





# **Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior**

PEDRO PARREIRA  
FRANCISCO COSTA PEREIRA  
NUNO VIEIRA E BRITO



É expressamente proibido reproduzir, no todo ou em parte, sob qualquer forma ou meio, **NOMEADAMENTE FOTOCÓPIA**, esta obra. As transgressões serão passíveis das penalizações previstas na legislação em vigor.

Visite a Sílabo na rede  
[www.silabo.pt](http://www.silabo.pt)

Com o apoio:



Editor: Manuel Robalo

#### FICHA TÉCNICA:

Título: Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior

Autores: Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira, Nuno Vieira e Brito

Capa e ilustrações: Gabinete de Comunicação e Imagem do IPVC

© Edições Sílabo, Lda.

1ª Edição

Lisboa, 2011.

Impressão e acabamentos: Europress, Lda.

Depósito Legal: 330958/11

ISBN: 978-972-618-645-8

EDIÇÕES SÍLABO, LDA.

R. Cidade de Manchester, 2

1170-100 Lisboa

Tel.: 218130345

Fax: 218166719

e-mail: [silabo@silabo.pt](mailto:silabo@silabo.pt)

[www.silabo.pt](http://www.silabo.pt)

# Índice

|                           |    |
|---------------------------|----|
| <b>Agradecimentos</b>     | 9  |
| <b>Siglas e acrónimos</b> | 11 |
| <b>Prefácio I</b>         | 13 |
| <b>Prefácio II</b>        | 15 |
| <b>Introdução</b>         | 17 |

## **Capítulo 1**

---

### **O programa Poliemprende e a sua perceção pelos estudantes**

|  |    |
|--|----|
| 1.1. Caracterização do programa Poliemprende | 27 |
| 1.2. O futuro do Poliemprende                | 28 |

## **Capítulo 2**

---

### **Questão de investigação e método utilizado**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Questão de investigação e sua justificação                         | 33 |
| 2.2. Objetivos operacionais   | 34 |
| 2.3. Método   | 34 |
| 2.3.1. Instrumento  | 34 |
| 2.3.2. Objeto empírico  | 36 |
| 2.3.3. Objeto de estudo   | 37 |
| 2.3.4. Procedimentos e descrição da estrutura de gestão da investigação | 41 |

### **Capítulo 3**

---

#### **Resultados sobre o empreendedorismo e o programa Poliempreende**

|   |    |
|---|----|
| 3.1. O empreendedorismo nos estudantes e o conhecimento do programa Poliempreende | 45 |
| 3.2. Preparação proporcionada pelo curso e a sua vida profissional                | 53 |
| 3.3. Desejo de empreender   | 60 |

### **Capítulo 4**

---

#### **O auto conceito e o empreendedorismo**

|  |    |
|--|----|
| 4.1. O auto conceito e o empreendedorismo                        | 69 |
| 4.2. A importância do auto conceito                              | 70 |
| 4.3. Resultados relativos ao auto conceito e ao empreendedorismo | 71 |

### **Capítulo 5**

---

#### **Os traços de personalidade e os motivos empresariais**

|  |    |
|--|----|
| 5.1. Os traços de personalidade e as motivações empresariais | 81 |
| 5.2. Resultados sobre as motivações empresariais             | 88 |

### **Capítulo 6**

---

#### **Influências e apoios empresariais percebidos pelos estudantes**

|   |     |
|---|-----|
| 6.1. Influências empresariais percebidas pelos estudantes | 99  |
| 6.2. Apoios ao negócio percebidos pelos estudantes        | 105 |

### **Capítulo 7**

---

#### **Tipologias de empresários nos estudantes**

|   |     |
|---|-----|
| 7.1. O grupo um – os estudantes idealistas            | 113 |
| 7.2. O grupo dois – os estudantes céticos             | 114 |
| 7.3. Grupo três – os estudantes estabelecidos na vida | 116 |
| 7.4. Os estudantes desiludidos                        | 117 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Considerações finais</b>                                     | 119 |
| <b>Agenda para o empreendedorismo no Ensino Superior</b>        | 131 |
| <b>Anexo – Objeto empírico e cursos participantes no estudo</b> |     |
| Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)                 | 137 |
| Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC)                | 138 |
| Instituto Politécnico do Porto (IPP)                            | 139 |
| Instituto Politécnico de Bragança (IPB)                         | 141 |
| Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (ESEnfC)               | 142 |
| Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB)                  | 144 |
| Instituto Politécnico da Guarda (IPG)                           | 146 |
| Instituto Politécnico de Leiria (IPL)                           | 147 |
| Instituto Politécnico de Tomar (IPT)                            | 148 |
| Instituto Politécnico de Coimbra (IPC)                          | 149 |
| Instituto Politécnico de Viseu (IPV)                            | 151 |
| Instituto Politécnico de Beja (IPBeja)                          | 152 |
| Instituto Politécnico de Portalegre (IPPortalegre)              | 153 |
| Instituto Politécnico de Santarém (IPS)                         | 156 |
| Instituto Politécnico de Lisboa (IPL)                           | 157 |
| Instituto Politécnico de Setúbal (IPS)                          | 158 |
| Universidade do Algarve (UAlg)                                  | 160 |
| <br>  |     |
| <b>Bibliografia</b>   | 165 |



# Agradecimentos

Uma palavra inicial de Agradecimento é devida a todos os que criaram, implementaram e desenvolveram o Poliempreende, projeto nacional de todos os Institutos Superiores Politécnicos e Escolas Superiores não integradas, que visa estimular e desenvolver o espírito empreendedor na comunidade Académica. Dirigimo-lo, de forma reconhecida, em particular a todos os Presidentes e aos Coordenadores do programa Poliempreende;

Uma particular referência aos Professores Doutores Luis Pinto de Andrade e Fátima Armas, colegas que coordenaram as 5<sup>a</sup> e 6<sup>a</sup> edições do concurso, respetivamente do Instituto Politécnico de Castelo Branco e Coimbra, pelo estimulante acompanhamento na conceção, participação, empenho e dinamização da investigação que deu origem e corpo a este livro;

Ao Professor Dr. Vitor Gonçalves, do Instituto Politécnico de Lisboa, pelo contributo na conceção instrumental e metodológica do inquérito e à Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, no nome da sua Presidente Professora Dr.<sup>a</sup> Conceição Bento, pelas facilidades logísticas que permitiram operacionalizar, por leitura ótica, o tratamento dos 6532 inquéritos, 45724 folhas, possibilitando, assim, uma análise ainda mais exaustiva e sustentada do espírito empreendedor dos alunos do Ensino Superior Politécnico;

A todos os «Amigos do Poliempreende», instituições ou individualidades que premeiam os melhores projetos; instituições e individualidades que suportam e apoiam na divulgação, formação e integração no meio empresarial, o nosso especial agradecimento pelo acompanhamento profícuo ao longo destas oito edições;

Aos alunos, funcionários e docentes de todos os Politécnicos e Escolas Superiores que, com forte empenho, se reveem neste projeto empreendedor nacional, muito em particular, os que de forma mais ativa contribuíram para o desenrolar da investigação, o nosso especial apreço e desejo do reforço da «cultura empreendedora» em todas as suas dimensões;

Por fim, e com especial enfoque, uma menção de gratidão profunda a quem de forma generosa e empenhada, mais valorizaram o texto pelos seus muito distintos contributos escritos e de imagem, enriquecimento notório para uma leitura interessante e útil de um tema tão atual.

A todos, o nosso MUITO OBRIGADO.



# Siglas e acrónimos

CCISP – Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos

COMPETE – Programa Operacional de Fatores de Competitividade

QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional

SIAC – Sistema de Apoio a Ações Coletivas

IP – Instituto Politécnico

UE – União Europeia

INE – Instituto Nacional de Estatística



# Prefácio I

Para quem como eu se sente e é percebido na sociedade como um empreendedor, é fator de grande satisfação constatar a existência de um Projeto Nacional que estimule e desenvolva o espírito empreendedor na comunidade Académica.

O Ensino Superior Politécnico está de parabéns pela sua extraordinária cumplicidade na promoção do empreendedorismo, ao conceber e lançar este Projeto inovador e altamente qualificado que é o Poliemprende.

Saliento desde já a componente formativa que lhe está subjacente, nomeadamente os planos curriculares de empreendedorismo que têm vindo a ser incrementados e que ilustram claramente a importância da aprendizagem neste domínio.

Não nascemos empreendedores, fazemo-nos empreendedores.

Precisamos que o empreendedorismo seja uma disciplina que atraia cada vez mais jovens. Neste sentido, é cada vez mais importante integrar mais escolas no Poliemprende, assim como é fundamental continuar com êxito o seu processo de internacionalização.

Um dos aspetos que ressalta da leitura deste livro é o facto da maioria das ideias de negócio se situar na prestação de serviços e só 5% se enquadrar na indústria. É evidente que todos os setores da atividade económica são relevantes, contribuindo igualmente de forma importante para o crescimento e desenvolvimento das realidades económico-sociais onde estão inseridos. Gostaria, no entanto, de aproveitar este prefácio para sensibilizar todos os participantes neste projeto, no sentido de um maior equilíbrio das ideias de negócio, nomeadamente, tentando fazer crescer as que se situam no âmbito da indústria, já que uma indústria moderna, inovadora e altamente competitiva será, no futuro, fundamental para uma afirmação, com sucesso, da economia portuguesa no contexto internacional.

Gostaria ainda de realçar que este Projeto, pela sua natureza e por aquilo que, na minha opinião, representa em termos práticos, tem a capacidade de gerar na comunidade estudantil do Ensino Superior Politécnico, recursos humanos muito bem preparados para participar no mundo empresarial, enquanto empresários, ou enquanto trabalhadores, mas neste caso, tenho a certeza, trabalhadores verdadeiramente empreendedores, pois são estes os colaboradores que as nossas Instituições necessitam para sobreviverem num mundo cada vez mais exigente e inovador.

Eu aprendi a ser empreendedor. Hoje sinto-me totalmente atraído pelo empreendedorismo. Esta prática empreendedora tem conduzido à minha permanente felicidade pessoal e tem-me levado a atingir quase todos os objetivos da minha vida.

Espero que todos os alunos que participam no Poliempreende o façam de forma muito interessada e participativa para que, no futuro, possam dizer na primeira pessoa:

*O estudo e a prática do empreendedorismo fizeram de mim uma pessoa com sucesso e, acima de tudo, feliz!*

*Comendador Rui Azinhais Nabeiro*

Patrono do Poliempreende

## Prefácio II

Poderíamos, hoje, questionar-nos sobre a oportunidade de mais uma obra ou manual sobre empreendedorismo, a sua necessidade e eficácia, ou até, a sua relação com o Ensino, em particular com o Ensino Superior Politécnico. Interrogar-nos-famos, ainda, com esta relação temporal entre a motivação empreendedora e a omnipresente crise internacional, mas sobretudo nacional, que nos invade o quotidiano, e mesmo, com as competências empreendedoras de uma população jovem e qualificada, empenhada no desenvolvimento económico, social e cultural da sua região e do seu País.

De facto, como Professor e Responsável de uma Instituição de Ensino Superior, como Presidente do Conselho Coordenador das Instituições de Ensino Superior Politécnico, como Homem e, permitam-me também, como Pai, sinto-me profundamente integrado, senão crente, da filosofia aristotélica que considera que «todos os que se preocupam com a arte de governação da Humanidade estão convencidos que o destino dos impérios depende da educação dos nossos jovens».

Ora, hoje, formar e educar é muito mais do que um somatório de conhecimentos ou competências preparatórios para a execução de uma profissão ou atividade; é, sim, ensinar e apoiar um percurso de vida que englobe sucessos e desilusões, méritos e fracassos, sejam eles observados numa perspetiva pessoal ou mesmo profissional. Neste diálogo de (in)formação, motivar, inovar, liderar, enfim, empreender tenderá a ser, sempre, um dos pilares do conhecimento ministrado e um absorver de competências, sociais, organizacionais, empresariais ou outras fundamentais na preparação de um jovem diplomado, que enfrenta oportunidades, desafios e riscos de uma intensa vida contemporânea. «Cai sete vezes, levanta-te oito», como sabiamente ensina o provérbio japonês.

Enquadrado nesta preocupação de mais conhecer o empreendedorismo, nasce esta obra sobre “Empreendedorismo e Motivações Empresarias no Ensino Superior”, que muito me Honra prefaciá-la. Por um lado, porque se fundamenta num projeto empreendedor iniciado num Instituto Politécnico do interior, o Poliempreende, que se generalizou a todo o Ensino Superior Politécnico a partir da sua 5ª edição, se internacionalizou na 7ª edição e tem, nos nossos dias, capacidade para mobilizar, envolver e investigar. Por outro lado, porque suporta e apoia o sempre ativo papel dos Institutos Politécnicos na criação de inovação («Innovation distinguishes between a leader and a follower.», refere Steve Jobs) e conhecimento, reforçado no compromisso assumido com o Governo de Portugal, através do Contrato de Confiança para o Ensino Superior.

Uma profunda meditação e um plano de ação emergem desta análise, profundamente enriquecida não pela própria amostra e número de estudantes envolvidos, mas

também pela sua diversidade geográfica, percurso pessoal e académico, área científica de interesse. Uma análise imediata promove, desde logo, uma reflexão séria sobre a forma, conteúdo e estrutura do ensino do empreendedorismo, quer a nível curricular quer a nível extracurricular, no nosso Ensino Superior Politécnico. Ainda muito teremos que aprofundar e valorizar nesta área de educação e formação para o empreendedorismo.

Concomitantemente, a presença de estruturas ou gabinetes, nas diferentes Instituições de Ensino Superior, que para além de apoiarem o empreendedorismo são interfaces importantes com a região, suas empresas e organizações, de transferência de conhecimento e inovação, têm revelado uma importância crescente na criação de novos negócios e patentes, em íntima e profícua colaboração e parceria com entidades ou organizações do setor académico, social, económico ou financeiro local, regional, ou mesmo, nacional. O incentivo das Incubadoras, e o seu relacionamento próximo com as Instituições de Ensino Superior, necessita, ainda, de maior empenho e reforço, muito em particular em zonas de menor densidade e dinâmica empresarial.

É, pois, grande este desafio que se apresenta e que, estou profundamente convicto, o Ensino Superior Politécnico Português irá ultrapassar com sucesso e distinção. Desta fase de diagnóstico, que esta investigação oportunamente desenvolve, surge uma proposta de Agenda para o Empreendedorismo, que, de certa forma, o Contrato de Confiança já incentivava. É, pois, um estímulo mais aos autores, na sua presente evangelização do empreendedorismo, para que em conjunto e coordenação com outros académicos e parceiros, como é boa prática do Ensino Superior Politécnico, consigam pôr em marcha, nos nossos jovens diplomados e numa motivação empreendedora, percursos de sucesso na sua vida pessoal e profissional.

*Als outores l maior sucesso i agradecimiento pula Obra. Als lheitores ua firme cumbiçon de que a to l momiento de las nuossas bidas personales ó profissionais, tamiem todos nós somos chamados a aprender, a dibulgar i a promober ua cultura aprendedora.*

*João Sobrinho Teixeira (Prof. Coordenador)*

Presidente do Instituto Politécnico de Bragança

Presidente do Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos

---

# Introdução

---





«A maior parte daquilo que ouvimos acerca do empreendedorismo está tudo errado. Não é mágico, não é misterioso e não tem nada a ver com os genes. É uma disciplina e como todas as disciplinas pode ser aprendida».

Peter F. Drucker (1995).

Promover e valorizar o empreendedorismo e a «cultura empreendedora» de uma sociedade ou população é, atualmente, um imperativo no desenvolvimento social, económico, tecnológico e organizacional. Mas o que é o empreendedorismo, ou como se poderá definir?

Se considerarmos como Shane e Venkataraman's (2000) que o empreendedorismo é a descoberta, avaliação e exploração de oportunidades para criar bens e serviços, estaremos a apoiar o desenvolvimento e crescimento das sociedades, seja ele económico, social ou mesmo tecnológico. Estamos perante um fenómeno e até uma motivação que necessita, como qualquer processo educacional ou cultural, de uma aprendizagem e de um acompanhamento ao longo de todo o seu percurso e crescimento.

