



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

Empreendedorismo em São Tomé e Príncipe:
Avaliação do Potencial Empreendedor Jovem

Ludmila Cirana Afonso Santiago

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Políticas de Desenvolvimento de Recursos Humanos

Orientador:

Doutor Nelson Ramalho, Professor Auxiliar

ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2012



Escola de Ciências Sociais e Humanas

Departamento de Economia Política

Empreendedorismo em São Tomé e Príncipe:
Avaliação do Potencial Empreendedor Jovem

Ludmila Cirana Afonso Santiago

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Políticas de Desenvolvimento de Recursos Humanos

Orientador:

Doutor Nelson Ramalho, Professor Auxiliar

ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2012

Dedicatória

Aos meus pais e irmão que amo profundamente

À minha adorada filha Kayra Sofia

AGRADECIMENTOS

A Deus, agradeço a força, oportunidade, perseverança e determinação que me tem dado ao longo desta minha caminhada escolar, por estar sempre iluminando-me, dando-me condições de realizar todos os meus objectivos e enriquecendo minha vida com cada pessoa especial que coloca no meu caminho.

Ao meu orientador, Doutor Nelson Ramalho, pela sua prontidão, disponibilidade, ajuda e acompanhamento que foram essenciais no decorrer de todas as etapas da minha dissertação.

Aos meus pais Saturnino e Elvira pelo carinho, paciência, compreensão e apoio que me têm transmitido ao longo da minha existência.

Ao meu irmão Jackson que sempre acreditou em mim e deu-me ânimo para continuar.

À minha adorada filha Kayra Sofia que foi quem mais ressentiu de forma directa a privação do meu carinho e, muitas das vezes nos momentos difíceis e de maior desespero, se demonstrou como âncora de inspiração, quero aqui enaltecer-la pelo seu AMOR.

Aos meus amigos dos quais não irei mencionar os nomes para não parecer ingrata pelo apoio e carinho.

A toda minha família pelo apoio e compreensão.

E por fim, a todos que de uma forma directa ou indirecta ajudaram-me e contribuíram para o meu engrandecimento intelectual e emocional.

A todos os referidos o meu MUITO OBRIGADO!

Resumo

O empreendedorismo é uma actividade reconhecidamente central na renovação e crescimento das economias com base em alicerces sustentáveis. Há múltiplas indicações de que economias como a de São Tomé e Príncipe podem beneficiar grandemente deste tipo de actividade. Considerando que há todo um processo pedagógico associado ao desenvolvimento de competências que sustentam a actividade empreendedora, o estudo focou o empreendedorismo precoce nos jovens santomenses nomeadamente na avaliação do potencial empreendedor de jovens estudantes do ensino secundário. Com base em 266 inquéritos IAPE, os resultados mostram que, embora careça de ajustamentos, há uma estrutura latente que permite utilizar este instrumento de avaliação do potencial empreendedor para efeitos de diagnóstico, e que os valores obtidos junto desta população se encontram dentro do desejável havendo, porém, diferenças de género que podem ser visadas pela política de fomento do empreendedorismo em São Tomé e Príncipe. O papel do contexto surge assim como o mais central para enquadrar a discrepância entre o potencial empreendedor e a actividade empreendedora observada.

Palavras-chave: Empreendedorismo, potencial empreendedor, estudantes, contexto empreendedor.

JEL: L26

Abstract

Entrepreneur activity is widely acknowledged as a central issue in the renewal and growth of economy on sustainable grounds. There are multiple indicators that economies such as the one of S. Tome and Principe, would greatly benefit from this sort of activity. Considering that there is an entire pedagogical process underlying the development of competencies leading to entrepreneur activity, the present study focused the youth entrepreneurship in high school students from S. Tomé and Príncipe, namely, the assessment of their entrepreneur potential. With a sample of 266 IAPE surveys, findings show that, although adjustments are needed, there is a similar latent structure that allow us to use IAPE as an entrepreneurship potential assessment instrument, and that the values obtained in this sample fall within the desirable range although gender differences were observed and may be targeted at the policy making level to boost S. Tome and Principe entrepreneur activity. The role of context is thus the emerging issue to better understand the gap between the entrepreneurship potential and the observed entrepreneur activity.

Key-words: Entrepreneurship, entrepreneur potential, youth, entrepreneurial context.

JEL: L26

ÍNDICE

Índice de Tabelas	vi
Índice de Figuras	vi
Glossário.....	vi
1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Organização do Estudo.....	2
1.2 Pergunta de pesquisa	3
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	4
2.1. Empreendedorismo e Empreendedores	4
2.2. O conceito de Empreendedorismo	4
2.3. Características do Empreendedor	6
2.4. O potencial empreendedor	9
2.5. O contexto empreendedor	14
2.6. Um caso contextual específico: São Tomé e Príncipe	17
3. MÉTODO	20
3.1. Abordagem metodológica	20
3.2. Instrumentos	20
3.3. A recolha dos dados.....	20
3.4. A amostra	21
4. RESULTADOS	22
4.1. Caracterização da qualidade psicométrica dos instrumentos	22
4.2. Associações entre as dimensões do potencial empreendedor.....	23
4.3. Análise comparada por género.....	24
5. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES	28
6. BIBLIOGRAFIA.....	31

Índice de Tabelas

TABELA 3.1 DISTRIBUIÇÃO ETÁRIA	21
TABELA 4.1 CORRELAÇÕES BIVARIADAS.....	24
TABELA 4.2 COMPARAÇÃO DE GÊNERO	24
TABELA 4.3 COMPARAÇÃO DE MÉDIAS POR GÊNERO	25
TABELA 4.4 SUMÁRIOS DOS MODELOS	26
TABELA 4.5 COEFICIENTES ^a	26
TABELA 5.1 VALORES DO POTENCIAL POR GÊNERO.....	27

Índice de Figuras

FIGURA 2. 1 MODELO DO POTENCIAL EMPREENDEDOR DE SANTOS, CAETANO E CURRAL.....	13
---	----

Glossário

IAPE – Inventário da avaliação do potencial empreendedor

IPE – inventário do potencial empreendedor;

CS- Competências Sociais

CP- Competências Psicológicas

CG- Competências de Gestão

ME- Motivação empreendedora

GEM- Global entrepreneurship monitor

INTRODUÇÃO

São Tomé e Príncipe viveu no período pós-independência os desafios expectáveis de reordenação económica que, à data, se traduziram em consideráveis esforços de reorganização das estruturas de Governo e de regulação do desenvolvimento socio-económico que se pretendeu equilibrado. Ultrapassados os normais desafios espoletados pela imediata e urgente reorganização política e administrativa da estrutura estatal que se seguiram a este período, cumpriu investir no desenvolvimento de uma economia que foi até então tradicionalmente dependente do sector primário, fortemente ancorado na monocultura do cacau (Kyle, 2002) e que herdou uma situação de grande precariedade, ao ponto de viver hoje dificuldades múltiplas (já menores do que no passado) deparando-se com uma infra-estrutura agrícola e industrial inexistente (Barbosa, 2001). Face a este quadro, a economia são-tomense está actualmente dependente de serviços (Ferreira, 2010) que estão intrinsecamente sujeitos a sazonalidade.

Em suma, esta situação gerou no país uma economia bastante fragilizada com elevado índice de pobreza, a par da emergência de uma economia de mercado reflectindo grandemente as mudanças que se vêm a registar um pouco por todo o mundo. A evolução do PIB depende muito do crescimento da despesa pública, o que cria um dilema, já que a sustentabilidade das finanças públicas depende de um crescimento económico empresarial e não na despesa pública (Tiny, 2011). É neste quadro socioeconómico que a iniciativa privada e a vontade de empreender ganha importância por ajudar a mudar o *status quo* nomeadamente por via da promoção de políticas de incentivo ao empreendedorismo, para gerar emprego quer no sector estatal como no privado.

No entanto, há algumas restrições estruturais ao máximo desenvolvimento do potencial económico criado pelo empreendedorismo. Por exemplo, de acordo com um relatório do Banco Mundial sobre a facilidade em criar empresas em São Tomé e Príncipe (Banco Mundial, 2012), as condições sócio-económicas e políticas não facilitam a iniciativa empreendedora embora, no quadro das económicas regionais da África Central, se posicione relativamente com maior vantagem neste domínio. Também ao nível sócio-cultural, os factores tradicionais podem dificultar esta mudança no padrão de construção de riqueza económica, nomeadamente no que são as atribuições tradicionais do papel da mulher no desenvolvimento económico e industrial. De acordo com o relatório para a UNIDO que De

Groot (2001) assinou, há uma grande necessidade de compreender o potencial produtivo das mulheres para o desenvolvimento industrial em África.

