Universidade Europeia

2025

DINO LEANDRO CARVALHO

EMPREENDEDORISMO E FATORES DE SUCESSO EM EMPRESAS DE ALOJAMENTO LOCAL NA ILHA DA MADEIRA

Universidade Europeia

2025

DINO LEANDRO CARVALHO

EMPREENDEDORISMO E FATORES DE SUCESSO EM EMPRESAS DE ALOJAMENTO LOCAL NA ILHA DA MADEIRA

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Prof. Doutora Ana Moreira apresentada na Universidade Europeia Faculdade de Ciências Sociais e Tecnologia para obtenção de grau de Mestre na especialidade de Gestão de Empresas

Dedico a seguinte dissertação à minha família por todo o apoio que me têm dado ao longo dos anos.

Agradecimentos

Gostava de começar por agradecer à minha orientadora, a Professora Doutora Ana Moreira, para além de ter sido uma excelente profissional revelou ser uma excelente pessoa, sinto que apesar de não tela conhecido pessoalmente que ganhei uma amiga. Agradeço também aos meus primos pelo apoio que têm me dado, à minha prima Liana por estar sempre lá quando eu preciso seja nos bons ou maus momentos sempre disposta a ouvir, agradecer ao meu primo Diogo que apesar de não falarmos muito sobre os nossos sentimentos que entendemos exatamente como o outro está, agradecer à minha prima Fiona por fazer com que eu me sinta sempre tranquilo e relaxado sempre que me stresso, agradecer ao meu primo Danny por estar sempre disposto a ouvir-me falar. Mando os meus agradecimentos também aos meus amigos Davide, Igor e Emanuel que me têm acompanhado durante esta jornada. Por fim gostava de agradecer às pessoas chave da minha vida à minha mãe, irmã e pai que foram os pilares para o meu sucesso a nível académico e que são a minha razão para eu continuar a lutar contra tudo apesar das várias barreiras prometendo aos mesmos que irei ter sucesso na vida e fazê-los orgulhosos.

Palavras-Chave Empreendedorismo, Alojamento Local, Fatores de Sucesso, Localização, Estudo Quantitativo.

Resumo

Este estudo teve como objetivo estudar o efeito do empreendedorismo na perceção de sucesso do alojamento local e se esta relação é moderada pela sua localização. Com essa finalidade formularam-se as seguintes hipóteses: (1) o empreendedorismo tem uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento local; (2) a localização tem um efeito significativo na perceção de sucesso do alojamento local; (3) a localização tem um efeito moderador na relação entre o empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local. Participaram neste estudo 91 indivíduos, todos eles proprietários ou gerentes de alojamentos locais na Madeira. Os resultados indicam-nos que apenas as competências empreendedoras têm uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento local. A localização do alojamento local não tem um efeito significativo na perceção de sucesso do mesmo. No entanto, a localização do alojamento local tem um efeito moderador na relação entre as atividades promotoras do empreendedorismo e a perceção de sucesso do mesmo. Espera-se que este estudo dê indicações aos proprietários de alojamento local sobre os principais fatores que potenciam o sucesso do alojamento local.

Keywords Entrepreneurship, Local Accommodation, Success Factors, Location, Quantitative Study.

Abstract

This study aimed to investigate the effect of entrepreneurship on the perception of success in local accommodation and whether this relationship is moderated by location. To this end, the following hypotheses were formulated: (1) entrepreneurship has a positive and significant association with the perception of success of local accommodation; (2) location has a significant effect on the perception of success of local accommodation; (3) location has a moderating effect on the relationship between entrepreneurship and the perception of success of local accommodation. A total of 91 individuals participated in this study, all of whom were owners or managers of local accommodations in Madeira. The results indicate that only entrepreneurial skills have a positive and significant association with the perception of the success of local accommodation. The location of local accommodation does not have a significant effect on its perceived success. However, the location of local accommodation has a moderating effect on the relationship between entrepreneurship promoting activities and the perception of their success. This study aims to provide local accommodation owners with insights into the key factors that contribute to the success of local accommodations.

Lista de abreviaturas

AMU – Área Medianamente Urbana

APU – Área Predominantemente Urbana

APR – Área Predominantemente Rural

B2B – Business to Business

B2C – Business to Consumer

CAE – Classificação Portuguesa das Atividades Económicas

DREM – Direção Regional de Estatística da Madeira

EBAN – European Business Angels Network

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

GOV – Governo

INE – Instituto Nacional de Estatística

PMI – Project Management Institute

RAM – Região Autónoma da Madeira

RNAL – Registo Nacional de Alojamento Local

VAB – Valor Acrescentado Bruto

ÍNDICE

Capítulo 1 -Introdução 1

Capítulo 2 - Revisão da Literatura 3

2.1. Empreendedorismo 3

2.1.1. Competências Empreendedoras 4

2.1.2. Características individuais 6

2.2. Obstáculos ao empreendedorismo 7

2.3. Métodos para promover a atividade empreendedora 9

2.3.1 Atividades para promover o empreendedorismo 11

2.4. Etapas do processo de abertura de um empreendimento 12

2.5. Sucesso em empreendedorismo 14

2.6. Alojamento Local 15

2.6.1. Empreendedorismo e Alojamento Local 17

2.7. Localização 19

2.7. 1. Localização e sucesso do alojamento local 20

Capítulo 3 – Modelo de Investigação e Hipóteses 23

Capítulo 4 – Método 24

4.1. Procedimento de recolha de dados 24

4.2. Participantes 24

4.3. Procedimento de análise de dados 28

4.3. Instrumentos 28

Capítulo 5 – Resultados 29

5.1. Qualidades métricas dos instrumentos 29

5.1.1. Fiabilidade 29

5.1.2. Sensibilidade dos itens 29

5.2. Estatística descritiva das variáveis em estudo 30

5.3. Efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo 31

5.4. Associação entre as variáveis em estudo 37

5.5. Hipóteses *38*

5.5.1. Hipótese 1 ..... *38*

5.5.2. Hipótese 2 ..... *38*

5.5.3. Hipótese 3 ..... *39*

Capítulo 6 – Discussão 41

6.1. Limitações e Futuras Investigações *46*

6.2. Implicações Teóricas *46*

6.3. Implicações Práticas *47*

Capítulo 7 - Conclusão 49

Referências 51

ANEXOS 55

ANEXO A – Questionário 56

ANEXO B – Estatística descritiva da amostra 88

ANEXO C – Qualidades métricas das escalas 92

ANEXO D – Estatística descritiva das variáveis em estudo 103

ANEXO E – Efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo 104

ANEXO F – Associação entre as variáveis em estudo 115

ANEXO G – Hipóteses 116

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Estatística descritiva da amostra 25
Tabela 2: Distribuição das variáveis sociodemográficas em função da nacionalidade 27
Tabela 3: Fiabilidade das escalas 29
Tabela 4: Estatística Descritiva das Variáveis em Estudo 30
Tabela 5: Associação entre as variáveis em estudo 37
Tabela 6: Associação entre o empreendedorismo e o sucesso do alojamento local 38
Tabela 7: Associação entre a localização do alojamento local e o seu sucesso 38
Tabela 8: Resultados do efeito moderador 39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Investigação 23
Figura 2. Distribuição das variáveis em estudo em função do género do participante 31
Figura 3. Distribuição das variáveis em estudo em função da antiguidade do alojamento local 32
Figura 4. Distribuição das variáveis em estudo em função do concelho onde fica do alojamento local 34
Figura 5. Distribuição das variáveis em estudo em função do tipo de localização do alojamento local 35
Figura 6. Distribuição das variáveis em estudo em função das habilitações literárias do participante 36
Figura 7. Distribuição das variáveis em estudo em função da nacionalidade do participante 37
Figura 8. Gráfico de interação Atividades Promotoras do Empreendedorismo x Localização 40

Capítulo 1 -Introdução

De acordo com o *Oxford English Dictionary* (2018) empreendedorismo é "a *atividade, comportamento e atitudes de um empreendedor*" (*Oxford University Press, 2018*) um empreendedor trata-se de alguém que procura a inovação, alguém que consiga tornar uma ideia numa oportunidade e esta oportunidade em algo mais, assumindo os riscos que esta mesma apresenta. Com isto empreendedorismo torna-se algo relevante a ser estudado, pois busca por algo mais, faz com que diversos setores sejam criados, evoluídos e expandidos como a economia, cultura e ambiente social de um país, para além disto o empreendedorismo promove a otimização de processos através de novas ideias e ideias já implementadas em outros negócios. De forma a concluir o empreendedorismo trata-se de um impulsionador na área do trabalho através da criação de novas oportunidades de emprego criadas pelo desenvolvimento de novas empresas.

O conceito de "ecossistema empreendedor" em empreendedorismo refere-se ao conjunto de elementos que apoiam o mesmo, de forma que haja um favorecimento na criação e crescimento de negócios. Com isto faz sentido o estudo na ilha da Madeira que representa um bom ecossistema com vantagens ao nível do setor económico como a menor taxa de IRC comparativamente ao continente e também pela ajuda da *Startup* Madeira em diversas áreas.

No contexto de empreendedorismo e atividades empreendedoras na RAM (Região Autónoma da Madeira) surge o estudo do CAE (Classificação Portuguesa das Atividades Económicas) da atividade de "alojamento e restauração", isto, pois trata-se de um setor de atividade que tem grande impacto a nível económico na ilha. Para realçar a importância deste setor podemos remeter para os dados da Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM) que ao longo dos primeiros nove meses de 2024 viu a constituição de 1 175 sociedades na RAM sendo que teve um saldo positivo no "alojamento restauração e similares", com cerca de 149 sociedades, o segundo maior valor neste período, sendo ultrapassado apenas por "Transportes e armazenagem" (Direção Regional de Estatística da Madeira [DREM], 2024). Em termos de ramos de atividades que mais cresceram no Valor Acrescentado Bruto (VAB) em 2022 "atividades de alojamento e restauração" encontram-se em primeiro lugar com 33,4 % com ""Comércio por grosso e a retalho"; "reparação de veículos automóveis e motociclos" e "transportes e armazenagem" e "atividades de alojamento e restauração" (DREM, 2023, p. 2).

Como foi realçado anteriormente, o emprego no empreendedorismo constitui um forte tópico e observamos isto através dos dados da Direção Regional de Estatística da Madeira

(DREM) em que vimos no ramo de “Alojamento e Restauração” em 2022 uma taxa de criação de emprego de 4,9% para além disto teve o 3.º maior volume de negócios com 15 milhões de euros (DREM, 2024, p. 4). Conseguimos observar que nos Serviços (rubricas G a U) onde temos o setor de atividade de “alojamento, restauração e similares”(rubrica I) temos o segundo maior valor de população empregada ao longo dos trimestres apresentados com respetivamente 18,9 mil indivíduos no 3.º trimestre de 2023, 17,5 mil indivíduos no 4.º trimestre de 2023, 18,6 mil indivíduos no 1.º trimestre de 2024 ,18,6 mil indivíduos no 2.º trimestre de 2024 e 19,9 mil indivíduos no 3.º trimestre de 2024 em comparação aos setores da “Industria, construção, energia e água”(rubrica B a F) com 18,1 mil indivíduos no 3.º trimestre de 2023, 19,8 mil indivíduos no 4.º trimestre de 2023, 19,3 mil indivíduos no 1.º trimestre de 2024 ,18,8 mil indivíduos no 2.º trimestre de 2024 e 18,9 mil indivíduos no 3.º trimestre de 2024 que ficaram em primeiro lugar (DREM, 2024, p. 26). Podemos ainda realçar que no 3º trimestre de 2024 dos 126,4 mil indivíduos empregados 2,95 mil são provenientes da rubrica A (Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca), 18,9 mil das rubricas B a F (Indústria, construção, energia e água) e 104,5 mil pessoas das rubricas G a U (Serviços) onde temos o setor de atividade de “alojamento restauração e similares” (rubrica I) com maior número de indivíduos (19,9 mil indivíduos) (DREM, 2024, p.26).

No que toca à natalidade de empresas não financeiras de realçar que nos anos de 2021 e 2022 o setor do alojamento e restauração teve um crescimento de 10,9% para 16,9% (DREM, 2024, p.7).

Por fim surge a importância de estudar os fatores de sucesso deste setor de atividade, pois, através da obtenção de informação significativa conseguimos apurar e avaliar como esta área consegue ter o impacto que tem localmente. Com o estudo dos fatores de sucesso também conseguimos apurar o porquê do crescimento desta área.

Coloca-se a seguinte questão de investigação:

- Será que os indivíduos com elevadas competências de empreendedorismo têm maior sucesso quando proprietários de um alojamento local?

Para responder a esta questão de investigação formularam-se os seguintes objetivos:

- Estudar a relação entre o empreendedorismo e os fatores de sucesso no alojamento local;
- Estudar o efeito moderador da localização do alojamento local na relação entre o empreendedorismo e os fatores de sucesso do mesmo.

A seguinte tese encontra-se dividida por capítulos da seguinte forma:

Capítulo 1 - Introdução: Neste capítulo é referido o porquê deste estudo estar a ser realizado.

Capítulo 2 - Revisão da Literatura: O capítulo encontra-se -se dividido em 7 subcapítulos (empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, métodos para promover a atividade empreendedora, etapas do processo de abertura de um empreendimento, sucesso em empreendedorismo, alojamento local e localização). Nestes subcapítulos realiza-se a revisão da literatura pertinente às variáveis em análise, sustentando as hipóteses formulados.

Capítulo 3- Modelo de Investigação e Hipóteses: Neste capítulo são demonstrados o modelo de investigação e as hipóteses.

Capítulo 4 - Método: Este capítulo está dividido em 4 subcapítulos (procedimento de recolha de dados, participantes, procedimento de análise de dados e instrumentos). Neste capítulo é abordado como foram realizados a recolha de dados e como foram tratados, tal como as estatísticas descritivas da amostra.

Capítulo 5 - Resultados: Este capítulo tem 5 subcapítulos (qualidades métricas dos instrumentos em estudo, estatística descritiva das variáveis em estudo, efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo, associação entre as variáveis em estudo e testes de hipóteses). Aqui são demonstrados os resultados do estudo via estatísticas descritivas e vários gráficos sobre as distribuições das variáveis. Por fim, demonstra-se se as hipóteses se foram confirmadas ou não.

Capítulo 6 – Discussão: O capítulo da discussão encontra-se dividido em 3 subcapítulos (limitações e sugestões para futuras investigações, implicações teóricas e implicações práticas). Na discussão são feitas associações entre os resultados do estudo e a revisão de literatura.

Capítulo 7 - Conclusão: Apresentam-se as conclusões que foram possíveis tirar deste estudo.

Capítulo 2 - Revisão da Literatura

2.1. Empreendedorismo

Para podermos falar de empreendedorismo primeiro temos de nos remeter á origem da palavra e o seu significado. No livro Psicologia do empreendedorismo de Caetano et al. (2012) este remete-nos para o economista Richard Cantillon, que foi o primeiro a usar o termo empreendedor, em que no século XVIII em "*Essai sur la Nature du Commerce en Géneral*" (Caetano et al., 2012) diz-nos que a pessoa mais importante e que se encontra no centro da economia trata-se do empreendedor. Para se obter um melhor entendimento sobre o processo de empreendedor, Cantillon divide este mesmo processo em três partes. A primeira parte salienta a importância da "*produção, distribuição e consumo*" (Caetano et al., 2012, p. 2), a segunda parte destaca a notoriedade do dinheiro e do lucro e por fim a terceira parte foca-se no "*comércio internacional e ciclo do negócio*" (Caetano et al., 2012, p. 2). No que toca á palavra empreendedorismo "Cantillon" associa o conceito de empreendedorismo "*ao indivíduo que compra, transforma e vende matérias-primas e terceiros, identificando assim uma oportunidade de negócio assumindo riscos*" (Caetano et al., 2012, p. 2).

Tendo em conta que já foi possível apurar de onde vem o empreendedorismo e o seu significado podemo-nos remeter para o presente em que a atual definição de empreendedorismo mais aceita e utilizada a nível académico e profissional foi trazida por Shane e Venkatraman em 2000 que constitui no livro de Caetano et al. (2012) uma parte importante da matéria. Através deste conceito mais recente de empreendedorismo surge uma parte mais da utilização de ideias e oportunidades para se atingir algo de diferente " *O empreendedorismo procura compreender de que forma surgem oportunidades para criar algo novo*" (Caetano et al., 2012, p. 9) este algo diferente e algo novo refere-se ás várias formas quer seja através de inovação ou adaptação de algo já existente, que conseguimos obter "*novos produtos, serviços, mercados, processos de produção…*"(Caetano et al., 2020, p. 9). Com isto dito é de reforçar que no livro de Caetano et al. (2020) são propostos quatro domínios importantes para "*estudo, prática e ensino*" (Caetano et al., 2012, p. 9) que são o individuo, o processo, os resultados organizacionais e o ambiente, estando estes domínios interligados.

Como pode ser observado até agora o empreendedorismo revolve muito á volta do empreendedor e da sua capacidade para criar algo a partir de uma ideia, com isto podemos olhar para diversos estudos tal como o de Sousa et al. (2023) sobre o empreendedorismo internacional, em que se aborda os conhecimentos do empreendedor estudando estudantes

universitários e empreendedores já estabelecidos. Neste estudo foi possível apurar que empreendedores tinham grande parte das habilitações e competências necessárias, faltando apenas habilitações na área das finanças e *marketing* digital (Sousa et al., 2023). No que toca aos estudantes universitários reparou-se uma grande disparidade em comparação com os empreendedores, pois tirando a área de colaboração no empreendedorismo tinham várias lacunas nas áreas de finanças, planeamento de empresas, mercado de trabalho e *marketing* digital (Sousa et al., 2023). Com isto podemos apurar que no empreendedorismo é essencial ter uma boa educação e formação, de forma que bons estudantes se tornem bons empreendedores no sentido de afetar o ecossistema empreendedor e os seus domínios de forma positiva como referido anteriormente (Sousa et al., 2023).

Por fim, olhando para o empreendedorismo numa vertente mais nacional, podíamos realçar a importância deste tópico em Portugal que tem vindo a ganhar cada vez mais importância ao longo dos anos. Para isto olhamos para o estudo de Santos e Caetano (2015) em que se compara o empreendedorismo em Portugal em relação a outros países na União Europeia. De realçar neste o estudo os dados do GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) que analisaram em cada país as áreas de: atividade empreendedora, atitudes empreendedoras e aspirações empreendedoras. Neste estudo foi possível concluir que "*a taxa de atividade empreendedora "early-stage" em Portugal foi igual à média de outros países da união europeia, mas que a taxa foi maior em 2014*" (Santos & Caetano, 2015) devido à necessidade e não pela oportunidade. Apesar de Portugal ser percebido com poucas oportunidades, os portugueses acreditam que tem mais conhecimento e competências para iniciar um negócio em vez de outros países.

Concluímos assim que empreendedorismo em Portugal precisa de algo para fazer com que estas competências e conhecimentos dos portugueses sejam melhor aproveitadas apesar dos riscos associados.

2.1.1. Competências Empreendedoras

Ao longo desta revisão de literatura conseguimos ver que o empreendedorismo e o seu sucesso e influência caiem sobretudo na forma como o empreendedor enfrenta desafios e assim encontramos as competências empreendedoras. Todo o empreendedor devia ambicionar ter boas competências empreendedoras, pois através da construção das mesmas quer seja a partir de base ou pelo seu aprimoramento conseguimos ir ao encontro do que está no centro do empreendedorismo, ou seja, a criação por identificação e concretização de boas oportunidades.

Agora podemo-nos perguntar o porquê destas competências empreendedoras serem tão importantes, uma boa resposta a esta questão seria a criação de valor de um negócio através da maximização do valor dos ativos, que apesar de numa vertente de negócio ser o mais importante não é o foco do empreendedorismo, mas pode ser tratado como uma boa solução para problemas de caráter financeiro. Competências empreendedoras também são muito importantes no que toca ao mercado, pois facilitam a adaptação do empreendedor e também funcionam como mecanismo de promoção, pois, com boas competências empreendedoras conseguimos promover empreendedorismo e a inovação. Concluindo devemos ter uma aposta na educação no empreendedorismo para podermos fomentar e aproveitar e fazer crescer competências empreendedores.

Existem vários tipos de competências empreendedoras podendo ir desde uma vertente mais financeira, que inclui competências como: acesso a capital, capacidades financeiras e empresariais e modelos de negócios para um lado de capacidades envolvendo gestão como: a gestão de negócios pilotos e competências de '*marketing*', também podendo operar sobre uma vertente mais na comunicação e relações interpessoais como "*team working skills*", capacidade de comunicação, capacidade de '*networking*' e competências de líder ou até mesmo no centro e começo de tudo como a identificação criação e aproveitamento de uma boa oportunidade.

Para realçar a importância do tópico das competências empreendedoras vamos olhar para um estudo que já foi referido anteriormente de Sousa et al. (2024), que aborda o desenvolvimento de competências empreendedoras no contexto do empreendedorismo internacional. Neste estudo são utilizados estudantes e profissionais na área do empreendedorismo para percecionar as competências empreendedoras de ambos. A conclusão que foi chegada é que os empreendedores tinham desenvolvido todos os tipos de competências à exceção o acesso a recursos financeiros, enquanto os estudantes tinham menor desenvolvimento acerca das suas competências empreendedoras à exceção da colaboração ,sendo que têm a necessidade de melhorar as suas capacidades financeiras, planeamento de negócios, acesso a finanças, *marketing* digital e mercado de trabalho ,competências estas que abordam as diversas vertentes mencionadas anteriormente (Sousa et al., 2024),. Podemos deduzir a partir deste estudo que é de extrema importância uma aposta no setor da educação empreendedora reforçando assim o mencionado anteriormente.

As competências empreendedoras envolvem diversas áreas e formas e com isto podemos olhar para a teoria de "*Jack of all Trades*" de Lazear (2004) que sobressalta a importância da diversificação de competências para empreendedores que procuram o sucesso. Para isto usa-se a expressão "*Jack of all Trades*" que é alguém que sabe pouco sobre muitas

coisas, ou seja, alguém que não é um especialista e usa isto para realçar o que é importante e essencial no empreendedorismo que é o conhecimento em diversas áreas. Lazear verificou que trabalhadores com competências muito especializadas têm maior possibilidade de seguirem como empregados numa organização, e que pessoas com uns perfis mais diversificados e com diversos tipos de competências têm maior probabilidade de serem empreendedores (Lazear, 2004). Com esta teoria de "*Jack of all Trades*" é possível verificar que não só o conhecimento de competências empreendedoras é importante para o sucesso e origem de um bom empreendedor, mas que também as diversificações destas mesmas competências contribuem para este mesmo sucesso.

Por fim concluímos que as competências empreendedoras constituem um tema essencial no contexto do empreendedorismo, com a necessidade de investimento na educação e formação de futuros empreendedores e necessidade de diversificação de competências para criar futuros empreendedores bem-sucedidos.

2.1.2. Características individuais

Cada um de nós apresenta características únicas que nos modelam e fazem seguir determinados caminhos e carreiras, podemos assim implementar este mesmo raciocínio em empreendedorismo. Em empreendedorismo, para termos um empreendedor e proporcionar especialmente o desenvolvimento de bons empreendedores devemos procurar certas características individuais nestes para conseguir impulsionar um bom desenvolvimento do ecossistema empreendedor.

Antes de podermos aprofundar este tópico de características individuais, devemos fazer uma distinção entre competências e características. Competências são adquiridas e desenvolvidas por meio de práticas e experiências, trata-se de competências específicas que ajudam a realizar tarefas e resolver problemas (Costa & McCrae, 1992), características individuais trata-se de traços inerentes à personalidade de uma pessoa que apesar de ser inatas podem ser desenvolvidas ao longo da vida e modelam comportamentos influenciando o modo como a pessoa reage a desafios (Anderson, 1982).

As características individuais num empreendedor são de extrema importância para a atividade empresarial, daí a pormos em evidência perguntas como: "Qual a necessidade de ter características individuais de modo a propulsionar atividade empresarial?". Para além de olharmos apenas para características que são inerentes ao indivíduo, também temos de olhar para características que conseguimos desenvolver. De modo geral podemos olhar para características individuais dentro de vários temas como a paixão pelo empreendedorismo em

que temos fatores como a motivação, entusiasmo e confiança, temas dentro de atitudes empreendedoras como a proatividade, iniciativa, comprometimento e trabalho árduo, temas relacionados com a criatividade e inovação como a imaginação e curiosidade, temas associados a necessidades como a necessidade de se sentir independente, necessidade de conquista e necessidade de poder, por fim não nos podemos esquecer que dentro de características individuais também temos temas de caráter de gestão como a avaliação do risco financeiro, a capacidade de liderança e a organização.

Tendo olhado para as diversas características individuais, conseguimos perceber que para propulsionar o desenvolvimento do empreendedor não dependemos de um só tipo de características, mas de vários tipos de características. Um empreendedor assim necessita de desenvolver interesses por várias áreas, para construir um vasto leque de características que traduzam no seu trabalho e experiência.

Para reforçar a importância de características individuais podemos olhar para o estudo de Chatterji e Fabrizio (2008) que investigaram os fatores determinantes para a atividade empresarial em 37 países desenvolvidos e em desenvolvimento, este estudo pretende demonstrar que características individuais são determinantes no empreendedorismo. Este estudo utilizou dois tipos de empreendedores, empreendedores que entram em empreendedorismo para ir atrás de uma oportunidade de negócio e empreendedores que entram em empreendedorismo, porque não conseguiam encontrar um trabalho melhor (Chatterji & Fabrizio, 2008). Este estudo concluiu que a regulação tem um papel crítico na decisão individual para empreendedores começarem uma empresa, particularmente em empreendedores que estão á procura de uma oportunidade de negócio melhor (Chatterji & Fabrizio, 2008). Podemos relacionar este estudo com características individuais, pois, fatores como a necessidade de poder, confiança, iniciativa, comprometimento e visão podem levar aos empreendedores a não terem medo e utilizarem propriedade intelectual para conseguir aproveitar melhor uma oportunidade de negócio.

De modo a concluir podemos afirmar que as características individuais de um indivíduo são de extrema importância para a atividade empreendedora, podendo-se tratar de um fator que influencia o sucesso ou não de uma empresa.

2.2. Obstáculos ao empreendedorismo

O empreendedorismo apresenta diversas vantagens e desvantagens, por um lado temos a possibilidade de criar um bom ecossistema empreendedor em que ambas as empresas e

pessoas envolvidas conseguem colaborar e retirar o melhor de si, mas, por outro lado, e em caso de maior parte das start-ups temos que muitas não têm sucesso devido à falta de uma necessidade de mercado (*CB Instights, 2019*). Antes de podermos falar do sucesso ou insucesso do empreendedorismo, temos de nos remeter para obstáculos que empreendimentos enfrentam tanto no seu começo como ao longo da sua jornada.