Será, pois, nesta aprendizagem que deveremos focar as nossas preocupações principais. Para fomentar e desenvolver a «cultura empreendedora», um conhecimento prévio e profundo do atual estado de arte, mais que necessário, é fundamental. Recorramo-nos do diagnóstico do projeto *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*<sup>1</sup> (2001 e 2004) que considerou problemático, em Portugal, constrangimentos estratégicos: falta de programas governamentais específicos de apoio ao empreendedorismo e desequilíbrio na planificação dos mesmos ou sua lenta aplicação; financeiros: dificuldade de acesso a mecanismos de suporte financeiro, fraca divulgação de informação sobre fontes de financiamento disponíveis; técnicos: pequena quantidade e fraca qualidade de serviços comerciais e profissionais; educacionais: não inclusão da temática do empreendedorismo e criação de empresas nos programas educacionais, bem como a ineficiência dos métodos de ensino nesta específica área científica; e pessoais ou comportamentais: baixa taxa de atividade empreendedora, 4% numa amostra de indivíduos entre os 18 e os 64 anos, uma das mais baixas da União Europeia (UE) e do conjunto dos países que participou no estudo e reduzida capacidade de inovação e de assumir riscos.

Perante tais observações, a implementação de uma política focada na educação para o empreendedorismo afirma-se determinante no mudar de conceitos, atitudes e, especialmente, de comportamentos. Diferentes países, na última década, já a promovem de uma forma sustentada e comprometida. Analisemos o Plano Estratégico do Governo da Noruega (2004-2008) que já nessa altura referia: «O Empreendedorismo significa o desenvolvimento de qualidades pessoais e atitudes tanto quanto o desenvolvimento de conhecimentos e perícias: qualidades pessoais e atitudes que aumentam a probabilidade nas pessoas de descobrirem oportunidades e atuar sobre elas. Permite também desenvolver a criatividade, a auto confiança, os recursos de cada um, a propensão para assumir riscos, a capacidade para perceber as consequências

---

<sup>(1)</sup> O GEM é um estudo que se realiza regularmente sobre a actividade empresarial num vasto conjunto de países, que procura criar uma vasta base de dados de índices sobre a actividade empresarial que permita medir as diferenças entre os vários países, e contribuir para a aumentar em cada um deles.

das próprias ações e a propensão para operacionalizar novas soluções que permitam desenvolver atitudes e comportamentos empresariais. Tais qualidades e atitudes serão úteis em qualquer situação e na sociedade em geral bem como os conhecimentos e perícias necessárias para criar uma nova empresa e contribuir para ter sucesso a desenvolver uma ideia dentro de uma atividade prática e bem estruturada».

Será neste estímulo à «cultura empreendedora» no Ensino Superior que nos iremos centrar. Recordar, desde logo, os esforços recentes, em Portugal e com acentuado sucesso, de uma maior frequência do Ensino Superior da população entre os 18 e os 24 anos (cerca de 37%), do aumento encorajador dos investigadores nacionais (10%/ano) atingindo o número de 8 investigadores/1000 indivíduos na população ativa e com um peso relevante do sexo feminino (44%), uma forte mobilidade social, que favorece a criatividade e a inovação neste promissor grupo etário. E é, ainda, próximo deste universo, que se constituem equipamentos e instalações, como as incubadoras, apesar de ainda muito focalizadas em temáticas tecnológicas e na proximidade dos grandes centros urbanos.

Será, pois, indispensável um compromisso claro da Academia, das Universidades e dos Politécnicos, na facilitação de um ecossistema empreendedor, que aglutine simultaneamente estímulos, fatores de sucesso e desafios. Será um momento e um tempo para «educar» capacidades individuais, sociais e de liderança, promover competências pessoais e organizacionais, formar e desenvolver curricula em empreendedorismo, incentivar inovação e investigação, reforçar equipamentos e estruturas que suportem e transfiram Tecnologia e Conhecimento, fomentar parcerias com entidades ou organizações que mantenham a mesma finalidade e objetivos, enfim, criar e reforçar um ambiente propício a empreender.

Este ambiente é, ainda, reforçado no compromisso estabelecido, em 2010, entre o Ministério da Ciência Tecnologia e Ensino Superior e os Institutos Politécnicos, num contrato de confiança que o Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos (CCISP) considera que «(...) o governo e as Instituições Politécnicas quiseram, acrescentar mais obrigações, em consonância com as missões que o País espera do Ensino Politécnico: a criação de gabinetes de promoção do empreendedorismo em todos os Institutos Politécnicos (...)», evidenciando uma visão estratégica partilhada pela necessidade de revigorar esforços, muito mais focalizados, tendo em vista a criação efetiva de uma cultura empreendedora no seio das instituições do Ensino Superior Português. Esta é, seguramente, uma das respostas aos indicadores apresentados pelo GEM (2007) em que se constata, em Portugal, a insuficiente formação em empreendedorismo nas estruturas de ensino portuguesas, nos seus mais diversos níveis escolares e uma forte aposta na *Agenda Europa 2020* sobre *Conhecimento, Inovação e Competitividade*, para um *Crescimento Inteligente, Sustentável e Inclusivo*.

Neste esforço de aumentar conhecimentos e desenvolver competências, o Ensino Superior Politécnico responde e associa-se num projeto com rede inovadores na promoção do empreendedorismo, o *Poliempreende*. Este projeto que possui uma componente formativa relevante e tem sensibilizado as instituições de ensino para o incremento de planos curriculares de Empreendedorismo, revela-se como um importante facilitador entre o(s) empreendedor(es) e a comunidade, quer permitindo a integração e contacto entre participantes e apoiantes, quer pelas parcerias com as entidades e organizações que igualmente o suportam.

É, pois e ainda, um instrumento importante no desenvolvimento da capacidade empresarial de jovens estudantes ou diplomados, na constituição de empresas inovadoras, geradoras de mudança tecnológica, competitivas e criadoras de emprego, dinamizadoras das regiões de influência de cada Instituto Politécnico. Não menos dispendioso é o contributo nas áreas sociais e nas organizações onde estes jovens diplomados podem intervir e, inclusive, a participação ativa em redes nacionais e internacionais de Empreendedorismo.

Esta relação cúmplice e afetuosa entre o Ensino Superior e o Mundo Empresarial permite o desenvolvimento do empreendedorismo e de empreendedores, convertendo uma ideia ou invenção numa inovação de sucesso, como refere Schumpeter (1934). É fundamentado nestas premissas que se realiza esta investigação focada no espírito empreendedor e motivações empresariais dos alunos do Ensino Superior Politécnico e seu potencial contributo em estratégias de Educação para o Empreendedorismo, consubstanciada na relação estreita já observada entre a formação em empreendedorismo e o desenvolvimento económico dos países.

Esta estratégia de formação em empreendedorismo ainda mais se justifica, pela constatação (INE, 2010) de um setor empresarial constituído por 99,78% de micro, pequenas e médias empresas, geradoras de 72,4% dos postos de trabalho e em que 85% das micro empresas possuem menos de 10 trabalhadores. Fatores igualmente constrangedores são a reduzida capacidade de exportação (apenas 11,4% das empresas) e a reduzida qualificação dos empresários (apenas 14% de empresários licenciados e a maioria dos empresários das microempresas não possuem a escolaridade mínima).

Por outro lado, o relatório sobre o «Plano de ação: A agenda europeia para o espírito empresarial» (2004), assinala a existência de uma relação positiva e estreita entre o espírito empresarial e os resultados económicos em termos de crescimento, de sobrevivência, de inovação, de criação de emprego, de mudança tecnológica, de aumento de produtividade e de exportação. Assinala, ainda, a existência de uma propensão para a criação do próprio emprego, constituindo-se um meio de desenvolvimento pessoal e podendo reforçar, igualmente, a coesão social.

É neste papel de promover inovação e criatividade, no fortalecimento do crescimento e desenvolvimento social, cultural e económico de uma sociedade, que a educação para o empreendedorismo e o Ensino Superior Politécnico, em íntima associação com diferentes entidades e organizações, deverá ter a capacidade de formar líderes, com comportamentos, competências e atitudes empreendedoras, indutoras de alterações substantivas de uma realidade atualmente deprimida.

Surge, pois, a presente investigação como uma iniciativa agregadora e transversal que reforça e complementa dinâmicas geradas ao nível de cada Instituição e potencia a criação de uma rede nacional de investigação na área do empreendedorismo, integrada pelos Institutos Politécnicos, dando o seu contributo na melhoria global da competitividade do País. Tem como objetivo principal traçar um perfil empreendedor do estudante do Ensino Superior Politécnico, ao nível de alguns traços de personalidade, das suas motivações, das influências do meio potenciadores do desenvolvimento bem como, a análise da atividade de um empreendedor numa empresa ou organização, para que se possam desenhar as estratégias de atuação adequadas à realidade existente. Os resultados da investigação podem deste modo contribuir para mudar as atitudes dos atores académicos, sensibilizar os estudantes, docentes e

diplomados; promover a mudança da cultura organizacional acadêmica, envolvendo os agentes acadêmicos e a comunidade envolvente; sensibilizar os órgãos diretivos, científicos e pedagógicos das Instituições para a urgência e importância do desenvolvimento de competências empreendedoras nos estudantes das várias escolas e cursos; desenvolver a investigação ligada ao empreendedorismo; estimular a mudança de métodos e práticas pedagógicas; envolver todas as instituições de Ensino Superior Politécnico, garantindo, assim, uma maior abrangência, visibilidade e impacto e contribuir para dinamizar as regiões constituídas por mais jovens empreendedores potenciando mais a criação de postos de trabalho.

São muitas as interrogações e os desafios que se impõem na definição de uma estratégia ou de uma política. Para a sua execução, uma avaliação prévia, baseada numa investigação sustentada e credível, é nuclear. Com base em todos os indicadores poderá, agora, ser mais eficaz o fomento do empreendedorismo no Ensino Superior, tendo plena consciência do papel fulcral da educação para o empreendedorismo, da sua aprendizagem ao longo da vida e de que para cada grupo, para cada sociedade, para cada país a estratégia ou política deve ter sempre em conta a especificidade desse mesmo grupo, sociedade ou país.

A investigação em empreendedorismo e sua conceptualização, tendo em vista a definição de um perfil do estudante do Ensino Superior Politécnico, sustentou a conceção deste livro, que tem ainda como objetivo a elaboração de políticas e estratégias em Empreendedorismo, na constituição de uma «Agenda para o Empreendedorismo no Ensino Superior». O livro é constituído por sete capítulos como se descreve.

No primeiro descreve-se o programa Poliemprende e a sua perceção pelos estudantes, mostrando como emergiu, como evoluiu, qual o seu futuro e por fim como é percecionado pelos estudantes.

No segundo descrevem-se os objetivos do estudo e o método que foi utilizado para a investigação efetuando a caracterização do objeto empírico e de estudo, o instrumento que foi utilizado para levar a efeito a investigação, bem como os procedimentos utilizados.

No terceiro descrevem-se os resultados sobre o empreendedorismo nos estudantes, o seu conhecimento sobre o programa Poliemprende, bem como a preparação que o curso lhes proporciona para o empreendedorismo e o desejo que possuem em iniciar a sua vida profissional na dimensão empreendedora

No quarto é efetuada uma abordagem psicológica ao auto conceito e a sua relação com o empreendedorismo, bem como os resultados obtidos neste constructo pelos estudantes e como ele afeta as suas capacidades empreendedoras.

No quinto é efetuada uma conceptualização sobre os traços de personalidade e como eles afetam as motivações empresariais bem como os resultados sobre as motivações empresarias nestes estudantes, que nos mostram um perfil muito específico.

No sexto descrevem-se as perceções das influências que podem contribuir para que os estudantes possam iniciar a sua atividade empreendedora por conta própria, bem como os apoios que são percecionados pelos estudantes para esta atividade empreendedora.

No sétimo descrevem-se as tipologias de empreendedores que se encontraram nos estudantes do Ensino Superior Politécnico, caracterizados por dois grandes grupos de estudantes, os que apoiam o empreendedorismo e os que possuem algumas reservas sobre ele para a sua vida profissional.

Finalmente surgem as considerações finais que nos permitem indicar algumas sugestões para melhorar o empreendedorismo no Ensino Superior Politécnico e colocado separadamente numa «Agenda para o Empreendedorismo no Ensino Superior» dando continuidade ao trabalho já efetuado.



---

# O Programa Poliempreende e a sua perceção pelos estudantes

---



---

**1.1. Caracterização do programa Poliempreende**  
**1.2. O futuro do Poliempreende**

---



## 1.1. Caracterização do programa Poliempreende

O programa Poliempreende é um projeto com oito anos, que começou por uma atividade pioneira no Instituto Politécnico de Castelo Branco e que rapidamente se estendeu aos IP da Guarda e de Viseu onde desenvolveu as suas atividades entre os anos de 2003 e 2006. Estes Pioneiros do Poliempreende começaram a sua atividade apenas com objetivos internos, isto é, desenvolver o empreendedorismo no seio da comunidade académica. A partir de 2007 alargou-se a participação a todos os restantes Institutos Politécnicos, na fase que denominaremos de expansão e em que o Ensino Superior Politécnico começou a ter consciência de que o empreendedorismo era uma atividade vital a promover no seu seio. Em 2008 com a consciência de que o projeto já tinha a sua maturidade, começou uma nova fase com a coordenação rotativa. O grupo consolidou-se com a coordenação do Instituto Politécnico de Coimbra e novas adesões de Escolas não integradas e de todas as dos Politécnicos integrados nas Universidades de Aveiro e do Algarve. Começou a visibilidade externa ao Ensino Superior Politécnico com a candidatura a projetos que pudessem financiar as suas atividades. Em 2009 o Poliempreende ultrapassou as suas fronteiras e entrou na agenda Mediática e Pública com o Papel desempenhado pelo Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Em 2010 o Poliempreende começa a consolidação como um projeto nacional que visa extravasar os muros da Academia para as regiões onde se insere, facilitando a transferência de tecnologia, dando deste modo uma contribuição para o desenvolvimento nacional com forte incidência no desenvolvimento de projetos de base regional. As Instituições do Ensino Superior Politécnico começaram assim a ter consciência de que ao aprender que transforma a informação em conhecimento, e ao apreender que transforma o conhecimento em competências, se devia juntar o «empreender», que transforma as competências em capacidades, levando ao empreendedorismo por conta de outrem e também por conta própria.

O Poliempreende que no seu início desenvolvia as suas atividades exclusivamente em torno de um concurso de ideias regional e nacional, transformou-se num projeto de empreendedorismo que atua em todas as suas fases, desde o fomentar a criatividade e inovação nos estudantes até à criação de empresas com os respetivos apoios em todos os momentos do seu desenvolvimento. O Poliempreende visa deste modo promover o espírito empreendedor nas comunidades académicas, com oficinas de empreendedorismo, concursos de ideais de negócio e a apresentação de planos de negócio. Dos melhores projetos de cada IP, sujeitos a um concurso nacional, são premiados três projetos. Os vencedores podem, com o prémio pecuniário, criar a sua própria empresa, concretizando o projeto, reforçando o desenvolvimento socioeconómico das regiões onde os IP se inserem. Este modelo inovador muda a atitude no seio da comunidade académica e aprofunda competências empresariais.

Os resultados que este projeto já produziu são os que se apresentam no Quadro 1.

**Quadro1. Balanço das atividades do Poliempreende**

| Ano letivo   | Nº projetos | Docentes nas equipas | Alunos      | Diplomados | Outros     | Empresas criadas | Patentes  | Tutores | Empresas em criação |
|--------------|-------------|----------------------|-------------|------------|------------|------------------|-----------|---------|---------------------|
| 2003-2004    | 24          | 0                    | 62          | 0          | 0          | 0                | 0         | 3       | 0                   |
| 2004-2005    | 5           | 0                    | 18          | 0          | 0          | 1                | 0         | 3       | 0                   |
| 2005-2006    | 8           | 3                    | 20          | 0          | 0          | 1                | 0         | 10      | 0                   |
| 2006-2007    | 17          | 1                    | 43          | 0          | 0          | 3                | 0         | 26      | 0                   |
| 2007-2008    | 78          | 17                   | 223         | 15         | 9          | 9                | 4         | 106     | 12                  |
| 2008-2009    | 170         | 33                   | 532         | 51         | 109        | 8                | 6         | 66      | 24                  |
| 2009-2010    | 154         | 57                   | 571         | 59         | 16         | 10               | 49        | 89      | 26                  |
| <b>Total</b> | <b>454</b>  | <b>108</b>           | <b>1469</b> | <b>125</b> | <b>134</b> | <b>32</b>        | <b>59</b> |         |                     |

Como se pode verificar nestes resultados, com a expansão do Poliempreende os seus resultados crescem significativamente, em especial com a entrada de docentes e diplomados nas equipas. Participaram mais de 1836 pessoas que se envolveram nas atividades do empreendedorismo e que se materializou em 32 empresas criadas e 59 patentes registadas.

Para além destes resultados observa-se já uma mudança de mentalidade nos atores académicos. A formação em empreendedorismo está a entrar nas estruturas curriculares de muitas das instituições do Ensino Superior Politécnico, o Poliempreende entra deste modo no seio das instituições. A maioria das instituições está também a criar estruturas de apoio à concretização dos projetos como preconizado no Contrato de Confiança para criar em cada Instituição um gabinete do empreendedorismo.