Como o empreendedorismo se encontrava associado a uma população minoritária no período colonial e porque não foram criados mecanismos de promoção do empreendedorismo suficientemente estimulantes para mobilizar as populações, sobretudo as mais qualificadas na criação de empresas (Banco Mundial, 2012), o Estado como órgão regulador e fiscalizador do mercado incentiva na matéria potencial empreendedor. Sendo crucial para o desenvolvimento socioeconómico de um país, o empreendedorismo em São Tomé e Príncipe encontra-se fracamente documentado sendo percepção geral que se encontra ainda numa fase incipiente.

Face ao exposto, afigura-se pertinente desenvolver um estudo com o objectivo de caracterizar, embora sumariamente, o *status quo* quanto ao empreendedorismo em São Tomé e Príncipe, nomeadamente quanto ao potencial empreendedor na população juvenil (potencial empreendedor precoce) e com um enfoque no sexo feminino (por se tratar de um segmento populacional com maior potencial de crescimento nesta actividade). Mais detalhadamente, procuraremos: compreender a utilidade nesta população de um instrumento validado de avaliação do potencial empreendedor; compreender o posicionamento que as gerações mais jovens têm quanto a esta temática e estimar o seu potencial empreendedor; identificar eventuais diferenças de género quanto a este potencial e explorar causas possíveis que conjuguem o potencial identificado; o contexto e a real actividade empreendedora.

1.1 Organização do Estudo

A presente investigação encontra-se ordenada em duas partes. Na primeira expomos o enquadramento teórico em que são explorados os fundamentos através da pesquisa bibliográfica, o progresso das pesquisas realizadas, dando ênfase às questões centrais sob estudo. Enceta com os contributos de vários autores e as suas visões sobre o empreendedorismo e as características do empreendedor bem como a relação com o potencial empreendedor e a sua conceptualização e avaliação. Prossegue centrando a atenção na análise de aspectos relacionados com o contexto, a margem de intervenção do Estado no exercício de fiscalizador e regulador de mercado. Neste campo queremos melhor compreender até que ponto o contexto opera como incentivo ao empreendedorismo, com um enfoque nas novas gerações que, segundo Sarkar (2007), podem alimentar o espírito empreendedor. Para terminar colocamos o foco no caso de S. Tomé e Príncipe na vertente da educação (juventude)

para o empreendedorismo onde se explora a presença de elementos educativos que favorecem o empreendedorismo, como forma de incrementar o potencial empreendedor precoce. A segunda parte deste estudo apresenta o estudo empírico e respectivos resultados.

1.2 Pergunta de pesquisa

A pergunta de pesquisa que motiva este estudo pode ser assim formulada: Qual o nível reportado do potencial empreendedor precoce em São Tomé e Príncipe na população do ensino secundário?

Mais especificamente: Quais os fatores facilitadores e as barreiras ao potencial empreendedor jovem? e Até que ponto há diferenciação de género quanto ao potencial empreendedor?

Passaremos então ao desenvolvimento conceptual e teórico.

1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. Empreendedorismo e Empreendedores

Nesta secção procuraremos explorar o conceito de empreendedorismo, as características dos empreendedores bem como o perfil de potencial empreendedor.

2.2. O conceito de Empreendedorismo

É a partir do final do século XVII que o termo empreendedor, um francesismo de *entrepreneur* passou a designar indivíduos que criavam e geriam projectos novos agindo como intermediários entre o capital e o trabalho. Anteriormente detinha apenas uma conotação de natureza personalística remetendo para um carácter quezilento, logo, especialmente activo do ponto de vista social.

Para Morris, Lewis e Sexton (1994 cit in Costa, 2008) o empreendedorismo é um processo que passa pela detecção de uma oportunidade, conjugada com indivíduos activos e num contexto de incerteza e risco traduzindo-se em algo novo ou inovador. Esse “algo novo” pode ser uma empresa, um produto, um processo produtivo. No contexto de mercado é de esperar que uma acção empreendedora se traduza em mais-valias para quem corre o risco, nomeadamente, que se traduza em lucro. Seguindo esta linha de pensamento, o empreendedorismo está ligado à oportunidade de negócios, riscos inerentes a esse negócio e à capacidade criativa do empreendedor gerar lucro para a organização ou empresa.

Segundo Dolabela (1999, cit in Campos, 2007) o termo empreendedorismo refere para além de criação de empresas:

- Criação do próprio emprego;
- Empreendedorismo social (como as sociedades empreendem);
- Existência de políticas públicas governamentais para o sector;
- Geração de empresa por indivíduos, independentemente da sua natureza;

- Um indivíduo que adquire um negócio, inova, assume os riscos inerentes à administração, venda, fabrico, distribuição, marketing dos seus produtos e/ou serviços, desenvolvendo valores;
- Colaborador que introduz novidades numa organização, fomentando o surgimento de valias complementares.

A actividade empreendedora pode-se desenvolver em inúmeros cenários, afectando vários tipos de actividade e fins. É neste sentido que Ivancevich et al (1997 cit in Rolo, 2008) propuseram uma tipologia do empreendedorismo. A saber:

- Administrativo: aquele em que o empreendedor custeia a investigação e o desenvolvimento “laboratorial”, mobiliza os recursos adequados para desenvolver “ideias que funcionem”, colocando-as no mercado sob a forma de produtos (bens e/ou serviços);
- Aquisitivo: Aquele em que o empreendedor convida outras organizações a darem-lhes colaboração e/ou associando-se em parcerias com organizações que possuam conhecimento, ideias e produtos prometedores;
- Imitador: Aquele em que o empreendedor obtém vantagens competitivas usando ideias, tecnologias e produtos de outras organizações com as quais não tem quaisquer vínculos;
- Incubador: Aquele em que o empreendedor tem subjacentes novas ideias, novas tecnologias ou inovações para desenvolver e testar;
- Oportunista: aquele em que as organizações incentivam os seus colaboradores a encontrar novas oportunidades no mercado que as ajude a criar valor.

Em síntese, podemos referir com base no revisto que o empreendedorismo é um processo, que pode abarcar vários sectores de actividade, e que envolve necessariamente uma ideia nova, com utilidade económica, que apresenta um risco inerente e que, não obstante, é alvo de esforços no sentido de a concretizar. O agente desta concretização, mas também na geração de ideia e vontade de concretizar, é o empreendedor.

2.3. Características do Empreendedor

O conceito de empreendedorismo está relacionado com a necessidade de realização, de dar o primeiro passo, ou seja, a busca de instrumentos necessários que ajudem a realizar um sonho. Uma das mais antigas caracterizações do perfil do empreendedor, é-nos dada por Schumpeter em 1949 (Dornelas, 2001) que o vê como um catalisador da mudança da ordem económica por intermédio da criação de novas formas de organizar, explorar recursos e transformá-los em bens e serviços.

Segundo Silva (2003 cit in Costa, 2008) o empreendedor é aquele que organiza e dirige um novo negócio ou projecto, assumindo os riscos inerentes a uma nova iniciativa. Neste caso, podemos afirmar que o empreendedor tem como função específica produzir bens e/ou serviços novos ou, pelo menos, métodos mais seguros, capazes de originar a comercialização desses mesmos bens e/ou serviços. A procura contínua do ser humano em alcançar os seus propósitos, resulta então nesta necessidade do indivíduo em criar, inovar e motivar-se com uma visão de futuro.

O empreendedor tem sido definido como uma pessoa criativa, na busca de oportunidades de negócio inovadoras (Bernardi & Lopes, 2008). Neste sentido, a criatividade, ou inovação, surge como característica central no perfil do empreendedor.

Daqui decorre que os empreendedores têm de ter noção da oportunidade para, assim serem capazes de tomar a iniciativa, saberem ser criadores, inovadores e terem capacidade de assumir responsabilidades (Rolo, 2008).

Deste modo, forçosamente os empreendedores têm como um dos maiores desafios correr riscos calculados, que *per se* devem estimular e impelir a novas acções, engendrando dessa forma, atitudes e comportamentos inovadores e a manifestação de talentos. Para Rolo (2008) o empreendedor tem de ter aptidão de projectar, administrar, correr riscos de forma a alcançar determinados propósitos.

Ferreira (2010) salienta um aspecto importante. Considera que o empreendedor agarra oportunidades de forma determinada não se deixando demover pela escassez de recursos que tem. Ou seja, o empreendedor é sempre um indivíduo determinado nos seus intentos. Arrisca sim, mas arrisca para além das capacidades sócio-económicas ou financeiras.

O empreendedorismo alude a uma habilidade particular do indivíduo de converter os projectos em prática (Rolo, 2008) pelo que o contexto em que estes decorrem não pode ser ignorado pelo empreendedor. Desta forma o empreendedorismo pressupõe a forma ou procedimentos que estimulam as pessoas a utilizar e administrar as conjunturas, ou seja, o modo como os mesmos aproveitam essas circunstâncias para a viabilização de um novo negócio ou a inserção de uma nova ideia numa organização já estruturada.

Zinga (2007: 38) resume a natureza do empreendedor defendendo que se trata de um indivíduo que “demonstra ter iniciativa e espírito criativo, capaz de organizar (e mobilizar) os factores económicos e sociais para criar uma empresa e, simultaneamente, identificar e explorar oportunidades futuras.”.

