo. Olhando para a inclinação das retas, compreendemos que o efeito é muito mais impactante quando a mesma se verifica ($y=1,04+0,74*x$) do que quando não se verifica ($y=2,92+0,18*x$). Este efeito poderá estar relacionado com, mais uma vez, esta experiência ter permitido aos indivíduos com este traço potenciar as suas redes e ainda ter maior consciência do impacto das pessoas que consegue mobilizar e que encontra nos seus círculos profissionais.

Recordemos a questão a que procurámos responder neste estudo:

De que forma indicadores como a Experiência anterior do empreendedor, determinados traços de personalidade e a sua capacidade de mobilizar redes de network influencia a sua ação empreendedora?

A partir dos resultados que obtivemos, é-nos possível responder que principalmente a variável Experiência Anterior impacta a ação do empreendedor, em duas dimensões distintas. Em primeiro lugar, influencia a relação a Extroversão que o caracteriza e a média de vezes que utiliza as redes sociais e, numa segunda dimensão, a relação entre a sua Abertura à Experiência e a capacidade de mobilizar a sua rede de Networking Interna, ou seja, intraorganizacional.

Após analisar e compreender que traços são importantes para o percurso do empreendedor, uma dúvida se levanta: e para os investidores? Serão estes fatores relevantes para os mesmos no momento de decisão?

Estudo 2:

Como referido na revisão de literatura, uma parte fundamental do sucesso de uma startup é a capacidade do empreendedor de aceder a informação, recursos e apoio social de que necessita (Leskinen, 2011), através de relações de fundo instrumental, afeta e social (Colleweart, 2021) entre o mesmo e investidores. Do seu lado e segundo a EVT, o investidor tenderá a decidir em que projeto irá investir os seus recursos, nomeadamente o seu capital, conferindo uma maior ponderação à sua perspetiva sobre o empreendedor enquanto indivíduo (as competências e traços de personalidade que lhe atribui, por exemplo), do que ao projeto que o mesmo apresenta, principalmente numa fase inicial (Roccapriore, 2021).

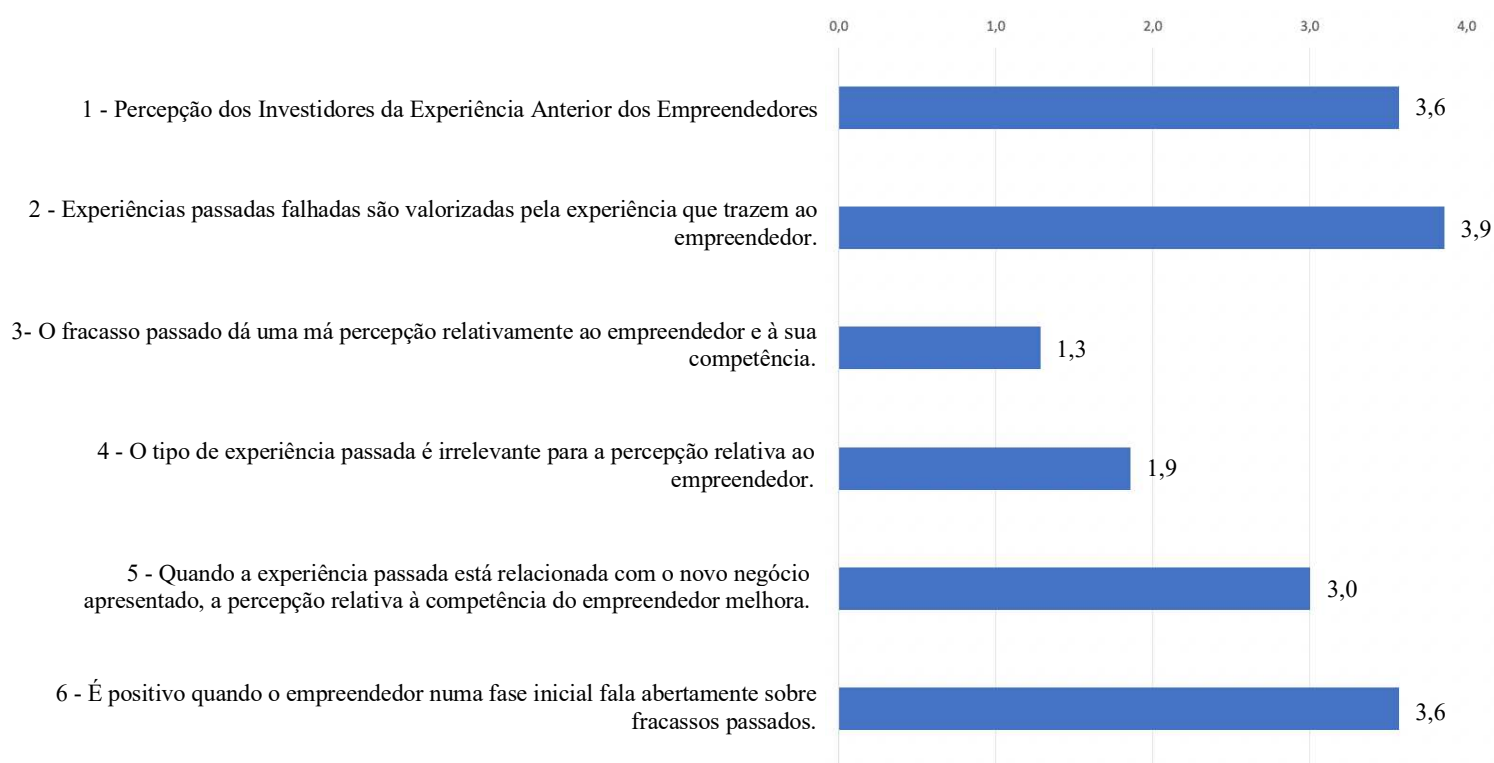
Neste sentido, após perceber, então, que fatores são mais preponderantes no percurso dos empreendedores, afetando a sua ação, tornou-se premente perceber a perspetiva de outro elemento fulcral: os investidores/*business angels*. Para este efeito, iremos analisar as respostas referentes às dimensões que se mostraram relevantes para os empreendedores, no *Study 1* (Experiência Anterior, Traços de Personalidade e Redes de Networking).

Num primeiro instante, tentou-se perceber como é que os investidores percecionavam a experiência anterior do empreendedor na área (Dimensão 2). Na revisão de literatura tinha ficado claro que vários estudos apontavam para diferentes conclusões: o consenso seria de que uma experiência anterior positiva seria sempre uma mais-valia em relação às restantes opções, no entanto, os investidores poderiam preferir alguém com experiências anteriores negativas a

peçoas sem qualquer experiência, pela capacidade de resiliência e aprendizagens que lhes conferiria, no entanto, essa situação também poderia ser considerada como um obstáculo, por colocar em causa a sua capacidade de projetar uma empresa bem sucedida. (Roccapriore, 2021).