## 1.2. O futuro do Poliempreende

O Poliempreende vai continuar a expandir-se procurando levar para o seu seio todas as Escolas Politécnicas não integradas, uma vez que as integradas já o estão; continuar o processo de internacionalização começado com a integração do Instituto Politécnico de Macau e a organizações congéneres em Cabo Verde; levar a que todas as Escolas integrem nas suas estruturas curriculares o empreendedorismo, consolidando o empreender; procurar que todas as instituições criem uma estrutura de apoio ao empreendedorismo por conta própria e estabelecendo parcerias com todos os atores nacionais e regionais que em cada instituição possam contribuir para apoiar o empreendedorismo por conta própria.

O Poliempreende como projeto para promover o empreendedorismo motivando os potenciais promotores tem como um dos elementos centrais um concurso de

ideias de negócio para apoiar o empreendedorismo por conta própria e formação específica para incentivar à emergência de ideias de negócios com uma oficina *E* e em seguida formação que permita aos promotores desenvolver um plano de negócios com uma oficina *E2*. Promovem-se ainda outras ações, como Seminários ou Sessões de Trabalho, assim como outros eventos nesta área científica que fortalecem o conhecimento e preparam o participante para o mundo empresarial.

O Poliemprende tem a visão de ser um marco de referência no empreendedorismo nacional contribuindo deste modo para o desenvolvimento das regiões onde as instituições se inserem e ao nível nacional para a criação de riqueza no País.



---

# Questão de investigação e método utilizado

---



---

**2.1. Questão de investigação e sua justificação**

**2.2. Objetivos operacionais**

**2.3. Método**

**2.3.1. Instrumento**

**2.3.2. Objeto empírico**

**2.3.3. Objeto de estudo**

**2.3.4. Procedimentos e descrição da estrutura de gestão da investigação**

---



A investigação realizada visa ser o primeiro passo para a criação de uma rede nacional de investigação na área do empreendedorismo composta por todos os IP Públicos Portugueses e Escolas Politécnicas não integradas e contribuir para a melhoria global da competitividade do País. Estas entidades que fazem parte do Sistema Científico e Tecnológico Nacional, têm responsabilidades no desenvolvimento de competências em Empreendedorismo, daí que a investigação possa contribuir para realizar ajustamentos necessários quer aos planos curriculares dos cursos que ministram, quer nas atividades de promoção do Empreendedorismo que desenvolvem, e ainda na criação de Gabinetes de Apoio ao Empreendedorismo, concorrendo assim de forma responsável para a criação de novos empresários qualificados, bem como, de novas empresas.

Espera-se que os resultados desta investigação possam dar pistas importantes tanto ao nível da estratégia global como local, a adotar na promoção do Empreendedorismo, nomeadamente na sensibilização dos fatores críticos de competitividade e espírito empresarial.

Esta investigação que abrangeu 6532 estudantes das instituições aderentes ao concurso Poliemprende no ano de 2009, disponibiliza resultados relativos ao perfil empreendedor dos estudantes do Ensino Superior Politécnico, bem como de fatores facilitadores do empreendedorismo que contribuem para identificar a propensão para o Empreendedorismo dos estudantes do ensino superior, e quais as suas características pessoais e contextuais. Pretende também ser a primeira parte de uma investigação mais vasta, que permita compreender em que medida a formação e as ações relativas ao Empreendedorismo, mais especificamente através do programa Poliemprende, podem contribuir para aumentar a motivação dos estudantes para esta área transversal de competências requeridas ao estudante do ensino superior.

Pretende-se também com esta investigação a sua divulgação, nomeadamente com a participação em redes internacionais de Empreendedorismo e a criação de um Observatório que monitorize a capacidade empreendedora dos estudantes do Ensino Superior.

## 2.1. Questão de investigação e sua justificação

Esta investigação tornou-se necessária para o aprofundamento do projeto Poliemprende. Com efeito sem conhecermos a realidade em que vivemos dificilmente se podem tomar medidas que possam ser eficazes para resolver os problemas que se nos deparam. Foi este grande objetivo que nos levou a construir a nossa questão de partida e desenvolver um conjunto de objetivos operacionais. Assim a nossa questão de partida foi: *Qual o potencial empreendedor do estudante do Ensino Superior Politécnico e o que o pode influenciar neste domínio?*

Deste modo identificamos um conjunto de variáveis que serviram de guia para a nossa investigação, no domínio dos traços de personalidade existentes nos estudantes que podem influenciar a capacidade empreendedora; nas motivações empresariais dos estudantes; nas influências sociais e do meio que contribuem para desenvolver uma atividade empreendedora; no potencial empreendedor em cada estudante e nas estratégias comunicacionais que os podem levar a envolver-se na atividade empreendedora.

## 2.2. Objetivos operacionais

Em função das variáveis anteriormente identificadas construímos os seguintes objetivos operacionais:

- Identificar os perfis dos estudantes do Ensino Superior Politécnico em termo da sua capacidade empreendedora
- Identificar os perfis dos estudantes do Ensino Superior Politécnico em termos dos fatores motivacionais para o empreendedorismo;
- Identificar o perfil de desenvolvimento de competências empreendedoras dos estudantes do Ensino Superior Politécnico, ao longo da licenciatura e por áreas do conhecimento;
- Identificar os perfis dos estudantes do Ensino Superior Politécnico em termo das influências do meio que possam contribuir para o desenvolvimento de um comportamento empreendedor;
- Identificar o perfil dos estudantes do Ensino Superior Politécnico em termos dos traços de personalidade que possam contribuir para desenvolver uma atividade empreendedora;

## 2.3. Método

A investigação realizada foi coordenada pelo departamento de empreendedorismo e unidade de investigação da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

Teve como alvo os estudantes dos cursos das várias Escolas Superiores que constituem as dezassete Instituições do Ensino Superior Politécnico Portuguesas participantes no projeto Poliempreende nesta data e que se distribuíam por todas as regiões nacionais de Portugal continental, a saber: Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve.

Foi efetuada uma investigação descritiva que nos permitiu de acordo com os nossos objetivos descrever as características dos estudantes do Ensino Superior Politécnico no que se refere ao empreendedorismo.

### 2.3.1. Instrumento

Esta investigação recorreu ao questionário para a recolha de informação que visou operacionalizar os objetivos de investigação identificados, através de um conjunto de escalas e questões. Estas refletem o desenho de pesquisa adotado em investigações anteriores dedicadas ao empreendedorismo (Kristiansen & Indarti, 2004; Krueger *et al.*, 2000; Lüthje & Franke, 2003).

O questionário que se intitulou «motivações pessoais e fatores facilitadores do empreendedorismo» foi criado através de um painel de *experts* realizado em 2009 e constituído por investigadores Doutorados provenientes de cinco áreas: saúde, psicologia, informática, engenharia e gestão. Teve por base as escalas sobre os motivos para a criação de empresas, as influências sociais e do meio e os apoios para a criação de empresas, baseadas no trabalho da *Society for Associated Researchers on International Entrepreneurship* (SARIE) com contribuições de teóricos de Aldrich, Rozen e Woodward (1987), Baumol (1985), Shapero & Sokol (1982), os motivos empresariais de McClelland (1961), os trabalhos de Pereira (2001) e questões pertinentes provenientes da realidade relativa às instituições e do projeto Poliempreende. Para a variável de personalidade foi utilizado o inventário de Vaz Serra (1985), que teve por base os trabalhos de Bandura, (1978), Fleming & Courtney, (1984) e Serra, (1986).

O questionário desenvolveu-se ao longo de quatro grandes grupos de questões:

1. Um que procurou caracterizar a amostra em termos sócio demográficos;
2. Outro para avaliar as dimensões da personalidade dos estudantes;
3. Um outro para caracterizar as motivações empreendedoras, fatores do meio envolvente, fatores facilitadores e apoios;
4. Finalmente um outro para identificar expectativas, capacidades empreendedoras, atratividade e exposição ao empreendedorismo.

#### ■ MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS E FATORES FACILITADORES DO EMPREENDEDORISMO

As motivações empreendedoras, os fatores facilitadores do empreendedorismo e os apoios tiveram por base os trabalhos realizados por Pereira (2001) que evidenciaram boas propriedades psicométricas em termos dos fatores «Motivações empresariais», «Influência do Ambiente» e «Apoios».

Para avaliar as «Motivações empresariais» foram apresentadas questões relativas ao «prestígio, segurança familiar, realização e oportunidade, e independência e bens materiais» numa escala tipo *Likert* de 5 pontos.

Para avaliar a «Influência do Ambiente» foram apresentadas questões relativas à «disponibilidade de recursos, clientes e incentivos, instabilidade social e económica, e incerteza política» numa escala tipo *Likert* de 5 pontos.

Para avaliar os «Apoios» foram apresentadas questões relativas ao «Financeiro e Formação para o negócio». As questões foram apresentadas numa escala tipo *Likert* de 5 pontos.

#### ■ MOTIVAÇÃO, FATORES DO MEIO ENVOLVENTE E APOIOS

Para avaliar as «Motivação, fatores do meio envolvente e expectativas» foram apresentadas diversas questões acerca dos motivos e grau de importância atribuídos aos indicadores «Contexto familiar», «Intenção e motivo na criação de empresa», «Potencial mercado a que se destina», «Potencial área de atividade», «Possibilidades que a sua licenciatura oferece, para a inserção laboral», «Perceção de serviços de

apoio para a criação de empresa/negócio», «Dificuldade percebidas como obstáculos à criação da sua própria empresa» e «Perceção sobre o empreendedorismo».

#### ■ CAPACIDADE EMPREENDEDORA

Para avaliar a «Capacidade empreendedora» foram apresentadas questões sobre «a capacidade para criar uma empresa» (escala do tipo *Likert* de cinco pontos «pouco... muito»); «capacidade de trabalhar por conta própria» (sim/não); «desejo de trabalhar por conta própria» (escala do tipo *Likert* de cinco pontos); «desejo de criar uma empresa» (escala do tipo *Likert* de cinco pontos «pouco... muito»); «tem alguma ideia de negócio» (sim/não); «origem da ideia de negócio»; «mercado a que se destina» e «atividade em que se insere a ideia/produto».

#### ■ PREPARAÇÃO DADA PELO CURSO

Para avaliar a preparação dada pelo curso foram apresentadas questões sobre a preparação percebida para «trabalhar por conta própria» e «para criar uma empresa» apresentado numa escala do tipo *Likert* de cinco pontos «pouco... muito»).

Atratividade e exposição ao empreendedorismo

Para avaliar a «atratividade do empreendedorismo» foi efetuada uma questão apresentada numa escala de cinco pontos do tipo *Likert* (1 – muito pouco atrativo... 5 – muito atrativo).

A avaliação da «exposição ao empreendedorismo» foi avaliada através de uma questão «se já ouviu falar do concurso de empreendedorismo – Poliempreende» (Sim/Não).

#### ■ VARIÁVEIS DA PERSONALIDADE

Para avaliação das variáveis da personalidade recorreu-se ao Inventário Clínico de auto-conceito de Vaz Serra (1985). Este inventário foca aspetos emocionais e sociais, considerando-os importantes no ajustamento pessoal (Bandura, 1978; Fleming & Courtney, 1984; Serra, 1986), e de auto-conceito, pois procura registar as perceções que a pessoa tem de si própria, consideradas como um traço de personalidade, uma dimensão estável na pessoa. O inventário avalia as seguintes dimensões: Aceitação, Rejeição Social; Auto-eficácia; Maturidade Psicológica e Impulsividade, Atividade.

#### ■ VARIÁVEIS SÓCIO DEMOGRÁFICAS

Foram recolhidas informações sócio demográficas a saber: Idade, sexo, área do curso, ano do curso, estado civil, ter empresários na família, condição perante o ensino (trabalhador estudante/estudante).

### 2.3.2. Objeto empírico

Este objeto empírico é constituído por todos os Institutos Politécnicos Portugueses e as Escolas não integradas que se descrevem como consta no anexo.

### 2.3.3. Objeto de estudo

O universo do estudo foi caracterizado por todos os estudantes das instituições indicadas no objeto empírico do ponto anterior, tendo em consideração o género, a qualidade de estudante, os anos de curso, as áreas de Saúde, Gestão, Tecnológicas e de Ciências Sociais.

A amostra foi constituída por conveniência sendo estratificada por área de curso em cada instituição e como descrito no ponto anterior. Adotou-se como critério para a constituição da amostra, a sua estratificação pelos três ou quatro anos das licenciaturas nas quatro áreas do conhecimento, a saber: saúde, gestão, tecnologias e ciências sociais, preconizando-se a recolha de 40 questionários referente a cada ano e em cada uma das áreas referidas.

No final foi obtida uma amostra de 6532 estudantes como adiante se discrimina, primeiro por Instituição, segundo por estado civil e género, terceiro por tipo de estudante e área de curso, quarto por ano de curso, por áreas de curso e empresários na família, quinto por área de curso e pais empresários, sexto por familiares empresários, sétimo por área de curso e tipologias de intenções de começar a trabalhar ou já a trabalhar e oitavo por outros cruzamentos relevantes.

No Quadro 2 é apresentada a distribuição das respostas obtidas nas dezassete Instituições participantes.

**Quadro 2. Estudantes em cada uma das Instituições inquiridas**

|                         | <i>n</i>    | Porcentagem  |
|-------------------------|-------------|--------------|
| IP Beja                 | 469         | 7,2          |
| IP Bragança             | 255         | 3,9          |
| IP Castelo Branco       | 387         | 5,9          |
| IP Cávado e Vale do Ave | 322         | 4,9          |
| IP Coimbra              | 513         | 7,9          |
| IP Guarda               | 463         | 7,1          |
| IP Leiria               | 492         | 7,5          |
| IP Lisboa               | 276         | 4,2          |
| IP Portalegre           | 150         | 2,3          |
| IP Porto                | 448         | 6,9          |
| IP Santarém             | 500         | 7,7          |
| IP Setúbal              | 405         | 6,2          |
| IP Viana Castelo        | 477         | 7,3          |
| IP Viseu                | 549         | 8,4          |
| IP Tomar                | 187         | 2,9          |
| ESEnfC                  | 185         | 2,8          |
| ESTG-UAlgarve           | 454         | 7,0          |
| <b>Total</b>            | <b>6532</b> | <b>100,0</b> |

O maior contributo na constituição da amostra advém do Instituto Politécnico de Viseu, representando 8,4% do total, contrastando com o Instituto Politécnico de Portalegre que contribuiu com 2,3% do total.

Seguidamente é apresentado no Quadro 3 a distribuição da amostra por género e estado civil, áreas de ensino, ano de ensino e idade.

**Quadro 3. Perfil da amostra dos estudantes inquiridos**

|                |                       | Frequência  | Percentagem | Percentagem válida |
|----------------|-----------------------|-------------|-------------|--------------------|
| Estado civil   | Solteiro(a)           | 5836        | 89,3        | 90,6               |
|                | Divorciado(a)         | 89          | 1,4         | 1,4                |
|                | Casado(a)             | 409         | 6,3         | 6,3                |
|                | União de facto        | 108         | 1,7         | 1,7                |
| Género         | Masculino             | 2252        | 34,5        | 34,9               |
|                | Feminino              | 4194        | 64,2        | 65,1               |
| Área de curso  | Saúde                 | 1816        | 27,8        | 28,8               |
|                | Tecnológicas          | 1647        | 25,2        | 26,1               |
|                | Ciências Sociais      | 1336        | 20,5        | 21,2               |
|                | Gestão                | 1500        | 23,0        | 23,8               |
| Ano do curso   | 1º                    | 2055        | 31,5        | 31,9               |
|                | 2º                    | 2218        | 34,0        | 34,4               |
|                | 3º                    | 1706        | 26,1        | 26,5               |
|                | 4º                    | 462         | 7,1         | 7,2                |
| Tipo estudante | Estudante             | 5359        | 82,0        | 83,3               |
|                | Trabalhador estudante | 1077        | 16,5        | 16,7               |
| Idade          | 17 a 30 anos          | 5942        | 91,0        | 92,9               |
|                | 31 a 40 anos          | 314         | 4,8         | 4,9                |
|                | Mais de 40 anos       | 137         | 2,1         | 2,1                |
|                | <b>Total</b>          | <b>6393</b> | <b>97,9</b> | <b>100,0</b>       |

Estamos perante uma amostra com um perfil onde encontramos 83,3% de estudantes que apenas estudam, do sexo feminino (65,1%), solteiros (90,6%), com idades entre os 17 e os 30 anos (92,9%), maioritariamente do primeiro (31,9%) e do segundo ano (34,4%) e com uma distribuição relativamente homogénea por áreas de curso inquiridas, Saúde (28,8%), Tecnológicas (26,1%), Ciências Sociais (21,2%) e Gestão (23,8%). A minoria de estudantes do quarto ano é devido à maioria das instituições já terem o processo de Bolonha a funcionar.