No empreendedorismo podemos identificar diversos obstáculos que podem ou não ser enfrentados pelos empreendedores, começando com aspetos culturais que incluem atitudes sociais negativas relativamente ao empreendedorismo como o medo de fracassar e em casos que os empreendedores sentem que o ecossistema em que se encontram não proporciona boas oportunidades. Nos obstáculos também temos problemas relacionados com a falta de competências, falta de *networking*, falta de conhecimento sobre as fontes financeiras e como aceder às mesmas, falta de ideias de *marketing*, falta de competências de gestão que podem ser associados a um pobre investimento na formação de empreendedores e pouca ajuda por parte de entidades promotoras do empreendedorismo. Ainda na enumeração de obstáculos temos que fatores como barreiras de mercado sejam muitos importantes, pois, como falado anteriormente uma grande parte das a *startups* falha devido á falta de mercado, outro problema que os empreendedores enfrentam são as dificuldades em transformar ideias em negócios, pois muitas ideias podem não originar o negócio mais rentável. Neste tópico ainda temos problemas como a burocracia que faz com que os processos sejam mais demorados, a falta de fundos, infraestruturas e custos operacionais elevados que constituem problemas tanto no início de um novo empreendimento ou tentativa de reviver um. Por fim, temos que a pressão social constitui um obstáculo forte. pois temos que se o empreendimento não tiver sucesso logo de início que está condenado ao falhanço.

De modo a termos um melhor entendimento de quais obstáculos são de maior importância para os empreendedores podemos olhar para o estudo de Lougui e Nyström (2014) que identificaram obstáculos de atuais e futuros empreendedores. Este estudo conclui que atuais e futuros empreendedores desempregados acham que obstáculos relacionados com financiamento, subsídios e planos de negócios são os que causam maiores problemas, enquanto empreendedores autónomos enfrentam obstáculos com questões relacionadas à operação da empresa, como questões relativas a emprego, contabilidade, licenças e leis. Este estudo permite-nos concluir que qualquer empreendedor enfrenta obstáculos, mas que estes obstáculos diferem entre em que fase estes se encontram (Lougui & Nyström, 2014).

Para além de olharmos para uma vertente inicial na construção de um negócio também podemos olhar para a vertente de crescimento de um negócio, podendo-se mencionar o estudo

de Elkjær (2015) que nos fala dos obstáculos no crescimento de negócios. O estudo de Elkjær (2015) levou à conclusão de que se uma *Startup* ganha experiência conduzindo operações em mercados nacionais e internacionais de forma regular e persistente, e passa por um aprendizado com base nas suas atividades, a importância da experiência e do aprendizado do empreendedor diminui. Com isto podemos verificar que o processo de empreender não é linear e os obstáculos que enfrentamos podem ter diversas soluções que não conseguem ser encontrados simplesmente com experiência.

Com a explicação dos diversos obstáculos conseguimos denominar que no tópico de empreendedorismo temos vários fatores que podem influenciar o sucesso ou não do mesmo, desde barreiras culturais a pressões sociais. Os estudos apresentados permitem nos chegar à conclusão de que empreendedores em diferentes etapas têm diferentes obstáculos (Lougui & Nyström, 2014) e que apesar da experiência ainda podemos encontrar outras formas de passar por obstáculos (Elkjær, 2015).

2.3. Métodos para promover a atividade empreendedora

No empreendedorismo a promoção trata-se de um assunto de extrema importância, pois para que um ecossistema empreendedor e a sua atividade empreendedora estejam no bom caminho necessitamos de bons métodos que promovam a atividade empreendedora. Nos métodos para promover a atividade empreendedora temos de olhar para métodos com um certo tipo de características, tentando-se focar em métodos de cariz financeiro, suporte ou acompanhamento do empreendedor.

Nos métodos para promover a atividade empreendedora conseguimos enumerar vários tópicos conforme os tipos de cariz mencionados anteriormente tais como: aconselhamento empresarial, incubação/instalações de escritórios, capital inicial, oportunidades de *networking*, suporte de acompanhamento, facilidades económicas/financeiras, educação, exemplos de sucesso, treino e redes sociais e publicidade.

Começando pelo aconselhamento empresarial temos que tem uma grande relevância tanto em empresas que estão a começar como em empresas que estão a crescer ou que já atingiram a sua maturidade, pois, através do aconselhamento tanto empreendedores inexperientes como empreendedores experientes conseguem ser beneficiados, quer seja via novas abordagens de mercado ou outros tipos de inovação como de produtos, serviços ou de métodos. A seguir podemos olhar para a incubação e instalações de escritórios que possibilitam ao empreendedor um espaço para conseguir organizar e meter em prática os seus pensamentos

através da realização de planos de negócios. Passando agora para o capital inicial que se trata de algo que os empreendedores procuram muitas vezes por não terem capital próprio para começar o seu negócio, que deve ser promovido de forma que vários empreendedores tenham oportunidades de alavancar o seu negócio. Oportunidades de *networking* também é um bom método para promover a atividade empreendedora, pois, possibilita ao empreendedor encontrar outros empreendedores que possam ajudá-lo na sua jornada. Nos métodos para promover a atividade empreendedora não podemos esquecer das facilidades económicas e financeiras, pois, muitos empreendedores não sabem que existem plataformas e concursos para ajudar empresas que procuram ter uma boa entrada no mercado. Olhando agora para o método da educação e treino temos que estes temas são dos mais importantes, porque devemos formar empreendedores que estejam preparados para enfrentar o mercado de diversas formas. No método da educação podemos olhar para o estudo de Balan. e Metcalfe (2012) que verificou que estudantes de empreendedorismo têm maior facilidade de aprendizagem em conteúdo apresentado em pósteres seguido de uma aprendizagem com uma equipa, desta forma conseguimos concluir que se fizermos uso destas abordagens temos empreendedores que irão promover de excelente forma a atividade empreendedora. Um outro método para promover a atividade empreendedora seria fazendo empreendedores olhar para exemplos de sucesso em grandes empresas como Google, Facebook, Microsoft e Apple assim faria com que o empreendedor entenda, que por mais difícil que seja a tarefa que enfrenta pela frente pode sempre chegar num bom destino. Por fim, não nos podemos esquecer do melhor método de promoção de empreendedorismo que se trata de redes socais e publicidade que fazem com que o empreendimento atinja inúmeras pessoas e consiga aumentar as suas vendas de produtos ou serviços.

A partir da enumeração e explicação de diversos métodos conseguimos observar que existem várias formas para promover a atividade empreendedora, mas também temos de ter em conta que cada país pode ter a sua própria forma de promover a atividade empreendedora como podemos ver no estudo de Odinokova et al. (2018) que verificou que cada país tem as suas próprias formas de promover a inovação no empreendedorismo distinguindo entre países eslavos.

Concluindo verificamos que vários são os métodos para promover a atividade empreendedora, apesar dos tópicos da educação e treino serem muito importantes para o futuro. Também foi possível concluir que apesar de haver vários métodos, muito deles têm impactos diferentes na localização das empresas e empreendedores.

2.3.1 Atividades para promover o empreendedorismo

Métodos para promover a atividade empreendedora em teoria são boas formas de fazer com que tenhamos maior hipótese de sucesso e melhor abordagem para um futuro. Apesar de métodos serem muito importantes temos de achar forma de meter estes em prática e para isso usamos atividades, atividades para promover o empreendedorismo. Nestas atividades é onde vamos decidir o que fazer e que ações devemos tomar para termos uma execução concreta dos métodos que formulamos.

Nas atividades para promover o empreendedorismo, podemos olhar um pouco como foi realizado nos métodos através da enumeração de diversas atividades. Podemos começar com desafios para o aprendiz, como, por exemplo, propor ao aprendiz a explorar o seu potencial que pode ser feito por meio de uma proposta para o mesmo aumentar a sua consciência dos seus pontos fortes e fracos pessoais, considerando os erros como oportunidades de aprendizagem em vez de fracassos para aumentar a prontidão do aprendiz para assumir riscos. O empreendedor aprendiz deve ser assim incentivado a ter um pensamento crítico e trabalhar no mesmo, como podemos ver no estudo de Schmidt e Bohnenberger (2008) que estudam ações para promover o empreendedorismo na Feevale e chegaram a conclusão de que "*Os resultados sugerem que o perfil empreendedor deve ser trabalhado desde o início das relações sociais na vida dos alunos*" (Schmidt & Bohnenberger, 2008). Ainda mais, deve ser proposto ao aprendiz a análise de estudos de caso de sucesso e insucesso de forma que consiga identificar formas para melhorar as suas competências e abordagem ao mercado no futuro, logo conseguirá mitigar alguns dos riscos que podem estar associados à atividade de empreender (Schmidt & Bohnenberger, 2008).

Podemos olhar também para outros tipos de atividades que promovem o empreendedorismo, tal como estágios práticos que oferecem uma experiência real ao aprendiz e fazem com que o mesmo tenha a melhor perceção do que está a acontecer a meter as "mãos na massa". Outra ação que faria os empreendedores terem melhor conhecimentos seria mediante cursos especializados tanto em empreendedorismo em si como em especificações do mesmo e por workshops, vídeos e conferências que dão experiências únicas. Com este tipo de ações o empreendedor vai assim ganhando maior conhecimento e experiência sobre o mundo empresarial. Estas ações que foram referidas muitas vezes podem ser vistas como oportunidades para *networking*, visto que nestes meios estariam várias pessoas que interagem com o mundo de empreendedorismo, desde professores a colegas que podem até mesmo já terem aberto algum tipo de empresa. Assim vemos que espaços e cursos de *networking* são excelentes formas de

fazer com que o empreendedor aprendiz possa ter melhor conhecimento acerca da área que procura trabalhar.

Nos métodos para promover a atividade empreendedora foi mencionado a educação que, não pode deixar de ser referida no que toca a ações porque a educação em temas como a literacia financeira são de forte relevância. Por exemplo, no artigo de Alexandre Reis (2017) vemos que a educação financeira pode ser realizada de diversas formas como "*oficinas, palestras, discussões de casos, experiências práticas de como organizar o seu orçamento, orientações de planeamento e de gestão*" (Alexandre Reis, 2017), que leva a que os sujeitos envolvidos tenham melhor capacidade de organizar financeiramente as suas ações empreendedoras. Para além do que foi referido neste texto também podemos salientar como a educação financeira *"contribuiu para o desenvolvimento pleno e formação da cidadania dos sujeitos*" (Alexandre Reis, 2017).

Por fim, não podemos nos esquecer de ações feitas pelos próprios empreendedores, tal como na área de gestão de projetos com pedidos de subvenção e fundos para conseguirem atingir os seus objetivos e as suas metas para melhorar o ecossistema empreendedor da região.

Concluímos assim que para além da importância dos métodos de promoção da atividade empreendedora as ações para promover o empreendedorismo (apesar de terem muitos tópicos relacionados), mostram ser muito importantes para o sucesso do empreendedor aprendiz e empreendedorismo em geral. Foi possível observar que fatores como a educação têm grande valor no que toca ao ensino do empreendedor.

2.4. Etapas do processo de abertura de um empreendimento

Em empreendedorismo, um empreendedor visa abrir um empreendimento. Um empreendimento trata-se de algo que envolve muito tempo e dedicação, sendo que para a abertura do mesmo exige a realização de diversos tipos de atividades para garantir que seja bem encaminhado.

Na abertura de um empreendimento devemos ter em consideração vários tópicos que podem ser encarados como etapas a cumprir como: a avaliação de competências e características empreendedoras de modo que consigamos entender quais os pontos fortes e fracos do empreendedor, a escolha e estruturação da ideia do empreendimento, pois ter uma ideia é diferente de ter algo de verdade e por essa mesma ideia em prática requer um bom plano, análise de mercado e produto para conseguir ter uma boa abordagem ao mercado, um bom plano de negócios para termos um bom caminho para alcançar o objetivo final, um projeto-piloto também trata-se de um tópico de extrema importância, pois qualquer projeto deve ter uma base,

por fim na abertura de um empreendimento é importante tentar alcançar a sustentabilidade da ideia empreendedora, pois o projeto deve ser pensado de forma a ter um tempo de vida útil.

Em todas as etapas do processo de abertura de um empreendimento temos de ter em conta alguns fatores como o risco e a exequibilidade. No risco podemos salientar a necessidade de mitigação do mesmo, pois um empreendimento com alto nível de risco não se torna algo atrativo para investidores como *business angels* (EBAN, 2018). Existem vários tipos de risco tais como risco de mercado associado a negócios B2B e B2C, risco de equipa relacionado com a equipa em questão, risco legal associado a patentes e licenciamentos, risco financeiro e risco operacional que toca no dia a dia da empresa (McNeil, et al., 2015). Passando para a exequibilidade temos de distinguir entre exequibilidade e viabilidade, exequibilidade fala-nos da capacidade de algo ser feito, da capacidade de execução enquanto viabilidade trata-se de algo que tenha potencial para ter sucesso (PMI, 2017). De acordo com Kawasaki Guy (2015) podemos ter vários tipos de exequibilidade: exequibilidade, produto/serviço referindo-se a se o produto ou serviço irão funcionar bem, exequibilidade da indústria/mercado que remete para se já foi feita algum tipo de análise ao mercado, exequibilidade organizacional que se trata das abordagens feitas a entidades e exequibilidade financeira referida a se já foi feito algum tipo de análise financeira.

Nas etapas do processo de abertura de um empreendimento temos de olhar também para uma vertente de modelos antes do plano de negócios para termos uma ideia mais geral do nosso produto/serviço. Uma boa forma de fazer um modelo seria através do modelo de canvas que ajuda ao empreendedor a desenvolver novos modelos de negócios, ou trabalhar no sentido de inovar e adaptar modelos de negócio existentes a novos mercados, este modelo é de grande importância, também para um plano de negócios (Osterwalder, 2010). O modelo canvas é uma ferramenta que ajuda na abertura de um empreendimento, especialmente por ser muito intuitivo, apresentado na sua base 5 tópicos (valor, público-alvo, processo, estratégia e viabilidade) e 9 vertentes (Osterwalder, 2010).

Na abertura de um empreendimento não nos podíamos esquecer do financiamento, um empreendedor deve ter em conta que para abrir uma empresa envolve muito capital daí a ter de escolher o financiamento ideal para o mesmo. Segundo a *Cb Insights* 2019, maior parte dos empreendedores começam com financiamento por capital próprio, mas isto não indica que seja o melhor tipo de financiamento, pois neste estudo também refere que este é o investimento inicial, mas que maior parte depois têm de buscar financiamento alternativo tal como *private equity, business angels, crowdfunding* e capital de risco.

Para que o empreendedor tenha maiores hipóteses de sucesso já vimos que o financiamento é muito importante podendo-se olhar agora para um *pitch*, o *pitch* trata-se de uma oportunidade para o empreendedor apresentar o seu projeto a possíveis investidores, parceiros ou pessoas com isto um *pitch* pode fazer com que o obstáculo do financiamento seja ultrapassado.

Para concluir nas etapas de abertura de um empreendimento temos vários fatores que podem ditar se estas etapas irão correr bem ou não, para isso devemos enfrentar este cenário tendo em mente risco, exequibilidade, modelos de negócios, financiamento e *pitchs* de forma que a hipótese de sucesso seja maior, nem que seja por uma margem mínima.

2.5. Sucesso em empreendedorismo

Sucesso, como podemos definir sucesso? Sucesso pode ser interpretado de diversas formas em diversas situações, como, por exemplo, no futebol pode ser identificado como alguém que teve diversos troféus individuais ou alguém que conseguiu muitos troféus em equipas, esta mentalidade também pode ser aplicada em empreendedorismo em que também podemos ter sucesso ditado pela subjetividade ou objetividade.

Numa dimensão objetiva podemos apontar para algo que possa ser medido, algo mensurável, nesta vertente não temos em conta como o empreendedor se sente, mas sim a critérios utilizados por possíveis investidores ou compradores do empreendimento tais como: a rentabilidade da empresa, ou seja se esta gera mais receita do que despesa, no crescimento da empresa, nomeadamente, no aumento ou não das vendas e clientes, na sustentabilidade no caso de se a empresa tem longevidade e em fatores como a inovação. Olhando agora para uma dimensão subjetiva vamos olhar para um lado mais pessoal e humano do empreendedorismo, ou seja, o empreendedor em si, nesta vertente analisamos a realização pessoal que o empreendedor tem com o trabalho, fatores como a autonomia financeira e objetivos pessoais. Através destas duas dimensões conseguimos que o empreendedorismo vai para lá do sucesso da empresa e da autorrealização do empreendedor. Muitas vezes tanto a empresa como o empreendedor podem ter sucesso, de acordo do que foi descrito, mas para alguém externo á empresa não, daí a podermos olhar para a visão dos clientes e consumidores da empresa vendo tópicos como a avaliação global feita pelos clientes, se os clientes reclamam com frequência das condições físicas ou atendimento do mesmo e se recomendam o empreendimento a outras pessoas.

Para verificar estas dimensões do empreendedorismo podemos olhar para o relatório de pesquisa de Bosma, et al. (2000) em que foram utilizados dados dos Países Baixos para se identificar diversas variáveis que influenciam o sucesso no empreendedorismo. Foram identificadas variáveis operacionais tais como: lucro, empregabilidade, duração da empresa, capital humano, capital social e também a variáveis associados ao empreendedor tais como: idade, educação, experiência no setor comercio, trabalho autónomo e experiência financeira de (Bosma, et al., 2000). Os resultados deste estudo evidenciaram que na realidade as dimensões objetivas estão todas conectadas entre si. pois a quantidade de capital humano é especialmente importante para determinar a duração e o lucro, enquanto o capital financeiro está especialmente relacionado ao emprego de pessoas (Bosma, et al., 2000).

De forma a verificarmos o sucesso para uma dimensão subjetiva podemos olhar para o estudo de McClelland, (1987) em que foram examinados características em 12 pessoas com negócios com sucesso e 12 pessoas com negócios com muito sucesso. Este estudo conseguiu determinar que os indivíduos com muito sucesso apresentavam características como a proatividade, "síndrome de motivação" em que os empreendedores tinham uma meta a atingir de forma a continuar a se sentir motivados no trabalho, por fim o último resultado foi que estes empreendedores com mais sucesso tinham maiores níveis de compromisso para com a empresa (McClelland, 1987). Este estudo verifica assim que o sucesso da empresa está ligado á dimensão subjetiva do empreendedor através de coisas como o "síndrome de motivação" que fazem com que um empreendedor motivado leve ao sucesso da empresa e a sua própria satisfação.

Através do estudo das dimensões subjetivas e objetivos do sucesso em empreendedorismo foi possível apurar que os dois estão interligados, pois um empreendedor que se apresenta mais motivado e proativo transmite essa mesma mentalidade para a empresa que por sua vez verá a reflexão nos resultados. Como diz "*a pesquisa em empreendedorismo tem demonstrado que as características pessoais dos empreendedores são os fatores mais importantes para o sucesso nos negócios, tão determinantes como a ideia de negócio ou a sua capacidade financeira*" (Caetano et al., 2012, p. 22).

2.6. Alojamento Local

O presente estudo surgiu de uma análise do CAE (Classificação Portuguesa das Atividades Económicas) na área do Alojamento e Restauração na RAM (Região Autónoma da Madeira), pois este tem um grande impacto na sua economia e emprego. Com isto surge a oportunidade de estudar como é que o sucesso desta área surge, daí a ser sugerido o estudo do

alojamento local. Com o estudo do alojamento local podemos apurar, como o sucesso desta área pode ser fomentada, de forma a poder ser explorada da melhor forma quer seja através de diversos apoios ou da adoção de novas técnicas e hábitos empresariais.

Antes de podermos iniciar o estudo primeiro temos de compreender o alojamento local, o que representa e o impacto que pode ter em diversas áreas. De acordo com gov pt (portal de acesso a serviços únicos em Portugal) alojamento local pode ser categorizado como um "*estabelecimento que presta serviços de alojamento temporário, nomeadamente a turistas, mediante um pagamento*" (Gov.pt.). Esta definição remete-nos para a origem deste conceito que surgiu devido ao crescimento do turismo em Portugal e surgiu como opção para turistas conseguirem uma estadia mais acessível, e para os proprietários de imóveis que se encontravam desocupados conseguirem rentabilizar deste fator. Desta forma o alojamento local surgiu para solução a um problema que estava a ganhar força.

O alojamento local apresenta grande impacto em diversas áreas, sendo a economia uma destas. No estudo de Dredge et al. (2016) que incidiu sobre Barcelona, Berlim, Amesterdão e Paris conseguiram afirmar que o alojamento local, através da acomodação de turistas não tinha afetado diretamente problemas ao nível da falta de casas e questões de acessibilidade às mesmas, mas que sim poderia ter afetado o agravamento destes problemas. Para além disto foi notado que financeiramente é mais viável os proprietários de um imóvel arrendarem o mesmo a curto prazo ou seja a turistas em vez de uma habitação de longo prazo, isto decorre devido às tendências no mercado imobiliário, da economia colaborativa que incentiva o alojamento de curto prazo e pelas tendências no mercado do turismo (Dredge et al. ,2016). Este estudo também conseguiu concluir que nestas cidades que apresentam grande nível de turismo que o alojamento local tem estimulado o crescimento da oferta e da procura, podendo-se realçar sensibilidades ao nível do preço como turistas mais jovens ou turistas que vem com um orçamento limitado (Dredge et al. ,2016).

O setor social também se trata de um setor que é afetado pelo alojamento local e conseguimos obter esta informação através de um estudo realizado na Eslováquia por Kóňa (2022) em que é explorado o impacto do *Airbnb* na população local. Os resultados desta pesquisa demonstraram que os habitantes não resistem á ideia de viver e partilhar os seus costumes e tradições com touristas, mas também acham necessário que se trata de algo que deve ser bem regulado (Kóňa, 2022). Este estudo também aponta para um ponto de vista na área ambiental em que nos olhos da população habitante o alojamento local trata-se de algo mais sustentável em vez de algo como hotéis (Kóňa, 2022).

Para além do impacto do alojamento local, também podemos olhar para a sua evolução e como setor tem evoluído ao longo do tempo, desta forma conseguimos olhar para um estudo feito na China por Jiang et al. (2019) que concluíram que a evolução do formato do alojamento turístico em Wulingyuan depende da interação entre instituições sendo recomendado um equilíbrio entre forças governamentais e civis. Com este estudo concluímos que a evolução do alojamento local pode ser complementada através do equilíbrio entre instituições.

Os estudos referidos nos parágrafos anteriores permitem concluir que o alojamento local realmente tem um grande impacto na área da economia, ambiente e social. Com isto o estudo em causa, tem enfoque para saber como é que nos podemos aproveitar dos fatores de sucesso destas empresas, obtendo-se assim uma fórmula para conseguir incentivar o sucesso do alojamento local e consequente impacto positivo em diversas áreas. Para além do estudo proposto também pode ser incentivado a redação de mais estudos nesta área de forma a conseguirmos tirar o melhor desta atividade, reduzindo o seu mau impacto a diversos níveis.

2.6.1. Empreendedorismo e Alojamento Local

Empreendedorismo trata-se da arte de empreender em que com isto conseguimos criar inovação, criar valor, gerar novos trabalhos, novas empresas e otimizar diversos processos estas são características que também são comuns ao alojamento local. Conseguimos relacionar as características do empreendedorismo ao alojamento local, pois este consegue criar inovação e valor através do uso de imóveis abandonados e arrendamento dos mesmos, por outro lado também consegue gerar novos trabalhos como senhorios e empregados, no que toca á otimização de processos temos sistemas de *check in* e *check out*.

Para podermos falar melhor da relação entre empreendedorismo e alojamento local devemos olhar para estudos em que encontramos ambas as variáveis de forma a justificá-las e pô-las em evidência, como podemos ver no estudo de Machado et al. (2019), em que tem como objetivo perceber como a legislação e a tecnologia propulsiona o desenvolvimento socioeconómico, focando-se no alojamento local na última década utilizando 5 municípios em Portugal. Este estudo vem de encontro á relação entre empreendedorismo e alojamento local, pois, nos resultados conseguimos ver que as entidades públicas favoreceram iniciativas de "micro-emprendederismo" em alojamento local, concluindo que na última década tem-se notado um crescimento no alojamento local e consequente crescimento em diversos serviços á sua volta, sugerindo que o alojamento local influência a situação socioeconómico em territórios de pouco densidade populacional (Machado et al. ,2019).

Como visto anteriormente podemos ver alojamento local e empreendedorismo como solução a problemas socioeconómicos, mas também surge para resolver problemas a nível de sustentabilidade e ambiental. Conseguimos ver a resolução deste tipo de problemas no estudo de Baiocco e Paniccia (2023) em que por entrevistas com diversos empreendedores sobre os modelos de negócio utilizados, conclui-se que a inovação nestes modelos desempenhou um papel crucial no empreendedorismo sustentável. Através da reutilização e restauração de edifícios históricos como castelos e palácios, foi possível criar valor e criar um ambiente único com a utilização de recursos locais e apropriação da cultura no seu alojamento (Baiocco & Paniccia, 2023). Com isto concluímos que empreendedorismo e alojamento local também têm um papel importante no ambiente e sustentabilidade de uma região.

Como o presente estudo é realizado na RAM (Região Autónoma da Madeira) devemos tentar estabelecer algum tipo de relação entre empreendedorismo e alojamento local nesta região. Para isso conseguimos utilizar um estudo que foi realizado na região da Madeira, de Fernandes e Meneses (2019). Este estudo vem tentar entender o perfil de investidor no mercado de alojamento local e tentar perceber como está a dispersão do alojamento local na região, este também surge numa altura em que notamos um crescimento no mercado de alojamento local. O estudo em questão vem de acordo com o que foi mencionado nos anteriormente, pois pressupõem que o alojamento tem vindo a contribuir para diversos setores através da restruturação de imóveis não utilizados ou em más condições. De forma a perceber o perfil do investidor o estudo de Fernandes e Meneses (2019) realizou um questionário a diversas pessoas e concluiu que em todos os concelhos da ilha existem imóveis que estão relacionados á atividade de alojamento local, para além disto foi possível concluir que 62% dos investidores possuem formação de ensino superior e competências apropriadas ao mercado. Por fim conseguimos observar que este estudo vem de encontro ao que foi explicado, pois realça como a restruturação de imóveis é muito importante neste mercado, tal como possuir diversos conhecimentos a este nível, que deve-nos alertar para um maior investimento na formação de indivíduos para que consigam ter sucesso nesta área e conseguir impulsionar os vários benefícios que este mercado apresenta (Fernandes & Meneses ,2019).