Figura 5

Percepção dos Investidores da Experiência Anterior dos Empreendedores



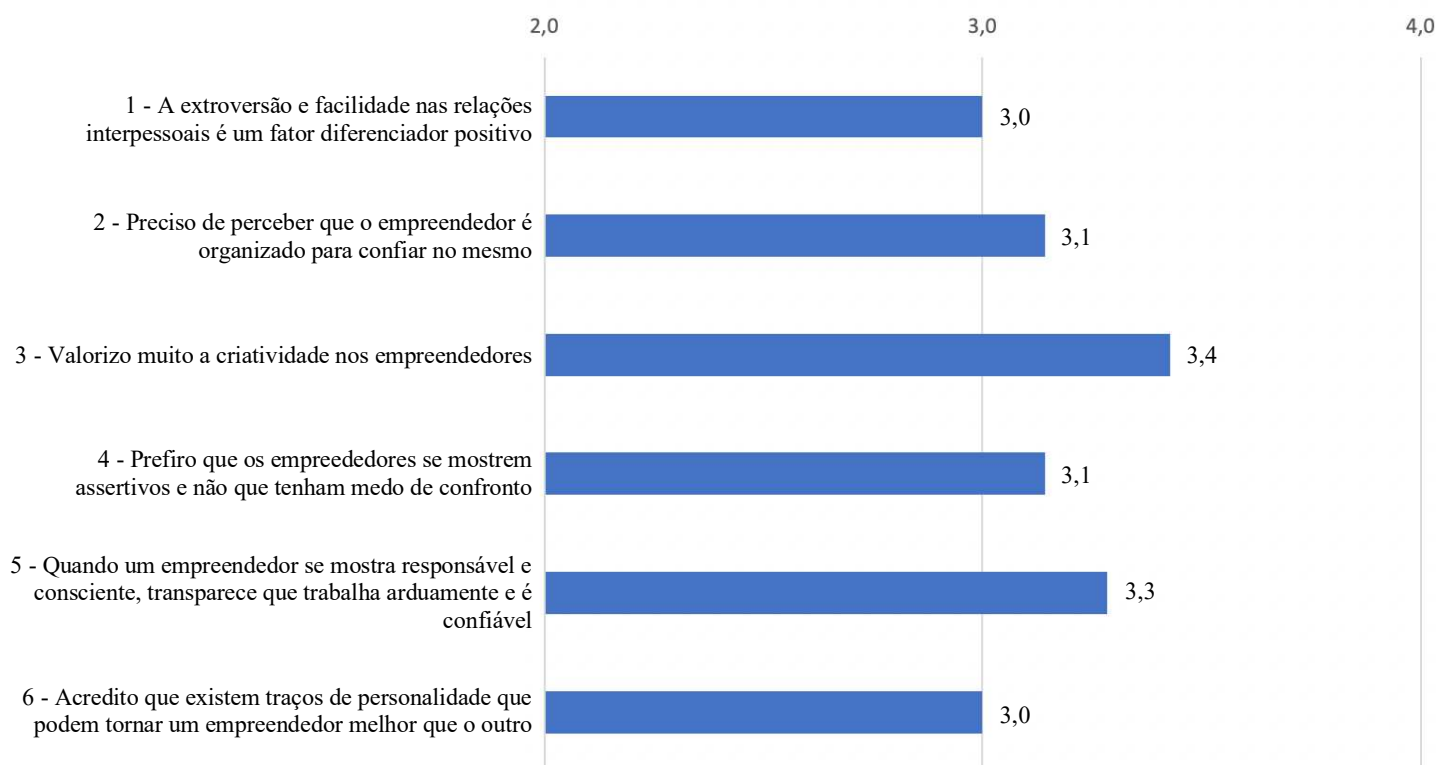
Como é possível compreender pela figura acima, os únicos fatores em que os investidores demonstraram pouca concordância foi com o facto de uma experiência negativa anterior do empreendedor prejudicar a sua imagem do mesmo (variável 3, com média de 1,3), e da experiência anterior, seja ela qual for, ser irrelevante (variável 4, com média de 1,9). Por outro lado, concordam principalmente que experiências mal sucedidas são valorizadas pela experiência que representam (fator 2, com média de 3,9), seguidas de que as mesmas conferem capacidade de resiliência (fator 1, com média de 3,6) e que o empreendedor deverá referir os seus fracassos numa fase inicial (fator 6, com média de 3,6).

A partir destes resultados, fica bastante claro que, no caso concreto da amostra analisada, para os investidores pesará falar sobre os projetos passados do empreendedores, compreendendo o que aprenderam, o que provavelmente fariam de diferente forma. Esta experiência é valorizada e poderá conferir (ou retirar) ao investidor confiança em relação ao empreendedor, por perceber como conduzirá a gestão da sua nova empresa.

Passando para os Traços de Personalidade (Dimensão 4), a literatura que relaciona a Teoria dos Big 5 com a ação empreendedora defende que existem traços que conectam a personalidade com a performance de forma transversal (como Conscienciosidade e Estabilidade Emocional), mas que existiram outros que teriam um impacto diferente consoante a função desempenhada (Leutner, 2014). Por exemplo, a Extroversão teriam um potencial positivo para o empreendedorismo, por permitirem ao indivíduo ter facilidade em interações sociais.

Figura 6

Percepção dos Investidores relativamente ao Traços de Personalidade dos Empreendedores



Analisando os resultados, os valores apresentados acabam por mostrar uma clara uniformidade na valorização de determinadas características, uma vez que os valores médios das respostas se encontram todos entre o 3 e o 3,4. O traço relacionado com a criatividade, por exemplo, é o

mais valorizado (3,4), o que se correlaciona com o Phillis defendia no seu estudo, onde a criatividade seria ou considerada fulcral ou uma vantagem competitiva mas, em qualquer dos casos, uma característica importante num empreendedor (Fillis, 2010). Isto seria bastante expectável, também, pelo que vimos anteriormente, desde início que a ação empreendedora é uma procura por encontrar novas soluções, aceitar o risco e criar valor (António, 2021), o que existe uma forma de olhar para o contexto que o rodeia e encontrar oportunidades. Tendo em conta que o inquérito aplicado aos investidores acaba por se centralizar na abordagem do empreendedor relativamente ao investidor, todas as respostas destes últimos refletem o que é valorizado numa fase inicial do seu percurso conjunto, momento onde a criatividade parece ser mais valorizado (Harryson, 2000). Por outro lado, a valorização da extroversão apresenta o valor mais baixo (3), a par com a assunção de que existem personalidades mais propensas do que outras a tornar um indivíduo melhor na sua atividade empreendedora.