Aproveitando a sistematização de Ferreira et al.(2010), existem muitos estudos académicos sobre as características dos empreendedores. De entre todas as assinaladas salientam-se as seguintes:

- **Assunção de riscos moderados:** o empreendedor assume e aceita os riscos, embora nos pareça pertinente que não convém assumir desnecessariamente altos riscos, pois, isto pode pôr em causa a iniciativa;
- **Auto – confiança:** o empreendedor acredita em si, e cria um espírito de confiança na sua aptidão para alcançar os objectivos estabelecidos. Deve acreditar nas suas faculdades para superar os potenciais obstáculos e poder assim singrar;
- **Assunção de responsabilidade:** um empreendedor assume a responsabilidade pelos resultados do seu empreendimento. Se, entretanto, houver fracassos assume os erros sem atribuir a culpa a outrem pelo insucesso;
- **Criatividade e inovação:** O empreendedor, quando pretende fazer um investimento, mesmo que não seja na área de inovação, deve ser criativo e inovador, desenvolvendo neste caso novas perspectivas, produtos e sistemas;
- **Dedicação à empresa:** deve-se conhecer-se que empreender exige dedicação. O trabalho árduo e contínuo é também a consequência da «paixão pelo negócio» e prestar uma melhor atenção aos colaboradores que estão vinculados à empresa;
- **Persistência apesar do fracasso:** tendo em conta que o empreendedor várias vezes persegue objectivos novos, a probabilidade de fracassar é elevada. Porém, o empreendedor como é audacioso, deve perseguir os seus objectivos;

- **Inteligência na execução:** um empreendedor não deve descurar da inteligência na tomada de decisões que possam ser coesas e sólidas. A inteligência é uma das características fundamentais do empreendedor de sucesso. A capacidade de converter a criatividade e a imaginação em acção e resultados mensuráveis é a essência da inteligência na execução.

Já Tajra e Santos (2009), por sua vez, acrescentam algumas características constatáveis nas pessoas empreendedoras:

- **Iniciativa:** um empreendedor deve fazer as coisas por empenho e impulsos próprios. Antes de sentir-se obrigado pela necessidades, ou seja, toma iniciativa e começa a executar segundo as suas capacidades na obtenção dos objectivos;
- **Persuasão:** remete-nos para a ideia de uma negociação bem sucedida. Um bom empreendedor tem que ter capacidade persuasiva para assim poder convencer os clientes fazendo com que os mesmos comprem os seus produtos e em simultâneo vender a imagem de si próprio através de publicidade;
- **Autoconfiança:** uma pessoa confiante prossegue os seus objectivos sem medo/ receio de falhar. Autoconfiança é uma das características fundamentais para alguém que pretende alcançar um objectivo. Pois, ela faz com que a pessoa vá de facto atrás do que pretende;
- **Optimismo:** um empreendedor que não encara a realidade com positivismo, fracassa com facilidade. Já o optimista encara o erro como um meio de aprendizagem, para ele, tudo que acontece é visto como oportunidades.

Ser empreendedor não decorre do cúmulo progressivo destas características mas sim da sua interacção, sendo que a sua presença total configura um perfil ideal de potencial empreendedor. É neste sentido que Muelier e Goic (2002, cit in Costa, 2008) defendem que o potencial empreendedor implica a detecção de oportunidades por indivíduos que detêm as características pessoais para se lançarem num projecto inovador. Dornelas (2001), enfatiza esta ideia propondo que o empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados (...) isso implica, que o processo empreendedor envolve todas as funções, actividades e acções associadas com uma nova empresa. O mesmo autor sugere ainda que o empreendedorismo envolve o processo de criação de que, sendo novo, tem de trazer valor acrescentado.

É de salientar, feita esta revisão de literatura, que as características atribuídas pelos vários autores ao perfil de empreendedor são quase exclusivamente de natureza personalística, e logo, de difícil, senão impossível, mudança. Tal coloca-nos perante uma pergunta fulcral que é a de saber se é possível a um indivíduo melhorar a sua capacidade empreendedora através, por exemplo, da formação.

Filion (1999) ajuda a dar resposta quando propõe quatro factores fulcrais para que uma acção seja empreendedora, nomeadamente: energia, visão, relações e liderança, vendo-a ancorada na formação profissional do empreendedor. Segundo este mesmo autor umas das principais características é a relação, da qual adquire as noções essenciais dentro da estrutura do mercado, isto é, as decisões que devem ser tomadas em função do contexto. Ora, como o empreendedorismo está relacionado com questões culturais, como hábitos, valores pessoais, e se situa no contexto empresarial de carácter negocial (Drucker, 1987) o empreendedor tem de ter competências sociais apuradas, sendo que estas podem ser desenvolvidas. O essencial da mensagem de Drucker é que os comportamentos de empreendedorismo podem ser aprendidos. Portanto, as descrições de natureza personalística não obstam a que o potencial empreendedor possa ser desenvolvido por via da aprendizagem.

Em suma, para se ser empreendedor não basta ter ideias novas, é necessário que estas tenham utilidade económica (em sentido lato, monetário mas também em termos de intangíveis), que quem as tenha antecipe essa utilidade face à conjuntura, e que consiga mobilizar os recursos para as concretizar em produtos ou serviços inovadores assumindo com responsabilidade os riscos inerentes. O perfil do empreendedor é largamente convergente entre autores salientando uma natureza visionária, criativa, proactiva, que aceita o risco, que não se paralisa pelo fracasso e que consegue mobilizar recursos para concretizar essa visão sendo que estas características podem ser aprendidas e desenvolvidas.

2.4. O potencial empreendedor

Uma vez admitida a capacidade de desenvolvimento das características empreendedoras bem como a relevância da actividade empreendedora, torna-se central sistematizar a avaliação do potencial empreendedor para optimizar a ajuste entre indivíduos e a acção de fomento do empreendedorismo.

O estudo que melhor integrou e sistematizou os conhecimentos relativos ao potencial empreendedor afigura-se ser o de Santos, Caetano & Curral (2010). Estes autores apresentam-nos alguns aspectos que operacionalizam e articulam o potencial empreendedor. Os aspectos referidos são: a motivação empreendedora, as competências psicológicas, as competências sociais e as competências de gestão.

2.4.1. Motivações empreendedoras

É axiomático que para que qualquer actividade tenha eficácia é fundamental, e condição de partida, que haja uma motivação para a executar. Segundo Baum, Locke e Smith (2001 cit in Santos, Caetano & Curral, 2010) a motivação para empreender é condição necessária e um dos principais preditores do sucesso das empresas recém-constituídas. Esta afirmação é válida independentemente da localização geográfica, da situação familiar, ou do contexto político em que a actividade empreendedora decorre. A motivação é um elemento basilar no processo empreendedor sem a qual tudo está destinado ao fracasso.

De acordo com a sistematização desta teoria integradora do potencial empreendedor, a motivação empreendedora assenta em dois pilares: o desejo de independência e a motivação económica. O desejo de independência reflecte o desejo de conduzir pessoal e directamente as actividades que caiam na esfera profissional do indivíduo, na prática, reflecte a vontade de não ter superiores hierárquicos (Vandekerckhove & Dentchev, 2005). A motivação económica, ou seja, o desejo de realizar ganhos económicos (Santos, Caetano & Curral, 2010) está também presente como potencial motivador, inteiramente alinhado com a natureza do sistema económico de capital que opera, simultaneamente, como recompensa e capacitador de acção económica mais intensa no mercado.

2.4.2. Competências Psicológicas

Como se sabe, o ser humano é frequentemente influenciado pelos aspectos psicológicos, portanto, um bom empreendedor deve desenvolver as competências de carácter psicológico. A revisão de literatura atinente evidencia que as capacidades psicológicas dos indivíduos são centrais para o sucesso do processo empreendedor (Santos, Caetano & Curral, 2010). É neste sentido que os autores agregam em três grupos estas capacidades: a capacidade inovadora (i.e. capacidade de desencadear os processos emocionais e cognitivos que se traduzam na criação de ideias novas), a capacidade de gerir as emoções com inteligência, ou

seja, de forma adaptativa (i.e. a capacidade de gerir com adequação as emoções em relação a si mesmo e em relação aos outros para o fomento de relações interpessoais construtivas) e a capacidade de as gerir com um foco no próprio (i.e. para recuperar dos fracassos e da ansiedade gerada pela incerteza, que tende a ser rotulada na literatura como resiliência). É no sentido desta última que hoje se sabe que Independentemente das circunstâncias é importante que o empreendedor mantenha o equilíbrio psicológico. Pois, este é um elemento importante para conquista do êxito na actividade económica que estiver a ser desenvolvida.