De forma a concluir, foi possível perceber que o empreendedorismo e o alojamento local de facto apresentam uma relação forte, como vimos no primeiro estudo com o reforço socioeconómico (Machado et al., 2019), no segundo estudo através da criação de valor através de práticas ambientais (Baiocco e Paniccia, 2023) e no último estudo pelo perfil que um investidor deve possuir para conseguir entrar de forma confortável nesta área (Fernandes & Meneses, 2019) .

2.7. Localização

O estudo em questão pretende fazer uma análise incidindo sobre o empreendedorismo e o alojamento local, para facilitar a compreensão da relação entre estes dois temas, introduzimos a variável da localização. A localização permite-nos ver se à alguma alteração na relação entre o empreendedorismo e alojamento local, para além de ver a sua influência diretamente na criação de um alojamento local.

Na localização podemos ter vários significados, mas neste estudo focaremos na localização geográfica, e nos critérios estabelecidos pelo INE (Instituto Nacional de Estatística). Através do estudo da localização iremos conseguir identificar preferências e tendências na criação e aproveitamento já existente de alojamento local, como tínhamos visto na reabilitação urbana.

Como este estudo irá seguir os critérios do INE (Instituto Nacional de Estatística) iremos fazer a avaliação de localização por freguesias, em que é aplicado critérios administrativos e morfológicos às mesmas para termos uma adequada categorização. Segundo o INE (2024) podemos ter 3 tipos de classificações de unidades territoriais: Área Predominantemente Urbana (APU), Área Medianamente Urbana (AMU) e Área Predominantemente Rural (APR) (Instituto Nacional de Estatística [INE], 2024),.Nas 3 classificações temos que a Área Predominantemente Urbana (APU) refere-se a freguesias com muita densidade populacional em que a área dominante urbana tem mais de 5 000 habitantes ou onde mais de metade da população reside em áreas urbanas ,a Área Medianamente Urbana (AMU) refere-se a uma freguesia com uma combinação entre áreas urbanas e rurais, em que à populações entre 2000 e 5000 habitantes ou onde mais de metade das pessoas vivem em áreas urbanas, por fim temos a Área Predominantemente Rural (APR) em que se trata de freguesias em que não têm quaisquer atributos urbanos significativos e com maior foco rural (INE, 2024).

Passando agora para o contexto do estudo em questão iremos nos focar na localização na RAM (Região Autónoma da Madeira) e na forma como as classificações do INE incidem. Na RAM temos um total de 54 freguesias com 250 744 pessoas (dados de 2021) em que em áreas predominantemente urbanas (APU) temos 24 freguesias com 208 229 mil pessoas representando 274,4 km^2, áreas medianamente urbanas (AMU) com 12 freguesias com 25 609 pessoas representado 184,8 km^2 e áreas predominantemente rurais (APR) com 18 freguesias com 16 906 pessoas representando 341,0 km^2 (DREM, 2021). Olhando agora para outra vertente temos que na ilha da Madeira os concelhos onde temos mais áreas predominantemente urbanas temos: Porto Santo, Machico, Funchal, Santa Cruz, Câmara de lobos e Ribeira Brava,

concelhos medianamente urbanos temos: São Vicente e Ponta de Sol e por fim concelhos predominantemente rurais temos o Porto Moniz, Calheta e Santana (DREM, 2021).

De forma a avaliar corretamente o alojamento local e a localização devemos olhar para as diferentes áreas e as suas classificações, mas também pelo número de registos de alojamento local no local de estudo. Foi possível apurar por meio de dados do Registo Nacional de Alojamento Local (RNAL), disponível no portal Turismo de Portugal (2024) que na região da ilha da Madeira temos um total de 6462 registos de alojamento local (Registo Nacional de Alojamento Local [RNAL], 2024). A localização com maior número de registos de alojamento local é no Funchal, ou seja, um concelho predominantemente urbano, que não se trata de nenhuma surpresa tendo em conta que o Funchal é o "centro" da ilha, em seguida temos o concelho da Calheta que se tratando de um concelho predominantemente rural apresenta inúmeros registos com 1071 registos de alojamento local (RNAL, 2024). Na RAM observamos que maior parte dos registos de alojamento local encontram-se em concelhos e freguesias predominantemente urbanas com os maiores sendo: Funchal e Santa Cruz que pode ser explicado pelo facto de nestes locais termos as melhores infraestruturas e acessibilidades e maior investimento imobiliário (RNAL, 2024). Apesar da predominância de registo de alojamento local em áreas predominantemente urbanas temos em segundo lugar a Calheta com 1061 registos de alojamento local tratando-se assim de um *outlier* nos dados, este *outlier* pode ser explicado pelo crescimento do turismo no lugar e pelo aumento de número de pessoas de fora que estabeleceram residência na Calheta e acabaram por adquirir algum tipo de alojamento (RNAL, 2024).

Com os dados adquiridos através da classificação das áreas por meio urbano, semiurbano e rural conseguimos determinar que existe uma principal concentração de alojamento local em áreas mais urbanas, apesar de fatores como as infraestruturas e crescimento económico afetar o mesmo.

2.7. 1. Localização e sucesso do alojamento local

No presente estudo e como referido anteriormente, vimos que a introdução de uma variável moderadora como a localização irá facilitar a compreensão entre a relação entre empreendedorismo e os fatores de sucesso do alojamento local. Com a introdução de classificações referentes a unidades territoriais, nomeadamente: Área Predominantemente Urbana (APU), Área Medianamente Urbana (AMU) e Área Predominantemente Rural (APR) conseguimos simplificar o estudo da variável da localização.

Olhando agora para a localização e o sucesso do alojamento local, podemos tentar verificar se o sucesso de alojamento local pode ser diretamente influenciado pelo lugar onde este se encontra. Através dos dados apurados pelo INE (2024), DREM (2021) e RNAL (2024) verificamos que na área em que o estudo está a ser realizado, nomeadamente, Região Autónoma da Madeira, que existe uma principal concentração de alojamento local em áreas mais urbanas, agora resta-nos averiguar se o sucesso se encontra em áreas com mais alojamento local ou não. Para isso podemos olhar para estudos como o de Valenzuela-Ortiz et al. (2025) em que foram utilizados a relação entre hotéis em Espanha e a localização para apurar os efeitos económicos do mesmo. Este estudo permitiu apurar que a localização tem um efeito significativo na receita de um hotel e que hotéis que se encontram mais próximos de meios de transporte, sol, praias e atividades turísticas apresentam melhor situação económica do que outros que se encontram fora de zonas de interesse. Considerando neste caso que a variável de determinação de sucesso é o seu sucesso económico, foi possível determinar que a localização neste caso teve um efeito significativo no sucesso dos hotéis turístico. Conseguimos também averiguar que neste caso apesar de ter sido verificado que hotéis em zonas de lugar de interesse têm maior sucesso económico, que há limitações dificilmente exploradas tal como os movimentos dos turistas numa cidade, pois é algo que muitas vezes não segue uma lógica uniforme (Valenzuela-Ortiz et al., 2025).

Para além de olharmos para como a localização tem um efeito direto no sucesso de um empreendimento, como vimos anteriormente, também podemos olhar o efeito que tem no preço desse mesmo empreendimento e consequente sucesso ou não do mesmo. Olhando agora para o estudo de Valenzuela et al. (2024) em que foi avaliado como o ambiente local e os elementos da área influenciam o preço do alojamento turístico. Foi possível determinar que no que toca à localização, as propriedades que se encontravam no distrito considerado o "centro da cidade" apresentavam maiores preços, enquanto propriedades que se encontravam em áreas mais afastadas tinham preços menores. Os autores determinaram assim que a conceção de políticas públicas que favorecem um transporte público maior e mais periféricas iria aumentar o número de alojamentos turísticos em áreas periféricas e consequentemente o número de reservas que levaria ao incremento na receita dos mesmos, assim seria melhorado o estado vulnerável em que estes alojamentos se localizam. Podemos ver que a relação entre localização e sucesso não é sempre linear e direta e que fatores como falta de meios de transporte e políticas públicas fazem com que áreas mais distantes de "centros da cidade" sintam maiores dificuldades podendo-se também apontar para o facto de o preço ser menor nestas áreas para uma tentativa

de trair clientes sendo que tenham de ser procuradas novas formas de promover estes locais mais distantes.

Concluindo vimos que a localização está diretamente relacionada com o sucesso de um empreendimento como foi verificado no estudo de Valenzuela-Ortiz et al. (2025) que verificou que hotéis mais próximos de zonas de interesse têm melhor receita, mas também foi possível determinar através do estudo de Valenzuela et al. (2024) que o preço do alojamento turístico é influenciado pela localização sendo visto pelos resultados que demonstraram que em áreas mais periféricas os preços são menores para tentar captar mais clientes.

Capítulo 3 – Modelo de Investigação e Hipóteses

Depois de efetuada a revisão da literatura apresenta-se o modelo de investigação e as hipóteses formuladas (Figura 1).

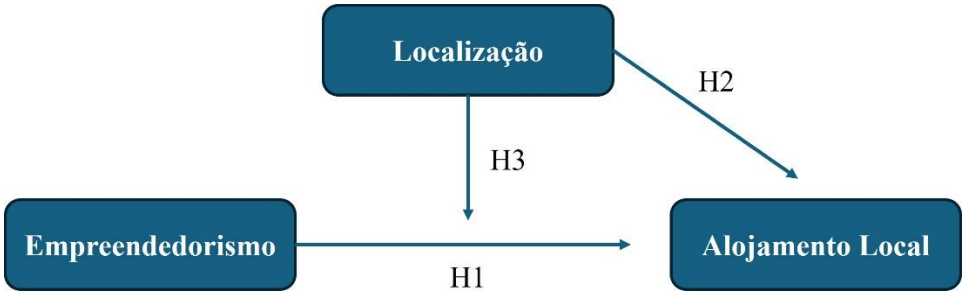


Figura 1. Modelo de Investigação

Hipótese 1: O empreendedorismo tem uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento local

Hipótese 2: A localização tem um efeito significativo na perceção de sucesso do alojamento local;

Hipótese 3: A localização tem um efeito moderador na relação entre o empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local.

Capítulo 4 – Método

4.1. Procedimento de recolha de dados

Participaram neste estudo participem 91 indivíduos com alojamentos locais situados na RAM (Região Autónoma da Madeira). O processo de amostragem foi o não probabilístico, de conveniência e intencional tipo *snowball* (Trochim, 2000). Foi um estudo exploratório e de caráter transversal uma vez que os dados serão recolhidos num único momento.

Foi colocado online na plataforma *Google Forms* (em português e em inglês) e o link do questionário, que foi partilhado por via *mail*. Os participantes tiveram acesso ao consentimento informado, antes de iniciarem as suas respostas ao questionário, de forma a decidirem se querem participar no estudo. No consentimento informado foi garantida a confidencialidade das respostas dadas.

As questões do questionário incluíram informações sociodemográficas para caracterizar a amostra. O questionário foi disponibilizado online, e a coleta de dados decorreu entre os meses de fevereiro e março de 2025.

4.2. Participantes

A amostra deste estudo é composta por 91 participantes, que colaboraram voluntariamente e têm idades compreendidas entre os 25 e os 78 anos, com uma média de 51 anos e um desvio padrão de 11,550 (Tabela 1, Anexo B). Quanto ao género, 56% dos participantes pertencem ao género feminino (n=51) e 44% ao género masculino (n=40) (Tabela 1, Anexo B). Relativamente às habilitações literárias, 25,3% da amostra tem o ensino igual ou inferior ao 12.º ano (n=23), 74,7% possui Licenciatura ou Superior (n=68) (Tabela 1, Anexo B). No que se refere à nacionalidade, 83,5% são portugueses (n=76) enquanto os restantes 16,5% são de nacionalidade estrangeira (n=15) (Tabela 1, Anexo B). Relativamente ao tempo que os proprietários têm o alojamento local temos que 13,2% são proprietários a menos de 1 ano tem (n=12), a maioria da amostra tem o valor de 35,2% que se encontra nos proprietários de 1 a 3 anos (n=32),19,8% tem o alojamento de 4 a 6 anos (n=18),18,7% tem entre 7 a 10 anos (n=17) e 13,2% tem alojamento local a mais de 10 anos (n=12) (Tabela1, Anexo B). No que toca à caracterização da amostra nos Concelhos temos que se os dados encontram-se maioritariamente nos Concelhos do Funchal e Calheta com, cerca de 39,6% dos dados pertencentes ao Funchal (n=36) e 26,4% dos dados pertencentes à Calheta (n=24), Na Ponta do Sol temos 8,8% dos dados (n=8). No que toca aos restantes dados temos percentagens iguais e

mesmo número de respostas em Machico e no Porto Moniz com 5,5%(n=5), em Santa Cruz e São Vicente e Porto Santo com 3,3% (n=3) e Ribeira Brava e Câmara de Lobos com 2,2% (n=2) (Tabela 1, Anexo B). Por fim temos na caracterização da amostra a Área de Formação dos inquiridos em que temos várias percentagens semelhantes, maior parte da amostra com 15,4% encontram-se formados em Educação (n=14), a seguir temos que 6,6% encontram-se formados em Engenharia (n=6),5,5% estão formados na área da Saúde (n=5). No que toca aos restantes dados temos percentagens iguais e mesmo número de respostas nas áreas de Economia, Gestão, '*Marketing*' e Psicologia com 3,3%(n=3), nas áreas de Administração, Contabilidade, Empresarial, Gestão de Turismo e Gestão de Desporto com 2,2% (n=2) e Administração de Empresas, Assistente Social, Cientista, Comunicação, Comunicação Social, Cultura, Direção e gestão hoteleira, Educação Física e Desporto, Enfermagem, Finanças, Finanças e Gestão, Gestão da diversidade e Serviço social, Gestão hoteleira, Informática, Nenhuma, Proteção Civil, Turismo, Turismo e Gestão com 1,1% (n=1) (Tabela 1, Anexo B).

Tabela 1: *Estatística descritiva da amostra*

	Frequência	**Percentagem**
Género		
Feminino	51	56%
Masculino	40	44%
Idade		
Mínimo	25	
Máximo	78	
Média	51.21	
Desvio Padrão	11.550	
Habilitações Literárias		
Igual ou Inferior ao 12º ano	23	25.3%
Licenciatura ou Superior	68	74.7%
Nacionalidade		
Portuguesa	76	83.5%
Outra Nacionalidade	15	16.5%
Tempo que tem o seu(s) alojamento(s) local?		
Menos de 1 ano	12	13.2%
De 1 a 3 anos	32	35.2%
De 4 a 6 anos	18	19.8%
De 7 a 10 anos	17	18.7%
Mais do que 10 anos	12	13.2%
Concelhos		
Funchal	36	39.6%
Calheta	24	26.4%
Ponta do Sol	8	8.8%

Ribeira Brava	2	2.2%
Santa Cruz	3	3.3%
S.Vicente	3	3.3%
Machico	5	5.5%
Porto Moniz	5	5.5%
Câmara de Lobos	2	2.2%
Porto Santo	3	3.3%
Área de Formação		
Administração	2	2.2%
Administração de Empresas	1	1.1%
Assistente Social	1	1.1%
Cientista	1	1.1%
Comunicação	1	1.1%
Comunicação Social	1	1.1%
Contabilidade	2	2.2%
Cultura	1	1.1%
Direção e gestão hoteleira	1	1.1%
Economia	3	3.3%
Educação	14	15.4%
Educação Física e Desporto	1	1.1%
Empresário	2	2.2%
Enfermagem	1	1.1%
Engenharia	6	6.6%
Finanças	1	1.1%
Finanças e Gestão	1	1.1%
Gestão	3	3.3%
Gestão da diversidade e Serviço social	1	1.1%
Gestão de Turismo	2	2.2%
Gestão do Desporto	2	2.2%
Gestão hoteleira	1	1.1%
Informática	1	1.1%
Marketing	3	3.3%
Nenhuma	1	1.1%
Proteção Civil	1	1.1%
Psicologia	3	3.3%
Saúde	5	5.5%
Turismo	1	1.1%
Turismo e Gestão	1	1.1%

Na Tabela 2 apresenta-se a distribuição de algumas variáveis sociodemográficas em função da nacionalidade (portuguesa, outra nacionalidade). No que toca ao género em outra nacionalidade 60% encontrando-se no género masculino(n=9) e os restantes 40% no género feminino(n=6), na nacionalidade portuguesa temos maior parte com 59,2% encontrando-se no género masculino(n=45) e os restantes 40,8% encontram-se no género feminino(n=31) (Tabela 2 Anexo B). No tempo que os proprietários têm o alojamento local temos que em outra nacionalidade encontramos as mesmas percentagens de dados e mesmo número de respostas em menos de 1 anos e de 1 a 3 anos com 26,7%(n=4), e de 7 a 10 anos e mais do que 10 anos

com 13,3%(n=2), temos os restantes 20% pertencentes de 4 a 6 anos(n=3), na nacionalidade portuguesa temos 10,5% dos dados em menos de 1 anos(n=8),36,8% de 1 a 3 anos(n=28), temos mesmas percentagens e mesmo numero de respostas em 4 a 6 anos e de 7 a 10 anos com 19,7% (n=15) e os restantes 13,2% em mais do que 10anos (n=10). No que toca às Habilitações Literárias temos que em outra nacionalidade 20% têm igual ou inferior ao 12.º ano(n=3) e com 80% Licenciatura ou Superior(n=12), na nacionalidade portuguesa temos que 26,3% têm igual ou inferior ao 12.º ano(n=20) e os restantes 73,7% com Licenciatura ou Superior(n=56) (Tabela 2 Anexo B).. Nos Concelhos temos que em outra nacionalidade temos a menor parte da amostra com 6,7% em São Vicente (n=1) sendo que temos as mesmas percentagens e numero de respostas com 46,7% no Funchal e na Calheta (n=7),na nacionalidade portuguesa temos que maior parte dos dados com 38,2% encontram-se no Funchal (n=29), seguido dos 22,4% da Calheta (n=17) e dos 10,5% da Ponta do Sol(n=8), nesta amostra também temos percentagens iguais e mesmo número de respostas na Ribeira Brava, São Vicente e Câmara de Lobos com 2,6%(n=2), em Santa Cruz e no Porto Santo com 3,9%(n=3) e Machico e Porto Moniz com 6,6%(n=5) (Tabela 2 Anexo B).

Tabela 2: *Distribuição das variáveis sociodemográficas em função da nacionalidade*

	Outra Nacionalidade	**Portuguesa**
Género		
Feminino	6 (40.0%)	45 (59.2%)
Masculino	9 (60.0%)	31 (40.8%)
Tempo que tem o seu(s) alojamento(s) local?		
Menos de 1 ano	4 (26.7%)	8 (10.5%)
De 1 a 3 anos	4 (26.7%)	28 (36.8%)
De 4 a 6 anos	3 (20.0%)	15 (19.7%)
De 7 a 10 anos	2 (13.3%)	15 (19.7%)
Mais do que 10 anos	2 (13.3%)	10 (13.2%)
Habilitações Literárias		
Igual ou inferior ao 12º ano	3 (20%)	20 (26,3%)
Licenciatura ou Superior	12 (80%)	56 (73.7%)
Concelho		
Funchal	7 (46.7%)	29 (38.2%)
Calheta	7 (46.7%)	17 (22.4%)
Ponta do Sol	0 (0%)	8 (10.5%)
Ribeira Brava	0 (0%)	2 (2.6%)
Santa Cruz	0 (0%)	3 (3.9%)
S.Vicente	1 (6.7%)	2 (2.6%)
Machico	0 (0%)	5 (6.6%)
Porto Moniz	0 (0%)	5 (6.6%)
Camara de Lobos	0 (0%)	2 (2.6%)
Porto Santo	0 (0%)	3 (3.9%)

4.3. Procedimento de análise de dados

Após a etapa de recolha, os dados serão inseridos no software *SPSS Statistics 29* para realização das análises subsequentes. O primeiro passo consistirá em avaliar as qualidades métricas dos instrumentos utilizados neste estudo.

A consistência interna dos instrumentos será verificada através do coeficiente *alpha de Cronbach*, que deverá ser superior a 0.70 (Bryman & Cramer, 2003). Além disso, a sensibilidade dos instrumentos será analisada através do cálculo de medidas de tendência central, dispersão e distribuição para os itens das escalas, permitindo avaliar a normalidade dos dados para todos.

A hipótese 1 será testada através de regressões lineares simples e múltiplas. A hipótese 2 será testada através de um teste *t-student* para amostras independentes. A hipótese 3, como se trata de um efeito moderador será testada através da *Macro Process* desenvolvida por Hayes (2022). Será considerado um nível de significância de 0.05.

4.3. Instrumentos

Para medir o empreendedorismo recorrer-se-á ao instrumento desenvolvido por Sousa et al. (2023) composto por 71 itens, que ancoram numa escala de tipo *Likert* de 5 pontos (de 1 "Nunca" até 5 "Sempre"). Estes 71 itens distribuem-se por 6 dimensões; Competências Empreendedoras (14 itens); Caraterísticas individuais importantes para a atividade empreendedora (15 itens); Obstáculos ao empreendedorismo (13 itens); Métodos para promover a atividade empreendedora (10 itens); Atividades para promover o empreendedorismo (13 itens); Etapas do processo de abertura de um empreendimento (6 itens)

Para medir os fatores de sucesso do alojamento será criado um instrumento de autoria própria, construído por 5 itens que ancoram numa escala de tipo *Likert* de 5 pontos (Anexo A).

Por fim, para a localização será utilizada a seguinte questão: em que concelho se situa o seu alojamento local?.

Capítulo 5 – Resultados

5.1. Qualidades métricas dos instrumentos

5.1.1. Fiabilidade

Testou-se a fiabilidade da escala de competências empreendedoras, caraterísticas individuais importantes para a atividade empreendedora, obstáculos ao empreendedorismo, métodos para promover a atividade empreendedora, atividades para promover o empreendedorismo e etapas do processo de abertura de um empreendimento, recorrendo ao cálculo do valor de *alpha de Cronbach* estimamos que foram de .94, .93, .91, .92, .95 e .92 ,respetivamente, , o que nos indica a existência de uma consistência interna muito boa ,já no ultimo tópico (Avaliação do meu alojamento local) vemos que o valor de *alpha de Cronbach* foi inferior sendo .74 não havendo tanta consistência interna como nos outros tópicos (Tabela 3, Anexo C). Estes resultados demonstram que a escala apresenta um nível de fiabilidade adequado para avaliar estes tópicos no contexto deste estudo.

Tabela 3: *Fiabilidade das escalas*

Escala	Número de Itens	α
Competências Empreendedoras	14	.94
Caraterísticas individuais importantes para a atividade empreendedora	15	.93
Obstáculos ao empreendedorismo	13	.91
Métodos para promover a atividade empreendedora	10	.92
Atividades para promover o empreendedorismo	13	.95
Etapas do processo de abertura de um empreendimento	6	.92
Avaliação do meu alojamento local	2	.74

5.1.2. Sensibilidade dos itens

No que se refere à sensibilidade dos itens da escala de competências empreendedoras. verifica-se que o item 1 não tem respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

Na sensibilidade dos itens da escala de caraterísticas individuais importantes para a atividade empreendedora, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, os itens 6 e 7 têm a mediana encostada ao extremo superior.

No que se refere à sensibilidade dos itens da escala de obstáculos ao empreendedorismo, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

Na sensibilidade dos itens da escala de métodos para promover a atividade empreendedora, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

No que se refere à sensibilidade dos itens da escala de atividades para promover o empreendedorismo, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

Na sensibilidade dos itens da escala de etapas do processo de abertura de um empreendimento, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

No que se refere à sensibilidade dos itens da escala de avaliação do meu alojamento local, verifica-se que todos os itens têm respostas em todos os pontos (Anexo C). No entanto, nenhum dos itens tem a mediana encostada a um dos extremos.

Os valores absolutos de assimetria e curtose encontram-se abaixo de 2 e 7 respetivamente, em todos os instrumentos, o que nos indica que não violam grosseiramente a normalidade (Finney & DiStefano, 2013) (Anexo C).

5.2. Estatística descritiva das variáveis em estudo

Realizou-se a estatística descritiva dos vários instrumentos. Verifica-se que em todos os instrumentos, com exceção dos obstáculos ao empreendedorismo, as respostas dos participantes se encontram significativamente acima do ponto central (3) (Tabela 4 Anexo D). Estes resultados indicam-nos que os participantes deste estudo têm uma elevada perceção de competências empreendedoras, características, métodos e atividades promotoras do empreendedorismo, etapas do processo de abertura e avaliação do sucesso do alojamento local.

Tabela 4: *Estatística Descritiva das Variáveis em Estudo*

Variável	*t*	*gl*	*p*	*d*	Média	*DP*
Competências Empreendedoras	9.34***	90	< .001	.98	3.76	.77
Caraterísticas Individuais	15.54***	90	< .001	1.63	4.04	.64
Obstáculos ao Empreendedorismo	.09	90	.466	.01	3.01	.84
Métodos Promotores do Empreendedorismo	6.08***	90	< .001	.64	3.56	.88
Atividades Promotoras do Empreendedorismo	4.56***	90	< .001	.79	3.73	.92
Etapas do Processo de Abertura	8.57***	90	< .001	.90	3.79	.88
Avaliação do Sucesso do Alojamento Local	16.01***	90	< .001	1.68	4.16	.69

Nota: *** $p < .001$

5.3. Efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo

No seguinte gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função do género (Figura 2, Anexo E).

Observa-se que a maior média masculina se encontra na avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,01), tal como a maior média feminina (M = 4,27), a menoríssima média masculina e feminina encontra-se ambas em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,13 e M = 2,91) (Figura 2, Anexo E).