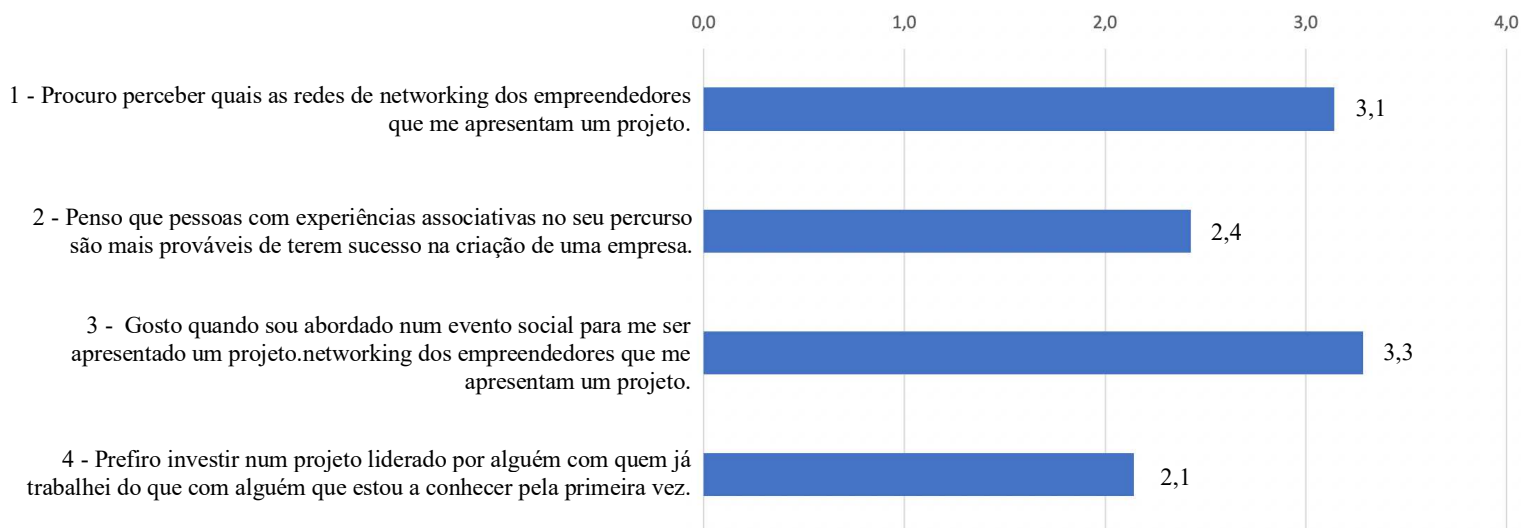
Estes dois últimos valores acabam por ser curiosos, principalmente quando comparados com os resultados do *study 1*. Isto porque, como vimos, a Extroversão acabou por se tornar um dos fatores que impactava o percurso e ação do empreendedor. A própria negação de existirem traços de personalidade mais propensos a tornar um empreendedor melhor do que o outro é uma percepção que vai contra a literatura, onde fica claro que existe uma correlação (ainda que não fatalista) entre traços de personalidade e performance (Galanakis, 2017).

Estes resultados poderiam não ter qualquer relação, não fossem os investidores os responsáveis pelas start-ups analisadas. Neste sentido, levanta-se a hipótese de que existam preferências relativamente aos perfis dos empreendedores que apenas existam de forma inconsciente nos investidores. Ou seja, é possível que os mesmos não decidam racionalmente preferir um perfil ao outro, mas que o traço extroversão, por exemplo, acabe por tornar o empreendedor mais apto a abordar os investidores em vários e diferentes contextos, o que os colocará em contacto sem que o investidor proativamente decida abordar pessoas especificamente extrovertidas. No entanto, seria necessário outro estudo que tivesse a capacidade de desenvolver esta hipótese, confirmando-a ou desmentindo-a.

Na sequência do exemplo levantado, torna-se pertinente analisar uma última dimensão: de que forma percebem os investidores as técnicas de criação/alargamento das redes de networking dos empreendedores? Analisemos o seguinte gráfico:

Figura 7

Percepção dos Investidores relativamente à mobilização das redes de networking por parte dos Empreendedores



A partir da Figura 7, a pista que estávamos a analisar no gráfico anterior parece seguir uma linha lógica: o investidor aprecia ser abordado num evento social para conhecer um projeto (3,3). Isto poderá indicar que efetivamente o mesmo poderá não privilegiar efetivamente pessoas com um forte traço de personalidade Extroversão, no entanto, ser este o perfil que mais o aborda em contextos cujo principal propósito não fosse a apresentação de projetos e captação de financiamento.

Logo a seguir, com 3,1, segue a afirmação de que o investidor procura saber como são as redes de networking dos empreendedores na apresentação do projeto, o que demonstra a clara importância das mesmas. Esta importância é bastante justificada uma vez que as redes de networking são essencialmente mobilizadas para obtenção de recursos e informação, por exemplo (Leskinen, 2011), e as competências do empreendedor neste campo são essenciais para a confiança do empreendedor no mesmo. Não podemos esquecer que, nesta fase inicial, o investidor decidirá se investe no projeto ou não recorrendo mais à sua opinião relativa ao indivíduo e a sua capacidade percebida de realizar efetivamente a sua ideia, do que à ideia em si, o que é reforçado por este indicador.

Por fim, a experiência dos indivíduos em grupos associativos não parece ser de extrema relevância (2,4) mas ainda menor é a diferença atribuída pelos investidores a conhecerem previamente ou não o empreendedor (2,1).

Relembrando as duas questões de investigação que procurávamos responder:

1. Qual a relevância de fatores como a Experiência Anterior do empreendedor, determinados traços de personalidade e a sua capacidade de mobilizar redes de network influenciam a sua decisão sobre em que projeto investir os seus recursos?

2. Os fatores apresentados pelos investidores na questão anterior, estão alinhados com os perfis apresentados pelos Empreendedores?

A partir dos resultados obtidos, conseguimos responder à primeira pergunta, uma vez que os investidores reportaram dar bastante importância à Experiência Anterior e ao facto dos empreendedores falarem abertamente sobre a mesma, principalmente quando negativa, de maneira a que fiquem claras as aprendizagens e a capacidade de resiliência que resultou das mesmas. Quanto à personalidade, a criatividade foi o fator mais valorizado, mas, por outro lado, a Extroversão foi o menos. Para além disto, também referiram que a personalidade em si não seria muito importante no momento de decisão.

Esta última informação ajuda-nos a responder à segunda questão, uma vez que não, as preferências demonstradas pelos investidores não estão completamente alinhados com os perfis dos empreendedores. Na maioria dos fatores este alinhamento existe, no entanto, no que respeita a personalidade observamos uma clara discrepância, uma vez que os investidores escolheram empreendedores com dois traços de personalidade que demonstraram ter muito peso, um deles, a Extroversão, que inclusive aparece como o tendo menos importância no segundo estudo.

