

# Projecto: Empreendedorismo emigrante português em Andorra, Londres, Nice e Mónaco

25 de Maio, 2012

Porto, Portugal



Fonte:

<http://start.facemoods.com/results.php?s=empreendedorismo&category=images&a=gppc&start=321>

*Como avaliar o empreendedorismo dos portugueses na Europa através de metodologias quantitativas?*

**Paula Cristina Remoaldo**  
**Universidade do Minho (Portugal)**

**cris.remoaldo@gmail.com**



1-Objectivos do Projecto

2-Metodologia a desenvolver

3-Vantagens e inconvenientes dos questionários

4-Cuidados a ter na estruturação do questionário

# 1-Objectivos do projecto

- 1) **identificar** o empreendedorismo de emigrantes portugueses em Andorra, Londres (Bairro de Stockwell), Nice (cidade) e Mónaco;
- 2) **avaliar** a sua inserção nos contextos socioeconómicos, culturais e políticos locais;
- 3) **comparar** esta inserção nos diversos territórios/situações em estudo;
- 4) **identificar** a sua presença nos *media* (e.g., internet, documentários, imprensa).



# Os objectivos do presente paper:



- i) avaliar as metodologias quantitativas;
- i) estruturar a primeira versão do questionário a aplicar em 2012.

# TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

## 1) Consulta documental

## 2) Amostragem

Amostra aleatória, probabilística ou randómica

Amostra estratificada

Amostra por quotas (...)

## 3) Observação

Observação participante

Observação não-participante

## 4) Inquéritos

Inquérito por questionário

Inquérito por entrevista

Não directivas (ou livres)

Semi-directivas

Directivas ou standardizadas

## 5) *Focus Group*

## 6) Experimentação

# 3-Metodologia



## FONTES PRIMÁRIAS – Abordagem quantitativa e abordagem qualitativa

Aplicação de um questionário

**Universo** - a totalidade dos empreendedores de nacionalidade ou origem portuguesa em 4 locais.



Método quantitativo no respeitante ao inquérito por questionário para a caracterização sociodemográfica e das empresas (nº de trabalhadores, volume de negócios, etc.).

## O que é inquirir?

- É suscitar um conjunto de discursos individuais, a sua interpretação e generalização.
- (...) *interrogar um determinado número de indivíduos tendo em vista uma generalização* (Remoaldo, 2007).

## Podemos considerar dois tipos de inquéritos:

**1-o inquérito por questionário**, que não implica a mediação de outra pessoa no acto da resposta e que pode ser auto-administrado ou de auto-preenchimento (Ghiglione e Matalon, 1992);

**2-o inquérito por entrevista**, que é uma forma de recolha de dados que consiste numa conversa face a face, entrevistador-entrevistado, para obter informações de factos ou opiniões sobre um determinado assunto. Implica a comunicação verbal entre duas pessoas que se defrontam com um objectivo pré-determinado (Ghiglione e Matalon, 1992; Remoaldo, 2007).



## Três tipos de entrevistas de acordo com o grau de estruturação:

**1-não directivas (ou livres)**, que é de maior aplicabilidade na análise exploratória e pressupõe uma relação de tipo “ouvinte-falante”;

**2-semi-directivas** onde o inquirido é convidado a responder de forma exaustiva e em que *o entrevistador conhece todos os temas sobre os quais tem de obter reacções por parte do inquirido, mas a ordem e a forma como os irá introduzir são deixadas ao seu critério (...)* (Ghiglione e Matalon, 1992: 64);

**3-directivas ou standardizadas**, estando este tipo de entrevista muito próxima do inquérito por questionário com questões abertas.