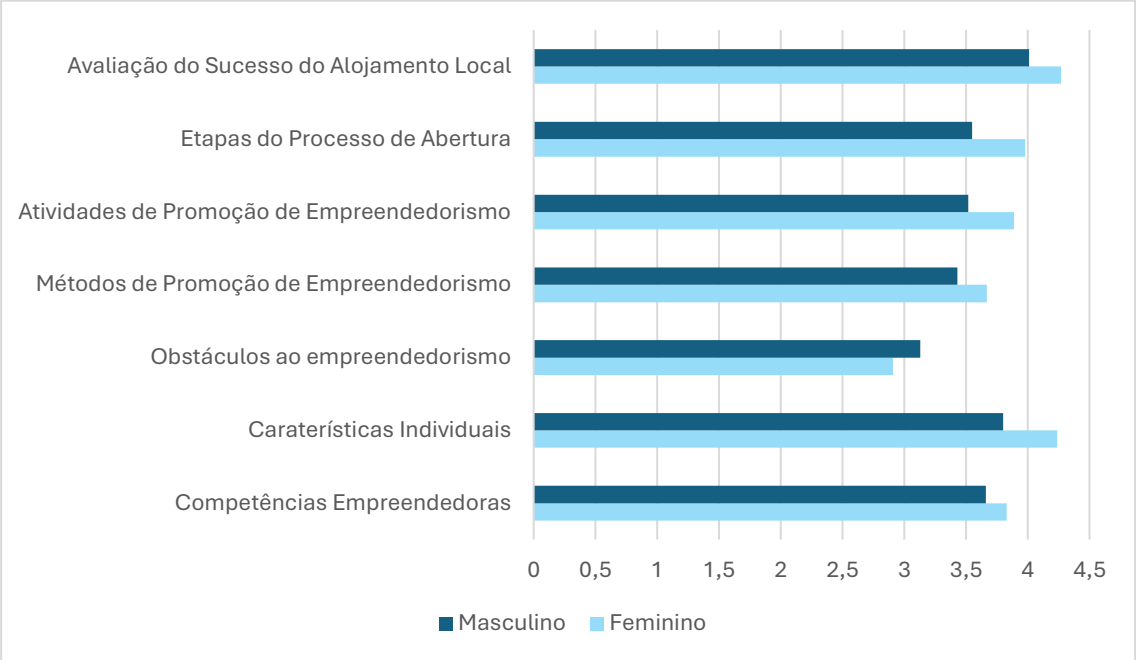


Figura 2. Distribuição das variáveis em estudo em função do género do participante

No seguinte gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo de abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função do tempo que tem o seu(s) alojamento(s) local (Figura 3, Anexo E).

Observa-se que a maior média de inferior a 1 ano encontra-se em características individuais(M = 3,73), de 1 a 3 anos em avaliação do sucesso do alojamento local(M = 4,03), de 4 a 6 anos em avaliação do sucesso do alojamento local(M = 4,53),de 7 a 10 anos em

avaliação do sucesso do alojamento local(M = 4,35) e mais do que 10 anos em avaliação do sucesso do alojamento local(M = 4,42), conclui-se assim que as maiores médias se encontram em avaliação do sucesso do alojamento local. No que toca às menores médias temos que a menor média de inferior de 1 ano encontra-se em etapas do processo de abertura (M = 3,18), de 1 a 3 anos em obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,90), de 4 a 6 anos em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,02), de 7 a 10 anos em obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,96) e superior a 10 anos em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,14). Conclui-se assim que o item com menores médias se trata dos obstáculos ao empreendedorismo (Figura 3, Anexo E).

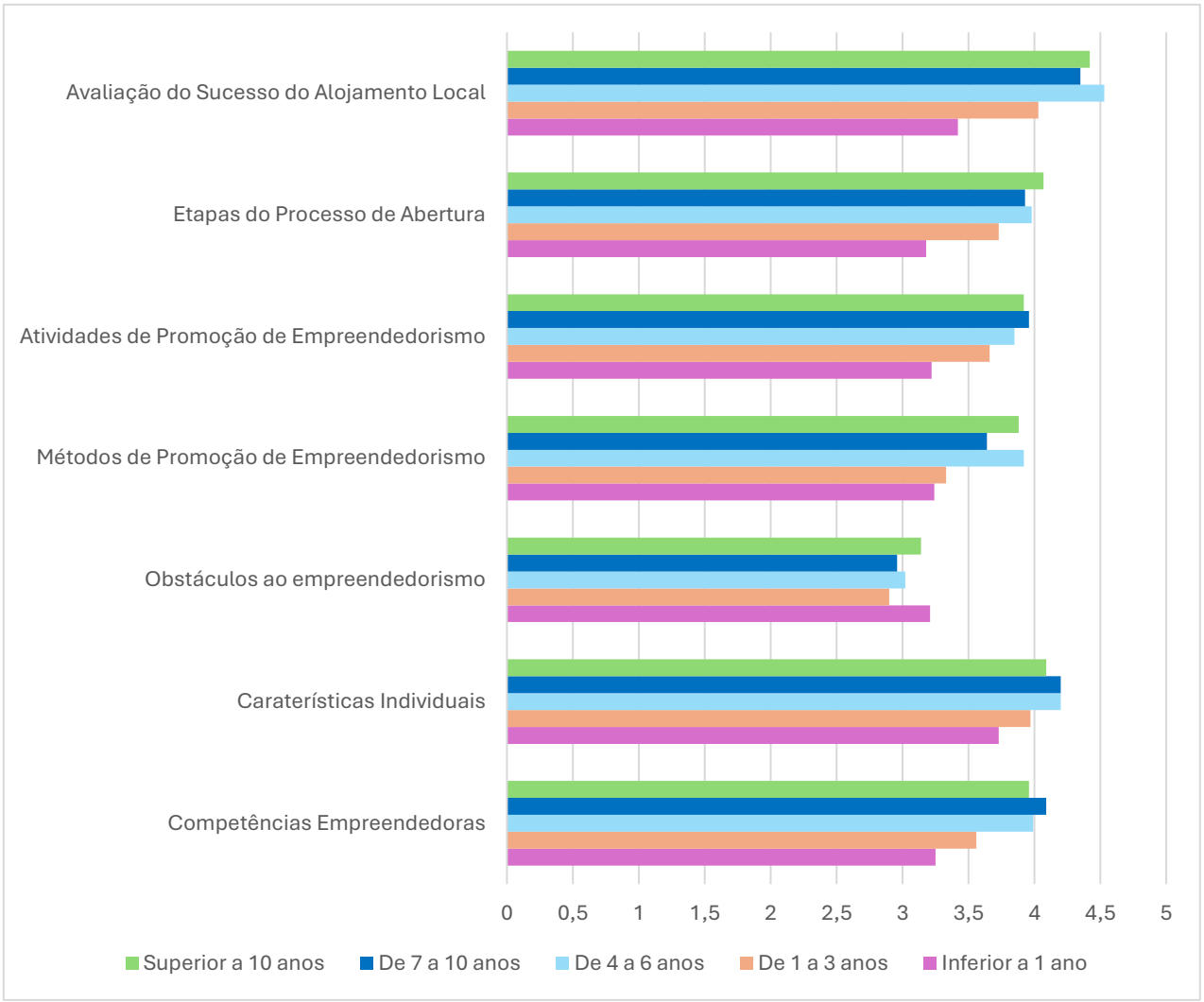


Figura 3. Distribuição das variáveis em estudo em função da antiguidade do alojamento local

No seguinte gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo de abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao

empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função dos Concelhos (Figura 4, Anexo E).

Observa-se que as maiores médias por concelho no Funchal em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,40); na Calheta, em caraterísticas individuais (M = 3,89); na Ponta do Sol, em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,00); na Ribeira Brava, em atividades de promoção de empreendedorismo (M = 3,92); em Santa Cruz, em caraterísticas individuais (M = 4,09); em São Vicente, em atividades de promoção de empreendedorismo (M = 4,23); em Machico, em etapas do processo de abertura (M = 4,30); no Porto Moniz, em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,50); em Câmara de Lobos, a maior média encontra-se em etapas do processo de abertura (M = 3,50); e por fim, no Porto Santo, em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,17) (Figura 4, Anexo E)..

No que diz respeito às menores médias por concelho, observa-se que no Funchal, obstáculos ao empreendedorismo apresenta a média mais baixa (M = 2,92); na Calheta, também em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,05); no Ponta do Sol, novamente obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,96); na Ribeira Brava, obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,23); em Santa Cruz, atividades de promoção de empreendedorismo (M = 3,38); em São Vicente, competências empreendedoras (M = 3,24); em Machico, obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,63); no Porto Moniz, obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,12); em Câmara de Lobos, a menor média encontra-se em competências empreendedoras (M = 2,50); e por fim, no Porto Santo, a média mais baixa verifica-se em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,08) (Figura 4, Anexo E).

Conclui-se, portanto, que a dimensão "obstáculos ao empreendedorismo" é consistentemente aquela que regista as médias mais baixas na maioria dos concelhos.

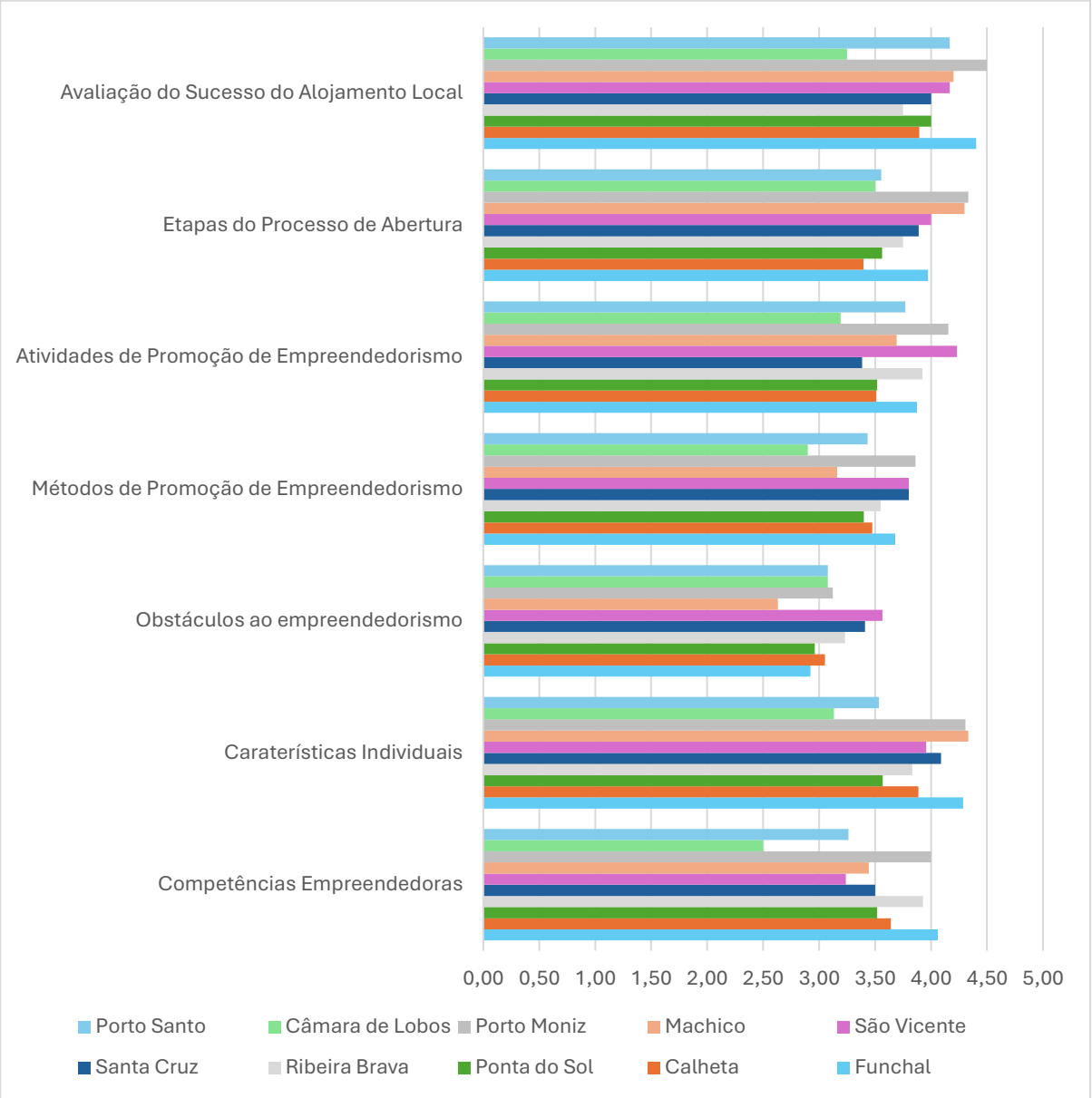


Figura 4. Distribuição das variáveis em estudo em função do concelho onde fica do alojamento local

No gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo de abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função da localização (Figura 5, Anexo E).

Observa-se que as maiores médias por localização se distribuem da seguinte forma: nas áreas predominantemente urbanas, a média mais elevada encontra-se em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,27); nas áreas medianamente urbanas, também em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,05); e nas áreas predominantemente rurais, a média mais elevada verifica-se igualmente em avaliação do sucesso do alojamento local (M =

4,00).Conclui-se, assim, que a dimensão "Avaliação do Sucesso do Alojamento Local" apresenta as maiores médias em todas as localizações (Figura 5, Anexo E).

No que diz respeito às menores médias, nas áreas predominantemente urbanas, a menor média surge em obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,95); nas áreas medianamente urbanas, também em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,13); e nas áreas predominantemente rurais, novamente em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,06). Assim, conclui-se que a dimensão "Obstáculos ao Empreendedorismo" apresenta as médias mais baixas(Figura 5, Anexo E).

.

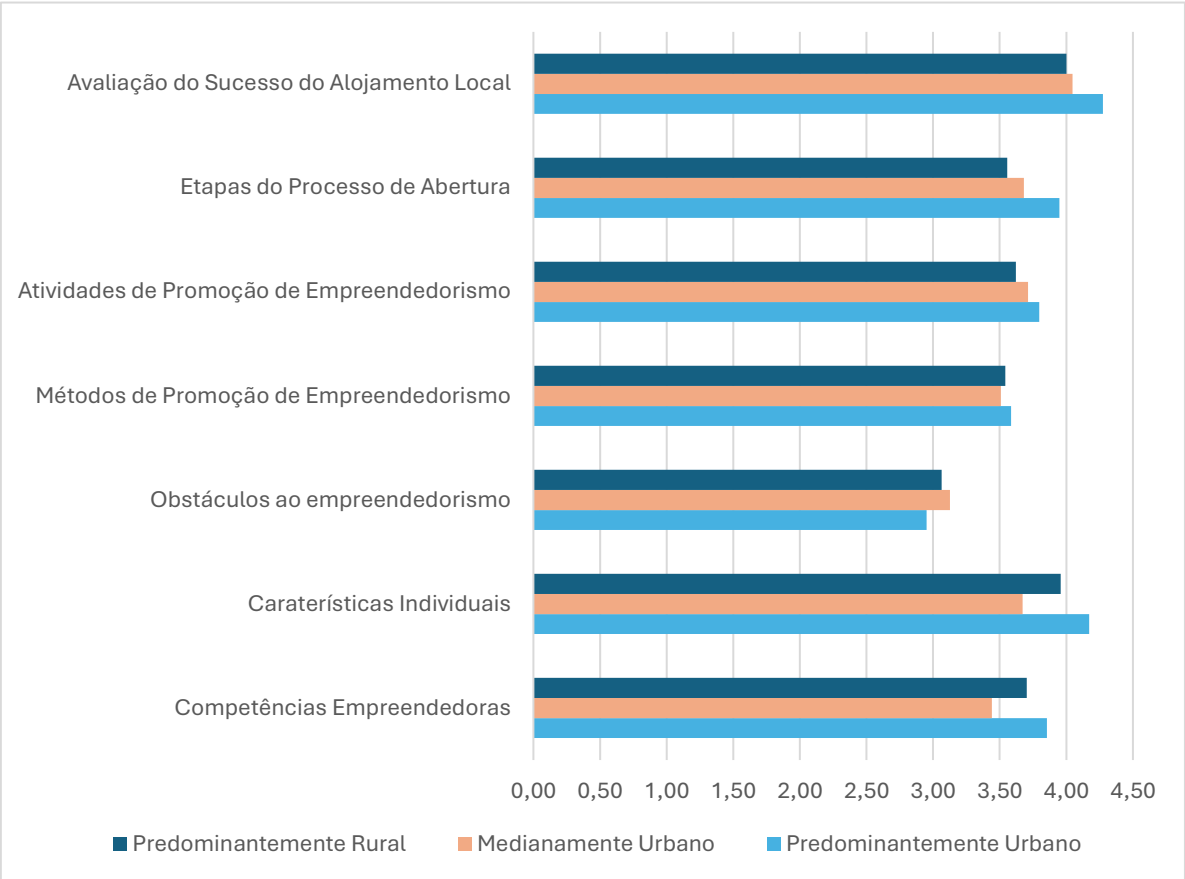


Figura 5. Distribuição das variáveis em estudo em função do tipo de localização do alojamento local

No gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo de abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função das habilitações literárias (Figura 6, Anexo E).

Observa-se que a maior média referente a pessoas com habilitações literárias iguais ou inferiores ao 12ºano encontra-se características individuais (M = 3,89) e menor média em obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,88) (Figura 6, Anexo E).

No que toca á maior média referente a pessoas com licenciatura ou superior ao 12ºano encontra-se em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,32) e menor média em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,05) (Figura 6, Anexo E).

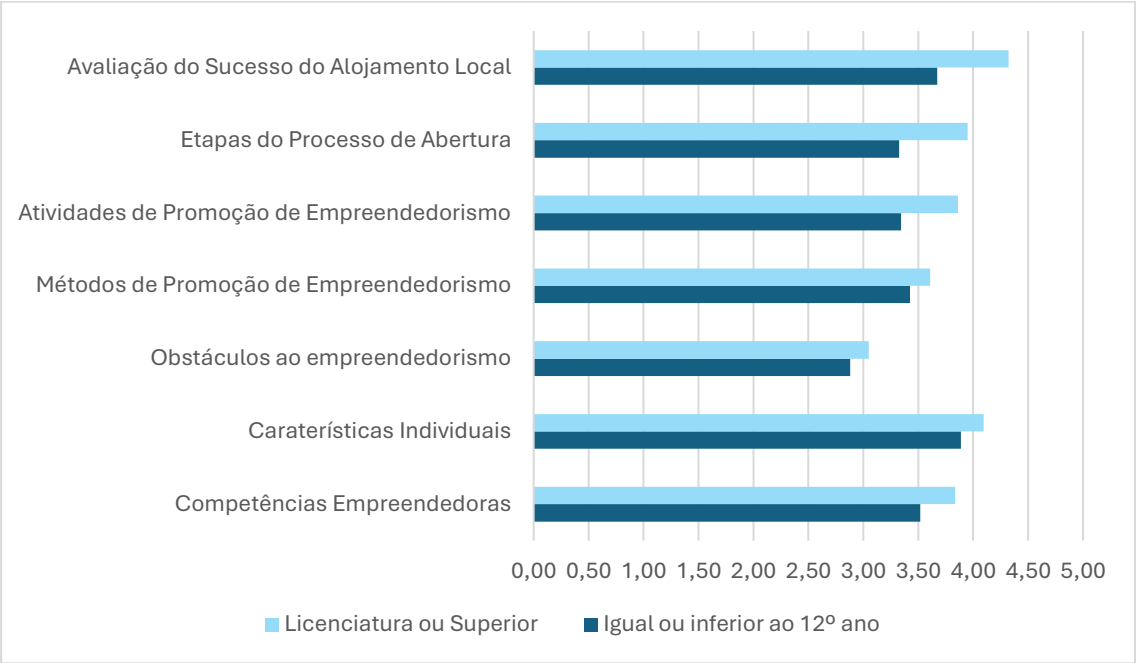


Figura 6. Distribuição das variáveis em estudo em função das habilitações literárias do participante

No gráfico apresenta-se a distribuição dos itens de avaliação do sucesso do alojamento local, etapas do processo de abertura, atividades de promoção de empreendedorismo, métodos de promoção de empreendedorismo, obstáculos ao empreendedorismo, caraterísticas individuais, competências empreendedoras em função da nacionalidade (Figura 7, Anexo E).

Observa-se que a maior média referente a outra nacionalidade se encontra em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,37) e menor média em obstáculos ao empreendedorismo (M = 2,76) (Figura 7, Anexo E).

No que toca á maior média referente a pessoas nacionalidade portuguesa encontra-se em avaliação do sucesso do alojamento local (M = 4,12) e menor média em obstáculos ao empreendedorismo (M = 3,06) (Figura 7, Anexo E).

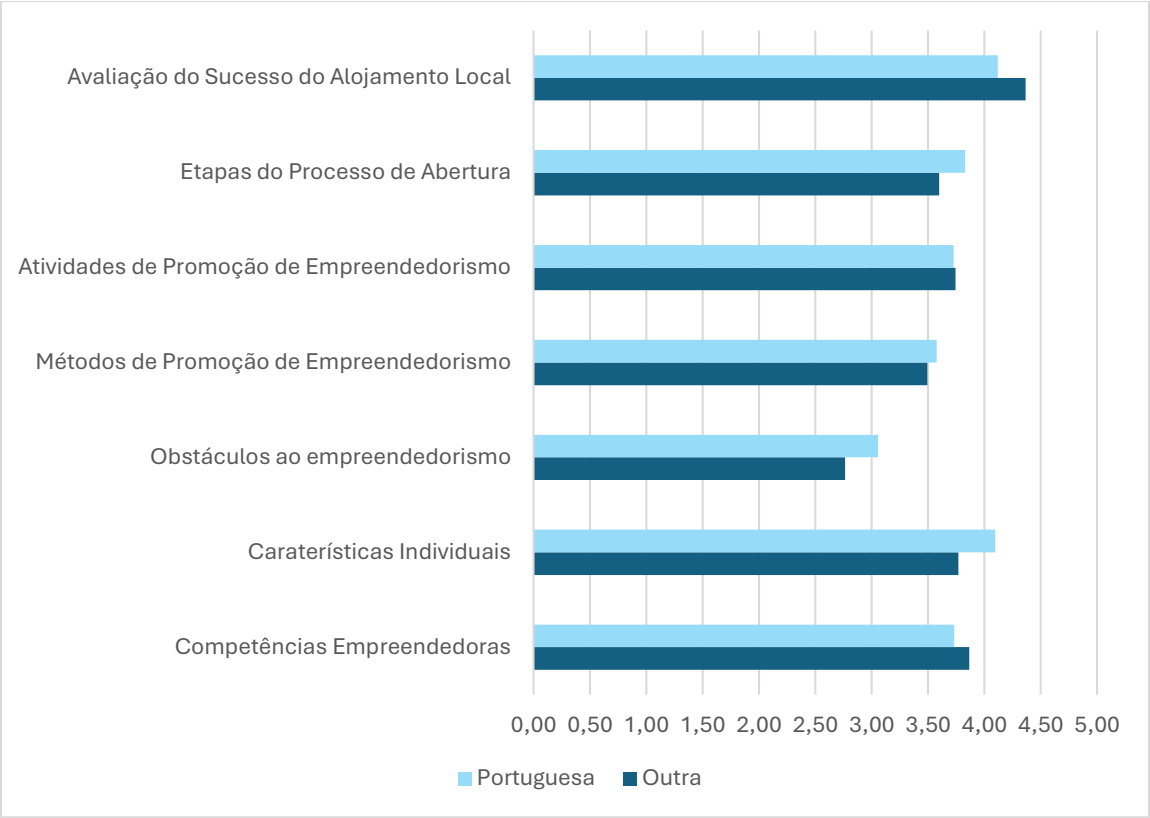


Figura 7. Distribuição das variáveis em estudo em função da nacionalidade do participante

5.4. Associação entre as variáveis em estudo

Para estudar a associação entre as variáveis em estudo recorreu-se às correlações de Pearson (Tabela 5, Anexo F).

Tabela 5: *Associação entre as variáveis em estudo*

	1	2	3	4	5	6	7
Competências Empreendedoras	--						
Caraterísticas Individuais	.70***	--					
Obstáculos ao Empreendedorismo	.18	.09	--				
Métodos Promotores do Empreendedorismo	.51***	.39***	.34***	--			
Atividades Promotoras do Empreendedorismo	.43***	.40***	.29**	.75***	--		
Etapas do Processo de Abertura	.49***	.50***	.29**	.66***	.81***	--	
Avaliação do Sucesso do Alojamento Local	.56***	.52***	.04	.37***	.38***	.48***	--

Nota: ** $p < .01$; *** $p < .001$

Todas as variáveis se encontram positiva e significativamente correlacionadas entre si, com exceção dos obstáculos ao empreendedorismo que não se encontram significativamente correlacionados com as competências empreendedoras, com as caraterísticas individuais e com a avaliação do sucesso do alojamento local (Tabela 5, Anexo F).

5.5. Hipóteses

5.5.1. Hipótese 1

A hipótese 1 foi testada através da realização de uma regressão linear múltipla depois de testados os respetivos pressupostos (Tabela 5, Anexo G).

Tabela 6: *Associação entre o empreendedorismo e o sucesso do alojamento local*

Variável Independente	Variável Dependente	*F*	*p*	R^2_a	β	*p*
Competências Empreendedoras	Avaliação do Sucesso do Alojamento Local	9.02***	< .001	.35	.34*	.010
Caraterísticas Individuais					.16	.189
Obstáculos ao Empreendedorismo					-.11	.226
Métodos Promotores do Empreendedorismo					.01	.979
Atividades Promotoras do Empreendedorismo					-.02	.885
Etapas do Processo de Abertura					.28	.077

Nota: * $p < .05$; *** $p < .001$

Os resultados indicam-nos que apenas as competências empreendedoras têm um efeito positivo e significativo na avaliação do sucesso do alojamento local (β = .34; p = .010). Deve-se salientar que as etapas do processo de abertura têm um efeito marginalmente positiva e significativo na avaliação do sucesso do alojamento local (β = .28; p = .077). O modelo explica em 35% a variabilidade da avaliação do sucesso do alojamento local. O modelo é estatisticamente significativo (F (6, 84) = 9.02; p < .001). Confirmou-se parcialmente esta hipótese (Tabela 6, Anexo G).

5.5.2. Hipótese 2

Esta hipótese foi testada através da realização do teste paramétrico *ANOVA One-Way* (Tabela 7, Anexo G).

Tabela 7: *Associação entre a localização do alojamento local e o seu sucesso*

Variável Independente	Variável Dependente	*F*	*p*	Grupos	Média	Desvio Padrão
Localização do alojamento local	Avaliação do Sucesso do Alojamento Local	1.65	.197	Predominantemente Urbano	4.27	.53
				Medianamente Urbano	4.05	.85
				Predominantemente Rural	4.00	.85

Os resultados indicam-nos que a localização não tem um efeito estatisticamente significativo na avaliação do sucesso do alojamento local (F (2, 88) = 1.65; p = .197). Apesar de não haver diferenças estatisticamente significativas, verifica-se que são os proprietários de

alojamentos locais predominantemente urbanos os que avaliam o seu alojamento local como tendo mais sucesso. Não se confirmou esta hipótese (Tabela 7, Anexo G).

5.5.3. Hipótese 3

Esta hipótese foi testada com recurso à *Macro Process4.2* (Modelo 1), desenvolvida por Hayes (2022), uma vez que se tratava do efeito moderador da localização do alojamento local na relação entre o empreendedorismo e o sucesso do mesmo.