Capítulo IV - Discussão

Esta dissertação teve dois objetivos diferentes, o que justificou o desenvolvimento de dois estudos complementares mas distintos. Na primeira, procurámos responder à questão: De que forma traços individuais, como o caso da personalidade e a propensão para estabelecer e dinamizar relações de networking do indivíduo poderiam impactar a sua capacidade de obter apoio de investidores e na segunda dimensão temos duas questões diferentes. A primeira era “Qual a relevância de fatores como a Experiência anterior do empreendedor, determinados traços de personalidade e a sua capacidade de mobilizar redes de network influenciam a sua decisão sobre em que projeto investir os seus recursos?” e “Os fatores apresentados pelos investidores na questão anterior, estão alinhados com os perfis apresentados pelos Empreendedores?”

Todo o processo realizado e reportados nos capítulos anteriores permitiu um melhor compreensão das problemas estudadas e contribuir para o conhecimento existente, tanto a nível teórico como prático. Neste sentido, serão ainda apresentadas algumas limitações sentidas durante todo o processo e sugestões para que, no futuro, existam outras investigações que foquem ponto que não foi possível desenvolver totalmente e ainda colmatar alguns dos problemas sentidos.

Contributos Teóricos

Como foi possível analisar na Revisão de Literatura, existirem diferentes fatores com um papel preponderante no que concerne a atividade empreendedora. No entanto, a mesma requer que exista uma ação que tem uma conotação muito individual, o que justifica a vasta literatura que podemos encontrar que conecta o empreendedorismo e os traços de personalidade. Este estudo acabou por validar o que já foi defendido por diferentes autores relativamente ao facto de, apesar de não existir uma personalidade única empreendedora, alguns fatores que, em conjunto, poderão potenciar o indivíduo a percorrer um caminho em que procurará potenciar os seus atributos no sentido de desenvolver a atividade empreendedora (Galanakis, 2017).

O processo de criação de uma empresa exige, nomeadamente na dimensão de criação, manutenção e mobilização de redes de networking, num esforço que, como Chell referia em 2000, tem de ser a partir de uma ação consciente, com um objetivo claro e útil, (Chell, 2000), um elevado nível de interação social, o que também nesta investigação esteve em linha com esta constatação referida na literatura (Leutner, 2014). Por outro lado, também a presença do

traço Abertura à Experiência normalmente refer pessoas com um leque de interesses bastante alargado (Cunha et. al, 2016), o que se na nossa discussão significou uma facilidade clara em conseguir dinamizar as conexões existentes na rede de networking interna do indivíduo, permitindo-lhe estabelecer ligação e identificar-se com diferentes pessoas, o que por sua vez poderá ser bastante vantajoso, se significar a possibilidade de aceder a diferentes apoios, referências e recursos variados para a sua empresa.

Relativamente à variável que, no Estudo 1, teve um papel moderador impactante em ambas as relações analisadas. Estes dados foram particularmente importantes de estudar e sobre os quais refletir, pois como vimos na revisão de literatura, as conclusões até ao momento não são concordantes. Em 2021, a pesquisa de Roccaprione indicava que efetivamente a Experiência Anterior seria relevante para todo o processo empreendedor, tendo até apresentado dados relativos às empresas com crescimento mais rápidos, em que os seus fundadores teriam falhado em média 1,9 vezes, o que seria concordante com os resultados atuais. No entanto, o autor, quando aplicou um estudo próprio, retirou conclusões contrárias (Roccaprione, 2021). Neste sentido, este estudo reforça a literatura prévia, contrariando as conclusões de Roccaprione e levantando dúvidas sobre se não poderá depender de contextos, por exemplo culturais, específicos, que poderia ser interessante de analisar.

Deveremos trazer de novo aqui o que Galanakis levantou em 2017, quando referia que um dos fatores (entre os múltiplos que impactam o percurso do empreendedor) com impacto mais positivo seriam os projetos/entidades de apoio à prática empreendedora, como são o caso das incubadoras. Estas entidades são um foco central na procura do empreendedor para desenvolver a sua rede em busca de recursos para o seu projeto. Esta importância conferida poderá e deverá relacionar-se com as reflexões que a teoria económica das networks de Witt, em 2004, tinham frisado e que são reforçados por estes dados conseguem reforçar a importância de investigar mais a relação entre o empreendedor e o investidor. Esta temática ainda configura uma lacuna na literatura e esta investigação expôs a dissociação existente entre alguns dos traços mais prementes entre os empreendedores e o que é percebido como relevante pelos seus investidores. Apesar deste levantar de uma possível contradição nesta interação, seria necessário aprofundar, com uma amostra com características que permitissem compreender melhor se este fenómeno é um efetivo padrão, que merece ser compreendido, ou se, por outro lado, foi uma particularidade do contexto presente neste trabalho.

Na sua teoria, Mondak afirmava que apesar do contexto ser de extrema relevância, existem traços intrínsecos a cada indivíduo e que os diferenciam, o que, como consequência, irá influenciar o seu comportamento e opiniões (Mondak, 2012), bem como a Global Entrepreneurship Monitor defendia que as características psicológicas e socio-culturais irão ter impacto nas intenções e auto-eficácia dos empreendedores (Galanakis, 2017). Ambas as teorias são complementadas pelos dados retirados neste estudo, em que, seguinte os traços utilizados pela Teoria dos Big-Five, os Traços Extroversão e Abertura à Experiência demonstraram ser relevantes para o perfil do empreendedor. Se relacionarmos estas conclusões com as do Estudo 2, onde os investidores afirmaram que serem abordados pelos empreendedores, bem como os mesmos serem assertivos e estarem confortáveis para abordar as suas experiências anteriores, nomeadamente os seus fracassos, percebemos que a Expectancy Violation Theory (Roccapriore, 2021), onde a decisão dos investidores sobre investir nos empreendedores está intrinsecamente relacionada com a sua avaliação dos segundos, se comprova. É de extrema relevância conseguir conectar todas estas visões e trazer uma proposta integrada, como desde o início se pretendia, de maneira a dar uma visão extensiva, completa e multidimensional, que permite compreender a complexidade da temática abordada, trazendo mais conhecimento, que completará a literatura, e também, como será desenvolvido mais à frente, completará as bases que deverão ser consultadas e aprofundadas para melhores decisões com impacto prático.

Recuperemos ainda mais duas visões da relação entre empreendedor e investidor. Se, por um lado, temos literatura que defende uma relação puramente instrumental entre empreendedor e investidor, temos, por outro, a Social Exchange Theory (SET), de Colleweart (2021), que referia que esta relação implica uma dimensão afetiva e social, baseada em compromisso mútuo. Em ambos os casos, a importância do estabelecimento de contacto entre estes dois elementos é principalmente vantajosa para o empreendedor, que deverá procurar estratégias que o aproximem do investidor. Nesta perspetiva, nos resultados (Gráfico 5), pudemos perceber que as duas variáveis com melhor pontuação foram “Procuro perceber quais as redes de networking dos empreendedores que me apresentam um projeto” (3,1) e “Gosto quando sou abordado num evento social para me ser apresentado um projeto” (3,3). Isto contribui de forma teórica para os estudos já realizados pois recupera a ideia de que importa a postura do empreendedor deverá ser proativa e efetivamente capacidade de competências sociais, que lhe permitam abordar os investidores em contextos não formais. Conseguir apresentar o seu projeto e necessidades num contexto social, num evento, ou seja, num local que não se esgota numa apresentação oficial e, por outro lado, criar um contacto e conexão mais pessoal é fundamental.