Problema da terminologia usada

### 3-Vantagens e inconvenientes dos questionários



| <b>Características</b>   | <b>Inquérito por questionário</b> | <b>Inquérito por entrevista</b>       |
|--|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Ambiguidade  | -                                 | + (à exceção da variante estruturada) |
| Exercício do controlo por parte do entrevistador                             | +                                 | - (à exceção da variante estruturada) |
| O inquirido possui um quadro de referência anterior                          | -                                 | + (à exceção da variante estruturada) |
| Construção de modelos explicativos dos comportamentos dos indivíduos         | -                                 | + (à exceção da variante estruturada) |
| Orientação da resposta   | +                                 | - (à exceção da variante estruturada) |
| Aprofundamento da problemática   | -                                 | + (à exceção da variante estruturada) |
| Solicitação ao entrevistado de respostas curtas                              | +                                 | - (à exceção da variante estruturada) |
| Permite agrupar um conjunto de discursos sobre as pessoas num único discurso | +                                 | - (à exceção da variante estruturada) |

Fonte: elaboração própria com base na opinião de vários autores.

## 4-Cuidados a ter na estruturação do questionário

O questionário tem que ser concebido de tal forma que não haja necessidade de outras explicações para além daquelas que estão explicitamente previstas.

**Deve-se sempre anunciar, através de uma frase, que se vai mudar de assunto.**

***Exemplo: Vamos agora fazer-lhe algumas questões relacionadas com a sua profissão actual e com a sua situação antes de emigrar.***

## Elementos a contemplar na introdução de um questionário

- 1- organismo que realiza o inquérito (realização sob o auspício de quem?);
- 2- Porquê a realização deste estudo?
- 3- Porque vale a pena responder?
- 4- Garantir o anonimato.

O presente questionário tem como objectivos principais identificar e caracterizar o empreendedorismo de emigrantes portugueses em Andorra, Londres, Nice e Mónaco e avaliar a inserção dos portugueses nos contextos socioeconómicos, culturais e políticos locais. Insere-se num Projecto intitulado “Empreendedorismo emigrante português em Andorra, Londres, Nice e Mónaco”, que está a ser desenvolvido em Portugal, coordenado pela Professora Doutora Ortelinda Gonçalves do Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade da Universidade do Porto. A sua resposta ao questionário é relevante, pois conhece-se pouco da comunidade de empreendedores portugueses nos países mencionados, podendo os resultados ajudar na sua maior inserção no país onde desenvolve a sua actividade. Os dados fornecidos pelo inquirido são confidenciais.

Muito agradecemos que responda com verdade às questões formuladas.

# Minimizar os enviesamentos

- **1-** Elaborar minuciosamente o questionário, deixando para o fim questões do foro íntimo, pessoal e económico.
- **2-** Elaborar um questionário pouco extenso e com questões de sintaxe simples para não comprometer a taxa de respostas.
- **3-** Realizar o pré-teste.
- **4-** A inquirição deve ser realizada, sempre que possível, por um único elemento (uma única postura do entrevistador).
- **5-** Garantir uma boa situação de inquérito (ambiente calmo, disponibilidade de tempo por parte do inquirido).
- **6-** Garantir uma boa representividade da amostra (mais do que o volume da amostra interessa garantir que o seu conteúdo esteja o mais próximo possível do universo).
- **7-** Garantir uma reduzida taxa de recusas de resposta ao inquérito.

# Tempo...



Não mais do que 20 minutos e compl. com narrativas que se escutem.

Realizar pré-teste em Outubro de 2012 a 8 portugueses em cada um dos 4 locais.

## AMOSTRA REPRESENTATIVA



**Após a realização do pré-teste aconselha-se que se tente responder às seguintes questões:**

- 1-** Quanto tempo levou o inquirido a completar o questionário? Quanto tempo demorou a entrevista?
- 2-** O inquirido foi de opinião que alguma(s) questão(ões) era(m) pouco claras ou ambígua(s)?
- 3-** O inquirido teve dificuldades em responder a alguma questão?
- 4-** Que comentários fez o inquirido?

## Amostra em “bola-de-neve”

Para que qualquer amostra seja representativa, em termos de volume, trabalha-se, habitualmente, **com uma probabilidade de representatividade de 0.95**, aceitando-se portanto, que haja cinco possibilidades em cem de não ser representativa. Podemos, assim, trabalhar com um erro-tipo (erro-standard) de 5%. Quanto maior é a amostra menor será o erro-tipo.





Obrigada.  
[cris.remoaldo@gmail.com](mailto:cris.remoaldo@gmail.com)