Em seguida tentamos identificar algumas diferenças a este perfil, que são as seguintes, medidas através do qui quadrado.

Os estudantes do género masculino têm tendência em serem mais casados (8,8% versus 5,0%), divorciados (1,5% versus 1,3%) e em união de facto (1,7% versus 1,6%) do que as estudantes do género feminino. As estudantes do género feminino (92,0% versus 88%) são maioritárias na condição de solteiras ( $p: 0,000$ ).

Os estudantes do género masculino têm mais tendência a frequentarem as áreas Tecnológicas (44,4% versus 16,6%) e as da Gestão (25,9% versus 22,7%) do que as estudantes do género feminino. As estudantes do género feminino por sua vez encontram-se mais nas áreas da Saúde (35,2% versus 16,9%) e nas das Ciências Sociais (25,5% versus 12,9%) do que os do género masculino ( $p: 0,000$ ).

Os trabalhadores estudantes são maioritários nas áreas da Gestão (37,9% versus 21,0%) e nas Tecnológicas (29,8% versus 25,4) do que os que são apenas estudantes. Os apenas estudantes são maioritários nas áreas da Saúde (32,4% versus 11,1%) do que os trabalhadores estudantes ( $p: 0,000$ ).

Em seguida analisamos o perfil da amostra por familiares empresários. Os resultados encontram-se no Quadro 4.

**Quadro 4. Estudantes com familiares empresários**

|                        | Frequência | Percentagem | Percentagem válida |
|------------------------|------------|-------------|--------------------|
| Empresários na família | 4859       | 74,4        | 75,2               |
| Empresários pais       | 1567       | 24,0        | 24,2               |
| Empresários tios       | 1857       | 28,4        | 28,7               |
| Empresários irmãos     | 276        | 4,2         | 4,3                |
| Outros empresários     | 1982       | 30,3        | 30,7               |

Verifica-se que uma maioria de 75,2% de estudantes possui empresários na família. Estamos perante um número muito elevado, cuja explicação pode estar associada ao Ensino Politécnico? Quando inquirido o tipo de empresários verificamos que os tios representam 28,7% e os pais 24,2%.

Num segundo momento, identificamos como se distribuía este perfil pelos vários grupos em estudo.

Sem diferenças estatisticamente significativas apenas no que refere ao género, o masculino possui ligeiramente mais pais empresários do que o feminino (26,9% versus 23,2%).

Por área de curso verifica-se que as áreas Tecnológicas (79,1%) e da Gestão (79,2%) possuem estudantes com mais familiares empresários do que as da Saúde (72,5%) e das Ciências Sociais (74,4%) para um  $p: 0,001$ .

Os estudantes com pais empresários encontram-se mais nas áreas Tecnológicas (26,7%) e da Gestão (27,4%) e menos nas da Saúde (23,3%) e das Ciências Sociais (21,0%) para um  $p: 0,000$ .

Em seguida para caracterizarmos a amostra efetuamos mais algumas análises relativamente ao tipo de trabalho que os estudantes querem ter após acabarem o curso. Os resultados encontram-se no Quadro 5.

**Quadro 5. Tipo de trabalho que os estudantes querem ter após acabarem o curso**

|              |                                 | Frequência  | Percentagem  | Percentagem válida |
|--------------|---------------------------------|-------------|--------------|--------------------|
| Válidos      | A trabalhar por conta de outrem | 4203        | 64,3         | 67,6               |
|              | A trabalhar por conta própria   | 968         | 14,8         | 15,6               |
|              | Já trabalho por conta de outrem | 911         | 13,9         | 14,6               |
|              | Já trabalho por conta própria   | 137         | 2,1          | 2,2                |
|              | <b>Total</b>                    | <b>6219</b> | <b>95,2</b>  | <b>100,0</b>       |
| Inválidos    | Não respostas                   | 313         | 4,8          |                    |
| <b>Total</b> |                                 | <b>6532</b> | <b>100,0</b> |                    |

Estes resultados revelam que a maioria dos estudantes quer iniciar a sua vida profissional a trabalhar por conta de outrem, 67,6% e apenas 15,6% quer trabalhar por conta própria.

Identificamos em seguida, quais dos grupos em estudo se afastavam deste perfil e verificamos as seguintes diferenças, estatisticamente significativas para um  $p < 0,000$ .

Por áreas de ensino. As áreas da Saúde (80,2%) e das Ciências Sociais (66,6%) são aquelas em que os estudantes mais desejam trabalhar por conta de outrem em contraste com as Tecnológicas (65,0%) e da Gestão (56,9%) que são as que menos estudantes possuem nesta condição. Os estudantes a trabalhar por conta própria emergem nas áreas da Gestão (19,0%) e nas Tecnológicas (17,5%) como aquelas em que mais o desejam por contraste com as da Saúde (11,2%) e das Ciências Sociais (15,2%) que são aquelas onde menos desejam. Os estudantes a trabalhar já por conta de outrem são identificados nas áreas da Gestão (20,8%) e das Ciências Sociais (16,5%) que são aquelas em que mais o fazem em contraste com as da Saúde (8,1%) e Tecnológicas (14,6%) que são aquelas onde menos o fazem. Finalmente, os estudantes já a trabalhar por conta própria são identificados nas áreas da Gestão (3,3%) e Tecnológicas (2,9%) que são aquelas onde mais o fazem em contraste com as da Saúde (0,5%) e das Ciências Sociais (1,7%) que são aquelas onde menos o fazem.

Por género, verificamos que o estudante masculino quer trabalhar mais por conta própria (20,3%), já trabalha mais por conta de outrem (17,3%) e já trabalha mais por conta própria (3,8%) do que feminino que basicamente deseja trabalhar mais por conta de outrem (72,5%).

Por estado civil. Verifica-se que são os estudantes solteiros que mais desejam trabalhar por conta própria em contraste com os divorciados (38,4%), casados (31,9%) e em união de facto (47,6%). A trabalhar por conta própria são os estudantes soltei-

ros (16,1%) e os divorciados (18,6%) que mais o desejam em contraste com os restantes, casados (8,7%) e em união de facto (11,7%). Já a trabalhar por conta de outrem encontram-se mais os estudantes divorciados (36,0%), casados (49,1%) e em união de facto (34,9%) do que os solteiros (11,5%). Finalmente já a trabalhar por conta própria encontramos mais os solteiros (14,0%) e casados (10,2%) e menos os divorciados (7,0%) e em união de facto (6,8%).

### 2.3.4. Procedimentos e descrição da estrutura de gestão da investigação

Considerando a dimensão da investigação, os objetivos pretendidos e o compromisso assumido, tornou-se necessário a realização de reuniões periódicas ao nível Nacional. Foi discutido o projeto e seus objetivos tendo sido efetuadas várias reuniões para acompanhamento da referida investigação.

As reuniões nacionais ocorreram com uma frequência bimensal, visando efetuar uma avaliação do modo como a investigação estava a decorrer, dificuldades encontradas, ações realizadas e sugestões relativas ao aperfeiçoamento do modelo.

Os questionários foram distribuídos aos coordenadores do concurso Poliempreende que promoveram o processo de recolha em cada Instituição, e em particular a sua aplicação por Escola Superior nas várias licenciaturas definidas entre outubro de 2008 e janeiro de 2009.

Na análise dos dados foram utilizadas as estatísticas descritivas, o qui quadrado e a análise de variância com recurso *software* estatístico IBM SPSS 19.



---

# **Resultados sobre o empreendedorismo e o programa Poliemprende**

---



---

**3.1. O empreendedorismo nos estudantes e o conhecimento do programa Poliemprende**

**3.2. Preparação proporcionada pelo curso e a sua vida profissional**

**3.3. Desejo de empreender**

---



Procurou, neste capítulo, conhecer-se algumas dimensões que poderiam caracterizar esta população estudantil do Ensino Superior Politécnico em Portugal em termos do empreendedorismo e da sua propensão para se tornarem empreendedores, a sua envolvimento em empreendedorismo e o conhecimento do programa Poliemprende em cada uma das suas instituições.

### 3.1. O empreendedorismo nos estudantes e o conhecimento do programa Poliemprende

Nesta secção pretendeu compreender-se como era percebido o empreendedorismo pelos estudantes e como o projeto Poliemprende estava a ser divulgado nas várias instituições.

Num primeiro momento os estudantes foram questionados sobre se se sentiam capazes de criar o seu próprio negócio. Os resultados encontram-se no Quadro 6.

**Quadro 6. Considera-se capaz de criar uma empresa?**

|              |               | Frequência  | Percentagem  | Percentagem válida |
|--------------|---------------|-------------|--------------|--------------------|
| Válidos      | Sim           | 3958        | 60,6         | 60,9               |
|              | Não           | 2539        | 38,9         | 39,1               |
|              | <b>Total</b>  | <b>6497</b> | <b>99,5</b>  | <b>100,0</b>       |
| Inválidos    | Não respostas | 35          | 0,5          |                    |
| <b>Total</b> |               | <b>6532</b> | <b>100,0</b> |                    |

Os resultados mostram uma grande disponibilidade dos estudantes para se poderem envolver numa atividade empreendedora, representando 60,9%, aqueles que se consideram capazes de criar o seu próprio negócio. Se analisarmos as diferenças por género verificamos que estatisticamente masculino e feminino possuem perfis diferentes ( $p: 0,000$ ), onde o masculino possui mais tendência para ser capaz de criar uma empresa (72,0% dos homens) do que o feminino (54,9% das mulheres).

Em seguida foram inquiridos sobre se já possuíam uma ideia concreta para criar um negócio. Os resultados encontram-se no Quadro 7.

**Quadro 7. Tem alguma ideia concreta de negócio a criar?**

|              |               | Frequência  | Percentagem  | Percentagem válida |
|--------------|---------------|-------------|--------------|--------------------|
| Válidos      | Sim           | 3579        | 54,8         | 60,0               |
|              | Não           | 2385        | 36,5         | 40,0               |
|              | <b>Total</b>  | <b>5964</b> | <b>91,3</b>  | <b>100,0</b>       |
| Inválidos    | Não respostas | 568         | 8,7          |                    |
| <b>Total</b> |               | <b>6532</b> | <b>100,0</b> |                    |

Verifica-se que 60,0% dos estudantes já possuem uma ideia concreta para criar um negócio, um considerável número de ideias ou intenções de negócios.

Por género verifica-se que é mais o estudante masculino que possui ideias concretas (48,4% dos homens), do que o feminino (35,3% das mulheres) para um  $p$ : 0,000.

Por área de curso são os estudantes das áreas Tecnológicas (41,8%), da Gestão (43,4%) e das Ciências Sociais (43,7%), os que possuem mais ideias de negócio em relação aos da Saúde (32,0%) para um  $p$ : 0,000.

Por condição de estudante são os trabalhadores estudantes (57,3%) que mais ideias possuem em relação aos apenas estudantes (36,5%) para um  $p$ : 0,000.

Finalmente por estado civil verifica-se que são os estudantes que possuem responsabilidades familiares (casados, 56,2%, união de facto, 50,5% e divorciados, 46,4%), que mais ideias desenvolvem em relação aos solteiros (38,6%), para um  $p$ : 0,000.

Num terceiro momento procurou saber-se qual seria a origem da ideia que possuíam, se era a partir do mercado ou da investigação que desenvolviam na Instituição. Os resultados encontram-se no Quadro 8.

**Quadro 8. Origem da ideia de criação de um negócio**

|              | Frequência  | Percentagem válida | Percentagem em relação aos que possuem ideia |
|--------------|-------------|--------------------|--|
| Mercado      | 1834        | 29,3               | 51,0   |
| Investigação | 772         | 12,3               | 22,0   |
| <b>Total</b> | <b>2606</b> |                    |  |

Verifica-se que 29,3% dos estudantes tem ideias de negócio centradas no mercado enquanto 12,3% como resultado das suas investigações. Se colocarmos a questão apenas em relação aos que possuem ideias verificamos que estes são 51,0% e 22,0% respetivamente.

Nestes resultados encontramos ainda 27,0% de estudantes que não sabem responder à questão. Apesar de terem uma ideia, ainda não pensaram no que ela pode representar, podendo ser apenas um desejo, e não uma realidade objetivada.

Em seguida tentamos aprofundar a ideia de negócio procurando saber a que mercados se destinavam, se ao regional, nacional, internacional ou a todos. Os resultados encontram-se no Quadro 9.

**Quadro 9. Mercados a que se destina a sua ideia de negócio**

|               | Frequência  | Percentagem válida | Percentagem em relação aos que possuem ideia |
|---------------|-------------|--------------------|--|
| Regional      | 1131        | 18,0               | 32,0   |
| Nacional      | 856         | 13,7               | 24,0   |
| Internacional | 300         | 4,8                | 8,0  |
| Todos         | 447         | 7,1                | 12,0   |
| <b>Total</b>  | <b>2734</b> |                    |  |

A maioria dos estudantes orienta as suas ideias de negócio para um mercado regional (32,0%), 24% para o mercado nacional, 8,0% para o internacional e 12,0% para todos os mercados. Na orientação das ideias para o mercado encontramos 24% de estudantes que não sabem a que tipo de mercado se destina.

Relativamente à ideia procuramos ainda saber em que tipologia de atividade se situava a sua ideia: consultoria, prestação de serviços, turismo, comércio, agricultura, indústria ou outra. Os resultados encontram-se no Quadro 10.

**Quadro 10. Setor em que se insere a sua ideia de negócio**

|                       | Frequência  | Percentagem válida | Percentagem em relação aos que possuem ideia |
|-----------------------|-------------|--------------------|--|
| Prestação de serviços | 1334        | 20,7               | 37,0   |
| Turismo               | 377         | 5,8                | 11,0   |
| Comércio              | 354         | 5,5                | 10,0   |
| Consultoria           | 214         | 3,3                | 6,0  |
| Indústria             | 193         | 3,0                | 5,0  |
| Agricultura/pecuária  | 83          | 1,3                | 2,0  |
| Outra                 | 439         | 6,8                | 12,0   |
| <b>Total</b>          | <b>2994</b> |                    |  |

A maioria das ideias de negócio dos estudantes situa-se na prestação de serviços (37,0%), apenas 5,0% se situa na indústria. Cerca de 17,0% não sabem em que setor de atividade se poderá situar a sua ideia de negócio.

Num último momento foram colocadas mais quatro questões, três sobre o empreendedorismo para a sua vida e uma última sobre se já ouviram falar sobre o concurso Poliemprende. Os resultados encontram-se no Quadro 11, onde o valor médio da escala é de 3,00 pontos.

**Quadro 11. Atitude do estudante perante o empreendedorismo**

|   | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Acho o empreendedorismo atrativo                        | 6412     | 1      | 5      | 3,80  | 0,87          |
| Como empreendedor ficaria satisfeito com o meu trabalho | 6394     | 1      | 5      | 3,74  | 0,81          |
| Como empreendedor alcançaria os meus objetivos na vida  | 6410     | 1      | 5      | 3,63  | 0,80          |

Os resultados sugerem que os estudantes consideram o empreendedorismo algo atrativo (3,80), que conduz a satisfação pessoal (3,74) e que os levaria a atingir os seus objetivos de vida (3,63).

Efetuada uma análise por género os resultados encontram-se no Quadro 12.

**Quadro 12. Atitude do estudante perante o empreendedorismo em função do género**

|   |           | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|-----------|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Acho o empreendedorismo atrativo                        | Masculino | 2236     | 1      | 5      | 3,89  | 0,87          |
|   | Feminino  | 4161     | 1      | 5      | 3,76  | 0,87          |
| Como empreendedor alcançaria os meus objetivos na vida  | Masculino | 2235     | 1      | 5      | 3,70  | 0,79          |
|   | Feminino  | 4160     | 1      | 5      | 3,59  | 0,80          |
| Como empreendedor ficaria satisfeito com o meu trabalho | Masculino | 2230     | 1      | 5      | 3,80  | 0,81          |
|   | Feminino  | 4149     | 1      | 5      | 3,71  | 0,80          |

Estes resultados sugerem que os estudantes do género masculino consideram o empreendedorismo mais atraente (3,89), que os leva a atingirem os seus objetivos de vida (3,70) ficando mais satisfeitos com o seu trabalho (3,80) do que as estudantes do género feminino (3,76, 3,70 e 3,71). Estes resultados são estatisticamente signifi-

cativos para um  $p$ : 0,000. Estes resultados confirmam os anteriormente descritos e por áreas de ensino mantêm-se as diferenças destes resultados.

Por área de curso verificamos que também existem diferenças como o Quadro 13 nos mostra.