2.4.3. Competências Sociais

A actividade empreendedora decorre num contexto social, ou seja, é por intermédio da relação estabelecida com outras pessoas que o empreendedor consegue agir em todas as fases do processo de empreendedorismo. É assim que o empreendedorismo está sujeito a um processo de influência sócio-cultural em que o ambiente social em que o empreendedor se encontra inserido exerce grande influência. O *status quo* tende a rejeitar as acções de mudança pelo que, por definição, as inovações podem não receber acolhimento positivo sem que haja em simultâneo uma acção persuasiva que mostre as vantagens do *status* pretendido face ao existente. Por conseguinte, as competências sociais do empreendedor são cruciais para o sucesso dos seus projectos. Estas interacções sociais são, sobretudo, destinadas a persuadir os potenciais interessados no projecto, de lhes vender a ideia e mobilizá-los para a apoiar. Neste sentido, Santos, Caetano e Curral (2010) salientam a capacidade persuasiva como um elemento central no potencial empreendedor. Adicionalmente, estas interacções sociais são também destinadas a articular os indivíduos numa rede de relações estáveis que permitam angariar os recursos necessários, pelo que esta capacidade de se ligar aos outros e fazê-los ligarem-se a si, ou seja, esta capacidade de *networking* é fundamental (Witt, 2004).

2.4.4. Competências de gestão

De acordo com o modelo integrador do potencial empreendedor, as competências de gestão compreendem quatro elementos complementares entre si e que assumem uma natureza instrumental. Estes são a visão, a capacidade para mobilizar recursos, a capacidade de liderança e a auto-eficácia. A visão é um elemento cuja importância parece suscitar poucas dúvidas. A visão corresponde à capacidade de antever propósitos da actividade e que se

constituem como elementos motivadores da acção, surgindo assim no centro do modelo de processo empreendedor. A opção realizada por Irelan, Covin e Kuratko (2009) é disso exemplo, em que a visão depende das cognições individuais e das condições de contexto e está em constante interacção com o processo empreendedor e a arquitectura organizacional onde decorre a actividade de empreendedorismo. No quadro geral deste modelo, a visão é o elemento que tudo articula e justifica.

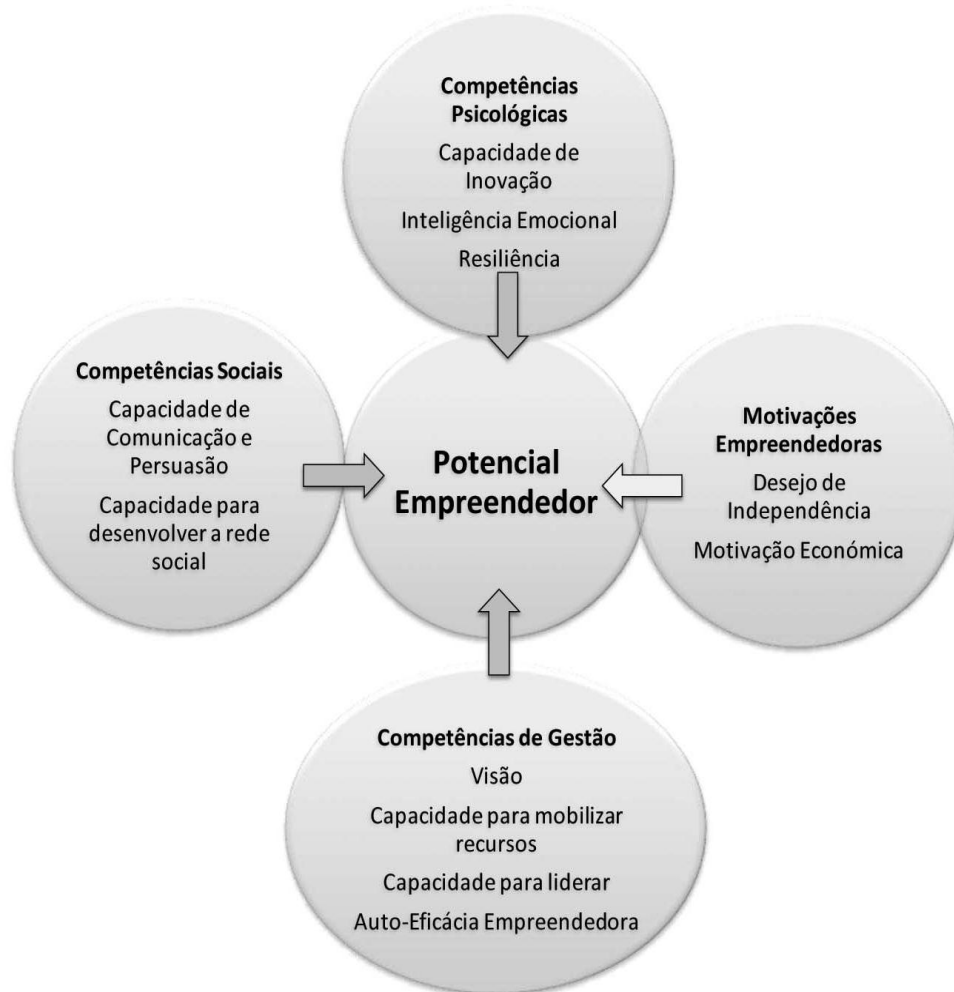
Um outro elemento que tem sido transversal na literatura do empreendedorismo é a capacidade de liderança. Este conceito tem sido tão citado no quadro dos estudos sobre o empreendedorismo que Vecchio (2003) até questionou se não haveria uma confusão conceptual entre ambos (liderança e empreendedorismo). Realmente, como alega e explora ao longo do artigo, há elementos conceptuais partilhados na literatura sobre o empreendedorismo e a liderança, os resultados não diferem dos conhecidos nos estudos de liderança sendo apenas um caso particular em termos de contexto de aplicação e não há resultados que denunciem a necessidade de uma teorização fundamentalmente diferente para o fenómeno do empreendedorismo que não possam ser explicados com as teorias da liderança e da influência social. Não pretendemos explorar muito mais esta discussão mas ao explicitá-la pretendemos tornar claro que o conceito de liderança é inequivocamente central para compreender o potencial empreendedor.

Associada a esta capacidade de liderança encontra-se a auto-eficácia empreendedora cuja intensidade parece responder de forma positiva e duradoura à acção formativa (Lucas & Cooper, 2004) e que, no quadro do empreendedorismo, tem sido identificada como um elemento capaz de reduzir a tensão provocada pela incerteza e improvisação implicada na actividade empreendedora (Hmieleski & Corbett, 2008).

Por último, todos os autores que consultámos referiram a capacidade para mobilizar recursos como necessária ao sucesso dos projectos empreendedores. De acordo com Ramachandran e Ray (2006, cit in Santos, Caetano e Curral, 2010) esta capacidade é uma importante variável preditora do sucesso pelo que faz sentido integrá-la no quadro da avaliação do potencial empreendedor.

O modelo integrador do potencial empreendedor de Santos, Caetano e Curral (2010) pode ser representado como segue:

Figura 2. 1 Modelo do potencial empreendedor de Santos, Caetano e Curral



Fonte: Santos, Caetano e Curral (2010)

Em suma, o potencial empreendedor reside no domínio de um leque de competências associado a uma forte motivação para empreender. Esta motivação afigura-se central para activar os processos conducentes ao sucesso empreendedor, desde a detecção de oportunidade à concretização da ideia em termos operacionais. Ao mesmo tempo, não basta estar motivado, é essencial reunir as competências necessárias, nomeadamente as psicológicas, sociais e de gestão. Desta forma, o potencial empreendedor reside nos efeitos cumulativos das competências sociais e psicológicas que, por sua vez, interagem com as competências de gestão e a motivação empreendedora de tal ordem que é possível calcular um índice de potencial empreendedor.

De acordo com Santos, Caetano e Curral (2010) o índice reflecte esta lógica cumulativa e multiplicativa em que as competências psicológicas e sociais são tratadas como agindo de forma emparelhada $[IPE=CP+CS]^1$ e que se multiplicam com as competências de Gestão $[IPE=(CP+CS)\times CG]$. Já a motivação empreendedora, por ser tão central como elemento catalisador do sucesso empreendedor, é inserida na equação numa função quadrática assim espelhando a sua centralidade $[IPE=(CP+CS)\times CG\times ME^2]$.

2.5. O contexto empreendedor

Com a globalização, o empreendedorismo tem vindo a assumir uma posição preponderante para toda a conjuntura económica. Nesta conjuntura, neste contexto, o empreendedorismo não é uma opção mas sim uma necessidade já que as possibilidades de conseguir emprego estável tendem a diminuir em face das mutações tecnológicas e concentração demográfica, pelo que a melhor garantia de empregabilidade é a criação de emprego próprio (Tajra & Santos, 2009). É essencial compreender as limitações e facilitadores que os cidadãos encontram neste contexto e que os levam a retrair-se ou a esforçarem-se na antecipação e vontade em criar ou gerar emprego.