Tabela 8: *Resultados do efeito moderador*

Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Competências Empreendedoras → Sucesso (R2 = .33; p < 0.001)				
Constante	4.16***	.06	68.88***	< .001	[4.04; 4.28]
Competências Empreendedoras	.47***	.08	5.61***	< .001	[.30; .63]
Localização	-.10	.07	-1.49	.139	[-.23; .03]
CE*L	.07	.08	.82	.414	[-.10; .24]
Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Caraterísticas Individuais → Sucesso (R2 = .28; p < 0.001)				
Constante	4.16***	.06	65.35***	< .001	[4.03; 4.28]
Caraterísticas Individuais	.55***	.11	5.17***	< .001	[.34; .76]
Localização	-.07	.07	-1.06	.292	[-.21; .07]
CI*L	-.04	.11	-.32	.747	[-.26; .18]
Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Obstáculos → Sucesso (R2 = 0.04; p < 0.001)				
Constante	4.16***	.07	57.54***	< .001	[4.01; 4.30]
Obstáculos	.03	.09	.39	.696	[-.14; .21]
Localização	-.14	.08	-1.80	.076	[-.30; .02]
O*L	.06	.09	.66	.514	[-.12; .24]
Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Métodos Promotores → Sucesso (R2 = 0.19; p < 0.001)				
Constante	4.16***	.07	62.84***	< .001	[4.03; 4.29]
Métodos Promotores	.27**	.08	3.55**	.006	[.12; .42]
Localização	-.13	.07	-1.83	.071	[-.28; .01]
MP*L	.13	.08	1.65	.103	[-.03; .29]
Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Atividades Promotoras → Sucesso (R2 = 0.24; p < 0.001)				
Constante	4.17***	.06	64.64***	< .001	[4.05; 4.30]
Atividades Promotoras	.26**	.07	3.61**	.005	[.11; .40]
Localização	-.11	.07	-1.54	.127	[-.25; .03]
AT*L	.20**	.07	2.76**	.007	[.06; .35]
Variável	*B*	*SE*	*t*	*p*	95% *IC*
	Etapas → Sucesso (R2 = .25; p < 0.001)				
Constante	4.18***	.07	64.15***	< .001	[4.05; 4.30]
Etapas	.32***	.08	4.05***	< .001	[.16; .48]
Localização	-.07	.07	-.96	.340	[-.21; .07]
E*L	.10	.08	1.27	.208	[-.06; .25]

Nota: ** $p < .01$; *** $p < .001$

Os resultados indicam-nos que a localização do alojamento local apenas tem um, efeito moderador na relação entre as atividades promotoras do empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local (B = .20; p = .007), pois o intervalo de confiança não contém o zero (Tabela 8, Anexo G).

Para os participantes cujo alojamento local tem uma localização predominantemente rural, quando comparados com os participantes cujo alojamento local tem uma localização predominantemente urbana, as atividades promotoras do empreendedorismo tornam-se relevantes para potenciar a perceção de sucesso do seu alojamento local (Figura 8).

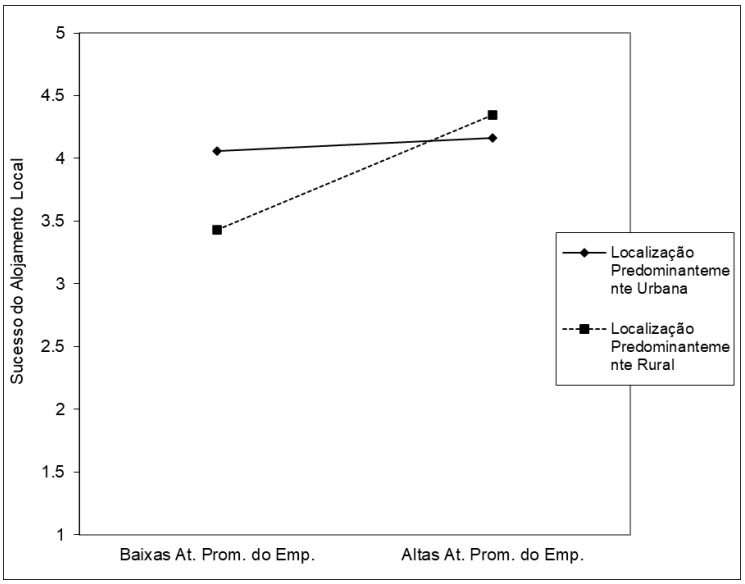


Figura 8. Gráfico de interação Atividades Promotoras do Empreendedorismo x Localização

Capítulo 6 – Discussão

Este estudo tinha como objetivo estudar a associação entre o empreendedorismo e os fatores de sucesso do alojamento local e se esta relação é moderada pela localização do mesmo.

Confirmou-se parcialmente a hipótese 1 de que "o empreendedorismo tem uma associação positiva e significativa com os fatores de sucesso do alojamento local", pois, apenas as competências empreendedoras do participante têm uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento local. Como foi visto na revisão de literatura, competências empreendedoras podem-se referir a diversos aspetos no contexto de empreendedorismo, desde vertentes mais financeiras a vertentes mais voltadas para como um empreendimento é gerido. Conseguimos assim ver que estes resultados mostram que a utilização de boas competências empreendedoras são uma boa resposta para a criação de valor num negócio e abordagem ao mercado, sendo que devemos tentar fomentar isto em empreendedores. Estes resultados levam-nos a querer que deve haver um maior investimento, educação e formação de futuros empreendedores para serem bem-sucedidos.

Os resultados obtidos também podem ser explicados pela revisão de literatura de Sousa et al. (2023), que conclui que é de extrema importância uma aposta no setor da educação empreendedora através do estudo de conhecimento de competências empreendedoras em estudantes e empreendedores. Também vemos indícios dos resultados na teoria "*Jack of all Trades*" de Lazear (2004) que comprova que pessoas com interesses em várias áreas têm maior probabilidade de se tornarem empreendedores assim devemos apostar na educação da diversificação de competências empreendedoras, pois, neste caso as competências empreendedoras têm uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento. Ainda podemos olhar também para o estudo de Machado et al. (2019) que conclui que o crescimento no alojamento local e consequente crescimento em diversos serviços à sua volta, influência a situação socioeconómico em territórios de pouco densidade populacional neste caso podemos potenciar as competências empreendedoras para melhorar a situação socioeconómica de uma localização. Além de ver competências empreendedoras como uma solução para situações socioeconómicas também podemos olhar como uma solução para problemas ao nível da sustentabilidade e ambiental como no estudo de Baiocco e Paniccia (2023) que conclui que via competências empreendedoras como a inovação, reutilização e restauração de edifícios históricos como castelos e palácios, foi possível criar valor e criar um ambiente único com a utilização de recursos locais e apropriação da cultura no seu alojamento Por fim e de acordo com Fernandes e Meneses (2019), o perfil do empreendedor torna-se

relevante para potenciar o sucesso do alojamento local, neste caso as competências empreendedoras do mesmo.

No entanto, se analisarmos através das correlações de Pearson as dimensões do empreendedorismo com o sucesso do alojamento local, verificam-se que todas se encontram positiva e significativamente associadas, com exceção dos obstáculos ao empreendedorismo

Através do efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo também foi possível apurar a distribuição das variáveis em estudo em função do género do participante nas competências empreendedoras e na avaliação do sucesso do alojamento local. O género feminino respondeu que as competências empreendedoras têm maior importância em relação aos do género masculino, e que na avaliação do sucesso do alojamento local o género feminino atribui maior valor no que toca ao seu próprio sucesso indicando assim que o género feminino tem maior perceção sobre a avaliação do sucesso do alojamento local e competências empreendedoras, esta resposta também pode ser justificada por maior parte dos participantes serem do género feminino.

No que toca à distribuição das variáveis em estudo em função da antiguidade do participante reparamos que na avaliação do sucesso do alojamento local a maior média encontra-se "de 4 a 6 anos" seguida de "superior a 10 anos", "de 7 a 10 anos", "de 1 a 3 anos" e "inferior a 1 ano". As médias mais altas nos anos com mais tempo, explicam-se pelo facto de maior parte dos participantes terem idades médias de 51 anos que também pode ser explicado nas competências empreendedoras com a maior média sendo "de 7 a 10 anos" seguida de "de 4 a 6 anos", "superior a 10 anos", "de 1 a 3anos" e inferior a 1 ano.

Olhando agora apara a distribuição das variáveis em estudo em função do concelho onde fica do alojamento local vimos que na avaliação do sucesso do alojamento local a maior média encontra-se no Porto Moniz indicando que nesta localização os alojamentos locais têm maior sucesso seguida do Funchal sendo que tivemos no Funchal muito mais respostas. Estes valores vão de acordo ao estudo de Valenzuela-Ortiz et al. (2025) em que o ambiente local e os elementos da área influenciam o seu sucesso sendo que os hotéis situados em zonas com pontos de interesse turístico têm mais sucesso do que os hotéis situados fora de zonas de interesse turístico. Já nas competências empreendedoras notamos maior média no Funchal, indicando que para termos um alojamento em áreas mais urbanas devemos empreender na educação e formação na área do empreendedorismo.

Focando agora na distribuição das variáveis em estudo em função do tipo de localização do alojamento local, observamos que na avaliação do sucesso do alojamento local as maiores médias encontram-se em zonas predominantemente urbanas, seguidas de medianamente

urbanos e predominantemente rural. Os valores indicam que num meio urbano à maior perceção de sucesso que pode ser explicado por fatores como proximidade a pontos de interesse como explicado no estudo de Valenzuela-Ortiz et al. (2025). No que toca a competências empreendedoras, já vimos diferenças, pois, apesar das maiores médias encontrarem-se em zonas predominantemente urbanas, são agora seguidas pelas predominantemente rurais e medianamente urbanas havendo assim um "*shift*" nos valores, estes resultados levam-nos a querer que apesar de nas zonas predominantemente urbanas as competências empreendedoras têm maior importância que nas zonas rurais, zonas rurais não se desvalorizam, porque muitas vezes têm de investir mais ou reduzir os preços para atrair mais clientes, como explicado no estudo de Valenzuela et al. (2024) em que o preço ser menor em áreas distantes do "centro" para uma tentativa de trair clientes, sendo que tenham de ser procuradas novas formas de promover estes locais mais distantes.

Analisando agora a distribuição das variáveis em estudo em função das habilitações literárias do participante vimos que em ambas as variáveis de avaliação do sucesso do alojamento local e competências empreendedoras, maior parte das respostas correspondem a pessoas com grau de licenciatura ou superior, indicando que indivíduos com maior grau académico estão mais propensos a terem um alojamento local com mais sucesso e qualidade voltando ao tópico do incentivo a educação nesta área.

Olhando para a última distribuição das variáveis neste caso em função da nacionalidade do participante vimos que na avaliação do sucesso do alojamento local e competências empreendedoras as maiores médias encontravam-se em nacionalidade estrangeira sendo que este valor indica que pessoas de nacionalidade estrangeira têm maior perceção de sucesso e competências para um empreendedorismo, estas médias são um pouco disruptivas, pois em outras nacionalidades os dados são muito pequenos sendo que só foram obtidas 15 respostas.

Pessoalmente no que toca a se "o empreendedorismo tem uma associação positiva e significativa com os fatores de sucesso do alojamento local", acho que apesar de apenas as competências empreendedoras do participante terem uma associação positiva e significativa com a perceção de sucesso do alojamento local, conseguimos observar o porquê desta relação existir. Como vimos na antiguidade do alojamento local as maiores médias de avaliação do sucesso e competências era para alojamentos que existiam há mais tempo, isto para mim indica que pessoas com mais experiências já percebem um pouco mais acerca desta área de negócio e do que é necessário para ser bem-sucedido na mesma. Na minha opinião áreas urbanas como o Funchal apresentam maiores níveis de avaliação do sucesso do alojamento local e competências empreendedoras, pois, existe um pouco de um "tabu" na forma como as pessoas respondem

nestas áreas não sendo completamente honestas ou originais O facto de os valores no Funchal de competências empreendedores e avaliação do sucesso do alojamento local serem tão altos revela a tendência de que em áreas mais urbanos o sucesso é maior por ser "o centro da ilha". Por outro lado, teorias como a de Valenzuela et al. (2024) em que diz que o preço é menor em áreas distantes do "centro", sendo uma tentativa de atrair clientes, mostra que têm de ser procuradas novas formas de promover estes locais mais distantes. Acho também que os valores em termos das habilitações literárias são superiores em pessoas com licenciatura ou superior, pois, têm melhor forma de enfrentar o mercado e experiência ao nível académico. Estas pessoas sabem, o que devem fazer para ter sucesso, que pode ser relacionado com a nacionalidade, pois na Madeira a tendência à para que pessoas com mais de 51 anos não tenham tantas habilitações literárias, ao contrário dos de outra nacionalidade.

Não se confirmou a hipótese 2. A localização do alojamento local não tem um efeito significativo no sucesso do mesmo. Apesar das diferenças não serem estatisticamente significativas, os participantes cujo alojamento local é predominantemente urbano atribuíram uma média ao seu sucesso do seu alojamento local superior aos participantes cujo alojamento local era medianamente urbano ou predominantemente rural. Estes resultados vão parcialmente ao encontro ao que nos refere a literatura em que na perspetiva de Valenzuela et al. (2024), o ambiente local e os elementos da área influenciam o preço do empreendimento e o seu sucesso sendo que zonas mais próximas do "centro", que se pode associar a zonas predominantemente urbanas têm mais sucesso, enquanto no caso de zonas periféricas que podemos associar a zonas predominantemente rurais apresentam menor sucesso devido à sua localização mais distante. Esta teoria também conseguiu explicar que zonas próximas do "centro" têm mais pessoas, podendo-se tirar vantagem disso aumentando o preço nestes locais, pois, os empreendimentos em zonas de interesse tinham preços mais altos. A mesma teoria pode ser verificada em outro estudo de Valenzuela-Ortiz et al. (2025) em que se verificou que hotéis situados em zonas com pontos de interesse turístico têm mais sucesso ao nível económico do que hotéis situados fora de zonas de interesse turístico e que neste caso tinham maior receita.

Na minha opinião apesar das diferenças não serem estatisticamente significativas, o facto de os participantes atribuírem uma média maior a lugares em que o alojamento local é predominantemente urbano seguido de medianamente urbano e predominante rural leva-nos há conclusão retirada anteriormente em que em zonas mais urbanas existe um pouco de "tabu" no que toca às respostas sendo enviesadas por não quererem admitir que não tem tanto sucesso como aparentam. Por outro lado, e apesar de algumas respostas, poderem ser enviesadas, o maior sucesso em zonas predominantemente urbanas também me leva a querer que possa ser

devido à proximidade a zonas de interesse e melhores transportes como na teoria de Valenzuela-Ortiz et al. (2025).

Confirmou-se parcialmente a hipótese 3, apenas a relação entre atividades promotoras do empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local é moderada pela localização do mesmo. Para os participantes cujo alojamento local tem uma localização predominantemente rural e medianamente urbana, quando comparados com os participantes cujo alojamento local tem uma localização predominantemente urbana as atividades promotoras do empreendedorismo tornam-se mais relevantes para potenciar o sucesso do alojamento local.

Estes resultados vão ao encontro do que nos refere a literatura, que segundo a perspetiva de autores como Valenzuela et al. (2024) e Valenzuela-Ortiz et al. (2025) que dizem que empreendimentos situados em zonas com pontos de interesse turísticos ou "centros" têm mais sucesso e como têm mais sucesso leva a querer que não haja uma necessidade tão grande em apostar em atividades promotoras do empreendedorismo. O sucesso referido é potenciado por atividades promotoras do empreendedorismo, pois devemos apostar e investir no empreendedorismo do lugar, como diz Alexandre Reis (2017) que a educação financeira "*contribuiu para o desenvolvimento pleno e formação da cidadania dos sujeitos*" (Alexandre Reis, 2017). Conclui-se assim que a relação entre atividades promotoras do empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local é moderada pela localização do mesmo, pois, localizações em zonas predominantemente rurais apresentam maior necessidade numa aposta em atividades promotoras do empreendedorismo do alojamento local de forma que nestas localizações haja melhores meios para a abertura de empreendimento.

Do meu ponto de vista estes resultados podem ir parcialmente de encontro com o estudo de Valenzuela et al. (2024) em que se apurou que no que toca à localização, as propriedades que se encontravam no distrito considerado o "centro da cidade" apresentavam maiores preços, enquanto propriedades que se encontravam em áreas mais afastadas tinham preços menores. Assim por um lado acho que os proprietários de alojamentos locais predominantemente rurais ,para que o seu alojamento local tenha sucesso, devem promover mais atividades relacionadas com o empreendedorismo como, estágios práticos, cursos especializados tanto em empreendedorismo em si, como em especificações do mesmo e por workshops, vídeos e conferências que conferem experiências únicas. Por outro lado, muitas vezes estas localizações já apresentam muitas destas atividades promotoras e deve ser feito um esforço por parte de entidades públicas ou privadas para potenciar o mesmo como criação de políticas públicas que favorecem um transporte publico maior tal como referido no estudo de Valenzuela et al. (2024).

6.1. Limitações e Futuras Investigações

Neste estudo a primeira limitação a apresentar é o pequeno número de participantes que neste caso foi de 91.O pequeno número de participantes pode ser explicado de duas formas, sendo a primeira pelo facto de os participantes serem empresas e do grande número de entidades individuais ou conjuntas que tinham diversos alojamentos locais quer seja no mesmo concelho ou diferentes concelhos, sendo que havia entidades a quais o questionário foi enviado que chegam a ter 50 alojamentos locais apontados ao mesmo email.

A segunda limitação do estudo refere-se ao grande número de respostas que não apresentam disparidade entre si, influenciando assim a significância do estudo.

Por fim e última limitação foi a dificuldade para obter respostas, pois foram enviados cerca de 6 mil emails inúmeras vezes.

Para futuras investigações aconselha-se que para um estudo tanto na área do empreendedorismo como na área do alojamento local debruça sobre mais indivíduos para ter mais respostas e respostas mais diversas. Para concluir e para futuras investigações, também poderia ser aconselhado investigações mais exploratórias para ver como certos empreendimentos agem no mercado e por ser de mais fácil de obter participantes.

6.2. Implicações Teóricas

Os resultados do presente estudo contribuem para o conhecimento científico no domínio do Empreendedorismo, através do estudo de variáveis como competências empreendedoras, localização, atividades promotoras do empreendedorismo e a sua relação com o sucesso do alojamento local. Na teoria este estudo comprova e intensifica conclusões acerca de competências empreendedoras mostrando que como estas têm uma associação positiva e significativa com o sucesso do alojamento local devemos incentivar a importância na aposta da educação empreendedoras como referido no estudo Sousa et al. (2024).

Adicionalmente apesar de não ser significativa a relação entre a localização do alojamento local, pois as diferenças assinaladas não eram significativas, notamos que os participantes cujo alojamento local é predominantemente urbano atribuíram uma média ao seu sucesso do seu alojamento local superior aos participantes cujo alojamento local era medianamente urbano ou predominantemente rural. Vamos assim ao encontro do que foi referido no estudo de Valenzuela-Ortiz et al. (2025) em que em zonas de interesse empreendimentos têm maior sucesso.

Este estudo também vem adicionar à literatura de Valenzuela-Ortiz et al., (2025) e Valenzuela et al., (2024) que na parte do empreendedorismo focam-se sempre para o lado mais socioeconómico ou contabilístico do mesmo. Podemos assim identificar algumas lacunas ao nível da literatura, pois foi possível demonstrar que existem outras variantes para além de indicadores socioeconómicos ou contabilísticos. Conseguimos apurar que fatores como as atividades promotoras do empreendedorismo tornam-se relevantes para potenciar a perceção de sucesso do alojamento local, sendo a localização a sua variável moderadora.

O estudo em questão permitiu encontrar novas respostas acerca da relação entre as variáveis de empreendedorismo, alojamento local e localização, identificando-se assim que as competências empreendedoras têm um efeito positivo e significativo na avaliação do sucesso do alojamento local e a localização tem um efeito moderador na relação entre as atividades promotoras do empreendedorismo e a perceção de sucesso do alojamento local.

Por fim o facto das atividades promotoras do empreendedorismo tornarem-se mais relevantes para potenciar o sucesso do alojamento local em áreas predominantemente rurais reforça a necessidade de incluirmos estes dados em estudos futuros, pois, será mais fácil de verificar o porquê de nestas zonas não haver tanto sucesso, facilitando o estudo e potencialização das mesmas.

6.3. Implicações Práticas

Sendo que o estudo feito demonstra que existe um efeito positivo entre competências empreendedoras e a perceção de sucesso de alojamento local. Vemos que neste caso existem implicações práticas no que toca à forma como os empreendedores devem abordar o mercado do alojamento local devendo-se focar na promoção de competências empreendedoras como acesso a capital, modelos de negócio, competências de '*marketing*' e gestão de negócios para que os empreendedores potencializam o sucesso do seu alojamento local.

Este estudo também demonstrou que apesar que não houvesse um efeito estatisticamente significativo entre a associação entre a localização do alojamento local e o seu sucesso, que são os proprietários de alojamentos locais predominantemente urbanos os que avaliam o seu alojamento local como tendo mais sucesso. Sendo assim, podemos por este conhecimento à prática, pois, por um lado podemos incentivar a construção de alojamentos locais em zonas mais urbanas para haver maior valor económico para a região, mas, por outro lado, estes dados também servem para ser posto em prática ferramentas que possibilitem o

aumento do sucesso em outras localizações como, por exemplo: implementação de novas políticas públicas em zonas mais rurais.

O estudo em questão também permitiu apurar que as atividades promotoras do empreendedorismo se tornam relevantes para potenciar o sucesso do alojamento local em zonas predominantemente rurais. Estes resultados levam a que, na prática, empresas ou pessoas que queiram apostar ou desenvolver o mercado do alojamento local devam prestar atenção primeiro na localização para saberem qual a melhor estratégia a seguir e segundo se essa localização for numa zona rural que devem apostar na educação e promoção atividades promotoras do empreendedorismo.

Em conclusão as implicações práticas deste estudo levam-nos a querer que os empreendedores devam abordar o mercado no sentido da promoção de competências empreendedoras e atividades promotoras do empreendedorismo tendo em conta em que localização querem estabelecer o seu alojamento local para terem mais sucesso.

.

Capítulo 7 - Conclusão

Este estudo teve como principal objetivo analisar um pouco do empreendedorismo na região autónoma da madeira, para isso foram utilizados o alojamento local e a localização onde se encontrava. Através dos resultados obtidos foi possível determinar, no que toca ao empreendedorismo e a sua associação com sucesso do alojamento local, que apenas as competências empreendedoras têm um efeito positivo e significativo na avaliação do sucesso do alojamento local. Assim concluímos que quanto mais competências empreendedoras os empreendedores têm ou implementam no seu negócio, mais facilmente teriam um melhor sucesso no seu alojamento local.

Com este estudo também foi possível ver se havia algum tipo de associação entre a localização do alojamento local e o seu sucesso. Apesar de não haver diferenças estatisticamente significativas, verificou-se que são os proprietários de alojamentos locais predominantemente urbanos os que avaliam o seu alojamento local como tendo mais sucesso, o que vai de acordo com a literatura, pois a mesma diz-nos que em locais predominantemente urbanos há uma tendência para maior sucesso de empreendimentos. (Valenzuela-Ortiz et al., (2025), (Valenzuela et al. ,2024).

Um aspeto importante do estudo em questão foi a introdução da variável moderadora da localização, que possibilitou retificar algumas lacunas na literatura, pois, os resultados obtidos provaram que as atividades promotoras do empreendedorismo são mais relevantes para potenciar o sucesso do alojamento local em áreas predominantemente rurais. Adicionando assim que existem outras variáveis que potencializam o sucesso para além de fatores socioeconómicos ou contabilísticos.

Apesar de a metodologia neste estudo ter sido adequada, sendo feita via questionários, foram apontadas limitações neste estudo, especialmente pelo número reduzido de respostas, devendo-se ao grande número de mesmas pessoas que possuem alojamentos locais. Sendo que em futuros estudos seja aconselhado incidir sobre um número de indivíduos maior.

Foi possível determinar que o presente estudo na teórica adiciona à literatura por meio de aspetos como as atividades promotoras do empreendedorismo. Na prática, foi possível apurar que este estudo facilita a compressão entre sucesso e empreendedorismo através da introdução de variáveis mediadoras como localização e variáveis como competências empreendedoras e atividades promotoras de empreendedorismo.

Para concluir, este estudo confirmou que existem fatores que influenciam o sucesso do empreendedorismo na região autónoma da madeira, sendo visto através do sucesso em

alojamentos locais, destacando-se a importância que a localização tem no mesmo. Assim, os empreendedores ou empresas que queiram potencializar o seu desempenho e sucesso devem considerar estas conclusões na forma como vão abordar o mercado do alojamento local confirmando-se assim que o empreendedorismo realmente é a "*atividade, comportamento e atitudes de um empreendedor*". (*Oxford University Press, 2018*).

Referências

Alexandre Reis. (2017). Educação financeira: uma estratégia para o desenvolvimento do empreendedorismo. https://ciodh.emnuvens.com.br/novapedagogia/article/view/185

Anderson, J. R. (1982). Acquisition of cognitive skill. *Psychological Review, 89*(4), 369–406. https://doi.org/10.1037/0033-295X.89.4.369

Baiocco, S., & Paniccia, P. M. A. (2023). Business model innovation in sustainable entrepreneurship: Co-evolutionary evidence from small accommodation firms. *Business Process Management Journal, 29*(8), 260–292. https://doi.org/10.1108/bpmj-01-2023-0059

Balan, P., & Metcalfe, M. (2012). Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students. *Education + Training, 54*(5), 368–384. https://doi.org/10.1108/00400911211244678

Bosma, N., van Praag, M., & de Wit, G. (2000**).** Determinants of successful entrepreneurship (Research Report 0002/E). Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES). Zoetermeer: EIM Business and Policy Research.

Bryman, A., & Cramer, D. (2003). *Análise de dados em ciências sociais* (D. Lopes, Trad., 3ª ed.). Celta.

Caetano, A., Santos, S. C., & Costa, S. F. (2012). *Psicologia do empreendedorismo: Processos, oportunidades e competências*. Editora Mundos Sociais.