**Quadro 13. Atitude do estudante perante o empreendedorismo por áreas de curso**

|   |                  | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|------------------|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Acho o empreendedorismo atrativo                        | Saúde            | 1807     | 1      | 5      | 3,66  | 0,92          |
|   | Tecnológicas     | 1637     | 1      | 5      | 3,81  | 0,86          |
|   | Ciências Sociais | 1317     | 1      | 5      | 3,78  | 0,89          |
|   | Gestão           | 1490     | 1      | 5      | 4,00  | 0,74          |
| Como empreendedor alcançaria os meus objetivos na vida  | Saúde            | 1806     | 1      | 5      | 3,49  | 0,86          |
|   | Tecnológicas     | 1634     | 1      | 5      | 3,65  | 0,79          |
|   | Ciências Sociais | 1317     | 1      | 5      | 3,63  | 0,78          |
|   | Gestão           | 1491     | 1      | 5      | 3,78  | 0,72          |
| Como empreendedor ficaria satisfeito com o meu trabalho | Saúde            | 1803     | 1      | 5      | 3,63  | 0,84          |
|   | Tecnológicas     | 1631     | 1      | 5      | 3,76  | 0,81          |
|   | Ciências Sociais | 1317     | 1      | 5      | 3,76  | 0,79          |
|   | Gestão           | 1481     | 1      | 5      | 3,85  | 0,75          |

Os resultados mostram que os estudantes da área da Saúde se diferenciam de todos os restantes em todos os três itens com uma avaliação inferior do empreendedorismo e que os da Gestão se posicionam com uma avaliação mais elevada sobre o empreendedorismo para um  $p$ : 0,000. As áreas Tecnológicas e as das Ciências Sociais não se diferenciam entre si.

Verifica-se que a área da Saúde tem um posicionamento sobre o empreendedorismo sempre inferior às outras áreas, embora ainda esteja acima do valor médio da escala (3,00).

Por ano de curso não existem diferenças estatisticamente significativas em relação à avaliação destas dimensões.

Em seguida procuramos encontrar algumas diferenças entre o posicionamento face ao empreendedorismo e a condição de estudante. Os resultados encontram-se no Quadro 14.

**Quadro 14. Distribuição das respostas dos estudantes relativamente ao empreendedorismo por intenções de iniciar a atividade profissional**

|   |                                 | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|---------------------------------|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Acho o empreendedorismo atrativo                        | A trabalhar por conta de outrem | 4149     | 1      | 5      | 3,75  | 0,86          |
|   | A trabalhar por conta própria   | 956      | 1      | 5      | 3,99  | 0,87          |
|   | Já trabalho por conta de outrem | 903      | 1      | 5      | 3,87  | 0,83          |
|   | Já trabalho por conta própria   | 130      | 1      | 5      | 3,97  | 0,94          |
| Como empreendedor alcançaria os meus objetivos na vida  | A trabalhar por conta de outrem | 4150     | 1      | 5      | 3,56  | 0,7           |
|   | A trabalhar por conta própria   | 955      | 1      | 5      | 3,85  | 0,80          |
|   | Já trabalho por conta de outrem | 903      | 1      | 5      | 3,71  | 0,76          |
|   | Já trabalho por conta própria   | 129      | 1      | 5      | 3,90  | 0,82          |
| Como empreendedor ficaria satisfeito com o meu trabalho | A trabalhar por conta de outrem | 4142     | 1      | 5      | 3,68  | 0,806         |
|   | A trabalhar por conta própria   | 954      | 1      | 5      | 3,92  | 0,81          |
|   | Já trabalho por conta de outrem | 898      | 1      | 5      | 3,81  | 0,79          |
|   | Já trabalho por conta própria   | 128      | 1      | 5      | 4,01  | 0,80          |

Estes resultados mostram diferenças estatisticamente significativas perante o empreendedorismo ( $p$ : 0,000) entre os estudantes que querem começar a sua atividade por conta própria ou já trabalham por conta própria e os estudantes que querem começar a sua atividade por conta de outrem ou já trabalham por conta de outrem. Os primeiros mostram ter um posicionamento mais favorável do que os segundos, isto é, quem já trabalha por conta própria ou quer trabalhar por conta própria considera o empreendedorismo mais atrativo, considerando que este poderá ser importante para atingir os seus objetivos de vida tornando-os mais satisfeitos.

Relativamente ao conhecimento do concurso Poliemprende os resultados encontram-se no Quadro 15.

**Quadro 15. Distribuição das respostas dos estudantes relativamente ao conhecimento do concurso Poliemprende**

|              |               | Frequência  | Porcentagem  | Porcentagem válida |
|--------------|---------------|-------------|--------------|--------------------|
| Válidos      | Sim           | 3085        | 47,2         | 47,9               |
|              | Não           | 3356        | 51,4         | 52,1               |
|              | <b>Total</b>  | <b>6441</b> | <b>98,6</b>  | <b>100,0</b>       |
| Inválidos    | Não respostas | 91          | 1,4          |                    |
| <b>Total</b> |               | <b>6532</b> | <b>100,0</b> |                    |

Verifica-se que apenas 47,9% dos estudantes já ouviram falar do Poliemprende nas suas instituições. É um número relativamente baixo, embora se possa pensar que atualmente, dois anos depois ele seja mais elevado.

Por áreas de ensino verifica-se que os estudantes que mais ouviram falar do Poliemprende foram os estudantes de Gestão (54,5%) e os da Saúde (51,3%) e os que menos ouviram falar foram os das Ciências Sociais (39,3%) e os das Tecnológicas (46,3%), estas diferenças são significativas para um  $p: 0,000$ . Estes resultados da maior notoriedade do concurso Poliemprende nos Cursos de Gestão estão de acordo com as suas atitudes mais elevadas sobre o empreendedorismo. Nas áreas Tecnológicas com maior probabilidade de desenvolverem ideias a partir das suas investigações, não existe maior notoriedade.

Por anos de curso verificamos que são os dos últimos anos que mais ouviram falar do Poliemprende, 4º ano (70,1%) e 3º ano (62,8%) contra 33,2% do 1º ano e 45,2% do 2º ano para um  $p: 0,000$ . Estes dados estão consonantes com algumas estratégias de divulgação que privilegiam os últimos anos e os de formação pós graduada.

Fazendo uma análise por Instituição os resultados encontram-se no Quadro 16.

**Quadro 16. Já ouviu falar do programa Poliemprende na sua escola?**

| Instituições                             | Mais ouviram falar | Menos ouviram falar |
|--|--------------------|---------------------|
| Escola Superior de Enfermagem de Coimbra | 70,3%              |                     |
| IP Viana do Castelo                      | 65,7%              |                     |
| IP Castelo Branco                        | 64,4%              |                     |
| IP Coimbra                               | 64,2%              |                     |
| IP Porto                                 | 56,1%              |                     |
| IP Lisboa                                | 55,3%              |                     |
| IP Bragança                              | 53,0%              |                     |
| IP Guarda                                | 52,3%              |                     |
| IP Portalegre                            | 52,0%              |                     |

| Instituições            | Mais ouviram falar | Menos ouviram falar |
|-------------------------|--------------------|---------------------|
| IP Santarém             |                    | 75,7%               |
| IP Leiria               |                    | 71,2%               |
| IP Beja                 |                    | 66,8%               |
| IP Tomar                |                    | 66,7%               |
| U Algarve               |                    | 63,9%               |
| IP Setúbal              |                    | 59,0%               |
| IP Cávado e Vale do Ave |                    | 51,9%               |

Verificam-se nestes resultados algumas assimetrias na divulgação, denotando bastantes deficiências de comunicação sobre o Poliempreende nos IP de Santarém, Leiria, Beja, Tomar e Universidade do Algarve. Com melhor capacidade de comunicação assinala-se a Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, os IP de Viana do Castelo, Castelo Branco e Coimbra. Estas diferenças são suportadas pela estatística do qui quadrado para um  $p$ : 0,000.

Sobre o posicionamento em relação ao empreendedorismo, verificou-se que os estudantes que mais acham o empreendedorismo atrativo, que atinge melhor os seus objetivos de vida e os torna mais satisfeitos foram aqueles que mais ouviram falar no Poliempreende. Talvez estes resultados sejam devidos a uma maior sensibilidade ao tema. Os resultados foram validados por análises de variância para um  $p$ : 0,000.

Poderemos então numa breve súpula concluir:

- Que os estudantes do Ensino Superior Politécnico revelam ter muitas ideias de negócio com uma forte incidência na prestação de serviços. Sobre este perfil verificamos que o género masculino possui mais ideias que o feminino, que os trabalhadores estudantes possuem mais ideias do que os que apenas estudam e que os que já possuem responsabilidades familiares também possuem mais ideias do que os solteiros.
- Que a maioria dos estudantes considera que o empreendedorismo é atrativo, que os pode deixar satisfeitos e que os pode levar a atingir os seus objetivos de vida. Sobre este perfil verificamos que o género masculino considera mais positivamente o empreendedorismo em todos os parâmetros do que o feminino e que são os das áreas de Gestão os que lhe atribuem a dimensão mais positiva.
- Que a maioria dos estudantes não conhece o programa Poliempreende, o que nos leva a inferir que ele tem sido mal comunicado, uma vez que temos instituições onde 75,7% dos estudantes nunca ouviram falar do Poliempreende. Verifica-se também que a comunicação tem estado mais orientada para os dois últimos anos do curso frequentado.

### 3.2. Preparação proporcionada pelo curso e a sua vida profissional

Neste ponto procuramos saber em que medida a preparação proporcionada pelo curso orienta os estudantes na sua futura vida profissional. A preparação ministrada pelas Instituições tem um pendor muito orientado para a dependência, favorecendo pouco o empreender.

A primeira questão colocada foi a de saber qual a preparação que o curso proporciona a cada um dos estudantes para a vida ativa e se o empreendedorismo se encontra nessa preparação. Os resultados encontram-se no Quadro 17 onde o valor médio da escala é de 3,00 pontos.

**Quadro 17. Preparação recebida pelo curso**

|   | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mestrado/doutoramento) | 6411     | 1      | 5      | 3,97  | 0,873         |
| O meu curso prepara-me para trabalhar com profissional numa organização   | 6432     | 1      | 5      | 3,86  | 0,841         |
| O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)        | 6398     | 1      | 5      | 3,18  | 1,050         |
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família             | 6358     | 1      | 5      | 3,15  | 1,141         |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                     | 6384     | 1      | 5      | 2,93  | 1,082         |

Estes resultados sugerem que a preparação que mais se evidencia na formação escolar é a académica com 3,97 pontos encontrando-se acima do valor médio da escala (3,00) com grande homogeneidade de respostas evidenciada por um baixo desvio padrão. A preparação que emerge em segundo lugar é a relativa ao mercado de trabalho com 3,86 pontos, também acima do valor médio da escala, com grande homogeneidade de respostas evidenciada por um baixo desvio padrão. A preparação para trabalhar por conta própria ainda recebe uma ligeira valorização positiva (3,18). A preparação para trabalhar numa empresa familiar recebe também uma ligeira valorização positiva (3,15). A preparação para ser empreendedor por conta próprio é a que menos valorização recebe com 2,93 encontrando-se abaixo do valor médio da escala.

Parece estarmos perante uma lógica mais académica, do que profissional neste tipo de Ensino Superior Politécnico.

Em seguida fomos identificar as variabilidades dos vários grupos em estudo em relação ao perfil traçado no Quadro 17 através de uma análise de variância.

A primeira análise efetuada visou conhecer o tipo de preparação por género, que se encontra no Quadro 18.

**Quadro 18. Preparação do curso por género**

| Preparação do curso   | Sexo      | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para trabalhar como profissional numa organização  | Masculino | 2223     | 3,82  | 0,81          | 6,135    | 0,013 |
|   | Feminino  | 4159     | 3,88  | 0,86          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família             | Masculino | 2200     | 3,29  | 1,12          | 43,526   | 0,000 |
|   | Feminino  | 4110     | 3,09  | 1,15          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)        | Masculino | 2214     | 3,32  | 1,01          | 59,685   | 0,000 |
|   | Feminino  | 4137     | 3,11  | 1,06          |          |       |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                     | Masculino | 2210     | 3,07  | 1,05          | 57,580   | 0,000 |
|   | Feminino  | 4128     | 2,85  | 1,09          |          |       |
| O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mestrado/doutoramento) | Masculino | 2212     | 3,86  | 0,87          | 55,174   | 0,000 |
|   | Feminino  | 4148     | 4,03  | 0,86          |          |       |

Os resultados mostram que encontramos um perfil por género completamente diferente. As estudantes do género feminino consideram que o curso as prepara melhor para prosseguir os estudos numa formação pós graduada em relação aos do masculino (4,03 *versus* 3,86). Os estudantes do género masculino consideram que recebem melhor preparação em relação ao feminino para trabalhar por conta própria (3,32 *versus* 3,11) e para criar uma empresa própria (3,07 *versus* 2,85). Relativamente à preparação proporcionada pelo curso para se trabalhar como profissional numa organização, as estudantes do género feminino assinalam uma perceção mais positiva (3,88) do que os do género masculino (3,82), diferença não muito relevante apesar de estatisticamente significativa.

Estes resultados relativamente ao género estão em consonância com todas as diferenças de género e aproximam-se do estereótipo de género veiculado pela sociedade onde o homem é mais autónomo na sociedade com mais acesso ao poder e a mulher mais dependente.

A análise por ano de curso mostra-nos uma realidade como a que consta no Quadro 19 onde as diferenças são significativas em cada uma das dimensões com um *p*: 0,000.

Verificamos com estes dados que os estudantes à medida que progredem na sua vida escolar vão percebendo uma perda de capacidade no que respeita à preparação para trabalhar por conta própria. Entram com alguma autonomia e desejo de criar a sua própria empresa e saem já com menor autonomia e desejo, revelando a necessidade de ajustamento dos currícula. As diferenças estão consonantes com investigações que mostram que a educação tradicional não favorece a inovação e a autonomia, (Jones & English, 2004).

**Quadro 19. Preparação recebida por ano do curso**

|  |    | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|--|----|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Preparação para trabalhar por conta própria (autónomo) | 1º | 2015     | 1      | 5      | 3,43  | 1,03          |
|  | 2º | 2188     | 1      | 5      | 3,19  | 1,01          |
|  | 3º | 1680     | 1      | 5      | 2,99  | 1,06          |
|  | 4º | 461      | 1      | 5      | 2,78  | 1,05          |
| Preparação para criar uma empresa própria              | 1º | 2011     | 1      | 5      | 3,16  | 1,08          |
|  | 2º | 2181     | 1      | 5      | 2,93  | 1,03          |
|  | 3º | 1679     | 1      | 5      | 2,77  | 1,08          |
|  | 4º | 460      | 1      | 5      | 2,45  | 1,07          |

Efetuamos também uma análise da correlação entre a preparação proporcionada pelo curso e o ano frequentado. Estes resultados encontram-se no Quadro 20.

**Quadro 20. Correlação entre a perceção da preparação proporcionada pelo curso por ano do curso nos estudantes**

|  | Ano do curso | 1 | 2       | 3       | 4        | 5        |
|--|--------------|---|---------|---------|----------|----------|
|  |              | 1 | -0,090  | -0,076  | -0,194** | -0,183** |
| 1. O meu curso prepara-me para trabalhar com profissional numa organização |              | 1 | 0,201** | 0,345** | 0,283**  | 0,400**  |
| 2. O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família           |              |   | 1       | 0,348** | 0,320**  | 0,105**  |
| 3. O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)      |              |   |         | 1       | 0,730**  | 0,266**  |
| 4. O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                   |              |   |         |         | 1        | 0,254**  |
| 5. O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mest./dout.)         |              |   |         |         |          | 1        |

\*\* A correlação é significativa para um nível de  $p < 0,000$ .

Estes resultados confirmam os anteriores, mostrando que existe uma baixa correlação entre os anos de estudo e a preparação que o curso lhes proporciona. Apenas se verifica que à medida que os anos do curso vão aumentando, existe uma correlação negativa entre o curso poder preparar os estudantes para trabalharem por conta própria (-0,194) ou para criarem a sua própria empresa (-0,183). Isto significa que quanto mais avançam nos estudos menor é a perceção dessa preparação.

Analisadas as preparações por áreas de curso encontramos também alguns dados interessantes como consta no Quadro 21.