Esta ligação, ainda que, num primeiro momento, continue certamente caracterizada por alguma superficialidade, é um primeiro passo para o estabelecimento de confiança e compromisso entre as duas partes, o que privilegiará o empreendedor no momento de decisão relativo ao projeto em que se irá investir.

A partir desta dissertação, no entanto, é perceptível que existe ainda muita discussão e investigação a ser feita nesta área, que representa uma opção a nível profissional para tantas pessoas e que está, por isso, em claro crescimento. A importância da experiência dos empreendedores no seu percurso é relevante e tem sido trabalhada, mas aqui percebemos que a forma como estas experiências impactam de forma distinta diferentes tipos de personalidade demonstra-nos que podemos e devemos analisar estes fatores de forma conciliada e quase em matriz, pois a diferença está na influência destes fatores entre si e não nos mesmos isoladamente.

Contributos Práticos

Apesar dos contributos teóricos deste trabalho serem extremamente relevantes, pois introduzem novas variáveis e pistas a uma discussão que tem vindo a ser dinamizada de forma alargada, foi sempre uma prioridade criar conhecimento que tenha utilidade prática. Este objetivo foi assegurado, tendo impacto em diferentes níveis e campos de ação.

A nível individual, ou seja, para o empreendedor, o mesmo poderá olhar para estes dados e conclusões e perceber que os seus traços de personalidade deverão ser tidos em conta na sua estratégia. Compreendendo melhor de que forma diferentes tipos de traços poderão ser impulsionadores ou um obstáculo à sua atividade empreendedora, o indivíduo tem uma oportunidade de procurar conhecer-se melhor e conseguir adaptar-se, valorizando os seus pontos fortes neste contexto e encontrando estratégias ou parceiros que mitiguem os seus pontos fracos.

Neste caso em particular, percebemos que a presença do Traço de Personalidade Extroversão influencia a utilização das redes sociais, consoante a Experiência Anterior. Com esta informação, o empreendedor poderá estudar qual a importância que estas redes poderão ter no desenvolvimento da sua empresa (compreendo se, consoante a sua Experiência Anterior, é mais benéfico a presença nas redes sociais ou uma aposta em redes de Networking pessoais já existentes), bem como percebendo o seu nível de Extroversão, poderá concluir se é algo em que irá ter facilidade ou não, e procurar estratégias caso seja uma lacuna sua a colmatar.

Também da segunda relação que analisámos o empreendedor deverá tirar conclusões que lhe serão úteis. Percebendo a presença do Traço de Personalidade Abertura à Experiência na sua personalidade, poderá adequar a sua postura no que concerne a procura de aumentar e melhorar a sua rede de Networking interna, ou seja, com membros da sua organização.

Ainda ponto, será pertinente recordar o contributo de Kromer (2019), que referia a importância de criar um plano de desenvolvimento eficaz, algo que poderá, no caso do indivíduo, ser construído a partir do seu auto-conhecimento mais aprofundado, as suas forças e fraquezas, e uma visão a médio e longo prazo do que poderá ser importante para si aprofundar. Neste sentido, será ainda aconselhável focar-se na sua formação e desenvolvimento de competências, que, como podemos perceber ao longo de toda a revisão de literatura mas também com os resultados obtidos, são fundamentais numa ação que se verifica tão individual e dependentes que características pessoais. Poderá ser pertinente ainda a busca de plataformas como a BeComE, direcionada especificamente para, principalmente na comunidade estudantil, e que acredita em gerar conhecimento e preparar os indivíduos para terem uma atividade empreendedora capaz de dar resposta aos desafios atuais, como a globalização ou o desenvolvimento tecnológico, nomeadamente os vídeos “Video with an Introduction to the Self-management Competence Area”, “Video with an Introduction to the Managing Social Situations Competence Area”, “Video with an Introduction to the Creative Thinking Competence Area”, “Video with Introduction to Entrepreneurship Competence Model” e ainda a participação em eventos como “Agenda of BeComE Project Conference”, a realizar-se no Iscte – Instituto Universitário de Lisboa no dia 30 de novembro de 2022, onde estas temáticas são abordadas e é possível não só aumentar a rede de Networking desejada, como refletir sobre diversas temáticas centrais e atuais.

A nível organizacional, ou seja, para as start-ups, é importante compreender que o desenvolvimento de uma startup, principalmente nos seus estágios iniciais, está altamente dependente da ação individual de quem a cria e das pessoas que compõem a sua equipa inicial. Assim, acaba por ser altamente relevante combinar diferentes personalidades e backgrounds, que se complementam. Para uma rede de networking ser produtiva no contexto organizacional, tirando o melhor partido das networkings de cada elemento, é relevante ainda lembrar a importância de conjugar laços fracos e fortes. A partir dos primeiros é possível aceder a mais informação e recursos de forma mais rápida e de fontes mais diversificadas (Chell, 2000), mas com os segundos refletem ligações de confiança mais aprofundada que representam capacidade

para desenvolvimento de assuntos mais complexos e aprofundados (Arregle, 2013), o que, se utilizados numa conjugação bem articulada, permite que exista um fluxo sólido e eficaz de informação, que potencia a organização (Chell, 2000).

No caso das incubadoras, é relevante perceberem que tipo de empreendedores estão a escolher e com que critérios. Como vimos nos resultados, existe um desfasamento entre o que parece ser valorizado pelos investidores relativamente à personalidade, e as personalidades que efetivamente escolheram.