O primeiro destes factores que surge em mente é a cultura. De acordo com Ferreira et al (2010), existem culturas que dão valor às pessoas que pretendam criar as suas próprias empresas, como é o caso das anglo-saxónicas que são mais individualistas. Estas culturas, atribuem grande valor ao ser-se patrão, ao conseguir êxito e ao obter lucros. Por isso, nesses países existem mais pessoas a estabelecerem as suas próprias empresas.

Esta leitura, avançada por Ferreira et al (2010), surge recorrentemente na literatura mas ela não consegue acomodar os resultados do GEM, por exemplo (GEM, 2011) que mostram que no segmento das economias orientadas para a eficiência países como a China são os que maior taxa de empreendedorismo mostram ter no grupo sendo também a maior mundial. Ora, por contraste, estas sociedades são tradicionalmente colectivistas, onde o ser-se parte de um grupo se sobrepõe a ser-se indivíduo, onde o êxito não se mede pelos lucros que se consegue gerar individualmente mas sim no colectivo. Portanto, a cultura condiciona mais

¹ IPE – inventário do potencial empreendedor; CS- Competências Sociais; CP- Competências Psicológicas; CG- Competências de Gestão; ME- Motivação empreendedora.

as leituras que se fazem do empreendedorismo do que propriamente a taxa de actividade empreendedora.

Um elemento cultural, esse sim, presente de maneira central nos estudos do empreendedorismo prende-se com o papel e potencial contributo das mulheres. Um dos problemas transversais a todas as sociedades é o papel tradicional atribuído às mulheres de esposa, mãe e dona de casa (Portela et al., 2008) sendo as oportunidades para desempenhar um papel economicamente activo dadas predominantemente aos homens. Neste quadro as mulheres são vistas como sendo menos capazes de gerir um negócio quando comparadas com os homens. Este fenómeno ocorre também nas sociedades modernas onde as mulheres, apesar de terem maiores qualificações continuam a ver-se sub-representadas em posições de topo, quer no sector público como no privado (Davidson & Burke, 2004). As políticas de igualdade de oportunidades para todos observam princípios fundamentais de justiça social assumidas pelas sociedades modernas, como a europeia (Gonçalves & Bergano, 2009) e que se traduzem em vantagens económicas para essas sociedades. Na prática, a população feminina detém um potencial superior para dar um impulso à actividade empreendedora quer chamando a si essa iniciativa, quer através dos processos educativos informais que transmitem aos descendentes.

Um outro factor reside no quadro legal, que é essencial para o efeito (Hwang & Powell, 2005), em que a falta de regulamentação e incentivo para a promoção e apoio aos empreendedores se constitui como um detractor incontornável, sem que haja uma acção institucional e política em sentido contrário.

De acordo com Gaspar (2010) o sistema político assume que basta emitir diplomas legais para fomentar o empreendedorismo. Porém, isso não basta. É necessário compreender as motivações e recompensar os cidadãos que investem tempo e energia no empreendedorismo. Para tal é preciso facultar o acesso à educação para o empreendedorismo.

O terceiro factor parece residir na promoção da educação para o empreendedorismo que é vista como condição necessária à sua ocorrência (Gorman, Hanlon & King, 1997). É por essa via que ocorre a desejada dinamização, mobilização e empenho de todos nesta área de actividade incluindo a identificação e deficiências como forma de diminuir o desemprego, que é um assunto da maior importância social e económica para qualquer país. Porém, o desemprego jovem é ainda mais grave pelo facto do desaproveitamento do potencial humano poder ter efeitos de arrastamento mais duradouros no tempo (Clark & Summers, 1982).

Em termos operacionais, e segundo um estudo efectuado pelo Ministério da Educação da República Portuguesa (2006: 11), a educação para o empreendedorismo ocorre através das experiências facultadas aos alunos para “aprenderem, raciocinarem e agirem de maneira empreendedora. É fundamental criar contextos autênticos do dia-a-dia, de maneira a proporcionar uma aprendizagem que envolva trabalhos práticos, de reflexão e de tarefa participativa”.

A educação ocorre também sob a forma de sensibilização da população. Segundo Gaspar (2010) uma das formas de encorajar as pessoas a criar empresas é demonstrar-lhes o que podem usufruir e ganhar em termos financeiros, profissionais, de desenvolvimento pessoal bem como o futuro que podem proporcionar para a própria sociedade. Por isso é importante promover campanhas sobre empreendedorismo nas escolas, a todos os níveis fazendo com que os jovens pensem no caso nem que seja uma vez.

Em suma, uma sociedade moderna com uma economia capaz de competir no mercado mundial exige um contexto legal e social favorável ao empreendedorismo. Exige também pessoas capacitadas e/ou profissionais com novos perfis para actuarem neste mercado. Com base nisso, a educação e qualificação é fundamental. É necessário que os jovens se consciencializem de que o posicionamento de outras gerações não oferece hoje as garantias que ofereceu outrora e que devem ter e mostrar as suas ideias, muitas das quais permaneceriam por explorar se o contexto sócio-cultural se mantiver estagnado, se os estereótipos de género, raciais ou outros persistirem.

Ou seja, em poucas palavras, podemos considerar que as barreiras colocadas pelo contexto ultrapassam o domínio individual e, portanto, podem anular qualquer potencial empreendedor num indivíduo, por muito elevado que seja. O Estado exerce aqui um papel essencial porque é quem tem o mandato para regular e facilitar a criação de novos empreendimentos benéficos para a sociedade e, portanto, a educação pública é instrumental para este desígnio de governo. Neste contexto o papel das mulheres é duplamente importante, primeiro por serem uma população tratada como minoria no que respeita os aspectos económicos e de empreendedorismo, e também por ser quem tende a vigiar mais de perto a educação das crianças. Portanto, os valores que aceitam são os que passam para as gerações futuras.

2.6. Um caso contextual específico: São Tomé e Príncipe

Compreender a forma como os factores do empreendedorismo operam implica focarmos um contexto real onde a conjuntura socio-económica e política permita uma análise integrada. Porque a maior parte da literatura se desenvolve em contexto europeu e norte-americano, os modelos existentes devem ser testados em contextos culturais distintos, onde possamos compreender a sua validade e aplicabilidade. Embora não haja razões de fundo para antecipar diferenças sociais, culturais e políticas radicais entre sociedades humanas ao ponto de comprometer tudo o que se sabe hoje sobre o processo empreendedor e a avaliação do potencial empreendedor, na realidade são expectáveis diferenças, e um contexto africano pode oferecer um campo empírico de teste ideal por efeito de contraste.

Neste cenário, São Tomé e Príncipe é um objecto empírico privilegiado por toda a sua história, posicionamento geográfico e visão actual face ao empreendedorismo, pelo que passaremos a caracterizar este país onde o foco do estudo empírico terá lugar.

Trata-se de um arquipélago, situado no golfo da Guiné, na África ocidental, constituído por duas ilhas do mesmo nome e por ilhéus (Rolas, Cabras, Sete Pedras, Bombom, Boné de Jocker, Pedra da Galé, Tinhosas e Mosteiros), com uma superfície de 1.001 km².

Habitam em S. Tomé e Príncipe cerca de 170 mil pessoas em que quase metade é jovem e predominantemente urbana. Em termos administrativos, a capital é a cidade de S. Tomé sita na ilha homónima, e o arquipélago compreende seis distritos na ilha de S. Tomé sendo que a ilha do Príncipe é uma região autónoma². A degradação dos indicadores económicos, principalmente no meio rural, onde os níveis de pobreza são extremos, tem provocado um êxodo rural acentuado, sendo a cidade de S. Tomé o principal local deste fenómeno.

A evolução económica santomense reflecte cada momento histórico por que passou. Para Pereira (2008) após a independência, em 1975, o Estado São-Tomense adoptou um modelo de gestão de economia centralizada e em, 30 de Setembro nacionalizou as antigas roças coloniais, transformando-as em empresas agrícolas estatais, bem como reforçou o controlo sobre todos os sectores da economia nacional. Neste quadro e segundo esta autora, a

² Instituto Nacional de Estatística (INE) e São Tomé e Príncipe: Disponível em: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/tp.html>

ausência de políticas públicas credíveis e coerentes, a baixa vertiginosa da produção, associada aos constrangimentos do mercado e as constantes oscilações desfavoráveis dos preços do cacau – principal produto de exportação -, empurraram para uma degradação nos mais diversos domínios de desenvolvimento.

Mais recentemente, a conjuntura política internacional e nacional têm favorecido a iniciativa privada e, portanto, o modelo de economia centralizada tem vindo a ceder lugar a uma economia de mercado. É neste quadro histórico que o Governo santomense tem procurado tomar medidas conducentes à facilitação dos negócios com vista à dinamização da Economia. Não obstante há ainda um caminho longo para trilhar.

Por exemplo, no caso concreto de São Tomé e Príncipe, criar uma empresa é ainda bastante difícil no quadro dos países avaliados recentemente pelo Banco Mundial (Banco Mundial, 2012). Segundo este relatório, entre os 183 países avaliados, São Tomé e Príncipe posiciona-se em 105º lugar e os custos de investimento de capital para encetar uma empresa são dos maiores entre os países da zona de influência económica onde se insere, cifrando-se em mais de 3 vezes o rendimento *per capita*.