**Quadro 21. Perceção da preparação do curso por áreas de ensino**

|  |                  | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|--|------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para trabalhar com profissional numa organização    | Saúde            | 1807     | 4,13  | 0,79          | 106,584  | 0,000 |
|  | Tecnológicas     | 1626     | 3,64  | 0,87          |          |       |
|  | Ciências sociais | 1324     | 3,80  | 0,85          |          |       |
|  | Gestão           | 1478     | 3,83  | 0,76          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família              | Saúde            | 1792     | 2,82  | 1,22          | 127,457  | 0,000 |
|  | Tecnológicas     | 1605     | 3,24  | 1,09          |          |       |
|  | Ciências sociais | 1305     | 3,08  | 1,12          |          |       |
|  | Gestão           | 1464     | 3,56  | 0,96          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)         | Saúde            | 1800     | 2,94  | 1,10          | 56,520   | 0,000 |
|  | Tecnológicas     | 1616     | 3,22  | 1,01          |          |       |
|  | Ciências sociais | 1315     | 3,22  | 1,06          |          |       |
|  | Gestão           | 1476     | 3,41  | 0,96          |          |       |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                      | Saúde            | 1800     | 2,58  | 1,10          | 127,879  | 0,000 |
|  | Tecnológicas     | 1614     | 2,97  | 1,02          |          |       |
|  | Ciências sociais | 1307     | 2,94  | 1,09          |          |       |
|  | Gestão           | 1474     | 3,30  | 0,97          |          |       |
| O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mestrado/ doutoramento) | Saúde            | 1804     | 4,16  | 0,82          | 52,136   | 0,000 |
|  | Tecnológicas     | 1622     | 3,82  | 0,91          |          |       |
|  | Ciências sociais | 1314     | 4,01  | 0,85          |          |       |
|  | Gestão           | 1477     | 3,89  | 0,86          |          |       |

A preparação proporcionada pelo curso também apresenta diferenças estatisticamente significativas entre as várias áreas dos cursos, tal como apresentado.

São os estudantes de Saúde que se consideram mais bem preparados para trabalharem como profissionais numa organização (4,13) e para prosseguir os estudos (4,16). No entanto é esta área da Saúde que percebe menor preparação para tra-

balhar numa empresa familiar (2,82), trabalhar por conta própria (2,94) ou criar uma empresa (2,58). Os estudantes da área da Gestão são os que percebem a melhor preparação proporcionada pelo curso para serem autónomos (3,41) ou a criarem a sua empresa (3,30), e menos o prosseguimento dos estudos (3,89) paralelamente com as áreas Tecnológicas (3,82).

Num segundo momento, identificamos as correlações que se podiam estabelecer entre a preparação ministrada pelas instituições e a idade dos estudantes. Os resultados encontram-se no Quadro 22.

**Quadro 22. Correlação entre a idade e a preparação proporcionada pelo curso nos estudantes**

|  | Idade | 1       | 2       | 3       | 4       | 5        |
|--|-------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Idade  | 1     | -0,039* | 0,082** | 0,090** | 0,113** | -0,082** |
| 1. O meu curso prepara-me para trabalhar com profissional numa organização |       | 1       | 0,201** | 0,345** | 0,283** | 0,400**  |
| 2. O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família           |       |         | 1       | 0,348** | 0,320** | 0,105**  |
| 3. O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)      |       |         |         | 1       | 0,730** | 0,266**  |
| 4. O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                   |       |         |         |         | 1       | 0,254**  |
| 5. O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mest./dout.)         |       |         |         |         |         | 1        |

\* Correlação significativa para um nível de  $p < 0,001$ .

\*\* Correlação significativa para um  $p: 0,000$ .

Os resultados sugerem que a idade está pouco correlacionada com a preparação recebida pelos estudantes nas várias vertentes analisadas. Apenas se encontra uma ligeira correlação entre a idade e o curso na preparação dos estudantes na criação da sua própria empresa. Assim podemos inferir que os estudantes quanto mais velhos são, mais sentem que o curso os prepara melhor para criar a sua empresa (0,113).

Efetuamos também uma análise em termos da preparação proporcionada pelo curso nos estudantes e trabalhadores estudantes, tal como apresentado no Quadro 23.

**Quadro 23. Preparação em empreendedorismo dada pelo curso por condição de estudante**

|   |                       | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|---|-----------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família             | Estudante             | 5283     | 3,12  | 1,14          | 35,024   | 0,000 |
|   | Trabalhador estudante | 1017     | 3,35  | 1,12          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo)        | Estudante             | 5308     | 3,14  | 1,05          | 61,125   | 0,000 |
|   | Trabalhador estudante | 1033     | 3,42  | 1,03          |          |       |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria                     | Estudante             | 5302     | 2,87  | 1,08          | 81,851   | 0,000 |
|   | Trabalhador estudante | 1026     | 3,20  | 1,07          |          |       |
| O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mestrado/doutoramento) | Estudante             | 5314     | 3,99  | 0,86          | 21,999   | 0,000 |
|   | Trabalhador estudante | 1037     | 3,85  | 0,89          |          |       |

Genericamente, são também os trabalhadores estudantes que obtêm uma imagem mais positiva no que respeita à preparação proporcionada pelo curso. Este padrão é invertido no que respeita ao prosseguimento de estudos onde os estudantes atingem valores mais positivos do que os trabalhadores estudantes.

Em seguida pretendemos analisar em que medida a preparação proporcionada pelo curso está relacionado com o estado civil, tal como apresentado no Quadro 24.

**Quadro 24. Preparação em empreendedorismo dada pelo curso por estado civil**

|  |                | <i>n</i> | Média | Desvio Padrão | <i>F</i> | sig.  |
|--|----------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família      | Solteiro(a)    | 5747     | 3,14  | 1,14          | 7,014    | 0,000 |
|  | Divorciado(a)  | 86       | 3,31  | 1,11          |          |       |
|  | Casado(a)      | 369      | 3,39  | 1,15          |          |       |
|  | União de facto | 105      | 3,30  | 1,14          |          |       |
| O meu curso prepara-me para trabalhar por conta própria (autónomo) | Solteiro(a)    | 5773     | 3,16  | 1,05          | 19,363   | 0,000 |
|  | Divorciado(a)  | 87       | 3,41  | 1,12          |          |       |
|  | Casado(a)      | 380      | 3,56  | 0,99          |          |       |
|  | União de facto | 107      | 3,08  | 1,10          |          |       |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria              | Solteiro(a)    | 5765     | 2,89  | 1,07          | 32,254   | 0,000 |
|  | Divorciado(a)  | 85       | 3,24  | 1,11          |          |       |
|  | Casado(a)      | 378      | 3,43  | 1,05          |          |       |
|  | União de facto | 106      | 2,90  | 1,11          |          |       |

O estado civil parece afetar apenas a percepção de preparação proporcionada pelo curso relativamente à autonomia e ao empreendedorismo. Os estudantes com responsabilidades familiares percebem uma maior preparação proporcionada pelo curso para a autonomia e o empreendedorismo comparativamente aos estudantes solteiros.

Efetuamos em seguida também uma análise em termos da percepção da preparação proporcionada pelo curso comparando estudantes com e sem pais empresários, tal como apresentado no Quadro 25.

**Quadro 25. Preparação em empreendedorismo dada pelo curso pela presença de pais empresários**

|   |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>t</i> | sig.  |
|---|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para trabalhar numa empresa de família | Sim | 1547     | 3,22  | 1,15          | 2,432    | 0,015 |
|   | Não | 4746     | 3,13  | 1,14          |          |       |
| O meu curso prepara-me para criar uma empresa própria         | Sim | 1550     | 2,99  | 1,08          | 2,872    | 0,004 |
|   | Não | 4769     | 2,90  | 1,08          |          |       |

Ter pais empresários cria uma percepção tendencialmente mais positiva de preparação dada pelo curso para se poder vir a criar uma empresa ou trabalhar numa empresa de família.

Pretendemos em seguida, analisar a percepção da preparação proporcionada pelo curso comparando estudantes com e sem a presença na família de tios empresários, tal como apresentado no Quadro 26.

**Quadro 26. Preparação em empreendedorismo dada pelo curso pela presença de tios empresários**

|   |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>t</i> | sig.  |
|---|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu curso prepara-me para prosseguir os estudos (mest./dout.) | Sim | 1836     | 4,01  | 0,85          | 2,274    | 0,023 |
|   | Não | 4509     | 3,95  | 0,88          |          |       |

Não se verificam genericamente diferenças, assinalando-se no entanto uma tendência para considerarem uma melhor preparação na prossecução dos estudos por parte dos estudantes com tios empresários.

Podemos pois, numa breve smula, dizer que os estudantes do Ensino Superior Politécnico percebem de forma mais relevante a preparação que o curso lhes confere para prosseguir os estudos e para trabalhar como profissional numa organização e menos para serem mais autnomos ou para a criação da sua própria empresa. Sobre este perfil encontramos uma grande variabilidade nos vários grupos em estudos como seguidamente se descreve:

- O género feminino considera que a preparação do curso está mais orientada para prosseguir os estudos do que o masculino. Estes por sua vez consideram que a preparação é mais orientada para a autonomia e para criarem a sua própria empresa.
- A percepção da preparação para o empreendedorismo decresce com os anos de ensino e aumenta com a idade dos estudantes.
- São os trabalhadores estudantes que percebem a preparação para o empreendedorismo mais favoravelmente do que os apenas estudantes.
- Os estudantes que possuem pais e tios empresários são os que percebem a preparação do curso para o empreendedorismo de forma mais positiva.

### 3.3. Desejo de empreender

Nesta secção procuramos conhecer os desejos dos estudantes para iniciarem a sua vida profissional. Saber como os estudantes, idealizam o seu futuro, as aspirações que possuem, mesmo que condicionadas pela Escola e influenciadas pela família e pela sociedade.

Os resultados encontram-se no Quadro 27 onde o valor médio da escala é de 3,00 pontos.

**Quadro 27. Desejos dos estudantes em iniciar a sua vida profissional**

|   | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| Desejo trabalhar como profissional numa organização | 6411     | 1      | 5      | 4,19  | 0,86          |
| Desejo prosseguir os estudos (mest./dout.)          | 6390     | 1      | 5      | 3,95  | 1,02          |
| Desejo trabalhar por conta própria (autónomo)       | 6366     | 1      | 5      | 3,36  | 1,19          |
| Desejo trabalhar numa empresa própria               | 6354     | 1      | 5      | 3,27  | 1,25          |
| Desejo trabalhar numa empresa de família            | 6339     | 1      | 5      | 2,54  | 1,201         |

A maioria dos estudantes deseja trabalhar por conta de outrem numa organização (4,19) com um valor muito acima do valor médio da escala, num conjunto de respostas muito homogéneas reveladas através de um desvio padrão baixo (0,86). Em seguida desejam prosseguir os seus estudos para mestrado ou doutoramento (3,95). Sobre trabalhar por conta própria ainda encontramos um resultado ligeiramente acima do valor médio da escala (3,27), enquanto que, o desejo em trabalhar numa empresa familiar se encontra já abaixo do valor médio da escala (2,54). Este valor reduzido pode justificar-se pela baixa probabilidade dos estudantes terem em trabalhar numa empresa familiar.

Identificamos ainda as variabilidades que os vários grupos em estudo apresentavam em relação a este perfil encontrado.

O género apresentou diferenças significativas relativamente à vida profissional, tal como se representa no Quadro 28.

**Quadro 28. Desejos sobre a sua vida profissional por género**

|  |           | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|--|-----------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização   | Masculino | 2220     | 4,08  | 0,889         | 58,432   | 0,000 |
|  | Feminino  | 4143     | 4,25  | 0,837         |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)        | Masculino | 2207     | 3,49  | 1,164         | 38,300   | 0,000 |
|  | Feminino  | 4114     | 3,29  | 1,204         |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa própria                | Masculino | 2201     | 3,43  | 1,224         | 60,768   | 0,000 |
|  | Feminino  | 4106     | 3,18  | 1,260         |          |       |
| O meu desejo relativamente a prosseguir os estudos (mestrado/doutoramento) | Masculino | 2206     | 3,82  | 1,047         | 59,665   | 0,000 |
|  | Feminino  | 4138     | 4,02  | 1,002         |          |       |

Estes resultados mais uma vez privilegiam o género masculino em relação ao empreendedorismo. Os estudantes do género masculino desejam trabalhar mais autonomamente (3,49) e numa empresa própria (3,43) do que as estudantes femininas (3,29 e 3,18 respetivamente). As estudantes do género feminino por sua vez desejam trabalhar mais como profissionais numa organização por conta de outrem (4,25) e prosseguir os estudos (4,02) do que os estudantes masculinos (4,08 e 3,82 respetivamente).

Procurámos analisar o desejo de empreender por áreas dos cursos, tal como apresentado no Quadro 29.

**Quadro 29. Distribuição das respostas dos estudantes relativamente aos desejos de iniciar a vida profissional por área do curso**

|   |                  | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|---|------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização    | Saúde            | 1805     | 4,39  | 0,79          | 45,601   | 0,000 |
|   | Tecnológicas     | 1621     | 4,06  | 0,89          |          |       |
|   | Ciências sociais | 1317     | 4,16  | 0,88          |          |       |
|   | Gestão           | 1473     | 4,16  | 0,86          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa de família              | Saúde            | 1790     | 2,37  | 1,22          | 21,669   | 0,000 |
|   | Tecnológicas     | 1596     | 2,60  | 1,20          |          |       |
|   | Ciências sociais | 1300     | 2,54  | 1,20          |          |       |
|   | Gestão           | 1462     | 2,70  | 1,20          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)         | Saúde            | 1798     | 3,16  | 1,24          | 25,369   | 0,000 |
|   | Tecnológicas     | 1608     | 3,41  | 1,17          |          |       |
|   | Ciências sociais | 1304     | 3,42  | 1,22          |          |       |
|   | Gestão           | 1464     | 3,50  | 1,14          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa própria                 | Saúde            | 1798     | 3,01  | 1,29          | 43,213   | 0,000 |
|   | Tecnológicas     | 1599     | 3,35  | 1,22          |          |       |
|   | Ciências sociais | 1302     | 3,28  | 1,28          |          |       |
|   | Gestão           | 1461     | 3,48  | 1,18          |          |       |
| O meu desejo relativamente a prosseguir os estudos (mestrado, doutoramento) | Saúde            | 1803     | 4,14  | 0,95          | 40,896   | 0,000 |
|   | Tecnológicas     | 1619     | 3,86  | 1,04          |          |       |
|   | Ciências sociais | 1306     | 4,00  | 1,00          |          |       |
|   | Gestão           | 1470     | 3,78  | 1,06          |          |       |

Estes resultados mostram que também por área de curso encontramos um perfil diferenciado do geral. São os estudantes de Saúde (4,39) que mais desejam iniciar a sua vida como profissionais numa organização ou a prosseguir os estudos num mestrado ou doutoramento (4,14), diferenciando-se dos restantes. No entanto é esta área da Saúde que mostra menor propensão dos estudantes para trabalhar numa empresa familiar (2,37), trabalhar por conta própria (3,16) ou criar uma empresa (3,01). Os estudantes da área da Gestão são os que desejam iniciar a sua vida profissional mais autonomamente, quer numa empresa familiar (2,70), numa empresa própria (3,48) ou por conta própria (3,50).

Encontramos ainda também um perfil diferenciado entre estudantes e trabalhadores estudantes, tal como apresentado no Quadro 30.

**Quadro 30. Desejos de iniciar a vida profissional entre estudante e trabalhadores estudante**

|  |                       | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|--|-----------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização   | Estudante             | 5315     | 4,22  | 0,85          | 21,122   | 0,000 |
|  | Trabalhador estudante | 1038     | 4,08  | 0,901         |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)        | Estudante             | 5286     | 3,31  | 1,19          | 61,962   | 0,000 |
|  | Trabalhador estudante | 1025     | 3,63  | 1,15          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar uma empresa própria                 | Estudante             | 5274     | 3,21  | 1,25          | 61,494   | 0,000 |
|  | Trabalhador estudante | 1024     | 3,55  | 1,22          |          |       |
| O meu desejo relativamente a prosseguir os estudos (mestrado/doutoramento) | Estudante             | 5303     | 3,99  | 1,00          | 40,468   | 0,000 |
|  | Trabalhador estudante | 1031     | 3,77  | 1,09          |          |       |

Estes resultados mostram que os trabalhadores estudantes mostram mais propensão para iniciar a sua vida profissional a trabalhar de forma independente e autónoma, quer por conta própria (3,63), quer para criar uma empresa (3,55) do que os apenas estudantes (3,31 e 3,21). São os que apenas estudam que mais desejam iniciar a sua vida profissional a trabalhar numa organização (4,22) e a prosseguir os estudos (3,99).

Encontramos também um perfil diferenciado por estado civil, tal como apresentado no Quadro 31.

O estado civil parece afetar o desejo de iniciar a vida profissional em todas as dimensões exceto na que se refere ao desejo de trabalhar como profissional numa organização, tal como apresentado no Quadro 31. Os estudantes com responsabilidades familiares estão mais propensos a iniciar a sua vida profissional mais autonomamente, quer a trabalhar por conta própria, quer através da criação de uma empresa.