CB Insights. (2019). *The top 20 reasons Startups fail*. https://www.cbinsights.com/research/report/*Startup*-failure-reasons-top/:contentReference[oaicite:0]{index=0} (consultado em 10/ 01/ 2025)

Chatterji, A. K., & Fabrizio, K. R. (2008). The market for ideas: An analysis of the role of intellectual property in innovation and entrepreneurship (Working Paper No. 14012). National Bureau of Economic Research. https://doi.org/10.3386/w14012

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). The revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R). *Psychological Assessment, 4*(1), 3–10. https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.3

Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM). (2021). Retrato territorial da R.A. Madeira - Dinâmicas territoriais (Censos 2021). https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/social/popcondsoc-pt/popcondsoc-censos-pt/popcondsoc-censos-publicacoes-pt/send/35-censos-publicacoes/16147-censos-ram-2021.html[Consultado em 26/11/2024]

Direção Regional de Estatística da Madeira. (2023). Contas regionais - Base 2016-2020: Em foco. Governo Regional da Madeira. https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/economica/contaseconomicas-pt/contaseconomicas-cr-pt/contaseconomicas-cr-emfoco-pt/send/55-contas-regionais-emfoco/16823-em-foco-contas-regionais-base-2016-2020-2022po.html [Consultado em 26/11/2024]

Direção Regional de Estatística da Madeira. (2024). Empresas - Demografia 2022. Governo Regional da Madeira. https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/economica/empresas-pt/empresas1-pt/empresas1-emfoco-pt/send/253-empresas-em-foco/16990-empresas-demografia-2022.html [Consultado em 26/11/2024]

Direção Regional de Estatística da Madeira. (2024**).** Estatísticas do emprego da RAM - 2.º trimestre 2024. Governo Regional da Madeira. https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/social/merctrab-pt/merctrab-ie-pt/merctrab-ie-publicacoes-pt/send/144-ie-publicacoes/18008-estatisticas-do-emprego-da-ram-2-trimestre-2024-pdf-2.html [Consultado em 26/11/2024].

Direção Regional de Estatística da Madeira. (2024, 28 de outubro). Mais constituições e menos dissoluções de sociedades nos primeiros nove meses de 2024 que no período homólogo. Governo Regional da Madeira. https://estatistica.madeira.gov.pt/download-now/economica/empresas-pt/empresas-scd-pt/empresas-scd-noticias-pt/4821-28-10-2024-mais-constituicoes-e-menos-dissolucoes-de-sociedades-nos-primeiros-nove-meses-de-2024-que-no-periodo-homologo.html [Consultado em 26/11/2024].

Dredge, D., Gyimóthy, S., Birkbak, A., Jensen, T. E., & Madsen, A. K. (2016). The impact of regulatory approaches targeting collaborative economy in the tourism accommodation sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam and Paris. European Commission. http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8961&lang=en [Consultado em 26/11/2024]

EBAN – European Business Angels Network. (2018). European early stage market statistics 2018. https://www.eban.org/angel-investing-report-2018/[Consultado em 03/12/2024].

Elkjær, J. R. (2015). Entrepreneurial obstacles to growth. *International Journal of Knowledge, Innovation and Entrepreneurship, 3*(1), 31–50.

Fernandes, F. J., & Meneses, M. J. (2019). Local accommodation in the Autonomous Region of Madeira – Property's typology and distribution. *E3 – Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP, 1*(1), 47–63. https://www.revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/129/79

Governo de Portugal. (2024). Alojamento Local. https://www2.gov.pt/fichas-de-enquadramento/alojamento-local[Consultado em 05/12/2024]

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (Vol. 3). The Guilford Press.

Instituto Nacional de Estatística (INE). (2024). Portal do INE https://www.ine.pt/xportal/xmain?INST=6251013&xlang=pt&xpgid=ine_cont_inst&xpid=INE[Consultado em 05/12/2024]

Jiang, T., Zhuo, S., Zhang, C., & Gao, J. (2019). The impact of institutions on the evolution of tourism accommodation format: Evidence from Wulingyuan, China. *Sustainability, 11*(10), 2882. https://doi.org/10.3390/su11102882

Kawasaki, G. (2015). *A arte da Startup*. Vogais Editora.

Kóňa, J. (2022). Impact of shared Airbnb accommodation on the local population. In *EDAMBA 2022 Conference Proceedings* (pp. 219–227). University of Economics in Bratislava, Faculty of Commerce. https://doi.org/10.53465/EDAMBA.2022.9788022550420.219-227

Lazear, E. P. (2004). Balanced skills and entrepreneurship. *The American Economic Review, 94*(2), 208–211.

Lougui, M., & Nyström, K. (2014). What obstacles do entrepreneurs encounter? *Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 3*(2), 275–291. https://doi.org/10.1108/JEPP-08-2012-0041

Machado, V., Pinto Contreiras, J., & Duarte, A. (2019). Local tourist accommodation and institutional strengthening in the interior of the Algarve, Portugal: The role of legislation and technology. *Journal of Place Management and Development, 13*(3), 255–272. https://doi.org/10.1108/JPMD-12-2018-0107

McClelland, D. C. (1987). Characteristics of successful entrepreneurs. *The Journal of Creative Behavior, 21*(3), 219–233. https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x

McNeil, A. J., Frey, R., & Embrechts, P. (2015). *Quantitative risk management: Concepts, techniques and tools*. Princeton University Press.

Odinokova, T., Bozhinova, M., & Petrova, M. (2018). Promotion of innovative entrepreneurship under sustainable development. *E3S Web of Conferences, 41*, 04015. https://doi.org/10.1051/e3sconf/20184104015E3S Web of Conferences+2

Osterwalder, A. (2010). *Criar modelos de negócio* (6ª ed.). D Quixote.

Oxford University Press. (2018). *Oxford English Dictionary*. https://www.oed.com/?tl=true [Consultado em 26/11/2024].

PMI. (2017). *A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)* (6ª ed.). [Consultado em 08/12/2024].

Santos, S. C., & Caetano, A. (2015). Empreendedorismo em Portugal em comparação com os países da União Europeia entre 2010 e 2014: Estaremos perto (ou não) do ponto de viragem? *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 14*(3), 37–62. https://hdl.handle.net/10071/13126

Schmidt, S., & Bohnenberger, M. C. (2008). A efetividade das ações para promover o empreendedorismo: O caso da Feevale. *REAd – Revista Eletrônica de Administração, 14*(1).

Sousa, M. J., Palma-Moreira, A., Leão, J., Sousa, M., Biancone, P. P., & Lanzalonga, F. (2023). International entrepreneurship: An approach for entrepreneurial skill development. *Journal of Enterprise Information Management, 37*(5), 1658–1676. https://doi.org/10.1108/JEIM-02-2023-0091

Trochim, W. (2000) *The Research Method Knowledge Base*. 2nd Edition, Atomic Dog Publishing, Cincinnati.

Valenzuela, P., Ortuño, A., Flor, M., & Guirao, B. (2024). Analysis of the location factors affecting the price of tourist houses: The role of accessibility to public transport stations in Madrid. *Sustainability, 16*, 4768. https://doi.org/10.3390/su16114768

Valenzuela-Ortiz, A., Chica-Olmo, J., & Castañeda, J.-A. (2025). Location factors and agglomeration economies in the hotel industry: The case of Spain. *European Journal of Management and Business Economics, 34*(1), 1–22. https://doi.org/10.1108/EJMBE-10-2021-0273

ANEXOS

ANEXO A – Questionário

Secção 1 de 12

Empreendedorismo e fatores de sucesso em empresas de alojamento local na ilha da Madeira, Portugal

Caro/a participante,

O presente questionário foi desenvolvido no âmbito de uma dissertação do Mestrado de Gestão de Empresas na Universidade Europeia, Lisboa, Portugal. Este questionário visa conhecer a sua opinião acerca do empreendedorismo e fatores de sucesso em empresas de alojamento local na ilha da Madeira, Portugal.

Pode participar neste estudo se tiver mais de 18 anos e for trabalhador.

O questionário demora cerca de 10 minutos a ser preenchido. Não há respostas certas ou erradas; o que é essencial é a sinceridade das respostas. Todas as informações recolhidas são inteiramente confidenciais e anónimas. As respostas individuais nunca serão conhecidas, uma vez que a análise que faremos incidirá sobre o conjunto dos trabalhadores. Para garantir a confidencialidade, não escreva o seu nome no questionário. Os dados serão utilizados apenas para fins de investigação. A participação neste estudo é voluntária e pode ser interrompida em qualquer altura.

Agradecemos desde já o seu tempo e a sua participação.

Após a secção 1 Continuar para a secção seguinte

Secção 2 de 12

Consentimento Informado

Descrição (opcional)

Declaro, que ao responder este questionário, expressa e inequivocamente consinto e autorizo que sejam tratados os meus dados para fins de investigação científica. *

- ○ Sim
- ○ Não

Competências Empreendedoras

Em baixo encontra uma lista de competências empreendedoras. Indique quanto acha que tem cada uma delas:

1. Identificação de oportunidades *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

2. Criação de oportunidades *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

3. Aquisição de recursos *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

4. Acesso ao financiamento *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Planeamento de negócios *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Competências financeiras *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

7. Competências de marketing *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

8. Competências de gestão *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

9. Competências de liderança *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

10. Competências de trabalho em equipa *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

11. Competências de comunicação *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

12. Habilidades de networking *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

13. Competências de aprendizagem *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

14. Capacidade de resolução de problemas *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

Caraterísticas individuais importantes para a atividade empreeendedora

Em baixo encontra uma lista de características individuais importantes para a atividade empreendedora. Indique quanto acha que tem cada uma delas.

1. Motivação *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

2. Autoconfiança *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

3. Paixão pelo empreendedorismo *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

4. Proatividade *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Iniciativa *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Compromisso *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

7. Trabalho árduo *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

8. Criatividade *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

9. Intuição *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

10. Necessidade de realização *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

11. Necessidade de Independência *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

12. Necessidade de poder *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

13. Tolerância ao risco financeiro

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

14. Capacidade de liderança *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

15. Organização *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

Após a secção 4 Continuar para a secção seguinte

Obstáculos ao empreendedorismo

Em baixo encontra uma lista de possíveis obstáculos que podem ser enfrentados nos empreendimentos de empreendedorismo. Indique o quanto acredita encontrá-los:

1. Cultural (por exemplo, atitudes sociais negativas em relação ao empreendedorismo) *

- ○ Nada
- ○ Um pouco
- ○ Mais ou menos
- ○ Suficiente
- ○ Muito

2. Falta de competências *

- ○ Nada
- ○ Um pouco
- ○ Mais ou menos
- ○ Suficiente
- ○ Muito

3. Falta de networking *

- ○ Nada
- ○ Um pouco
- ○ Mais ou menos
- ○ Suficiente
- ○ Muito

4. Barreiras de mercado *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Dificuldades em transformar ideias em negócios *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Falta de conhecimento sobre as fontes financeiras e como aceder às mesmas *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

7. Falta de ideias de marketing *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

8. Burocracia *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

9. Falta de competências de gestão *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

10. Falta de fundos *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

11. Falta de infraestruturas *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

12. Custos operacionais elevados (impostos, etc.) *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

13. Pressão social *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

Secção 6 de 12

Métodos para Promover a atividade empreendedora

Em baixo encontra uma lista de métodos para promover a atividade empreendedora. Indique o quanto acha que as formações sobre empreendedorismo devem incluir em cada uma delas.

1. Aconselhamento empresarial *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

2. Incubação/instalações de escritórios *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

3. Capital inicial *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

4. Oportunidades de networking *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Suporte de acompanhamento *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Facilidades económicas/financeiras *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

7. Educação *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

8. Exemplos de sucesso *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

9. Treinamento *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

10. Redes sociais e publicidade *

- ○ Nada
- ○ Um pouco
- ○ Mais ou menos
- ○ Suficiente
- ○ Muito

Atividades para promover o empreendedorismo

Em baixo encontra uma lista de atividades para promover o empreendedorismo. Indique o quanto acha que as formações de empreendedorismo devem incluir em cada uma delas

1. Desafiando o aprendiz a explorar todo o seu potencial *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

2. Desafiar o aprendiz a aumentar a sua consciência dos seus pontos fortes e fracos pessoais *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

3. Considerar os erros como oportunidades de aprendizagem em vez de fracassos *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

4. Aumentar a prontidão do aprendiz para assumir riscos *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Incentivando o pensamento crítico *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Estágio prático *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

7. Cursos especializados *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

8. Workshops, vídeos, conferências *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

9. Análise de estudos de caso de sucesso e insucesso *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

10. Espaços de networking *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

11. Cursos de networking *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

12. Educação em literacia financeira *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

13. Gestão de projetos (pedido de subvenção/fundos) *

- ○ Nada
- ○ Um pouco
- ○ Mais ou menos
- ○ Suficiente
- ○ Muito

Após a secção 7 Continuar para a secção seguinte

Secção 8 de 12

Etapas do processo de abertura de um empreendimento

Em baixo encontra uma lista das diferentes etapas do processo de abertura de um empreendimento. Indique o quão importante é o treino específico em cada etapa.

1. Avaliação de competências e características empreendedoras *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

2. Escolha e estruturação da ideia do empreendimento *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

3. Análise de mercado e produto *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente

4. Plano de negócios *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

5. Projeto piloto da ideia empreendedora *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

6. Alcançar a sustentabilidade da ideia empreendedora *

- Nada
- Um pouco
- Mais ou menos
- Suficiente
- Muito

Secção 9 de 12

Avaliação do meu alojamento local

Responda em função do(s) alojamento(s) do qual sou proprietário

1.O alojamento local do qual sou proprietário tem: *

- Nenhum sucesso
- Um pouco de sucesso
- Mais ou menos sucesso
- Sucesso suficiente
- Muito sucesso

2. A avaliação global feita pelos clientes é boa: *

- Nunca
- Poucas Vezes
- Algumas vezes
- Muitas vezes
- Sempre

3. Os clientes reclamam com frequência as condições físicas do mesmo: *

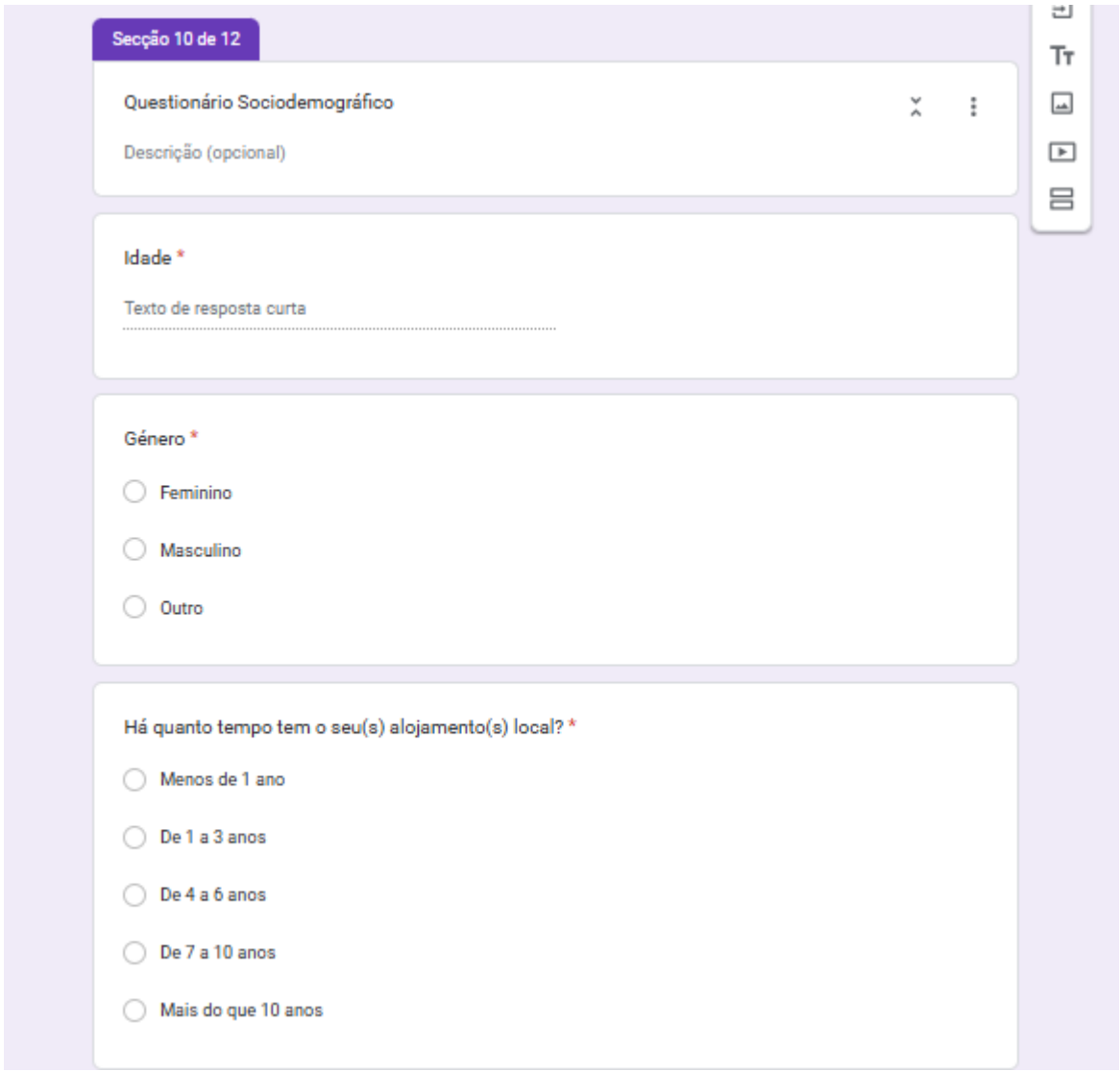
- Nunca
- Poucas Vezes
- Algumas vezes
- Muitas vezes

4. Os clientes reclamam com frequência o atendimento proporcionado: *

- ○ Nunca
- ○ Poucas Vezes
- ○ Algumas vezes
- ○ Muitas vezes
- ○ Sempre

5. Costumo receber pessoas recomendados por antigos clientes. *

- ○ Nunca
- ○ Poucas Vezes
- ○ Algumas vezes
- ○ Muitas vezes
- ○ Sempre


Secção 10 de 12
Questionário Sociodemográfico
Descrição (opcional)
Idade *
Texto de resposta curta
Género *
Feminino
Masculino
Outro
Há quanto tempo tem o seu(s) alojamento(s) local? *
Menos de 1 ano
De 1 a 3 anos
De 4 a 6 anos
De 7 a 10 anos
Mais do que 10 anos

Em que concelho se situa o(s) seu alojamento(s) local (maioritariamente) *

- Calheta
- Câmara de Lobos
- Funchal
- Machico
- Ponta do Sol
- Porto Moniz
- Porto Santo
- Ribeira Brava
- Santa Cruz
- Santana
- São Vicente

Habilitações Literárias *

- Igual ou inferior ao 12º ano
- Licenciatura ou Superior
- Option 3

Secção 11 de 12

Área de Formação

Descrição (opcional)

Qual a sua área de Formação? *

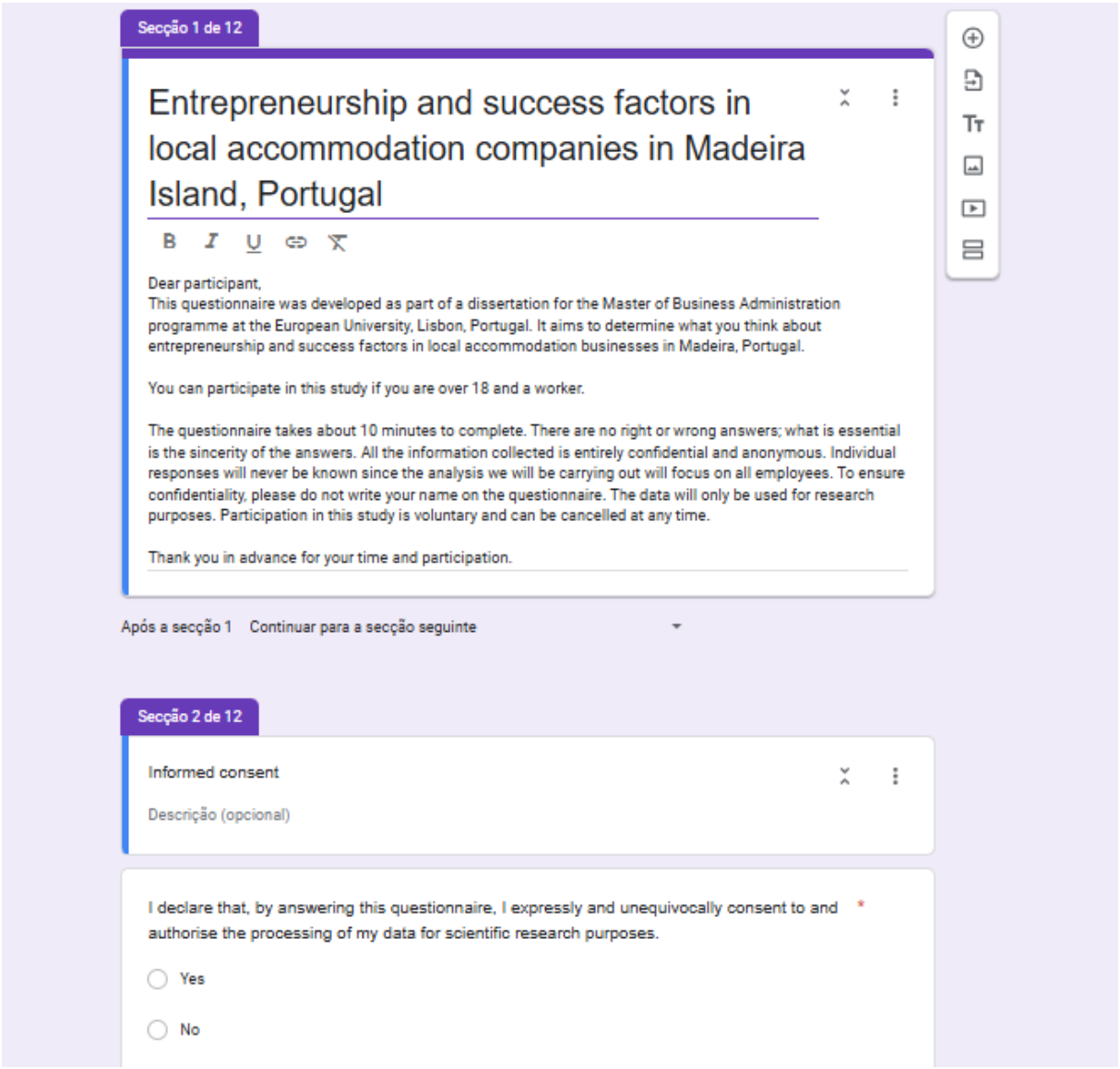
Texto de resposta curta

Após a secção 11 Continuar para a secção seguinte

Secção 12 de 12

Agradecimento

Obrigado pela sua participação neste estudo


Secção 1 de 12
Entrepreneurship and success factors in local accommodation companies in Madeira Island, Portugal
Dear participant,
This questionnaire was developed as part of a dissertation for the Master of Business Administration programme at the European University, Lisbon, Portugal. It aims to determine what you think about entrepreneurship and success factors in local accommodation businesses in Madeira, Portugal.
You can participate in this study if you are over 18 and a worker.
The questionnaire takes about 10 minutes to complete. There are no right or wrong answers; what is essential is the sincerity of the answers. All the information collected is entirely confidential and anonymous. Individual responses will never be known since the analysis we will be carrying out will focus on all employees. To ensure confidentiality, please do not write your name on the questionnaire. The data will only be used for research purposes. Participation in this study is voluntary and can be cancelled at any time.
Thank you in advance for your time and participation.
Após a secção 1 Continuar para a secção seguinte
Secção 2 de 12
Informed consent
Descrição (opcional)
I declare that, by answering this questionnaire, I expressly and unequivocally consent to and authorise the processing of my data for scientific research purposes. *
Yes
No

ANEXO B – Estatística descritiva da amostra

1. Género

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Feminino	51	56.0	56.0	56.0
	Masculino	40	44.0	44.0	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

2. Idade

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
2.. Idade	91	25	78	51.21	11.550
Valid N (listwise)	91				

3.. Habilitações Literárias

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igual ou inferior ao 12º ano	23	25.3	25.3	25.3
	Licenciatura ou Superior	68	74.7	74.7	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

4. Nacionalidade

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Outra	15	16.5	16.5	16.5
	Portuguesa	76	83.5	83.5	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

5.. Há quanto tempo tem o seu(s) alojamento(s) local?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 1 ano	12	13.2	13.2	13.2
	De 1 a 3 anos	32	35.2	35.2	48.4
	De 4 a 6 anos	18	19.8	19.8	68.1
	De 7 a 10 anos	17	18.7	18.7	86.8
	Mais do que 10 anos	12	13.2	13.2	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

6. Concelho

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Funchal	36	39.6	39.6	39.6
	Calheta	24	26.4	26.4	65.9
	Ponta do Sol	8	8.8	8.8	74.7
	Ribeira Brava	2	2.2	2.2	76.9
	Santa Cruz	3	3.3	3.3	80.2
	S. Vicente	3	3.3	3.3	83.5
	Machico	5	5.5	5.5	89.0
	Porto Moniz	5	5.5	5.5	94.5
	Câmara de Lobos	2	2.2	2.2	96.7
	Porto Santo	3	3.3	3.3	100.0

7. Qual a sua área de Formação?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		26	28.6	28.6	28.6
	Administração	2	2.2	2.2	30.8
	Administração de Empresas	1	1.1	1.1	31.9
	Assistente Social	1	1.1	1.1	33.0
	Cientista	1	1.1	1.1	34.1
	Comunicação	1	1.1	1.1	35.2
	Comunicação Social	1	1.1	1.1	36.3
	Contabilidade	2	2.2	2.2	38.5
	Cultura	1	1.1	1.1	39.6
	Direção e gestão hoteleira	1	1.1	1.1	40.7
	Economia	3	3.3	3.3	44.0
	Educação	14	15.4	15.4	59.3
	Educação Física e Desporto	1	1.1	1.1	60.4
	Empresário	2	2.2	2.2	62.6
	Enfermagem	1	1.1	1.1	63.7
	Engenharia	6	6.6	6.6	70.3
	Finanças	1	1.1	1.1	71.4
	Finanças e Gestão	1	1.1	1.1	72.5
	Gestão	3	3.3	3.3	75.8
	Gestão da diversidade e Serviço social	1	1.1	1.1	76.9
	Gestão de Turismo	2	2.2	2.2	79.1
	Gestão do Desporto	2	2.2	2.2	81.3
	Gestão hoteleira	1	1.1	1.1	82.4
	Informática	1	1.1	1.1	83.5
	Marketing	3	3.3	3.3	86.8

Nenhuma	1	1.1	1.1	87.9
Proteção Civil	1	1.1	1.1	89.0
Psicologia	3	3.3	3.3	92.3
Saúde	5	5.5	5.5	97.8
Turismo	1	1.1	1.1	98.9
Turismo e Gestão	1	1.1	1.1	100.0
Total	91	100.0	100.0	

*2. Género * Nacionalidade Crosstabulation*

		Nacionalidade		
		Outra	Portuguesa	Total
2. Género	Feminino	6	45	51
		40.0%	59.2%	56.0%
	Masculino	9	31	40
		60.0%	40.8%	44.0%
Total		15	76	91
		100.0%	100.0%	100.0%

*3. Há quanto tempo tem o seu(s) alojamento(s) local? * Nacionalidade Crosstabulation*