Ainda que o indivíduo detenha um forte potencial empreendedor, nomeadamente as competências que lhe permitem ir resolvendo os problemas colocados pelo sistema social em que se insere (como a resiliência psicológica), ele ou ela poderá ter de se deparar com limitações à entrada de diversos ramos de actividades que se tornam insuperáveis, como o acesso ao montante de capital para encetar negócio (no caso de São Tomé e Príncipe é muito elevado face ao rendimento *per capita*).

Em resumo, o contexto é importante para compreender o fenómeno empreendedor. Este contexto tem várias dimensões: a cultura, a legislação e a educação. De todos a mais fundamental é a educação para o empreendedorismo. Isto porque é pela educação que se moldam os valores e através destes a receptividade a novos quadros legais.

Embora haja uma grande preocupação em avaliar até que ponto o sistema educativo, sobretudo o superior, capacita os diplomados para se centrarem e valorizarem a actividade empreendedora (Dominguinhos et al, 2005), sabendo que a sua eficácia radica na capacidade de desenvolver o potencial empreendedor, ou seja as competências e atitudes, afigura-se essencial pensar no sistema educativo mais a montante, isto é, nas populações pré-universitárias.

É por isso que no presente estudo focámos esta população, em São Tomé e Príncipe e num contexto sócio-económico que beneficia grandemente de uma mais profunda compreensão do potencial empreendedor neste segmento populacional. Adicionalmente focámos as diferenças entre género no que respeita ao potencial empreendedor. Passaremos a mostrar a metodologia seguida neste estudo.

3.MÉTODO

3.1. Abordagem metodológica

O método de estudo para o desenvolvimento dessa pesquisa será quantitativo, avaliando-se a capacidade do potencial empreendedor no seio dos jovens estudantes do secundário. O instrumento utilizado foi o questionário entregue a uma amostra dos estudantes, e depois os dados recolhidos foram tratados por técnicas estatísticas apropriadas.

3.2. Instrumentos

O IAPE (Inventário de Avaliação do Potencial Empreendedor) conta com 71 itens que cobrem 11 dimensões. A saber: Desejo de Independência, Motivação económica, Inteligência emocional, capacidade para mobilizar recursos, capacidade de liderar., capacidade para desenvolver rede social e capacidade de persuasão. De acordo com Santos, Curral e Caetano (2010) estes 11 factores são agrupáveis em 4 factores de segunda ordem, nomeadamente: Competências de gestão (Auto-eficácia empreendedora, Visão, capacidade de Mobilizar Recursos e capacidade de Liderar), Competências Sociais (Capacidade para desenvolver Reses sociais e capacidade de comunicação e persuasão), Competências Psicológicas (Inteligência emocional, capacidade de inovação, Resiliência) e Motivação empreendedora (Desejo de independência e Motivação Económica). Todas as respostas são registadas numa escala de Likert de cinco pontos (1=Discordo totalmente, 5= Concordo Totalmente) a que acresce uma opção “Não sei” contada posteriormente como *missing value* ou analisável *per se*.

3.3. A recolha dos dados

Participaram neste estudo, estudantes do ensino secundário de São Tomé e Príncipe, através dos preenchimentos dos questionários. Para o efeito foram contactados os responsáveis escolares (Direcção) e explicado o objectivo do estudo. Recebida a autorização, foram contactados alguns professores, e aproveitando semana de revisão de matéria

leccionada e a presença dos alunos em cinco salas de aula para esses fins, foram distribuídos os questionários num universo de 300 estudantes. Conseguimos, por este processo gerar uma amostra de conveniência com um total de 266 respostas aos questionários correspondendo assim a 88.7% dos inquiridos.

3.4. A amostra

A amostra é composta por 266 estudantes dos quais 125 do sexo masculino e 140 de sexo feminino (1 *missing*).

O segmento alvo deste estudo encontra-se a frequentar o 9º ano de escolaridade e a amostra compreende idades entre os 15 e os 21 anos e com idade média de 16 anos e meio (desvio padrão de 1,1 anos) sendo que 96.1% da amostra se situa entre os 15 e os 18 anos (Tabela 3.1).

Tabela 3.1 – Distribuição etária

	Frequência	%	% válida	% acumulada
Válidos 15	49	18,4	19,0	19,0
16	89	33,5	34,5	53,5
17	77	28,9	29,8	83,3
18	33	12,4	12,8	96,1
19	7	2,6	2,7	98,8
20	2	0,8	0,8	99,6
21	1	0,4	0,4	100,0
Total	258	97,0	100,0	
Missing	8	3,0		
Total	266	100,0		

4. RESULTADOS

Os resultados encetam com a apresentação das análises de qualidade psicométrica dos instrumentos logo seguidos dos relativos às questões de investigação.

4.1. Caracterização da qualidade psicométrica dos instrumentos

As análises factoriais e de consistência interna, tomando por base o modelo original de Santos, Curral e Caetano (2010) mostraram indicadores inaceitáveis pelo que, atendendo a que se trata de uma população inteiramente diferente (quanto ao nível de escolaridade, faixa etária e idiosincrasias linguísticas) aplicámos um critério teórico-empírico identificando grosso modo as dimensões correspondentes aos factores e segunda ordem. Ou seja, agregámos as escalas ao nível das competências sociais, psicológicas, de gestão e motivação empreendedora. Desta forma, passámos a trabalhar com quatro constructos em vez dos 11 originais.

Posteriormente, e tomando em consideração os padrões de correlação, compreendemos que as dimensões “competências psicológicas” e “competências sociais” colapsaram numa única dimensão que designámos por “competência psicossociais”, que sujeitámos a uma análise de componentes principais, embora com a consciência que teríamos de prescindir de elevados valores de variância explicada (fruto da imposição de um único factor) ,bem como aceitar *loadings* muito modestos. Na prática, passaremos a trabalhar com estes constructos como ideias mais difusas, embora presentes na mente dos inquiridos.

As **competências de gestão** compreendem 21 itens e têm um nível de consistência interna bom (alfa de Cronbach =.76), contando com 4 itens do factor Capacidade de Mobilizar Recursos (e.g. Normalmente, consigo encontrar os recursos necessários para concretizar as iniciativas que tenho), 4 relativos à Visão (e.g. Sou capaz de antecipar o que quero obter daqui a dois anos), 9 relativos à Liderança (e.g. Eu acho que consigo conduzir facilmente os meus colegas quando tenho uma ideia) e 4 relativos à Auto-eficácia Empreendedora (e.g. Se alguma coisa é realmente importante para mim, invisto o que for necessário para a alcançar). Da aplicação de uma análise de componentes principais, forçando um factor, identificámos

uma solução admissível (KMO=.731, teste de esfericidade de Bartlett $X^2 = 752,418$, 210gl, $p < .000$, $.576 < \text{MSAs} < .807$).

As **competências psicossociais** compreendem 19 itens e têm um nível de consistência interna aceitável (alfa de Cronbach =.68), contando com 3 itens do factor Capacidade de Persuasão (e.g. Normalmente, sou capaz de persuadir os outros em muitas coisas), 6 relativos à Capacidade de Inovação (e.g. Ser criativo é uma das minhas vantagens), 5 relativos à Inteligência Emocional (e.g. Normalmente, consigo ajudar os outros a sentir-se melhor quando eles estão em baixo), 1 relativo à Capacidade de Desenvolver a Rede Social (e.g. Conheço pessoas de sítios muito variados) e 4 relativos à Resiliência (e.g. Eu recupero rapidamente de situações complicadas). Da aplicação de uma análise de componentes principais forçando um factor, identificámos uma solução admissível (KMO=.675, teste de esfericidade de Bartlett $X^2 = 473,115$, 171gl, $p < .000$, $.571 < \text{MSAs} < .758$).

A **motivação empreendedora** compreende 6 itens e tem um nível de consistência interna medíocre (alfa de Cronbach =.56), contando com 4 itens do factor Desejo de Independência (e.g. Uma das coisas que é mais importante para mim é ter um trabalho em que sou patrão de mim próprio) e 2 relativos à Motivação económica (e.g. Vou esforçar-me para vir a ter o máximo de dinheiro possível). Da aplicação de uma análise de componentes principais forçando um factor, identificámos uma solução admissível (KMO=.655, teste de esfericidade de Bartlett $X^2 = 117,140$, 15 gl, $p < .000$, $.602 < \text{MSAs} < .715$).

Devido à falta de robustez psicométrica, entendemos não dever reportar análises relacionadas com o cálculo do IPE (índice de potencial empreendedor), já que a estrutura que lhe subjaz é mais complexa e, logo, mais sujeita a erro de medida.