**Quadro 31. Desejos dos estudantes em iniciar a vida profissional por estado civil**

|   |                | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|---|----------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização    | Solteiro(a)    | 5786     | 4,21  | 0,84          | 21,122   | 0,000 |
|   | Divorciado(a)  | 86       | 3,90  | 1,17          |          |       |
|   | Casado(a)      | 382      | 4,04  | 0,98          |          |       |
|   | União de facto | 105      | 4,04  | 1,00          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)         | Solteiro(a)    | 5751     | 3,34  | 1,19          | 61,192   | 0,000 |
|   | Divorciado(a)  | 85       | 3,48  | 1,19          |          |       |
|   | Casado(a)      | 375      | 3,65  | 1,20          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa própria                 | União de facto | 106      | 3,55  | 1,23          | 61,494   | 0,000 |
|   | Solteiro(a)    | 5743     | 3,24  | 1,25          |          |       |
|   | Divorciado(a)  | 83       | 3,25  | 1,31          |          |       |
|   | Casado(a)      | 372      | 3,62  | 1,21          |          |       |
| O meu desejo relativamente a prosseguir os estudos (mestrado, doutoramento) | União de facto | 106      | 3,49  | 1,33          | 40,468   | 0,000 |
|   | Solteiro(a)    | 5771     | 3,97  | 1,01          |          |       |
|   | Divorciado(a)  | 87       | 3,57  | 1,15          |          |       |
|   | Casado(a)      | 376      | 3,77  | 1,12          |          |       |
|   | União de facto | 106      | 4,02  | 1,00          |          |       |

Os estudantes com pais empresários apresentam também um perfil diferenciado do geral, tal como apresentado no Quadro 32.

**Quadro 32. Desejos dos estudantes de iniciar a vida profissional em função da presença de pais empresários**

|  |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | sig.  |
|--|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização | Sim | 1554     | 4,09  | 0,92          | 29,675   | 0,000 |
|  | Não | 4791     | 4,23  | 0,84          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa de família           | Sim | 1540     | 2,72  | 1,23          | 45,329   | 0,000 |
|  | Não | 4735     | 2,48  | 1,12          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)      | Sim | 1541     | 3,50  | 1,18          | 29,483   | 0,000 |
|  | Não | 4760     | 3,31  | 1,19          |          |       |
| O meu desejo relativamente a trabalhar uma empresa própria               | Sim | 1539     | 3,44  | 1,23          | 38,331   | 0,000 |
|  | Não | 4751     | 3,21  | 1,26          |          |       |

Estes resultados demonstram que quem tem pais empresários apresenta desejos diferenciados de iniciar a sua vida profissional. Assim os estudantes com pais empresários desejam iniciar a sua vida profissional a trabalhar mais numa empresa familiar (2,72), a trabalharem mais por conta própria (3,50) e a criar mais a sua própria empresa (3,44) do que os estudantes sem pais empresários, que apenas desejam mais iniciar a sua vida profissional a trabalhar numa organização (4,23).

A maioria dos estudantes desejam vir a trabalhar como profissional numa organização por conta de outrem ou então a prosseguir os estudos para uma formação pós graduada. Relativamente a este perfil encontramos algumas variabilidades nos grupos em estudo tal como se descreve:

- As estudantes do género feminino desejam trabalhar mais como profissional numa empresa ou a prosseguir os estudos do que os do género masculino, que por sua vez preferem trabalhar mais autonomamente ou a criar a sua própria empresa.
- Os trabalhadores estudantes preferem trabalhar mais autonomamente ou a criar a sua própria empresa comparativamente aos apenas estudantes.
- Os estudantes que possuem pais empresários desejam trabalhar autonomamente ou a criar a sua própria empresa do que aqueles que não os possuem.
- Os estudantes das áreas da Gestão desejam mais vir a trabalhar autonomamente ou a criar a sua própria empresa e os das áreas da Saúde desejam mais a dependência noutros vínculos laborais.



---

# O auto conceito e o empreendedorismo

---



- 
- 4.1. O auto conceito e o empreendedorismo
  - 4.2. A importância do auto conceito
  - 4.3. Resultados relativos ao auto conceito  
e ao empreendedorismo
-



## 4.1. O auto conceito e o empreendedorismo

O auto-conceito é definido como as imagens que o indivíduo tem de si, isto é a percepção que efetua sobre si e como a representa na sua mente, (Shavelson, Hubner & Stanton, 1976; Harter, 1985). Ele reporta-se às estruturas de conhecimento representadas pelas crenças, atributos, papéis sociais, objetivos e sentimentos que o indivíduo tem de si (Harter, 1999; Fiske & Taylor, 1991) sendo formado por atributos pessoais distintos (Markus & Kitayama, 1991) englobando características, competências e funções desempenhadas em aspetos diferenciados nas suas diferentes esferas: física, psicológica, social, académica, familiar, emocional, e moral (Epstein, 1981; Fox, 2000; Carapeta *et al.*, 2001) e é uma componente do *Self* em conjunto com a *auto-estima*, a qual representa a valorização que o sujeito efetua sobre o *auto conceito*.

O auto-conceito representa assim, aquilo que o indivíduo pensa de si em termos das características individuais, relacionamentos estabelecidos e desempenho de papéis.

Harter (1999), considera que é na infância e na adolescência que o *auto conceito* é mais relevante. Depois de estruturado apresenta uma tendência para se apresentar estável.

Cantor & Kihlstrom (1987) e Cantor (1990) explicam-nos o modo como se formam os denominados «esquemas» na estruturação do auto-conceito. Este conteúdo específico armazenado na memória de longo prazo é integrado de forma dinâmica, resumindo as percepções e experiências vivenciadas pelo indivíduo decorrentes da interação com o ambiente social, organizando o *auto conceito* numa estrutura relativamente estável. Assim, as respostas humanas aos estímulos sociais, ao serem mediadas pelos «esquemas», isto é, pelo sistema interno de estruturas de conhecimento que dão corpo ao *auto conceito*, permitem a incorporação dinâmica das diversas experiências anteriores, refletindo a construção que a pessoa faz de determinado objeto ou situação (Hastie, 1981). Estas construções que surgem a partir das experiências nos vários contextos, levam a que ocorram interpretações dessas experiências e dos reforços e avaliações que os outros fazem dos seus comportamentos, assim como de atribuições causais que os outros e o próprio elaboram (Shavelson, Hubner, & Stanton, 1976; Marsh & Hattie, 1996). Desta forma, a estruturação do *auto conceito* culmina em diferentes níveis de competência pessoal assentes em competências específicas individuais (Harter, 1985; Marsh, 1990).

Dado que o ambiente em que o indivíduo desenvolve a sua atividade é influenciado pela sociedade, o *auto conceito* é naturalmente também sujeito à influência da cultura (Triandis, 1994; Kashima *et al.*, 1995; Cross & Madson, 1997; Chiu & Hong, 2007).

Na década de sessenta, o auto-conceito era conceptualizado como uni dimensional, tendo surgido instrumentos como o *Coopersmith Self Esteem Inventory* (Coopersmith, 1967) e o *Rosenberg Self-esteem Scale* (Rosenberg, 1965). Mais tarde com os contributos de Shavelson, Hubner & Stanton (1976) surgiram modelos multidimensionais, integrando a natureza familiar, social, emocional, física e académica do indivíduo. Estes autores ao proporem um modelo de *auto-conceito* hierárquico multidimensional, combinaram aspetos importantes da perspectiva unidimensional e multidimensional, representando-o num modelo em pirâmide a que denominaram de Auto-Conceito Global.

Surgiram depois escalas como *Affective Perception Inventory* (API) de Soares & Soares (1979), *Self-Perception Profile for Children* (SPPG) de Harter (1985), *Tennessee Self-concept Scale* (TSCS) de Roid y Fitts (1988), *Self Description Questionnaire de Marsh* (1990), *Perception of Ability Scale for Students* de Boersma & Chapman (1992) e o *Multidimensional Self-Concept Scale* (MSCS) de Bracken (1992).

Marsh y Roche (1996) alargaram a definição para *auto conceito* global, propondo-o como constructo global.

## 4.2. A importância do auto conceito

Faria, (2005) considera que o *auto conceito* tem uma importância fundamental, dado o seu carácter preditivo para o desempenho dos indivíduos nos diversos domínios, seja académico, físico ou social. Assim, ele parece conduzir a uma melhor aceitação de si próprio com melhores desempenhos no qual a competência pessoal se revela (Calsyn & Kenny, 1977; Burns, 1979; Shavelson & Bolus, 1982; Man & Hrabal, 1989; Sternberg, 1993). Dado que o *auto conceito* representa o conhecimento que o indivíduo tem de si, a sua percepção e apreciação individual condiciona naturalmente o seu equilíbrio psicológico, o relacionamento estabelecido com os outros e o desempenho (García & Gómez, 2011), uma vez que o que está em causa é a *autoestima*. Daí que a estruturação de um *auto conceito* positivo, levará a que o indivíduo possa estar mais apto a resistir a ameaças. Por sua vez, indivíduos com um *auto conceito* mais negativo, poderão demonstrar um baixo nível de bem-estar emocional, (Curbow *et al.*, 1990) estando mais suscetíveis a respostas emocionais negativas, desenvolvendo por isso comportamentos de maior proteção, (Baumeister, 1998). A desvalorização das suas capacidades, concorrerá para o abandono de projetos, evitando situações que ponham em causa o seu *auto conceito*, podendo desencadear reações emocionais desajustadas, com ansiedade e depressão (Fontaine & Faria, 1989).

Assim, o *auto conceito* tem por isso um papel importante na regulação da saúde comportamental do indivíduo (Devins *et al.*, 1997; King, 1981) e nos processos de adaptação desenvolvidos (Lazarus & Folkman, 1984; Baum *et al.*, 1997) afetando a avaliação individual e a resposta comportamental.

O *auto conceito* é então parte integrante da personalidade, é organizado, estruturado, multifacetado, hierárquico, estável, desenvolvimental e avaliativo, influenciando o comportamento (Carpeta *et al.*, 2001) pelo que o seu efeito é importante, nomeadamente no desempenho académico (Marsh, 2007). Assim, indivíduos com elevado auto-conceito de competência utilizarão de forma mais eficaz as suas capacidades intelectuais, obtendo melhores resultados escolares, (Man & Hrabal, 1989). O *auto conceito* permite também prever a sua capacidade de integração social e o bem-estar psicológico global dos sujeitos (Byrne, 1986; Marsh, 1990) associando-se a um maior desenvolvimento da capacidade empreendedora (Poon *et al.*, 2006; Nga & Shamuganathan, 2010; Chen & Lai, 2010).

### 4.3. Resultados relativos ao auto conceito e ao empreendedorismo

No presente estudo utilizamos o inventário de *auto conceito* de Vaz Serra (1985) que se foca em aspetos emocionais e sociais, que se tornam importantes no ajustamento pessoal. Ele avalia as perceções que a pessoa tem de si própria agrupadas em quatro dimensões: Aceitação, Rejeição Social; Auto-eficácia; Maturidade Psicológica e por último Impulsividade, Atividade.

A primeira dimensão, Aceitação, Rejeição Social, refere-se à aceitação ou agrado social, podendo manifestar-se de forma positiva ou negativa, isto é, de aceitação e agrado social ou rejeição e desagrado social pelo que Vaz Serra (1985) o denominou de aceitação, rejeição social. Resultados elevados assinalam aceitação e valores baixos indiciam rejeição.

A segunda dimensão designada por Auto-Eficácia, realça os aspetos relativos à capacidade em enfrentar e resolver problemas e dificuldades. Valores altos indicam independência e valores baixos indicam dependência, sendo este fator denominado de auto-eficácia.

A dimensão três, designada de Maturidade Psicológica, integra questões relativas à franqueza, honestidade, tolerância e assunção de responsabilidade e a quatro designada de Impulsividade, Atividade integra questões relativas à capacidade de por ideias em prática.

Aplicada a escala verifica-se que, a análise descritiva obtida dos itens se encontram no Quadro 33, tendo como referência o valor médio da escala de 3,00 pontos.

**Quadro 33. Auto Conceito nos estudantes do Ensino Superior Politécnico**

| Itens   | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| 7.01. Sou uma pessoa simpática  | 6427     | 1      | 5      | 4,17  | 0,73          |
| 7.02. Costumo ser franco a exprimir as minhas opiniões  | 6418     | 1      | 5      | 4,06  | 0,80          |
| 7.03. Tenho por hábito desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades*                                | 6409     | 1      | 5      | 3,42  | 1,24          |
| 7.04. No contacto com os outros costumo ser um indivíduo falador  | 6415     | 1      | 5      | 3,56  | 0,96          |
| 7.05. Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer   | 6417     | 1      | 5      | 3,56  | 0,78          |
| 7.06. Considero-me tolerante para com as outras pessoas   | 6417     | 1      | 5      | 3,83  | 0,84          |
| 7.07. Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis | 6408     | 1      | 5      | 4,07  | 0,81          |

| Itens  | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|--|----------|--------|--------|-------|---------------|
| 7.08. De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas                    | 6411     | 1      | 5      | 4,10  | 0,75          |
| 7.09. Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros  | 6409     | 1      | 5      | 3,96  | 0,71          |
| 7.10. Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática                   | 6411     | 1      | 5      | 4,02  | 0,74          |
| 7.11. Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades                    | 6408     | 1      | 5      | 3,88  | 0,82          |
| 7.12. Não sei porquê a maior das pessoas embirra comigo*                                       | 6379     | 1      | 5      | 3,80  | 1,15          |
| 7.13. Quando me interrogam sobre questões importantes conto sempre a verdade                   | 6397     | 1      | 5      | 3,88  | 0,82          |
| 7.14. Considero-me competente naquilo que faço   | 6402     | 1      | 5      | 3,98  | 0,71          |
| 7.15. Sou uma pessoa que gosta muito de fazer o que lhe apetece                                | 6389     | 1      | 5      | 3,69  | 0,94          |
| 7.16. A minha maneira de ser leva a sentir-me na vida com um razoável bem-estar                | 6395     | 1      | 5      | 3,91  | 0,76          |
| 7.17. Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros                              | 6394     | 1      | 5      | 4,01  | 0,71          |
| 7.18. Quando tenho um problema que me aflige não o consigo resolver sem o auxílio dos outros * | 6391     | 1      | 5      | 3,29  | 1,04          |
| 7.19. Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço  | 6405     | 1      | 5      | 4,35  | 0,71          |
| 7.20. Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades                               | 6401     | 1      | 5      | 3,86  | 0,79          |

\*Questões invertidas.

As respostas que obtiveram melhor pontuação foram as questões «Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço» (4,35); «Sou uma pessoa simpática» (4,17); «De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas» (4,10); «Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis» (4,07) e «Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática» (4,02); Sou uma pessoa que gosta muito de fazer o que lhe apetece (3,69);

As respostas que obtiveram menor pontuação foram as questões «Quando tenho um problema que me aflige não o consigo resolver sem o auxílio dos outros» (3,29); «Tenho por hábito desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades» (3,42); «Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer» (3,56); «No contacto com os outros costumo ser um indivíduo falador» (3,56) «Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer» (3,58).

Em seguida fomos efetuar uma análise fatorial em componentes principais do Auto-conceito, com rotação Varimax, para encontrar uma estrutura latente, tal como apresentado no Quadro 34. Com uma variância explicada de 46,50%, um KMO de 0,894

e o Teste de esfericidade de Bartlett com um qui quadrado de 25024,95 e  $p$ : 0,000. Os resultados foram apresentados com as saturações em cada fator acima de 0,40.

**Quadro 34. Análise fatorial em componentes principais do auto-conceito**

| Fatores  | Saturação | Variância     | Média        | Alfa         |
|--|-----------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Fator – Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia</b>   |           | <b>22,88%</b> | <b>3,975</b> | <b>0,828</b> |
| 7.08. De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas                                      | 0,729     |               |              |              |
| 7.11. Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades                                      | 0,716     |               |              |              |
| 7.07. Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis. | 0,642     |               |              |              |
| 7.14. Considero-me competente naquilo que faço   | 0,637     |               |              |              |
| 7.20. Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades   | 0,618     |               |              |              |
| 7.10. Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática                                     | 0,611     |               |              |              |
| 7.13. Quando me interrogam sobre questões importantes, conto sempre a verdade                                    | 0,541     |               |              |              |
| 7.19. Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço  | 0,496     |               |              |              |
| 7.05. Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer  | 0,478     |               |              |              |
| 7.02. Costumo ser franco a exprimir as minhas opiniões   | 0,469     |               |              |              |
| <b>Fator – Rejeição, Aceitação social</b>  |           | <b>13,83%</b> | <b>4,048</b> | <b>0,708</b> |
| 7.17. Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros  | 0,736     |               |              |              |
| 7.01. Sou uma pessoa simpática   | 0,732     |               |              |              |
| 7.09. Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros  | 0,696     |               |              |              |
| 7.04. No contacto com os outros costumo ser um indivíduo falador   | 0,503     |               |              |              |
| <b>Fator – Ineficácia, eficácia</b>  |           | <b>9,79%</b>  | <b>3,51</b>  | <b>0,55</b>  |
| 7.12. Não sei porquê a maior das pessoas embirra comigo*   | 0,720     |               |              |              |
| 7.18. Quando tenho um problema que me aflige não o consigo resolver sem o auxílio dos outros*                    | 0,704     |               |              |              |
| 7.03. Tenho por hábito desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades*                                 | 0,688     |               |              |              |

\* Os itens foram invertidos.