Os níveis de startups que se iniciam mas apenas conseguem ser asseguradas durante alguns meses ou anos continua a ser bastante elevado, o que representa um impacto económica bastante negativo. Assim, a nível governamental e social, importa olhar para este e outros estudos de forma crítica e concertada, compreendo que tipo de políticas poderão ser implementadas e desenvolvidas que permitam atuar em três diferentes momentos. O primeiro refere o desenvolvimento do espírito empreendedor, que mais tarde não tem de se refletir exclusivamente na criação de novas empresas, mas sim em fatores relevantes em qualquer contexto de trabalho. Destes, destaco a criatividade, proatividade e capacidade de procura por soluções e caminhos alternativos. O espírito empreendedor pode ser aplicado em diferentes contextos e dar resposta a múltiplos temas da atualidade do mercado de trabalho e dos recursos humanos, com as novas formas e exigências do mercado laboral, nomeadamente na diversidade e globalização, o trabalho remoto ou mesmo temáticas mais sociais como a discriminação e a sustentabilidade. Num segundo momento, importan garantir o incentivo à criação de novas empresas, que dinamizam o mercado, trazem inovação e competitividade, que tem consequências positivas a nível tanto dos novos produtos e serviços oferecidos como da qualidade dos existentes, através da constante necessidade de melhoria. Para além disso, representa geração de riqueza e postos de trabalho, e podem ainda, principalmente quando relacionados com a investigação seja em que área for, criação de conhecimento que permita a sociedade, de forma transversal, desenvolver-se e captar o melhor dos seus indivíduos. Por fim, é necessário repensar o apoio à manutenção destas empresas, garantindo que as mesmas têm condições para se continuar a desenvolver até serem autónomas e crescerem até ao estágio de já não se identificarem com o termo.

Limitações da Tese e Sugestões de Estudos Futuros

Apesar deste estudo ter a capacidade de trazer uma luz importante para novas variáveis que são claramente relevantes de analisar e que permitem compreender novas camadas essenciais

da atividade empreendedora, é importante compreendermos que apresenta ainda algumas limitações.

Em primeiro lugar, seria importante replicar este estudo com uma amostra de maior dimensão, que permita um maior leque de respostas, personalidades e percursos. Assim, poderia ser possível confirmar estas conclusões mas também, recorrendo à mesma metodologia mas eventualmente também a outras que possam ser pertinentes, obter respostas válidas sobre outros cruzamentos, que enriqueceriam a análise. Também complementar a amostra com dados internacionais permitiria compreender que indicadores são transversais e que, portanto, confirmam que existem fatores individuais e altamente relacionados com a personalidade e quais alteram entre países, o que apontaria para diferenças mais culturais ou até relativas ao contexto legal, político e governamental. Ainda nesta área, uma eventual comparação de políticas de apoio e incentivo à ação empreendedora comparada com dados qualitativos e quantitativos de sucesso, capacidade de obtenção de financiamento e recursos logísticos, bem como taxas de sobrevivência das startups também teriam potencial para uma melhor compreensão da realidade e avanços em sugestões objetivas de melhorias a serem implementadas nos diversos campos e contextos implicados.

Por outro lado, estes dados foram recolhidos num único momento temporal, não acompanhando as empresas participantes no seu percurso a médio e longo prazo, o que traria mais dados e mais complexos, que também aprofundarem o conhecimento que conseguimos gerar relativamente, por exemplo, aos fatores fulcrais não só no momento de criação da startup mas também na sua sobrevivência. A nível da relação com os *Business Angels*, por exemplo, seria pertinente analisar a continuação do apoio prestado e os critérios que levam à decisão de continuar ou não a apoiar uma empresa.

Relativamente às escalas utilizadas, nomeadamente a BFI, um inconveniente das versões abreviadas de testes de personalidade assenta na sua baixa consistência interna, comparativamente com as versões originais, visto que podem não captar todas as facetas do Modelo dos Cinco Fatores com igual fiabilidade (Baldasaro, et al., 2013; Donnellan, et al., 2006; Saucier, 1994). Por outro lado, questionários muito longos tendem a ser cansativos e a aumentar a dificuldade na recolha de respostas, o que também colocaria em causa os resultados obtidos (Simões, 2016). Assim sendo e tendo já referido a pertinência de reproduzir este estudo com uma amostra maior, seria ainda importante analisar a possibilidade de aplicar a escala original, trabalhando de forma a colmatar estas duas possíveis questões.

Um estudo futuro também poderia desenvolver algo que percebemos pelos resultados e que aprofundamos nos contributos teóricos desta dissertação, nomeadamente no que refere a importância moderadora da Experiência Anterior. Tendo em conta que as conclusões retiradas não estão completamente alinhadas com a literatura (que por si só já sabíamos não ser totalmente consensual entre si), seria pertinente focar principalmente este fator e compreender se, por exemplo, esta relação poderá ter diferentes impactos em diferentes países, ou a partir de outra variável.

Apesar de ser importante analisar este estudo com noção destes dois pontos de melhoria, que merecem efetivamente ser desenvolvidos em momentos futuros e de maneira adequada, os mesmos não colocam em causa a pertinência nem veracidade das conclusões retiradas. É possível encontrarmos diferentes estudos em que as amostras são semelhantes à apresentada e onde se tiram conclusões significativas e que deverão ser tidas em consideração. Neste processo, inclusive, foi possível encontrar tópicos que ainda representam lacunas na literatura, o que por si só já seria suficiente para justificar a sua importância, mas consegue ir mais longe, oferecendo propostas de relevância e de tópicos a ter em consideração na área do empreendedorismo, não espelhando apenas avanços teóricos mas também práticos, que poderão ser mobilizados a diferentes níveis e potenciando a ação de múltiplos agentes, o que será benéfico não apenas para os indivíduos e empresas em questão, mas ainda para os investidores e, num fim máximo, para um avanço societal mais coeso, robusto e que procura potenciar o melhor dos seus indivíduos para o bem comum.

Capítulo V - Conclusões

Recuperando o objetivo, esta dissertação procurava aprofundar de que forma fatores como a capacidade de networking, a experiência anterior na área, a educação e os traços de personalidade têm impacto no processo do empreendedor. Posteriormente, comparar em certa medida, com as percepções dos seus investidores se os mesmos consideram estes fatores relevantes ou não.

Apesar de existirem algumas limitações, já abordadas, foi possível compreender que a Experiência Anterior representa um efeito moderação na relação entre a Extroversão e a Média de vezes que o empreendedor utiliza as suas redes sociais, bem como na relação entre a sua Abertura à Experiência e a sua Networking Interna.

No estudo das incubadoras, existem algumas dúvidas que ficam por averiguar em maior detalhe: apesar da extroversão ser um fator impactante para o percurso do empreendedor, os investidores não o parecem valorizar particularmente. Por outro lado, analisando o conjunto das respostas, parece que poderá não ser que este traço seja considerado mais positivo por si só, apenas permita aos indivíduos maior capacidade de proativamente chegar ao contacto com os investidores (nomeadamente em eventos sociais) e nesse sentido acabem por, indiretamente, ser beneficiados.

Acredito que foram analisadas temáticas pertinentes e que terão contributos sólidos tanto para a literatura como para a vida prática de várias entidades (o empreendedor, as start-ups, as incubadoras e o Estado). Este contributo não se esgota nas conclusões diretas aferidas, mas é particularmente marcante por levantar questões pertinentes e que merecem uma reflexão mais aprofundada, seja por outros estudos, seja de uma forma mais individual das entidades mencionadas, aquando do seu delinear estratégico.