		Nacionalidade		
		Outra	Portuguesa	Total
3. Há quanto tempo tem o seu(s) alojamento(s) local?	Menos de 1 ano	4	8	12
		26.7%	10.5%	13.2%
	De 1 a 3 anos	4	28	32
		26.7%	36.8%	35.2%
	De 4 a 6 anos	3	15	18
		20.0%	19.7%	19.8%
	De 7 a 10 anos	2	15	17
		13.3%	19.7%	18.7%
	Mais do que 10 anos	2	10	12
		13.3%	13.2%	13.2%
Total		15	76	91
		100.0%	100.0%	100.0%

*4. Habilitações Literárias * Nacionalidade Crosstabulation*

		Nacionalidade		
		Outra	Portuguesa	Total
4. Habilitações Literárias	Igual ou inferior ao 12º ano	3	20	23
		20.0%	26.3%	25.3%
	Licenciatura ou Superior	12	56	68
		80.0%	73.7%	74.7%
Total		15	76	91
		100.0%	100.0%	100.0%

*Concelho * Nacionalidade Crosstabulation*

		Nacionalidade		
		Outra	Portuguesa	Total
Concelho	Funchal	7	29	36
		46.7%	38.2%	39.6%
	Calheta	7	17	24
		46.7%	22.4%	26.4%
	Ponta do Sol	0	8	8
		0.0%	10.5%	8.8%
	Ribeira Brava	0	2	2
		0.0%	2.6%	2.2%
	Santa Cruz	0	3	3
		0.0%	3.9%	3.3%
	S. Vicente	1	2	3
		6.7%	2.6%	3.3%
	Machico	0	5	5
		0.0%	6.6%	5.5%
	Porto Moniz	0	5	5
		0.0%	6.6%	5.5%
	Câmara de Lobos	0	2	2
		0.0%	2.6%	2.2%
	Porto Santo	0	3	3
		0.0%	3.9%	3.3%
Total		15	76	91
		100.0%	100.0%	100.0%

ANEXO C – Qualidades métricas das escalas

Fiabilidade

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Identificação de oportunidades	48.76	101.296	.721	.938
2. Criação de oportunidades	48.82	100.702	.736	.937
3. Aquisição de recursos	48.99	98.989	.802	.935
4. Acesso ao financiamento	49.75	98.947	.570	.945
5. Planeamento de negócios	49.12	99.330	.773	.936
6. Competências financeiras	48.95	99.808	.801	.936
7. Competências de *marketing*	49.27	98.335	.748	.937
8. Competências de gestão	48.71	98.762	.811	.935
9. Competências de liderança	48.58	101.913	.786	.936
10. Competências de trabalho em equipa	48.53	105.563	.545	.942
11. Competências de comunicação	48.45	104.628	.680	.939
12. Habilidades de *networking*	48.92	101.027	.704	.938
13. Competências de aprendizagem	48.42	103.979	.720	.938
14. Capacidade de resolução de problemas	48.30	104.300	.700	.939

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Motivação	56.38	80.950	.704	.928
2. Autoconfiança	56.52	81.186	.751	.927
3. Paixão pelo empreendedorismo	56.69	78.415	.749	.926
4. Proatividade	56.53	80.919	.762	.926
5. Iniciativa	56.43	81.248	.769	.926
6. Compromisso	56.27	79.979	.725	.927
7. Trabalho árduo	56.34	80.849	.689	.928
8. Criatividade	56.65	81.342	.700	.928
9. Intuição	56.65	79.919	.714	.927
10. Necessidade de realização	56.57	80.425	.724	.927
11. Necessidade de Independência	56.48	81.253	.690	.928
12. Necessidade de poder	57.38	80.439	.458	.938
13. Tolerância ao risco financeiro	57.26	83.330	.445	.935
14. Capacidade de liderança	56.52	79.941	.758	.926
15. Organização	56.40	81.886	.630	.930

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Cultural (por exemplo, atitudes sociais negativas em relação ao empreendedorismo)	36.35	108.008	.450	.914
2. Falta de competências	36.27	103.246	.668	.906
3. Falta de *networking*	36.29	104.651	.675	.906
4. Barreiras de mercado	36.29	103.562	.664	.906
5. Dificuldades em transformar ideias em negócios	36.12	102.552	.684	.905

6. Falta de conhecimento sobre as fontes financeiras e como aceder às mesmas	35.99	101.722	.706	.904
7. Falta de ideias de *marketing*	36.27	103.779	.683	.905
8. Burocracia	35.37	101.659	.676	.905
9. Falta de competências de gestão	36.31	101.615	.722	.904
10. Falta de fundos	35.96	99.687	.745	.902
11. Falta de infraestruturas	36.21	103.434	.648	.907
12. Custos operacionais elevados (impostos, etc.)	35.36	105.100	.558	.910
13. Pressão social	36.40	106.997	.447	.915

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Aconselhamento empresarial	32.00	64.733	.610	.915
2. Incubação/instalações de escritórios	32.75	66.013	.493	.922
3. Capital inicial	32.10	64.979	.641	.913
4. Oportunidades de *networking*	32.07	61.818	.796	.904
5. Suporte de acompanhamento	32.05	62.830	.826	.903
6. Facilidades económicas/financeiras	32.08	62.272	.792	.904
7. Educação	31.66	65.760	.601	.915
8. Exemplos de sucesso	31.89	64.010	.743	.907
9. Treinamento	32.00	61.378	.790	.904
10. Redes sociais e publicidade	32.04	63.154	.691	.910

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Desafiando o aprendiz a explorar todo o seu potencial	44.62	124.395	.780	.947
2. Desafiar o aprendiz a aumentar a sua consciência dos seus pontos fortes e fracos pessoais	44.58	124.557	.739	.948
3. Considerar os erros como oportunidades de aprendizagem em vez de fracassos	44.35	127.519	.646	.950
4. Aumentar a prontidão do aprendiz para assumir riscos	44.62	124.884	.731	.948
5. Incentivando o pensamento crítico	44.42	122.979	.789	.946
6. Estágio prático	44.81	120.220	.738	.948
7. Cursos especializados	44.88	121.063	.784	.946
8. Workshops, vídeos, conferências	44.97	123.632	.708	.948
9. Análise de estudos de caso de sucesso e insucesso	44.95	121.653	.799	.946
10. Espaços de *networking*	45.08	120.605	.815	.945
11. Cursos de *networking*	45.23	120.757	.757	.947
12. Educação em literacia financeira	44.57	122.759	.719	.948
13. Gestão de projetos (pedido de subvenção/fundos)	44.87	119.738	.812	.945

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. Avaliação de competências e características empreendedoras	19.16	20.206	.749	.903
2. Escolha e estruturação da ideia do empreendimento	18.91	19.614	.802	.896
3. Análise de mercado e produto	18.75	19.702	.805	.895
4. Plano de negócios	18.79	19.678	.820	.894
5. Projeto piloto da ideia empreendedora	19.25	19.391	.676	.916
6. Alcançar a sustentabilidade da ideia empreendedora	18.87	19.805	.751	.903

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1.O alojamento local do qual sou proprietário tem:	4.27	.513	.597	.
2. A avaliação global feita pelos clientes é boa:	4.04	.687	.597	.

Sensibilidade

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1. Identificação de oportunidades	91	0	4.00	-.573	.253	-.686	.500	2	5
2. Criação de oportunidades	91	0	4.00	-.569	.253	-.503	.500	1	5
3. Aquisição de recursos	91	0	4.00	-.572	.253	-.315	.500	1	5
4. Acesso ao financiamento	91	0	3.00	.007	.253	-1.409	.500	1	5
5. Planeamento de negócios	91	0	4.00	-.570	.253	-.221	.500	1	5
6. Competências financeiras	91	0	4.00	-.889	.253	.497	.500	1	5
7. Competências de *marketing*	91	0	4.00	-.542	.253	-.542	.500	1	5
8. Competências de gestão	91	0	4.00	-1.061	.253	.766	.500	1	5
9. Competências de liderança	91	0	4.00	-1.143	.253	1.797	.500	1	5
10. Competências de trabalho em equipa	91	0	4.00	-1.194	.253	1.562	.500	1	5
11. Competências de comunicação	91	0	4.00	-1.080	.253	1.698	.500	1	5
12. Habilidades de *networking*	91	0	4.00	-.763	.253	.179	.500	1	5
13. Competências de aprendizagem	91	0	4.00	-1.144	.253	1.848	.500	1	5
14. Capacidade de resolução de problemas	91	0	4.00	-1.524	.253	2.982	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		Maximum
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	
1. Motivação	91	0	4.00	-1.452	.253	2.669	.500	1	5
2. Autoconfiança	91	0	4.00	-1.105	.253	2.434	.500	1	5
3. Paixão pelo empreendedorismo	91	0	4.00	-.935	.253	.653	.500	1	5
4. Proatividade	91	0	4.00	-1.059	.253	2.175	.500	1	5
5. Iniciativa	91	0	4.00	-1.177	.253	2.836	.500	1	5
6. Compromisso	91	0	5.00	-1.590	.253	2.385	.500	1	5
7. Trabalho árduo	91	0	5.00	-1.383	.253	2.024	.500	1	5
8. Criatividade	91	0	4.00	-.751	.253	1.066	.500	1	5
9. Intuição	91	0	4.00	-.914	.253	.727	.500	1	5
10. Necessidade de realização	91	0	4.00	-1.009	.253	1.297	.500	1	5
11. Necessidade de Independência	91	0	4.00	-1.144	.253	1.848	.500	1	5
12. Necessidade de poder	91	0	4.00	-.447	.253	-.790	.500	1	5
13. Tolerância ao risco financeiro	91	0	4.00	-.488	.253	-.081	.500	1	5
14. Capacidade de liderança	91	0	4.00	-1.120	.253	1.564	.500	1	5
15. Organização	91	0	4.00	-1.288	.253	1.976	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1. Cultural (por exemplo, atitudes sociais negativas em relação ao empreendedorismo)	91	0	3.00	.307	.253	-.750	.500	1	5
2. Falta de competências	91	0	3.00	.142	.253	-.824	.500	1	5
3. Falta de *networking*	91	0	3.00	.328	.253	-.498	.500	1	5
4. Barreiras de mercado	91	0	3.00	.288	.253	-.710	.500	1	5
5. Dificuldades em transformar ideias em negócios	91	0	3.00	.279	.253	-.839	.500	1	5
6. Falta de conhecimento sobre as fontes financeiras e como aceder às mesmas	91	0	3.00	-.066	.253	-.888	.500	1	5
7. Falta de ideias de *marketing*	91	0	3.00	-.031	.253	-.788	.500	1	5
8. Burocracia	91	0	4.00	-.619	.253	-.731	.500	1	5
9. Falta de competências de gestão	91	0	3.00	.142	.253	-1.025	.500	1	5
10. Falta de fundos	91	0	3.00	.010	.253	-1.076	.500	1	5
11. Falta de infraestruturas	91	0	3.00	.216	.253	-.793	.500	1	5
12. Custos operacionais elevados (impostos, etc.)	91	0	4.00	-.583	.253	-.799	.500	1	5
13. Pressão social	91	0	3.00	.103	.253	-1.204	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1. Aconselhamento empresarial	91	0	4.00	-.543	.253	-.519	.500	1	5
2. Incubação/instalações de escritórios	91	0	3.00	.004	.253	-1.072	.500	1	5
3. Capital inicial	91	0	4.00	-.591	.253	-.269	.500	1	5
4. Oportunidades de *networking*	91	0	4.00	-.589	.253	-.329	.500	1	5
5. Suporte de acompanhamento	91	0	4.00	-.697	.253	.059	.500	1	5
6. Facilidades económicas/financeiras	91	0	4.00	-.485	.253	-.359	.500	1	5
7. Educação	91	0	4.00	-1.195	.253	.858	.500	1	5
8. Exemplos de sucesso	91	0	4.00	-.830	.253	.398	.500	1	5
9. Treinamento	91	0	4.00	-.680	.253	-.420	.500	1	5
10. Redes sociais e publicidade	91	0	4.00	-.676	.253	-.335	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1. Desafiando o aprendiz a explorar todo o seu potencial	91	0	4.00	-.872	.253	.680	.500	1	5
2. Desafiar o aprendiz a aumentar a sua consciência dos seus pontos fortes e fracos pessoais	91	0	4.00	-1.041	.253	.897	.500	1	5
3. Considerar os erros como oportunidades de aprendizagem em vez de fracassos	91	0	4.00	-1.329	.253	1.532	.500	1	5
4. Aumentar a prontidão do aprendiz para assumir riscos	91	0	4.00	-1.003	.253	.646	.500	1	5
5. Incentivando o pensamento crítico	91	0	4.00	-1.237	.253	.966	.500	1	5

6. Estágio prático	91	0	4.00	-.828	.253	-.373	.500	1	5
7. Cursos especializados	91	0	4.00	-.720	.253	-.245	.500	1	5
8. Workshops, vídeos, conferências	91	0	4.00	-.625	.253	-.183	.500	1	5
9. Análise de estudos de caso de sucesso e insucesso	91	0	4.00	-.629	.253	-.229	.500	1	5
10. Espaços de *networking*	91	0	3.00	-.503	.253	-.286	.500	1	5
11. Cursos de *networking*	91	0	3.00	-.346	.253	-.761	.500	1	5
12. Educação em literacia financeira	91	0	4.00	-1.099	.253	.438	.500	1	5
13. Gestão de projetos (pedido de subvenção/fundos)	91	0	4.00	-.667	.253	-.443	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1. Avaliação de competências e características empreendedoras	91	0	4.00	-.640	.253	.292	.500	1	5
2. Escolha e estruturação da ideia do empreendimento	91	0	4.00	-.801	.253	.337	.500	1	5
3. Análise de mercado e produto	91	0	4.00	-1.121	.253	1.080	.500	1	5
4. Plano de negócios	91	0	4.00	-1.004	.253	.921	.500	1	5
5. Projeto piloto da ideia empreendedora	91	0	4.00	-.684	.253	-.291	.500	1	5
6. Alcançar a sustentabilidade da ideia empreendedora	91	0	4.00	-.923	.253	.369	.500	1	5

Statistics

	N				Std. Error of		Std. Error of		
	Valid	Missing	Median	Skewness	Skewness	Kurtosis	Kurtosis	Minimum	Maximum
1.O alojamento local do qual sou proprietário tem:	91	0	4.00	-1.041	.253	1.691	.500	1	5
2. A avaliação global feita pelos clientes é boa:	91	0	4.00	-1.390	.253	4.354	.500	1	5

ANEXO D – Estatística descritiva das variáveis em estudo

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CompEmp	91	3.7559	.77233	.08096
CatInd	91	4.0432	.64055	.06715
ObsEmp	91	3.0076	.84491	.08857
MetPEmp	91	3.5626	.88275	.09254
AProEmp	91	3.7303	.92111	.09656
Etapas	91	3.7912	.88107	.09236
Suces	91	4.1593	.69073	.07241

One-Sample Test

	Test Value = 3						
			Significance			95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Lower	Upper
CompEmp	9.336	90	<.001	<.001	.75589	.5950	.9167
CatInd	15.536	90	<.001	<.001	1.04322	.9098	1.1766
ObsEmp	.086	90	.466	.932	.00761	-.1684	.1836
MetPEmp	6.080	90	<.001	<.001	.56264	.3788	.7465
AProEmp	7.564	90	<.001	<.001	.73035	.5385	.9222
Etapas	8.566	90	<.001	<.001	.79121	.6077	.9747
Suces	16.011	90	<.001	<.001	1.15934	1.0155	1.3032

One-Sample Effect Sizes

				95% Confidence Interval	
		Standardizer[a]	Point Estimate	Lower	Upper
CompEmp	Cohen's d	.77233	.979	.727	1.227
	Hedges' correction	.77884	.971	.721	1.217
CatInd	Cohen's d	.64055	1.629	1.312	1.941
	Hedges' correction	.64595	1.615	1.302	1.924
ObsEmp	Cohen's d	.84491	.009	-.196	.214
	Hedges' correction	.85204	.009	-.195	.213
MetPEmp	Cohen's d	.88275	.637	.410	.861
	Hedges' correction	.89020	.632	.407	.854
AProEmp	Cohen's d	.92111	.793	.555	1.027
	Hedges' correction	.92887	.786	.551	1.018
Etapas	Cohen's d	.88107	.898	.653	1.140
	Hedges' correction	.88850	.890	.647	1.130
Suces	Cohen's d	.69073	1.678	1.357	1.996
	Hedges' correction	.69655	1.664	1.345	1.979

a. The denominator used in estimating the effect sizes.

Cohen's d uses the sample standard deviation.

Hedges' correction uses the sample standard deviation, plus a correction factor.

ANEXO E – Efeito das variáveis sociodemográficas nas variáveis em estudo

Group Statistics

	2. Género	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CompEmp	Feminino	51	3.8277	.72579	.10163
	Masculino	40	3.6643	.82814	.13094
CatInd	Feminino	51	4.2353	.42674	.05976
	Masculino	40	3.7983	.77695	.12285
ObsEmp	Feminino	51	2.9080	.81655	.11434
	Masculino	40	3.1346	.87355	.13812
MetPEmp	Feminino	51	3.6667	.93673	.13117
	Masculino	40	3.4300	.80070	.12660
AProEmp	Feminino	51	3.8944	.95496	.13372
	Masculino	40	3.5212	.84184	.13311
Etapas	Feminino	51	3.9771	.84657	.11854
	Masculino	40	3.5542	.87737	.13872
Suces	Feminino	51	4.2745	.67315	.09426
	Masculino	40	4.0125	.69326	.10961

		Levene's Test							
						Significance			
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference
CompEmp	Equal variances assumed	1.263	.264	1.002	89	.160	.319	.16345	.16312
	Equal variances not assumed			.986	78.049	.164	.327	.16345	.16575
CatInd	Equal variances assumed	7.344	.008	3.416	89	<.001	<.001	.43696	.12792
	Equal variances not assumed			3.199	57.144	.001	.002	.43696	.13661
ObsEmp	Equal variances assumed	.130	.720	-1.274	89	.103	.206	-.22662	.17784
	Equal variances not assumed			-1.264	81.071	.105	.210	-.22662	.17931
MetPEmp	Equal variances assumed	1.473	.228	1.274	89	.103	.206	.23667	.18580

	Equal variances not assumed			1.298	88.303	.099	.198	.23667	.18230
AProEmp	Equal variances assumed	.217	.643	1.948	89	.027	.055	.37327	.19159
	Equal variances not assumed			1.978	87.739	.026	.051	.37327	.18868
Etapas	Equal variances assumed	.010	.921	2.328	89	.011	.022	.42296	.18168
	Equal variances not assumed			2.318	82.458	.011	.023	.42296	.18248
Suces	Equal variances assumed	.003	.954	1.819	89	.036	.072	.26201	.14405
	Equal variances not assumed			1.812	82.722	.037	.074	.26201	.14457

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
CompEmp	Menos de 1 ano	12	3.2500	.86603	.25000	1.36	4.36
	De 1 a 3 anos	32	3.5603	.84284	.14899	1.21	5.00
	De 4 a 6 anos	18	3.9921	.55755	.13141	2.64	4.57
	De 7 a 10 anos	17	4.0882	.56046	.13593	2.71	4.86
	Mais do que 10 anos	12	3.9583	.70280	.20288	2.64	5.00
	Total	91	3.7559	.77233	.08096	1.21	5.00
CatInd	Menos de 1 ano	12	3.7278	.53519	.15450	2.80	4.40
	De 1 a 3 anos	32	3.9708	.82331	.14554	1.00	5.00
	De 4 a 6 anos	18	4.2037	.41694	.09827	3.47	4.80
	De 7 a 10 anos	17	4.2000	.48189	.11688	3.33	5.00
	Mais do que 10 anos	12	4.0889	.58970	.17023	2.93	5.00
	Total	91	4.0432	.64055	.06715	1.00	5.00
ObsEmp	Menos de 1 ano	12	3.2115	.77281	.22309	1.62	4.38
	De 1 a 3 anos	32	2.8990	.83980	.14846	1.00	4.54
	De 4 a 6 anos	18	3.0214	.67515	.15914	2.08	4.77
	De 7 a 10 anos	17	2.9593	.98627	.23920	1.15	4.62
	Mais do que 10 anos	12	3.1410	1.01672	.29350	1.15	4.54
	Total	91	3.0076	.84491	.08857	1.00	4.77
MetPEmp	Menos de 1 ano	12	3.2417	.85116	.24571	1.30	4.60
	De 1 a 3 anos	32	3.3281	.91765	.16222	1.00	4.80
	De 4 a 6 anos	18	3.9167	.69979	.16494	2.90	5.00
	De 7 a 10 anos	17	3.6353	.93001	.22556	1.30	5.00

	Mais do que 10 anos	12	3.8750	.81923	.23649	2.80	5.00
	Total	91	3.5626	.88275	.09254	1.00	5.00
AProEmp	Menos de 1 ano	12	3.2244	1.12311	.32422	1.00	4.92
	De 1 a 3 anos	32	3.6563	.98761	.17459	1.00	5.00
	De 4 a 6 anos	18	3.8547	.62930	.14833	3.00	5.00
	De 7 a 10 anos	17	3.9638	.96963	.23517	1.00	5.00
	Mais do que 10 anos	12	3.9167	.71370	.20603	3.15	5.00
	Total	91	3.7303	.92111	.09656	1.00	5.00
Etapas	Menos de 1 ano	12	3.1806	1.01120	.29191	1.00	4.17
	De 1 a 3 anos	32	3.7344	.92734	.16393	1.00	5.00
	De 4 a 6 anos	18	3.9815	.54500	.12846	2.83	5.00
	De 7 a 10 anos	17	3.9314	.94292	.22869	2.00	5.00
	Mais do que 10 anos	12	4.0694	.75028	.21659	3.00	5.00
	Total	91	3.7912	.88107	.09236	1.00	5.00
Suces	Menos de 1 ano	12	3.4167	1.06244	.30670	1.00	5.00
	De 1 a 3 anos	32	4.0313	.53788	.09508	2.00	5.00
	De 4 a 6 anos	18	4.5278	.40118	.09456	4.00	5.00
	De 7 a 10 anos	17	4.3529	.52335	.12693	3.50	5.00
	Mais do que 10 anos	12	4.4167	.55732	.16088	3.50	5.00
	Total	91	4.1593	.69073	.07241	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
CompEmp	Between Groups	7.669	4	1.917	3.583	.009
	Within Groups	46.015	86	.535		
	Total	53.684	90			
CatInd	Between Groups	2.268	4	.567	1.407	.238
	Within Groups	34.660	86	.403		
	Total	36.928	90			
ObsEmp	Between Groups	1.133	4	.283	.386	.818
	Within Groups	63.116	86	.734		
	Total	64.249	90			
MetPEmp	Between Groups	6.513	4	1.628	2.201	.076
	Within Groups	63.620	86	.740		
	Total	70.133	90			
AProEmp	Between Groups	4.869	4	1.217	1.464	.220
	Within Groups	71.490	86	.831		
	Total	76.359	90			
Etapas	Between Groups	6.493	4	1.623	2.203	.075

	Within Groups	63.374	86	.737		
	Total	69.866	90			
Suces	Between Groups	11.019	4	2.755	7.422	<.001
	Within Groups	31.921	86	.371		
	Total	42.940	90			

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
CompEmp	Funchal	36	4.0615	.48540	.08090	3.21	5.00
	Calheta	24	3.6399	1.00011	.20415	1.21	4.93
	Ponta do Sol	8	3.5179	.71301	.25209	2.00	4.21
	Ribeira Brava	2	3.9286	.50508	.35714	3.57	4.29
	Santa Cruz	3	3.5000	.74231	.42857	2.64	3.93
	S. Vicente	3	3.2381	.74345	.42923	2.64	4.07
	Machico	5	3.4429	.95217	.42582	2.14	4.36
	Porto Moniz	5	4.0000	.71250	.31864	3.36	5.00
	Câmara de Lobos	2	2.5000	.00000	.00000	2.50	2.50
	Porto Santo	3	3.2619	.66368	.38318	2.71	4.00
	Total	91	3.7559	.77233	.08096	1.21	5.00
CatInd	Funchal	36	4.2852	.40618	.06770	3.13	5.00
	Calheta	24	3.8861	.80229	.16377	1.00	5.00
	Ponta do Sol	8	3.5667	.78881	.27889	2.00	4.60
	Ribeira Brava	2	3.8333	.70711	.50000	3.33	4.33
	Santa Cruz	3	4.0889	.65433	.37778	3.33	4.47
	S. Vicente	3	3.9556	.56699	.32735	3.53	4.60
	Machico	5	4.3333	.42164	.18856	3.67	4.73
	Porto Moniz	5	4.3067	.42322	.18927	3.60	4.67
	Câmara de Lobos	2	3.1333	.47140	.33333	2.80	3.47
	Porto Santo	3	3.5333	.50332	.29059	3.07	4.07
	Total	91	4.0432	.64055	.06715	1.00	5.00
ObsEmp	Funchal	36	2.9231	.84385	.14064	1.15	4.77
	Calheta	24	3.0513	1.00030	.20419	1.00	4.54
	Ponta do Sol	8	2.9615	.83560	.29543	1.38	3.62
	Ribeira Brava	2	3.2308	.10879	.07692	3.15	3.31
	Santa Cruz	3	3.4103	1.24352	.71795	2.08	4.54
	S. Vicente	3	3.5641	.65422	.37772	2.92	4.23
	Machico	5	2.6308	.36650	.16390	2.08	3.08
	Porto Moniz	5	3.1231	.78182	.34964	2.31	4.38
	Câmara de Lobos	2	3.0769	.32636	.23077	2.85	3.31