4.2. Associações entre as dimensões do potencial empreendedor

Com o intuito de compreender as lógicas de associação entre as dimensões do potencial empreendedor, procedemos a uma análise de correlações usando para o efeito o coeficiente de correlação de Pearson. Os resultados estão expostos na tabela 4.1.

Tabela 4. 1 Correlações bivariadas

Pearson (N=266)		Min	Max	Média	dp	1	2
5. Compet. psico-sociais	Correlação	1,7	4,9	3,9	,46	1	
	Sig. (bicaudal)						
6. Motivação empreendedora	Correlação	1,7	5,0	3,9	,66	,506**	1
	Sig. (bicaudal)					,000	
7. Competências Gestão	Correlação	1,5	4,8	3,6	,51	,606**	,503**
	Sig. (bicaudal)					,000	,000

** . Correlação significativa para $p < 0.01$ (bi-caudal).

A tabela mostra que todas as dimensões identificadas se encontram correlacionadas de forma estatisticamente significativa com magnitudes de correlação acima de .50. Todos os coeficientes têm valência positiva, conforme expectável.

Os valores médios nas dimensões posicionam-se na parte superior da escala (1-5) situando-se entre o 3 e o 4, assim indicando um grau de concordância considerável com as afirmações do IAPE.

4.3 Análise comparada por género

Atendendo à importância do género na literatura da área, relativamente à capacidade das mulheres no segmento do mercado desempenharem uma papel importante na actividade empreendedora, procederemos à comparação de médias entre géneros para as várias dimensões do potencial empreendedor (Tabela 4.2).

Tabela 4. 2 Comparação de género

Género		N	Mínimo	Máximo	Média	D.P.
Masculino	Competências psicossociais	125	2,67	4,84	3,96	,43
	Motivação empreendedora	125	1,95	5,00	3,95	,62
	Competências de Gestão	125	2,59	4,71	3,73	,47
	N válido	125				
Feminino	Competências psico-sociais	140	1,68	4,89	3,88	,48
	Motivação empreendedora	140	1,71	5,00	3,88	,70
	Competências de Gestão	140	1,48	4,78	3,47	,52
	N válido	140				

Os valores médios reportados pelos respondentes de ambos os sexos situam-se sempre acima do ponto médio da escala sendo o valor mais elevado observado nas competências psicossociais nos respondentes do sexo masculino e o mais reduzido nas competências de gestão nos respondentes do sexo feminino. Para apuramento das diferenças estatisticamente significativa aplicámos uma análise de variância (ANOVA). Os resultados encontram-se reportados na tabela 4.3.

Tabela 4. 3 Comparação de médias por género

		Soma		Média		
		quadrática	g.l.	quadrática	F	Sig.
Competências psicossociais	Intergruppal	,384	1	,384	1,834	,177
	Intragruppal	55,070	263	,209		
	Total	55,454	264			
Motivação empreendedora	Intergruppal	,265	1	,265	,602	,439
	Intragruppal	115,826	263	,440		
	Total	116,091	264			
Competências de Gestão	Intergruppal	4,547	1	4,547	18,695	,000
	Intragruppal	63,966	263	,243		
	Total	68,513	264			

Os resultados da ANOVA indicam que os respondentes do sexo masculino e do sexo feminino têm médias equivalentes excepto nas competências de gestão.

Um teste adicional que nos pareceu pertinente decorreu do contactos realizados directamente com esta população aquando dos levantamento dos dados em que ficou uma sensação que a motivação para empreender existe mas que está muito inibida quer pelo contexto sócio-político quer pela autorepresentação que os inquiridos parecem ter sobre a sua capacidade para levar a bom termo uma iniciativa desta natureza. Nesse sentido e a título exploratório, procurámos compreender até que ponto a presença de maior competência psicossocial e de gestão não facilitaria uma maior motivação para empreender. Nesse sentido realizámos uma regressão linear múltipla procurando explicar a motivação empreendedora com base nas competências autorelatadas. As tabelas 4.4 e 4.5 reportam os resultados.

Tabela 4. 4 Sumários dos modelos

Modelo	R	R ²	R ² _{ajustado}	Erro padrão
1	,506a	,256	,253	,57214
2	,563b	,317	,312	,54912

a. Preditores: (Constante), Competências psicossociais

b. Preditores: (Constante), Competências psicossociais, CompetGest

Tabela 4. 5 Coeficientes^a

Modelo	Coeficientes não standardizados		Coeficientes standardizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Erro padrão	Beta			Tolerância	VIF
1 (Constante)	1,045	,303		3,446	,001		
Competências psicossociais	,731	,077	,506	9,521	,000	1,000	1,000
2 (Constante)	,661	,302		2,193	,029		
Competências psicossociais	,458	,093	,317	4,941	,000	,632	1,582
Competências de Gestão	,405	,083	,311	4,858	,000	,632	1,582

a. Variável dependente: Motivação empreendedora

Os resultados mostram que ambas as competências explicam 31.2% da variância da motivação para empreender, todas com betas positivos. Os testes de multicolinearidade eliminam qualquer inflação na variância explicada decorrente da existência de variância comum entre os preditores.

Por último, considerando que o empreendedorismo é uma cultura e uma forma de estar perante a sociedade e que as suas necessidades de desenvolvimento económico se realizam por intermédio dessa cultura, considerando igualmente que as mulheres têm um papel influente na transmissão dessa cultura para os filhos e que são alvo de menor investimento no

que respeita à actividade empreendedora, os resultados encontrados na comparação de género são importantes para este estudo (Tabela 5.1).

Tabela 5. 1 Valores do potencial por género

Género		N	Mínimo	Máximo	Média	D.P.
Masculino	Competências psicossociais	125	2,67	4,84	3,96	,43
	Motivação empreendedora	125	1,95	5,00	3,95	,62
	Competências de Gestão	125	2,59	4,71	3,73	,47
	N válido	125				
Feminino	Competências psico-sociais	140	1,68	4,89	3,88	,48
	Motivação empreendedora	140	1,71	5,00	3,88	,70
	Competências de Gestão	140	1,48	4,78	3,47	,52
	N válido	140				

Os respondentes de ambos os sexos não diferem quanto à percepção que têm sobre a sua competência psicossocial e a sua motivação empreendedora, apresentando valores bastante próximos do segundo ponto mais alto na escala de resposta.

5. DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

A discussão incide sobre os resultados encontrados, primeiramente os que respeitam às análises factoriais e posteriormente os que decorrem do teste do objecto teórico deste estudo.

Quanto às análises da qualidade psicométrica do IAPE, os resultados ficaram aquém das expectativas sendo porém compreensível que um instrumento gerado com uma população mais madura e num contexto sócio-cultural diferente, possa fazer antecipar necessidades de ajustamento das questões. Na prática, não tendo sido replicável a estrutura factorial original, foi possível encontrar um nível de consistência de resposta nos factores de segunda ordem, ao ponto de podermos agregá-los e tratá-los como variáveis compósitas. Não obstante, o procedimento técnico não nos permite trabalhar com níveis de certeza como gostaríamos embora também haja a validade facial suficiente para podermos continuar com as análises de resultados.

Em relação às lógicas nas relações entre as variáveis (no fundo as dimensões identificadas como factores de segunda ordem), os processos conducentes à actividade empreendedora, e que aqui surgem como potencial e não concretização, deveriam em teoria reforçar-se mutuamente, ou seja, seria expectável que se identificassem associações fortes entre eles e que fossem de valência positiva. Os resultados decorrentes do teste de correlações bivariadas corroboraram esta leitura. Atendendo à natureza da correlação (que não admite uma direcção de causalidade podendo significar que A influencia B mas também que B influencia A e até que C influencia do mesmo modo A e B) poderemos com base nestes resultados meramente concluir que a presença de cada uma destas variáveis (factores de segunda ordem) pode ajudar ao desenvolvimento das outras. Do mesmo modo, faz sentido admitir que poderá existir todo um processo social e ontológico que está na base na aquisição e desenvolvimento das competências e atitude avaliadas pelo IAPE.

É importante salientar a diferença observada entre homens e mulheres relativamente às competências de gestão, sendo as mulheres o segmento que apresenta uma percepção menos favorável sobre si mesmas. Ora, sendo as competências de gestão uma dimensão que abarca aspectos tais como a visão, a capacidade para mobilizar recursos, a capacidade de liderança e

a auto-eficácia, qualquer posicionamento de menor vantagem neste domínio compromete necessariamente a actividade empreendedora. Como nestas se inclui a auto-eficácia empreendedora, então, o sistema leva as próprias mulheres e excluem-se mais do que os homens das oportunidades por não acreditarem em si.

Considerando que o desenvolvimento destas competências, tal como definidas no modelo adoptado, é de mais difícil desenvolvimento, seria importante compreender de que maneira o edifício pedagógico e curricular e da formação contínua incide sobre o desenvolvimento destas competências.