Referências Bibliográficas

- Ahmetoglu, G., & Chamorro-Premuzic, T. (2013). *Personality 101*. New York: Springer Publishing Company, LLC.
- António, N. M. M. L. (2021). O associativismo juvenil e a promoção do empreendedorismo: estudo de casos em Portugal (Doctoral dissertation)
- Arregle, J. L., Batjargal, B., Hitt, M. A., Webb, J. W., Miller, T., & Tsui, A. S. (2015). Family ties in entrepreneurs' social networks and new venture growth. *Entrepreneurship theory and Practice*, 39(2), 313-344
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students?. *Cogent business & management*, 7(1), 1801217.
- BeComE (n.d). Consultado em
- Site Geral: <https://becomeentrepreneurial.org>
- Conferência Agenda of BeComE Project Conference:
<https://becomeentrepreneurial.org/become-project-conference-nov-30-iscte-portugal/>
- Vídeos formativos sugeridos: <https://becomeentrepreneurial.org/reports-and-publications/?wpv-category-for-reports=supporting-materials>
- Chell, E., & Baines, S. (2000). Networking, entrepreneurship and microbusiness behaviour. *Entrepreneurship & regional development*, 12(3), 195-215
- Collewaert, V., Vanacker, T., Anseel, F., & Bourgois, D. (2021). The sandwich game: Founder-CEOs and forecasting as impression management. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 106075
- Emerson, R. M. (1987). Social exchange theory, 453-476
- Caetano, A. e Silva, S. A. (2010). Bem-estar e saúde no trabalho. In Lopes, M. P. Ribeiro, R. B., Palma, P. J. e Cunha, M. P. (eds), *Psicologia Aplicada*, Lisboa: Recursos Humanos Editora

- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87
- Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The role of creativity in entrepreneurship. *Journal of enterprising culture*, 18(01), 49-81
- Galanakis, K., & Giourka, P. (2017). Entrepreneurial path: decoupling the complexity of entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*
- Grosser, T. J., Obstfeld, D., Choi, E. W., Woehler, M., Lopez-Kidwell, V., Labianca, G., & Borgatti, S. P. (2018). A sociopolitical perspective on employee innovativeness and job performance: The role of political skill and network structure. *Organization Science*, 29(4), 612-632
- Harryson, S. J. (2008). Entrepreneurship through relationships—navigating from creativity to commercialisation. *R&d Management*, 38(3), 290-310
- Kromer, T. (2019). The question index for real startups. *Journal of Business Venturing Insights*, 11(C), 1-1
- Kwapisz, A. (2019). Do government and legal barriers impede entrepreneurship in the US? An exploratory study of perceived vs. actual barriers. *Journal of Business Venturing Insights*, 11, e00114
- Leskinen, R. (2011). Success in the female entrepreneurial networking process. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 2(1), 6002
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.

- Moensted, M. (2010). Networking and entrepreneurship in small high-tech European firms: An empirical study. *International Journal of Management*, 27(1), 16
- Mondak, J. J., & Hibbing, M. V. (2015). Personality and public opinion. In *New directions in public opinion* (pp. 187-207). Routledge.
- Pollack, J. M., Forster, W. R., Johnson, P. D., Coy, A., & Molden, D. C. (2015). Promotion- and prevention-focused networking and its consequences for entrepreneurial success. *Social Psychological and Personality Science*, 6(1), 3-12.
- Ricardo, L. I. M. (2018). *O bem-estar subjetivo no contexto da atividade empreendedora na fase de startup: alguns antecedentes e aspetos contextuais* (Doctoral dissertation)
- Roccapriore, A. Y., Imhof, Z., & Cardon, M. S. (2021). Badge of honor or tolerable reality? How previous firm failure and experience influences investor perceptions. *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00252
- Santos, S. C., Caetano, A., & Curral, L. (2013). Psychosocial aspects of entrepreneurial potential. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(6), 661-685
- Schoen, H., & Schumann, S. (2007). Personality traits, partisan attitudes, and voting behavior. Evidence from Germany. *Political psychology*, 28(4), 471-498
- Simões, V. D. J. (2016). *Adaptação e validação do teste de personalidade mini-IPIP e Big Five Inventory (BFI) em adultos portugueses* (Doctoral dissertation).
- Sousa, M. M. P. D. A. F. D. (2020). *Determinantes do empreendedorismo e evolução em período de crise: o caso de Portugal* (Doctoral dissertation, Instituto Superior de Economia e Gestão)
- Ungerer, C., Reuther, K., & Baltes, G. (2021). The lingering living dead phenomenon: Distorting venture survival studies?. *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00250.
- Vinuto, J. (2014). A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, 22(44), 203-220.
- Witt, P. (2004). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(5), 391-412.

Witt, P., Schroeter, A., & Merz, C. (2008). Entrepreneurial resource acquisition via personal networks: an empirical study of German start-ups. *The Service Industries Journal*, 28(7), 953-971.

Wolff, H. G., & Kim, S. (2012). The relationship between networking behaviors and the Big Five personality dimensions. *Career Development International*.

Anexo A – Inquérito Aplicado aos Empreendedores

Inquérito aos Empreendedores			
Dimensão	Questão	Tipo de Resposta	Opções
Experiência Anterior	Já tinha tido algum tipo de experiência relacionada com empreendedorismo anteriormente à atual?	Escolha Múltipla	Sim Não
	Se sim:		
	Que tipo de experiência?	Aberta	--
	Quanto tempo durou?	Escolha Múltipla	< 1 ano 1-5 anos 5-10 anos > 10 anos
	Qual o salário mensal bruto que tinha?	Escolha Múltipla	< 665 € 665-1500€ > 1500€
	Considera que essa experiência foi bem sucedida ?	Escolha Múltipla	1 - Discordo Totalmente 2 - Discordo 3 - Concordo 4 - Concordo Totalmente
	Porquê?	Aberta	--
Educação	Qual o seu grau de escolaridade completo?	Escolha Múltipla	1º Ciclo 2º Ciclo 3º Ciclo/9º ano Ensino Secundário Ensino Superior
	Teve algum tipo de educação em empreendedorismo?	Escolha Múltipla	Sim Não
	Se sim:		
	Que tipo de experiência?	Escolha Múltipla	Licenciatura na área da Gestão Mestrado na área da Gestão Pós-Graduação na área da Gestão Cursos Especializados de Empreendedorismo
	Sente que essa experiência teve impacto no teu percurso enquanto empreendedor?	Escolha Múltipla	1 - Discordo Totalmente 2 - Discordo 3 - Concordo 4 - Concordo Totalmente
	Justifique a sua resposta.	Aberta	--