	Porto Santo	3	3.0769	.93264	.53846	2.08	3.92
	Total	91	3.0076	.84491	.08857	1.00	4.77
MetPEmp	Funchal	36	3.6806	.80385	.13398	1.30	5.00
	Calheta	24	3.4750	1.03388	.21104	1.00	5.00
	Ponta do Sol	8	3.4000	.83324	.29459	1.80	4.30
	Ribeira Brava	2	3.5500	1.48492	1.05000	2.50	4.60
	Santa Cruz	3	3.8000	1.51327	.87369	2.10	5.00
	S. Vicente	3	3.8000	.40000	.23094	3.40	4.20
	Machico	5	3.1600	.77006	.34438	1.90	4.00
	Porto Moniz	5	3.8600	.80187	.35861	2.70	4.90
	Câmara de Lobos	2	2.9000	.28284	.20000	2.70	3.10
	Porto Santo	3	3.4333	1.12398	.64893	2.20	4.40
	Total	91	3.5626	.88275	.09254	1.00	5.00
AProEmp	Funchal	36	3.8739	.87728	.14621	1.00	5.00
	Calheta	24	3.5096	1.09230	.22296	1.00	5.00
	Ponta do Sol	8	3.5192	.71187	.25168	2.00	4.31
	Ribeira Brava	2	3.9231	1.41421	1.00000	2.92	4.92
	Santa Cruz	3	3.3846	1.74227	1.00590	1.54	5.00
	S. Vicente	3	4.2308	.61056	.35251	3.77	4.92
	Machico	5	3.6923	.90854	.40631	2.31	4.46
	Porto Moniz	5	4.1538	.44522	.19911	3.54	4.77
	Câmara de Lobos	2	3.1923	.70711	.50000	2.69	3.69
	Porto Santo	3	3.7692	.20352	.11750	3.62	4.00
	Total	91	3.7303	.92111	.09656	1.00	5.00
Etapas	Funchal	36	3.9722	.70204	.11701	2.17	5.00
	Calheta	24	3.3958	1.12483	.22961	1.00	5.00
	Ponta do Sol	8	3.5625	.68393	.24181	2.00	4.17
	Ribeira Brava	2	3.7500	1.06066	.75000	3.00	4.50
	Santa Cruz	3	3.8889	1.08440	.62608	2.83	5.00
	S. Vicente	3	4.0000	.33333	.19245	3.67	4.33
	Machico	5	4.3000	.78528	.35119	3.00	5.00
	Porto Moniz	5	4.3333	.84984	.38006	2.83	4.83
	Câmara de Lobos	2	3.5000	.94281	.66667	2.83	4.17
	Porto Santo	3	3.5556	.91793	.52997	2.50	4.17
	Total	91	3.7912	.88107	.09236	1.00	5.00
Suces	Funchal	36	4.4028	.49018	.08170	3.50	5.00
	Calheta	24	3.8958	.87202	.17800	1.00	5.00
	Ponta do Sol	8	4.0000	.92582	.32733	2.00	5.00
	Ribeira Brava	2	3.7500	.35355	.25000	3.50	4.00
	Santa Cruz	3	4.0000	.50000	.28868	3.50	4.50
	S. Vicente	3	4.1667	.76376	.44096	3.50	5.00

	Machico	5	4.2000	.57009	.25495	3.50	5.00
	Porto Moniz	5	4.5000	.50000	.22361	4.00	5.00
	Câmara de Lobos	2	3.2500	.35355	.25000	3.00	3.50
	Porto Santo	3	4.1667	.28868	.16667	4.00	4.50
	Total	91	4.1593	.69073	.07241	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
CompEmp	Between Groups	9.874	9	1.097	2.028	.046
	Within Groups	43.811	81	.541		
	Total	53.684	90			
CatInd	Between Groups	7.838	9	.871	2.425	.017
	Within Groups	29.090	81	.359		
	Total	36.928	90			
ObsEmp	Between Groups	2.636	9	.293	.385	.939
	Within Groups	61.613	81	.761		
	Total	64.249	90			
MetPEmp	Between Groups	3.416	9	.380	.461	.897
	Within Groups	66.717	81	.824		
	Total	70.133	90			
AProEmp	Between Groups	4.940	9	.549	.622	.775
	Within Groups	71.420	81	.882		
	Total	76.359	90			
Etapas	Between Groups	8.613	9	.957	1.265	.268
	Within Groups	61.254	81	.756		
	Total	69.866	90			
Suces	Between Groups	6.657	9	.740	1.651	.115
	Within Groups	36.283	81	.448		
	Total	42.940	90			

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
CompEmp	Predominantemente Urbano	51	3.8543	.65745	.09206	2.14	5.00
	Medianamente Urbano	11	3.4416	.69533	.20965	2.00	4.21
	Predominantemente Rural	29	3.7020	.95566	.17746	1.21	5.00
	Total	91	3.7559	.77233	.08096	1.21	5.00

CatInd	Predominantemente Urbano	51	4.1712	.50583	.07083	2.80	5.00
	Medianamente Urbano	11	3.6727	.72996	.22009	2.00	4.60
	Predominantemente Rural	29	3.9586	.76187	.14148	1.00	5.00
	Total	91	4.0432	.64055	.06715	1.00	5.00
ObsEmp	Predominantemente Urbano	51	2.9502	.79775	.11171	1.15	4.77
	Medianamente Urbano	11	3.1259	.80844	.24375	1.38	4.23
	Predominantemente Rural	29	3.0637	.95394	.17714	1.00	4.54
	Total	91	3.0076	.84491	.08857	1.00	4.77
MetPEmp	Predominantemente Urbano	51	3.5863	.85744	.12007	1.30	5.00
	Medianamente Urbano	11	3.5091	.74358	.22420	1.80	4.30
	Predominantemente Rural	29	3.5414	.99589	.18493	1.00	5.00
	Total	91	3.5626	.88275	.09254	1.00	5.00
AProEmp	Predominantemente Urbano	51	3.7964	.89929	.12593	1.00	5.00
	Medianamente Urbano	11	3.7133	.73468	.22151	2.00	4.92
	Predominantemente Rural	29	3.6207	1.03427	.19206	1.00	5.00
	Total	91	3.7303	.92111	.09656	1.00	5.00
Etapas	Predominantemente Urbano	51	3.9477	.73974	.10358	2.17	5.00
	Medianamente Urbano	11	3.6818	.62563	.18863	2.00	4.33
	Predominantemente Rural	29	3.5575	1.12800	.20946	1.00	5.00
	Total	91	3.7912	.88107	.09236	1.00	5.00
Suces	Predominantemente Urbano	51	4.2745	.53211	.07451	3.00	5.00
	Medianamente Urbano	11	4.0455	.85013	.25632	2.00	5.00
	Predominantemente Rural	29	4.0000	.84515	.15694	1.00	5.00
	Total	91	4.1593	.69073	.07241	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
CompEmp	Between Groups	1.665	2	.833	1.409	.250
	Within Groups	52.019	88	.591		
	Total	53.684	90			
CatInd	Between Groups	2.553	2	1.277	3.268	.043
	Within Groups	34.374	88	.391		
	Total	36.928	90			
ObsEmp	Between Groups	.413	2	.206	.285	.753
	Within Groups	63.836	88	.725		
	Total	64.249	90			
MetPEmp	Between Groups	.073	2	.037	.046	.955
	Within Groups	70.060	88	.796		

	Total	70.133	90			
AProEmp	Between Groups	.574	2	.287	.333	.717
	Within Groups	75.785	88	.861		
	Total	76.359	90			
Etapas	Between Groups	2.965	2	1.483	1.950	.148
	Within Groups	66.901	88	.760		
	Total	69.866	90			
Suces	Between Groups	1.555	2	.778	1.654	.197
	Within Groups	41.384	88	.470		
	Total	42.940	90			

Group Statistics

	5. Habilitações Literárias	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CompEmp	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.5186	1.09312	.22793
	Licenciatura ou Superior	68	3.8361	.61890	.07505
CatInd	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.8870	.93947	.19589
	Licenciatura ou Superior	68	4.0961	.50013	.06065
ObsEmp	Igual ou inferior ao 12º ano	23	2.8796	1.06961	.22303
	Licenciatura ou Superior	68	3.0509	.75878	.09202
MetPEmp	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.4261	1.18713	.24753
	Licenciatura ou Superior	68	3.6088	.75858	.09199
AProEmp	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.3445	1.15078	.23995
	Licenciatura ou Superior	68	3.8609	.79778	.09674
Etapas	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.3261	1.18116	.24629
	Licenciatura ou Superior	68	3.9485	.69663	.08448
Suces	Igual ou inferior ao 12º ano	23	3.6739	.93673	.19532
	Licenciatura ou Superior	68	4.3235	.49448	.05996

		Levene's Test							
						Significance			
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference
CompEmp	Equal variances assumed	13.000	<.001	-1.723	89	.044	.088	-.31750	.18429
	Equal variances not assumed			-1.323	26.925	.098	.197	-.31750	.23997
CatInd	Equal variances assumed	7.233	.009	-1.360	89	.089	.177	-.20912	.15379

	Equal variances not assumed			-1.020	26.340	.159	.317	-.20912	.20507
ObsEmp	Equal variances assumed	7.891	.006	-.839	89	.202	.404	-.17131	.20414
	Equal variances not assumed			-.710	29.843	.242	.483	-.17131	.24127
MetPEmp	Equal variances assumed	8.550	.004	-.857	89	.197	.394	-.18274	.21325
	Equal variances not assumed			-.692	28.319	.247	.495	-.18274	.26408
AProEmp	Equal variances assumed	4.821	.031	-2.384	89	.010	.019	-.51638	.21662
	Equal variances not assumed			-1.996	29.478	.028	.055	-.51638	.25872
Etapas	Equal variances assumed	12.405	<.001	-3.062	89	.001	.003	-.62244	.20328
	Equal variances not assumed			-2.391	27.357	.012	.024	-.62244	.26038
Suces	Equal variances assumed	9.504	.003	-4.253	89	<.001	<.001	-.64962	.15274
	Equal variances not assumed			-3.179	26.266	.002	.004	-.64962	.20432

Group Statistics

	Nacionalidade	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CompEmp	Outra	15	3.8667	.87476	.22586
	Portuguesa	76	3.7340	.75499	.08660
CatInd	Outra	15	3.7689	.87609	.22621
	Portuguesa	76	4.0974	.57539	.06600
ObsEmp	Outra	15	2.7641	.76839	.19840
	Portuguesa	76	3.0557	.85571	.09816
MetPEmp	Outra	15	3.4933	.82242	.21235
	Portuguesa	76	3.5763	.89872	.10309
AProEmp	Outra	15	3.7436	.90582	.23388
	Portuguesa	76	3.7277	.93001	.10668
Etapas	Outra	15	3.6000	.97955	.25292
	Portuguesa	76	3.8289	.86237	.09892
Suces	Outra	15	4.3667	.58146	.15013
	Portuguesa	76	4.1184	.70649	.08104

		Levene's Test							
						Significance			
		F	Sig.	t	df	One-Sided p	Two-Sided p	Mean Difference	Std. Error Difference
CompEmp	Equal variances assumed	.022	.882	.606	89	.273	.546	.13264	.21898
	Equal variances not assumed			.548	18.345	.295	.590	.13264	.24190
CatInd	Equal variances assumed	.906	.344	-1.839	89	.035	.069	-.32848	.17863
	Equal variances not assumed			-1.394	16.463	.091	.182	-.32848	.23564
ObsEmp	Equal variances assumed	.135	.714	-1.225	89	.112	.224	-.29157	.23806
	Equal variances not assumed			-1.317	21.453	.101	.202	-.29157	.22135
MetPEmp	Equal variances assumed	1.191	.278	-.331	89	.371	.741	-.08298	.25065
	Equal variances not assumed			-.352	21.158	.364	.729	-.08298	.23605
AProEmp	Equal variances assumed	.875	.352	.061	89	.476	.952	.01586	.26170
	Equal variances not assumed			.062	20.268	.476	.951	.01586	.25706
Etapas	Equal variances assumed	.014	.905	-.919	89	.180	.361	-.22895	.24915
	Equal variances not assumed			-.843	18.530	.205	.410	-.22895	.27158
Suces	Equal variances assumed	.000	.994	1.276	89	.103	.205	.24825	.19447
	Equal variances not assumed			1.455	22.983	.080	.159	.24825	.17061

Correlations

		CompEmp	CatInd	ObsEmp	MetPEmp	AProEmp	Etapas	Suces	Idade
CompEmp	Pearson Correlation	--							
	N	91							
CatInd	Pearson Correlation	.694**	--						
	Sig. (2-tailed)	<.001							
	N	91	91						
ObsEmp	Pearson Correlation	.184	.091	--					
	Sig. (2-tailed)	.081	.391						
	N	91	91	91					
MetPEmp	Pearson Correlation	.512**	.390**	.341**	--				
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001					
	N	91	91	91	91				
AProEmp	Pearson Correlation	.432**	.403**	.293**	.754**	--			
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.005	<.001				
	N	91	91	91	91	91			
Etapas	Pearson Correlation	.493**	.495**	.288**	.664**	.812**	--		
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.006	<.001	<.001			
	N	91	91	91	91	91	91		
Suces	Pearson Correlation	.558**	.516**	.040	.368**	.383**	.475**	--	
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.709	<.001	<.001	<.001		
	N	91	91	91	91	91	91	91	
Idade	Pearson Correlation	-.206	-.219*	-.012	-.120	-.160	-.126	-.073	--
	Sig. (2-tailed)	.050	.037	.910	.259	.129	.235	.491	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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

ANEXO F – Associação entre as variáveis em estudo

Correlations

			1	2	3	4	5	6	7
1.	CompEmp	Pearson Correlation	--						
		N	91						
2.	CatInd	Pearson Correlation	.694**	--					
		Sig. (2-tailed)	<.001						
		N	91	91					
3.	ObsEmp	Pearson Correlation	.184	.091	--				
		Sig. (2-tailed)	.081	.391					
		N	91	91	91				
4.	MetPEmp	Pearson Correlation	.512**	.390**	.341**	--			
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001				
		N	91	91	91	91			
5.	AProEmp	Pearson Correlation	.432**	.403**	.293**	.754**	--		
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.005	<.001			
		N	91	91	91	91	91		
6.	Etapas	Pearson Correlation	.493**	.495**	.288**	.664**	.812**	--	
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.006	<.001	<.001		
		N	91	91	91	91	91	91	
7.	Suces	Pearson Correlation	.558**	.516**	.040	.368**	.383**	.475**	--
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.709	<.001	<.001	<.001	
		N	91	91	91	91	91	91	91

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

ANEXO G – Hipóteses

Hipótese 1

Model Summary[c]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.558[a]	.311	.304	.57642	
2	.604[b]	.364	.350	.55694	1.767

a. Predictors: (Constant), CompEmp

b. Predictors: (Constant), CompEmp, Etapas

c. Dependent Variable: Suces

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.369	1	13.369	40.236	<.001[b]
	Residual	29.571	89	.332		
	Total	42.940	90			
2	Regression	15.644	2	7.822	25.217	<.001[c]
	Residual	27.296	88	.310		
	Total	42.940	90			

a. Dependent Variable: Suces

b. Predictors: (Constant), CompEmp

c. Predictors: (Constant), CompEmp, Etapas

Coefficients[a]

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.285	.302		7.577	<.001
	CompEmp	.499	.079	.558	6.343	<.001
2	(Constant)	1.937	.319		6.080	<.001
	CompEmp	.382	.087	.428	4.379	<.001
	Etapas	.207	.077	.265	2.708	.008

a. Dependent Variable: Suces

Hipotese 2

Descriptives

Suces

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean Lower Bound	95% Confidence Interval for Mean Upper Bound	Minimum	Maximum
Predominantemente Urbano	51	4.2745	.53211	.07451	4.1249	4.4242	3.00	5.00
Medianamente Urbano	11	4.0455	.85013	.25632	3.4743	4.6166	2.00	5.00
Predominantemente Rural	29	4.0000	.84515	.15694	3.6785	4.3215	1.00	5.00
Total	91	4.1593	.69073	.07241	4.0155	4.3032	1.00	5.00

ANOVA

Suces

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.555	2	.778	1.654	.197
Within Groups	41.384	88	.470		
Total	42.940	90			

Hipótese 3

Run MATRIX procedure:

***************** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****************

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

****
Model : 1
Y : Suces
X : CompEmp
W : ConcEsc

Sample
Size: 91

****
OUTCOME VARIABLE:
Suces

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.5770	.3329	.3293	14.4705	3.0000	87.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	4.1643	.0605	68.8813	.0000	4.0441	4.2845
CompEmp	.4656	.0830	5.6132	.0000	.3008	.6305
ConcEsc	-.0997	.0668	-1.4925	.1392	-.2325	.0331
Int_1	.0687	.0837	.8206	.4141	-.0977	.2351

Product terms key:
Int_1 : CompEmp x ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:

	constant	CompEmp	ConcEsc	Int_1
constant	.0037	-.0002	.0000	.0005
CompEmp	-.0002	.0069	.0006	-.0022
ConcEsc	.0000	.0006	.0045	-.0002
Int_1	.0005	-.0022	-.0002	.0070

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
X*W	.0052	.6734	1.0000	87.0000	.4141

Focal predict: CompEmp (X)
Mod var: ConcEsc (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

```
DATA LIST FREE/
  CompEmp   ConcEsc   Suces    .
BEGIN DATA.
    -.7045    -.7582    3.9486
     .1013    -.7582    4.2818
     .7641    -.7582    4.5559
    -.7045    -.7582    3.9486
     .1013    -.7582    4.2818
     .7641    -.7582    4.5559
    -.7045    1.2418    3.6524
     .1013    1.2418    4.0963
     .7641    1.2418    4.4615
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
 CompEmp  WITH    Suces   BY      ConcEsc  .
```

********** ANALYSIS NOTES AND ERRORS **********

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95.0000

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
ConcEsc CompEmp

------ END MATRIX -----

Run MATRIX procedure:

********** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 **********

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

****
Model : 1
Y : Suces
X : CatInd
W : ConcEsc

Sample
Size: 91

****
OUTCOME VARIABLE:
Suces

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
.5260	.2767	.3570	11.0913	3.0000	87.0000	.0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	4.1558	.0636	65.3532	.0000	4.0294	4.2822
CatInd	.5496	.1062	5.1741	.0000	.3385	.7607
ConcEsc	-.0746	.0703	-1.0607	.2918	-.2143	.0652
Int_1	-.0361	.1112	-.3243	.7465	-.2570	.1849

Product terms key:
Int_1 : CatInd x ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:

	constant	CatInd	ConcEsc	Int_1
constant	.0040	-.0004	.0000	.0012
CatInd	-.0004	.0113	.0013	-.0040
ConcEsc	.0000	.0013	.0049	-.0004
Int_1	.0012	-.0040	-.0004	.0124

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
X*W	.0009	.1052	1.0000	87.0000	.7465

Focal predict: CatInd (X)
Mod var: ConcEsc (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

```
DATA LIST FREE/
  CatInd    ConcEsc    Suces     .
BEGIN DATA.
    -.5766    -.7582    3.8797
     .1568    -.7582    4.3028
     .5568    -.7582    4.5335
    -.5766    -.7582    3.8797
     .1568    -.7582    4.3028
     .5568    -.7582    4.5335
    -.5766    1.2418    3.7722
     .1568    1.2418    4.1423
     .5568    1.2418    4.3443
END DATA.
```

```
GRAPH/SCATTERPLOT=
 CatInd  WITH    Suces   BY      ConcEsc .

************************ ANALYSIS NOTES AND ERRORS ************************

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
        ConcEsc  CatInd

------ END MATRIX -----



Run MATRIX procedure:

***************** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****************

        Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.       www.afhayes.com
    Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

**************************************************************************
Model  : 1
    Y  : Suces
    X  : ObsEmp
    W  : ConcEsc

Sample
Size:  91

**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 Suces

Model Summary
        R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
     .2044      .0418      .4729     1.2643     3.0000    87.0000      .2917

Model
            coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant    4.1563      .0722    57.5386      .0000     4.0128     4.2999
ObsEmp       .0341      .0870      .3918      .6962     -.1388      .2069
ConcEsc     -.1433      .0798    -1.7971      .0758     -.3018      .0152
Int_1        .0599      .0913      .6556      .5138     -.1217      .2414

Product terms key:
 Int_1    :       ObsEmp   x       ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:
          constant     ObsEmp    ConcEsc      Int_1
constant      .0052      .0001      .0000     -.0004
ObsEmp        .0001      .0076     -.0004     -.0012
ConcEsc       .0000     -.0004      .0064      .0000
Int_1        -.0004     -.0012      .0000      .0083

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
       R2-chng          F        df1        df2          p
X*W      .0047      .4298     1.0000    87.0000      .5138
----------
```

```
   Focal predict: ObsEmp   (X)
       Mod var: ConcEsc  (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

DATA LIST FREE/
  ObsEmp    ConcEsc    Suces     .
BEGIN DATA.
    -.8753    -.7582    4.2749
     .0693    -.7582    4.2642
     .9155    -.7582    4.2546
    -.8753    -.7582    4.2749
     .0693    -.7582    4.2642
     .9155    -.7582    4.2546
    -.8753    1.2418    3.8835
     .0693    1.2418    3.9859
     .9155    1.2418    4.0776
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
 ObsEmp   WITH    Suces    BY      ConcEsc  .

************************ ANALYSIS NOTES AND ERRORS ************************

Level of confidence for all confidence intervals in output:
 95.0000

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
       ConcEsc  ObsEmp

------ END MATRIX -----



Run MATRIX procedure:

***************** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****************

       Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.       www.afhayes.com
   Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

**************************************************************************
Model  : 1
   Y  : Suces
   X  : MetPEmp
   W  : ConcEsc

Sample
Size:  91

**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 Suces

Model Summary
        R      R-sq       MSE         F       df1       df2         p
    .4378     .1917     .3989    6.8780    3.0000   87.0000     .0003

Model
           coeff        se         t         p      LLCI      ULCI
```

```
constant     4.1620      .0662    62.8405      .0000     4.0303     4.2936
MetPEmp       .2696      .0760     3.5483      .0006      .1186      .4206
ConcEsc      -.1334      .0731    -1.8251      .0714     -.2788      .0119
Int_1         .1309      .0793     1.6503      .1025     -.0268      .2886

Product terms key:
 Int_1    :       MetPEmp  x       ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:
           constant    MetPEmp    ConcEsc      Int_1
constant      .0044      .0000      .0000      .0001
MetPEmp       .0000      .0058      .0001     -.0007
ConcEsc       .0000      .0001      .0053      .0000
Int_1         .0001     -.0007      .0000      .0063

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
       R2-chng          F        df1        df2          p
X*W      .0253     2.7236     1.0000    87.0000      .1025
----------
   Focal predict: MetPEmp  (X)
         Mod var: ConcEsc  (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

DATA LIST FREE/
  MetPEmp    ConcEsc    Suces      .
BEGIN DATA.
    -.7626     -.7582     4.1332
     .0374     -.7582     4.2695
     .9374     -.7582     4.4228
    -.7626     -.7582     4.1332
     .0374     -.7582     4.2695
     .9374     -.7582     4.4228
    -.7626     1.2418     3.6667
     .0374     1.2418     4.0124
     .9374     1.2418     4.4014
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
 MetPEmp  WITH     Suces    BY       ConcEsc  .

************************ ANALYSIS NOTES AND ERRORS ************************

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
         ConcEsc  MetPEmp

------ END MATRIX -----



Run MATRIX procedure:

***************** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****************

         Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.       www.afhayes.com
    Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3
```

```
**************************************************************************
Model  : 1
   Y  : Suces
   X  : AProEmp
   W  : ConcEsc

Sample
Size:  91

**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 Suces

Model Summary
        R      R-sq       MSE         F       df1       df2         p
    .4862     .2364     .3769    8.9760    3.0000   87.0000     .0000

Model
            coeff        se         t         p       LLCI      ULCI
constant   4.1740     .0646   64.6370     .0000    4.0456    4.3023
AProEmp     .2559     .0709    3.6075     .0005     .1149     .3969
ConcEsc    -.1100     .0713   -1.5413     .1269    -.2518     .0318
Int_1       .2036     .0739    2.7552     .0071     .0567     .3505

Product terms key:
 Int_1    :       AProEmp  x       ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:
          constant   AProEmp   ConcEsc     Int_1
constant     .0042     .0000     .0000     .0004
AProEmp      .0000     .0050     .0004    -.0006
ConcEsc      .0000     .0004     .0051     .0002
Int_1        .0004    -.0006     .0002     .0055

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
      R2-chng         F       df1       df2         p
X*W     .0666    7.5910    1.0000   87.0000     .0071
----------
   Focal predict: AProEmp  (X)
        Mod var: ConcEsc  (W)

Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator(s):

   ConcEsc     Effect         se         t         p       LLCI      ULCI
    -.7582     .1015     .0950    1.0683     .2883    -.0874     .2904
    -.7582     .1015     .0950    1.0683     .2883    -.0874     .2904
    1.2418     .5087     .1098    4.6345     .0000     .2905     .7269

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

DATA LIST FREE/
  AProEmp   ConcEsc    Suces     .
BEGIN DATA.
    -.7303    -.7582    4.1832
     .1927    -.7582    4.2769
     .9835    -.7582    4.3572
    -.7303    -.7582    4.1832
     .1927    -.7582    4.2769
     .9835    -.7582    4.3572
```

```
    -.7303     1.2418     3.6659
     .1927     1.2418     4.1355
     .9835     1.2418     4.5378
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
 AProEmp  WITH     Suces    BY       ConcEsc  .

************************ ANALYSIS NOTES AND ERRORS ************************

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

W values in conditional tables are the 16th, 50th, and 84th percentiles.

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
         ConcEsc  AProEmp

------ END MATRIX -----



Run MATRIX procedure:

***************** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****************

         Written by Andrew F. Hayes, Ph.D.       www.afhayes.com
    Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

**************************************************************************
Model  : 1
    Y  : Suces
    X  : Etapas
    W  : ConcEsc

Sample
Size:  91

**************************************************************************
OUTCOME VARIABLE:
 Suces

Model Summary
         R       R-sq        MSE          F        df1        df2          p
     .4978      .2478      .3712     9.5556     3.0000    87.0000      .0000

Model
             coeff         se          t          p       LLCI       ULCI
constant     4.1752      .0651    64.1497      .0000     4.0458     4.3046
Etapas       .3222      .0796     4.0500      .0001      .1641      .4804
ConcEsc      -.0691      .0720     -.9588      .3403     -.2122      .0741
Int_1        .0979      .0772     1.2684      .2080     -.0555      .2512

Product terms key:
 Int_1    :       Etapas   x       ConcEsc

Covariance matrix of regression parameter estimates:
           constant     Etapas    ConcEsc      Int_1
constant      .0042     -.0004      .0000      .0010
Etapas       -.0004      .0063      .0011     -.0022
ConcEsc       .0000      .0011      .0052      .0000
```

```
Int_1        .0010     -.0022      .0000      .0060

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
      R2-chng          F        df1        df2          p
X*W      .0139     1.6088     1.0000    87.0000      .2080
----------
   Focal predict: Etapas   (X)
        Mod var: ConcEsc  (W)

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:
Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

DATA LIST FREE/
  Etapas    ConcEsc    Suces     .
BEGIN DATA.
    -.7912     -.7582     4.0313
     .2088     -.7582     4.2794
     .8755     -.7582     4.4447
    -.7912     -.7582     4.0313
     .2088     -.7582     4.2794
     .8755     -.7582     4.4447
    -.7912     1.2418     3.7384
     .2088     1.2418     4.1821
     .8755     1.2418     4.4779
END DATA.
GRAPH/SCATTERPLOT=
 Etapas  WITH    Suces   BY      ConcEsc  .

************************ ANALYSIS NOTES AND ERRORS ************************

Level of confidence for all confidence intervals in output:
  95.0000

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:
        ConcEsc  Etapas

------ END MATRIX -----
```