Por último, a exploração de uma hipotética dependência que a motivação para empreender tem das competências psicossociais e de gestão encontra um modelo empírico explicativo com fundamento estatístico. A variância explicada não é despicienda e os valores dos betas têm uma valência que faz sentido. Em suma, a motivação para empreender é algo que pode ser teoricamente pensado como o resultado de todo um processo reflexivo e de aprendizagem que passa por obter uma percepção positiva de si mesmo quanto às competências necessária a sucesso empreendedor. A Escola, como meio formal de ensino, é um instrumento basilar para o fomento das aprendizagens quer no domínio psicossocial quer no de gestão (não técnica, mas sim no sentido lato usado neste estudo) com vista a que os alunos desenvolvam esta motivação para empreender. Isto, porém, só pode decorrer num contexto que favoreça a aprendizagem, que reforce os alunos que demonstrem maior motivação empreendedora, e melhores resultados de aprendizagem nas competências críticas.

Por último, não podemos deixar de discutir o papel importante que as mulheres podem assumir neste redireccionamento dos investimentos educativos. O papel socializador em sociedades tradicionais assenta muito na aprendizagem que a mãe passa aos filhos e nesse sentido, numa sociedade patriarcal há um paradoxo em que a função económica está mais fortemente associada aos indivíduos do sexo masculino, mas em que a cultura de empreendedorismo numa idade básica cabe efectivamente à mãe. Os resultados não evidenciam muito esta leitura mas dão algumas pistas que podem coincidir com efeitos negativos deste estereótipo de género. Logo, as questões de género são importantes na

detecção do potencial empreendedor precoce e na antecipação das reformas a realizar com vista à maximização do potencial empreendedor juvenil e com os olhos postos num horizonte temporal de médio prazo, onde as mudanças se tornem estruturais e logo, sustentáveis.

Em género de balanço, podemos considerar que existem várias limitações ao estudo presente entre as quais a mais relevante parece-nos ser a que se prende com as limitações à qualidade psicométrica do IAPE neste contexto e com esta população. *Ex post facto* pudemos constatar que o instrumento carece de ajustamentos vários, primeiro relativos à inteligibilidade das afirmações (torná-las mais simples) e complementarmente relativos à própria natureza da faixa etária da amostra pois há questões que só dificilmente poderão ser respondidas com rigor na medida em que assumem experiências de vida que serão improváveis na população visada pelo estudo (mas que poderão ser substituídas por outras mais ajustadas à experiência de vida). Por último, ao usar apenas o IAPE transportámos para o estudo presente as limitações identificadas pelos autores desse instrumento, nomeadamente, o não se ter considerado as barreiras e facilitadores de contexto. Ora, estas limitações ajudam a interpretar com mais propriedade os resultados obtidos no presente estudo mas também informam sobre possíveis desenvolvimentos de estudos futuros. Neste sentido seria oportuno testar uma versão ajustada do IAPE à população visada e também alargar o IAPE para conter indicadores de contexto. Estas poderão ser duas vias de desenvolvimento do estudo do empreendedorismo precoce com interesse quer científico quer aplicado que cremos viáveis para estudos futuros.

6. BIBLIOGRAFIA

- Banco Mundial (2012). *Doing Business in a more transparente world: Economy Profile São Tomé and Príncipe*. Washington: Banco Mundial.
- Barbosa, J. (2001). *Políticas Públicas e Estratégia de Desenvolvimento para S. Tomé e Príncipe*, Dissertação de Mestrado, Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.
- Bernardi, M. e Lopes, H. (2008). *Empreendedores públicos: uma experiência de gestão estratégica de pessoas na administração pública do governo do Estado de Minas Gerais*: Disponível em: http://www.3bits.net/clientes/epe2/wpcontent/uploads/2011/07/Empreendedores_Publicos_Gestao_Estrategica_Pessoas_MG_CLAD2008.pdf acedido a 19/01/2012.
- Campos, E. (2007). *As características do comportamento empreendedor*. Disponível em: <http://guaiba.ulbra.tche.br/pesquisa/2007/artigos/administracao/302.pdf>
- Clark, K. e Summers, L. (1982). The dynamics of youth unemployment. In Richard Freeman e David Wise (Eds). *The Youth Labor Market Problem: Its Nature, Causes, and Consequences* (199 - 234), Chicago: University of Chicago Press.
- Costa, A. (2008). *Empreendedorismo, Deslocalização de Empresas e Indemnizações: Um estudo de caso no sector da Cerâmica em Portugal*, Dissertação de Mestrado, Lisboa: ISCTE.
- Davidson, M. e Burke, R. (2004). Women in management worldwide: facts, figures and analysis – an overview, in M. Davidson e R. Burke (Eds), *Women in Management Worldwide: Facts, Figures and Analysis*, (1-15), Londres: Ashgate Publishing.
- De Groot, T. (2001). *Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries* Working Paper No. 7: Vienna United Nations Industrial Development Organization
- Dominguinhos, P; Sardinha, B. Carvalho, L.; Ramalho, N. e Pereira, R. (2005). Assessing Entrepreneurial Education in Higher Education in Portugal, in *Proceedings of Fostering Entrepreneurship: The Role of Higher Education*, Trento, OCDE.

- Dornelas, J. (2001). *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus.
- Drucker, F. (1987). *Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios* / Peter F. Drucker; tradução de Carlos Malferrari. 2.ed., São Paulo: Pioneira.
- Farrell, L. (1993). *Entrepreneurship: Fundamentos das organizações empreendedoras: técnicas que as tornam competitivas* / Larry C. Farrel; tradução e adaptação Heraldo da Silva Tino. São Paulo: Atlas.
- Ferreira, M., Santos, J. e Serra, F. (2010). *Ser empreendedor- Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Edições Silabos,Lda.
- Ferreira, N. (2010). *A estratégia do grupo de Banco Africano de Desenvolvimento para São Tomé e Príncipe*, Porto, Faculdade de economia (Dissertação de Mestrado)
- Filion, L. (1999). *Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios*. RA/USP, 34 (2), 5-28.
- Freixo, M. (2009). *Metodologia Científica Fundamentos Métodos e Técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Gaspar, F. (2010). *O Processo Empreendedor e a Criação de Empresas de Sucesso*, Lisboa: Sílabo.
- GEM (2011). *GEM Portugal 2011: Estudo sobre o empreendedorismo*. Lisboa: SPI Ventures/ISCTE-IUL.
- Gonçalves, V. e Bergano S. (2009). *Empreendedorismo feminino: Uma proposta de e-learning* : Disponível:
https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/2700/1/artigo_final_empreendedorismo_feminino_vg_sb.pdf
- Gorman, G., Hanlon, D. e King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15 (3), 56-77.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. New York: Free Press.

- Hmieleski, K. e Corbett, A. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction, *Journal of Business Venturing*, 23, 482–496.
- Hwang, H. e Powell, W. (2005). Institutions and Entrepreneurship. In S. Alvarez, R. Agarwal, e O. Sorenson (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (179–210). Nova Iorque: Springer.
- Ireland, R., Covin, J. e Kuratko, D. (2009). Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (1), 19-46.
- Kyle, S. (2002). *Dutch disease in São e Tomé Príncipe: Policy options for the coming oil boom*: Working Paper: Disponível em: http://dyson.cornell.edu/research/researchpdf/wp/2002/Cornell_Dyson_wp0204.pdf
- Lucas, W. e Cooper, S. (2004), Enhancing self-efficacy to enable entrepreneurship: The case of CMI's Connections, *MIT Sloan Working Paper* 4489-04, <http://18.7.29.232/bitstream/handle/1721.1/18178/4489-04>.
- Ministério da Educação (2006). *Educação para Cidadania: Guião de Educação para Empreendedorismo*, Editora: Ministério da Educação Direcção-Geral de inovação e de desenvolvimento curricular
- Portela, J., Hespanha, P; Nogueira, C; Teixeira, M. e Baptista, A. (2008). *Microempreendedorismo em Portugal: experiências e perspectivas*. Lisboa: INSCOOP.
- Rolo, O. (2008). *Curso de Gestão das Organizações*, Editora: Edix
- Santos, S., Caetano, A. e Curral, L. (2010). *Atitudes dos estudantes universitários face ao empreendedorismo. Como identificar o potencial empreendedor?*. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 9 (4), 2-14.
- Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e Inovação*. Editora Escolar.
- Tajra, S. e Santos, F. (2009). *Empreendedorismo: Questões nas Áreas de Saúde, Social, Empresarial e Educacional*, Editora: Erica
- Tiny, D. (2011). *Avaliação da sustentabilidade das finanças santomenses*. São Tomé: CIAD.

- Vandekerckhove, W. e Dentchev, N. (2005). A network perspective on stakeholder management: Facilitating entrepreneurs in the discovery of opportunities. *Journal of Business Ethics*, 60, 221–232.
- Vecchio, R. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads, *Human Resource Management Review*, 13, 303–327.
- Witt, P. (2004). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 16 (5), 391-412.
- Zinga, A. (2007). *Os determinantes do empreendedorismo: Um estudo empírico no contexto angolano*. Dissertação de Mestrado, Coimbra: Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.