Traços de Personalidade (Big Five)	E	1	...é sociável, amigável.	Vejo-me como alguém que.... (frases) 1 - Discordo Totalmente 2 - Discordo 3 - Concordo 4 - Concordo Totalmente
	A	2	...inicia muitas disputas com os outros.	
	C	3	...faz um trabalho cuidadoso.	
	N	4	...se preocupa muito.	
	AE	5	...prefere o trabalho rotineiro.	
	E	6	...tem uma personalidade assertiva.	
	A	7	...é atencioso(a) e bondoso(a) com quase toda a gente.	
	C	8	...tende a ser desorganizado(a)	
	N	9	...pode ter um humor instável.	
	AE	10	...tem poucos interesses artísticos.	
	E	11	...tende a ser sossegado(a).	
	A	12	...geralmente é de confiança.	
	C	13	...é perseverante até a tarefa estar concluída."	
	N	14	...é emocionalmente estável, não se aborrece facilmente.	
	AE	15	...tem curiosidade em relação a várias coisas.	
	E	16	...tem muita energia.	
	A	17	...perdoa com facilidade.	
	C	18	...distrai-se com facilidade	
	N	19	...permanece calmo(a) em situações tensas.	
	AE	20	...valoriza experiências artísticas, estéticas.	
Networking	Internamente	1	Na minha empresa, eu aproximo-me das pessoas e começo uma conversa.	1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Frequentemente 4 - Muito Frequentemente/Sempre
		2	Eu vou aos eventos da minha empresa e procuro estabelecer novos contactos.	
		3	Em eventos da minha empresa tendo a tentar conhecer colegas que não conhecia antes.	

		4	Quando alguém novo entra na empresa, tendo estabelecer contacto.	
		5	Quando tenho uma reunião com alguém que não conheço, apresento-me pessoalmente antes ou após a mesma.	
		6	Se quero conhecer alguém que pode ter um impacto no meu percurso profissional, tenho iniciativa para me apresentar.	
		7	Quando um colega de outro departamento me pede ajuda, eu tento ajudar, apesar de não ser o meu trabalho.	
		8	No meu tempo livre, discuto com outros colegas questões do trabalho.	
		9	Eu falo com os meus colegas de outros departamentos sobre o que estão a desenvolver.	
		Externamente	1	Procuro desenvolver contactos com pessoas externas à organização, de maneira a aumentar e diversificar a minha rede de contactos.
			2	Participo em reuniões de associações profissionais, sindicatos, etc.
			3	Sou um membro ativo em associações profissionais, sindicatos, etc.
	4		Uso viagens de trabalho ou formações para criar novos contactos.	
	5		Eu aceito convites para eventos ou funções oficiais por interesse profissional.	
	6		Quando conheço alguém de outra organização que pode ser interessante, debato com ela ideias do trabalho.	
	7	Quando tenho informação que pode ser importante para pessoas noutras organizações, eu passo-lhes essa informação.		
	8	Eu peço conselhos a profissionais externos à minha organização.		

	9	Eu mantenho contacto com antigos colegas de trabalho com motivações profissionais.	
	10	Eu uso eventos externos (por exemplo, conferências) para falar de questões de trabalho a nível pessoal.	
	11	Antes de aceitar uma posição, falo com colegas para saber como negociar.	
LinkedIn			
Quantas conexões tem no LinkedIn? (valor aproximado)		Resposta Curta	--
Quantas vezes vai ao LinkedIn?		Escolha Múltipla	1 vez por mês 1 vez por semana 1 vez por dia várias vezes ao dia
Com que frequência utiliza esta rede de forma vantajosa para a sua start-up?		Escolha Múltipla	1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Às vezes 4 - Muito Frequentemente
WhatsApp			
Quantas vezes vai ao WhatsApp?		Escolha Múltipla	1 vez por mês 1 vez por semana 1 vez por dia várias vezes ao dia
Quantas vezes vai ao WhatsApp?		Escolha Múltipla	1 vez por mês 1 vez por semana 1 vez por dia várias vezes ao dia
Com que frequência utiliza esta rede de forma vantajosa para a sua start-up?		Escolha Múltipla	1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Às vezes 4 - Muito Frequentemente
Instagram			
Quantas pessoas tem no Instagram? (valor aproximado)		Resposta Curta	
Quantas vezes vai ao Instagram?		Escolha Múltipla	1 vez por mês 1 vez por semana 1 vez por dia várias vezes ao dia
Com que frequência utiliza esta rede de forma vantajosa para a sua start-up?		Escolha Múltipla	1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Às vezes 4 - Muito Frequentemente

Facebook		
Quantas pessoas tem no Facebook? (valor aproximado)	Resposta Curta	--
Quantas vezes vai ao Facebook?	Escolha Múltipla	1 vez por mês 1 vez por semana 1 vez por dia várias vezes ao dia
Com que frequência utiliza esta rede de forma vantajosa para a sua start-up?	Escolha Múltipla	1 - Nunca 2 - Raramente 3 - Às vezes 4 - Muito Frequentemente
Destas redes sociais, quais as que mais usa no geral?	Resposta Aberta	--
Destas redes sociais, quais usa para fins de trabalho?	Resposta Aberta	--
Já participou em algum tipo de grupo associativo?	Escolha Múltipla	Sim Não
Se sim:		
Que tipo de Grupo?	Escolha Múltipla	Associação de Estudantes Núcleos de Estudnates Grupo de Jovens Grupo Religiosos Escuteiros/Escoteiros Juventudes Partidárias Outro
Se Outro: Qual?		

Anexo B – Inquérito Aplicado aos Investidores

Inquérito Aplicado aos Investidores	
O fracasso em experiências anteriores permite aumentar a capacidade de resiliência.	1 - Discordo Totalmente 2 - Discordo 3 - Concordo 4 - Concordo Totalmente
Experiências passadas falhadas são valorizadas pela experiência que trazem ao empreendedor.	
O fracasso passado dá uma má percepção relativamente ao empreendedor e à sua competência.	
O tipo de experiência passada é irrelevante para a percepção relativa ao empreendedor.	
Quando a experiência passada está relacionada com o novo negócio apresentado, a percepção relativa à competência do empreendedor melhora.	
É positivo quando o empreendedor numa fase inicial fala abertamente sobre fracassos passados.	
A extroversão e facilidade nas relações interpessoais é um fator diferenciador positivo.	
Preciso de perceber que o empreendedor é organizado para confiar no mesmo.	
Valorizo muito a criatividade nos empreendedores.	
Prefiro que os empreendedores se mostrem assertivos e não que tenham medo de confronto.	
Quando um empreendedor se mostra responsável e consciente, transparece que trabalha arduamente e é confiável.	
Acredito que existem traços de personalidade que podem tornar um empreendedor melhor que o outro.	

Procuro perceber quais as redes de networking dos empreendedores que me apresentam um projeto.	
Penso que pessoas com experiências associativas no seu percurso são mais prováveis de terem sucesso na criação de uma empresa.	
Gosto quando sou abordado num evento social para me ser apresentado um projeto.	
Prefiro investir num projeto liderado por alguém com quem já trabalhei do que com alguém que estou a conhecer pela primeira vez.	