Efetuada a análise fatorial em componentes principais foi necessário renomear os três fatores explicativos do *Auto Conceito*: O primeiro a que chamamos «Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia» é responsável por 22,88% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,83. O segundo fator «Rejeição, Aceitação social» é responsável por 13,83% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,71. O terceiro fator «Ineficácia, Eficácia» é responsável por 9,79% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,55 tal como apresentado no Quadro 34. Em face destes resultados, foi abandonado o terceiro fator pela sua falta de consistência interna.

Traçado este perfil de personalidade dos estudantes, procuramos conhecer como eles variavam pelos vários grupos em análise através da estatística da análise de variância. A primeira diferença encontrada refere-se aos estudantes que desejam trabalhar por conta própria ou por conta de outrem como podemos verificar no Quadro 35.

**Quadro 35. *Auto conceito* pelos estudantes que querem vir a trabalhar por conta de outrem e os que já trabalham por conta própria**

|   |                  | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Conta outrem     | 4075     | 3,98  | 0,50          | 28,837   | 0,000 |
|   | Já conta própria | 935      | 4,22  | 0,53          |          |       |

Verificamos que os estudantes que já trabalham por conta própria apresentam níveis mais elevados na dimensão da Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia (4,22), relativamente aos que querem vir a iniciar a atividade por conta de outrem (3,98).

A segunda diferença foi encontrada por género, tal como apresentado no Quadro 36.

**Quadro 36. Resultados relativo ao *auto conceito* por género**

|   |           | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Masculino | 2191     | 3,99  | 0,52          | 7,452    | 0,006 |
|   | Feminino  | 4076     | 4,03  | 0,50          |          |       |
| Rejeição, aceitação social                            | Masculino | 2220     | 4,01  | 0,60          | 14,914   | 0,000 |
|   | Feminino  | 4130     | 4,07  | 0,55          |          |       |

Verificamos que o género feminino apresenta níveis mais elevados nas dimensões da Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia (4,03 *versus* 3,99) e Rejeição, Aceitação Social (4,07 *versus* 4,01) do que o masculino.

A terceira diferença é apresentada no Quadro 37 nos grupos dos que se consideram capazes de criar uma empresa e não se consideram.

**Quadro 37. Resultados relativos ao auto conceito pelos que conseguem ser capazes de criar uma empresa**

|   |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Sim | 3831     | 4,09  | 4,09          | 201,398  | 0,000 |
|   | Não | 2446     | 3,91  | 3,91          |          |       |
| Rejeição, aceitação social                            | Sim | 3868     | 4,08  | 4,08          | 40,412   | 0,000 |
|   | Não | 2493     | 3,99  | 3,99          |          |       |

Constatamos que os estudantes que se consideram capazes de criar uma empresa apresentam valores médios mais elevados, na Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia (4,09 *versus* 3,91) e na Rejeição, Aceitação Social (4,08 *versus* 3,99) do que os que consideram não ser capazes.

A quarta diferença encontra-se nos que se consideram capazes de criar um negócio em relação aos que não se consideram capazes. Os resultados encontram-se no Quadro 38.

**Quadro 38. Auto conceito por ter alguma ideia concreta de negócio**

|   |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Sim | 2310     | 4,13  | 0,50          | 154,632  | 0,000 |
|   | Não | 3450     | 3,96  | 0,51          |          |       |
| Rejeição, aceitação social                            | Sim | 2330     | 4,11  | 0,57          | 34,256   | 0,000 |
|   | Não | 3505     | 4,02  | 0,56          |          |       |

Verificamos que os estudantes que possuem uma ideia concreta de negócio apresentam valores médios mais elevados nas dimensões Impulsividade, Maturidade Psicológica (4,13 *versus* 3,96) e Auto-eficácia e Aceitação social (4,11 *versus* 4,02) do que os que não possuem uma ideia.

A quinta diferença foi encontrada nos grupos pela condição de estudante como apresentado no Quadro 39.

**Quadro 39. Resultados relativos ao *auto conceito* por estudante e trabalhador estudante**

|   |                       | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----------------------|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Estudante             | 5215     | 3,99  | 0,50          | 79,776   | 0,000 |
|   | Trabalhador estudante | 1043     | 4,15  | 0,52          |          |       |

Verificamos que os estudantes trabalhadores estudantes (4,15) apresentam valores médios mais elevados e significativos na dimensão Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia do que os apenas estudantes (3,99).

Ainda encontramos diferenças entre os estudantes que possuem ou não empresários na família pelos que não possuem. Os resultados encontram-se no Quadro 40.

**Quadro 40. Auto conceito por ter empresários na família**

|   |     | <i>n</i> | Média | Desvio padrão | <i>F</i> | Sig.  |
|---|-----|----------|-------|---------------|----------|-------|
| Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | Sim | 4733     | 4,03  | 0,51          | 10,277   | 0,001 |
|   | Não | 1489     | 3,98  | 0,49          |          |       |

Os resultados revelam a existência de diferenças entre os estudantes que possuem empresários na família (4,03) e os que não possuem (3,98) na dimensão do auto conceito da Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia.

Procuramos ainda conhecer a relação que existia entre as dimensões do *auto conceito* e os desejos dos estudantes de iniciar a sua vida profissional nas várias variantes colocadas. Os resultados encontram-se no Quadro 41.

**Quadro 41. Correlações entre o auto conceito e os desejos de iniciar a vida profissional**

|   | 1 | 2       | 3       | 4     | 5       | 6       | 7       |
|---|---|---------|---------|-------|---------|---------|---------|
| 1. Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia                    | 1 | 0,524** | 0,166** | 0,020 | 0,204** | 0,210** | 0,203** |
| 2. Rejeição, aceitação social   |   | 1       | 0,153** | 0,042 | 0,122** | 0,122** | 0,159** |
| 3. O meu desejo relativamente a trabalhar com profissional numa organização |   |         | 1       | 0,042 | -0,063  | -0,076  | 0,135** |
| 4. O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa de família           |   |         |         | 1     | 0,251** | 0,211** | 0,004   |
| 5. O meu desejo relativamente a trabalhar por conta própria (autónomo)      |   |         |         |       | 1       | 0,762** | 0,114** |
| 6. O meu desejo relativamente a trabalhar numa empresa própria              |   |         |         |       |         | 1       | 0,133** |
| 7. O meu desejo relativamente a prosseguir os estudos (mest./dout.)         |   |         |         |       |         |         | 1       |

\*\* Significativas para um nível de  $p$ : 0,000.

Verificamos que existem correlações positivas e significativas nas dimensões Impulsividade, Maturidade Psicológica, Auto-eficácia; e Rejeição, Aceitação social e o desejo de trabalhar como profissional em diferentes contextos. Estas dimensões denotam uma relação positiva para empreender, isto é, quanto mais as dimensões do *auto conceito* são mais elevadas maior é o desejo de empreender.

Por último fomos identificar a relação entre as dimensões do *auto conceito* e a atração pelo empreendedorismo. Os resultados apresentam-se no Quadro 42.

**Quadro 42. Correlação entre as dimensões do *auto conceito* e a atração pelo empreendedorismo**

|   | 1 | 2       | 3       |
|---|---|---------|---------|
| 1. Impulsividade/maturidade psicológica e auto-eficácia | 1 | 0,524** | 0,358** |
| 2. Aceitação social                                     |   | 1       | 0,259** |
| 3. Atração pelo empreendedorismo                        |   |         | 1       |

\*\* Significativas para um nível de  $p$ : 0,000.

Os resultados revelam que existe uma correlação positiva e significativa (0,358 e 0,259) entre a atração pelo empreendedorismo e as dimensões do *auto conceito* em análise, mostrando o mesmo padrão da análise anterior relativa aos que querem ser autônomos.

Em súmula, verifica-se nos estudantes um auto-conceito positivo nas duas dimensões, Impulsividade/Maturidade Psicológica e Auto-eficácia e Aceitação Social. As diferenças encontradas para este perfil mostram o seguinte:

- O gênero feminino possui um *auto conceito* mais positivo que o masculino, bem como os trabalhadores estudantes em relação aos apenas estudantes.
- Os estudantes que já trabalham por conta própria parecem ter um *auto conceito* mais positivo.
- Parece existir uma correlação positiva entre o *auto conceito* e o desejo de empreender.
- Quem possui empresários na família parece também ter um *auto conceito* mais positivo.

---

# **Os traços de personalidade e os motivos empresariais**

---



- 
- 5.1. Os traços de personalidade e as motivações empresariais**
  - 5.2. Resultados sobre as motivações empresariais**
-



## 5.1. Os traços de personalidade e as motivações empresariais

Os traços de personalidade associados ao comportamento empreendedor têm sido objeto de investigações quase desde os primórdios do estudo do empreendedorismo, no entanto e à semelhança do que acontece com os traços de personalidade na liderança não existem conclusões universais aceites por todos. Estes estudos continuam debaixo de alguma controvérsia apesar de se reconhecer a sua utilidade.

Os traços da personalidade são disposições que permitem exibir um certo tipo de resposta em várias situações, (Caprana & Cervone, 2000) apresentam um grau elevado de estabilidade e perduram ao longo do tempo (Roccas *et al.*, 2002; Rauch & Frese, 2007) mostrando uma propensão para agir (McCrae & Costa, 1990, Rauch & Frese, 2007). Eles proporcionam características previsíveis do comportamento individual que contribuem para explicar as diferenças de ações individuais em situações semelhantes (Koe & Shamuganathan, 2010). No entanto alguns autores consideram os traços de personalidade variáveis periféricas não cognitivas (Kanfer, 1992) apesar de as considerarem como propensões para agir, podendo facilitar ou obstaculizar a ação comportamental. Na opinião de Rauch & Frese (2007) estas características reportam-se ao temperamento, aos grandes fatores da personalidade, atitudes e crenças. Elanain (2008) e Ong & Ismail (2008), consideram que os estudos são ainda inconclusivos relativamente à relação entre traços de personalidade e comportamento empreendedor. Gartner (1985), põe em dúvida o papel dos traços de personalidade na criação e sucesso das empresas, argumentando que determinar um perfil de personalidade nos empreendedores não pode ser determinado, dado o facto de se utilizarem indicadores «comuns».

Os vários estudos realizados acerca da influência dos traços de personalidade no comportamento empreendedor, apesar de reconhecerem a importância da dinâmica da personalidade, fornecendo algum suporte para assinalar a validade preditiva dos traços de personalidade, não são no entanto conclusivos. Uma das razões assinaladas da dificuldade em justificar o carácter preditivo dos traços de personalidade assenta, na opinião de vários autores, da necessidade em contemplar as contingências que possam afetar esta relação (Collins, Hanges, & Locke, 2004; Stewart & Roth, 2001, 2004 b).

Alguns dos traços mais estudados associados ao comportamento empreendedor são os que a seguir se descrevem.

### ■ ABERTURA E CAPACIDADE DE INOVAR

É sustentada no desejo e interesse em procurar novas formas de agir (Patchen, 1965), orientando a pessoa para a inovação (Heunks, 1998) e sendo considerado por Schumpeter (1934) como conceito central do empreendedorismo. Esta curiosidade intelectual individual e afinidade para a procura de novas experiências são assumidas como um desafio no qual a versatilidade, imaginação e alto grau de criatividade estimula a personalidade destes empreendedores (Yong, 2007) que operam com eficácia em ambientes de fracos recursos (Nordvik e Brovold, 1998; Koe & Shamuganathan 2010). Daí que a abertura se relacione com o sucesso do negócio (Drucker, 1993; Bausch & Rosenbusch, 2005). A criatividade (Schumpeter, 1934) e a propen-

são para assumir riscos (Knight, 1921; Mill, 1909, Rauch & Frese 2007) alimentam a necessidade de realização, relacionando-se com o sucesso da atividade (McClelland, 1961).

#### ■ A PERSONALIDADE PRÓ-ATIVA

Refere-se a uma disposição para iniciar um comportamento de iniciativa pessoal (Frese & Fay, 2001) influenciando a envolvente onde se inscreve (Crant, 1996), daí que estas personalidades tenham a facilidade em identificar e agir perante novas oportunidades (Rauch & Frese, 2007). Os estudos têm mostrado que ser pró-ativo é preditor da intenção de criar uma *start-up* embora a sua influência decresça no tempo (Crant, 1996; Frank *et al.*, 2007).

#### ■ A TOLERÂNCIA AO STRESS

Esta capacidade assume-se como importante pois os empreendedores correm riscos pessoais e financeiros em situações de sobrecarga de trabalho, no qual a pressão e a insegurança são minimizadas pela tolerância ao *stress*. A personalidade destes empreendedores procura autonomia evitando trabalhar sob a alçada de outros, procurando criar o seu próprio caminho, traçando os seus objetivos e desenvolvendo os seus próprios planos de ações e controlando a realização dos objetivos por si traçados. Estas personalidades procuram a autonomia e o controle das suas ações, evitando as restrições e regras estabelecidas pela organização (Brandstätter, 1997; Cromie, 2000).

#### ■ EXTROVERSÃO

Característica de quem exterioriza facilmente seus sentimentos e é recetivo ao comportamento dos outros. Este traço reporta indivíduos assertivos e sociáveis (Llewellyn & Wilson, 2003; Ciavarella *et al.*, 2004; Yong, 2007). Este traço cria também condições para o empreendedor ter um sentido de controlo da situação, de condução de pró-atividade relacionando-se com um locus de controlo interno, preenchendo a sua propensão para controlar as atividades que estão a desenvolver, culminando numa maior capacidade para correr riscos (McCarthy, 2003; Koe & Shamuganathan, 2010) influenciando o seu sucesso (Caliendo & Kritikos, 2008).

Koe & Shamuganathan (2010) referem-nos também um pormenor relativamente à extroversão, como a sua sensibilidade, sociabilidade e emoções positivas relativamente à recompensa proporcionada ao outro (Ciavarella *et al.*, 2004; Zhao & Seibert, 2006).

#### ■ AFABILIDADE

Este traço refere-se à capacidade de estabelecer relações interpessoais, de ser amável nessas relações, apresentando a capacidade de promover consensos, mantendo ao mesmo tempo a preservação do entendimento mútuo e da confiança (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Koe & Shamuganathan, 2010). Inscrevem-se neste traço, características como saber ouvir, ser empático procurando a harmonia nas relações (Caliendo & Kritikos, 2008).

### ■ CONSCIÊNCIA

Este traço assinala a meticulosidade e a sua capacidade em manter padrões elevados de desempenho, conduzindo a um elevado sentido de responsabilidade, necessidade de realização conduzindo a um grande comprometimento com o trabalho (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Ong & Ismail, 2008; Koe & Shamuganathan, 2010).

### ■ NEUROTICISMO

Este traço avalia o grau de estabilidade emocional do indivíduo (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007). Indivíduos que apresentam um desejo em enfrentar desafios, procurando situações complexas para resolver problemas, inscritos numa lógica de recursos escassos, elevado grau de otimismo e inteligência emocional, contrastam com os indivíduos neuróticos que apresentam alterações de humor frequentes, são impulsivos e tendem para a depressão (Zhao & Seibert, 2006; Crane & Crane, 2007; D'Intino *et al.*, 2007).

### ■ A EFICÁCIA GLOBAL

Esta medida global assume-se como importante para o empreendedor pois gera um sentido de confiança nas suas competências para antecipar e desempenhar várias ações em situações de incerteza (Baum & Locke, 2004). Estas personalidades apresentam também um grau mais elevado de iniciativa pessoal (Speier & Frese, 1997) que associado à perseverança, transformam uma situação com um problema numa oportunidade e num desafio (Bandura, 1982, 1997) conduzindo a níveis de esperança e de sucesso mais elevados (Heckhausen & Schulz, 1995) que podem orientar para uma grande capacidade de criação e sucesso nos negócios (Utsch, *et al.*, 1999; Poon, *et al.*, 2006; Utsch, *et al.*, 1999).

Estudos realizados por vários investigadores (Cools & Van Den Broeck, 2008; Crant, 1996; D'Intino *et al.*, 2007; Rauch & Frese, 2007; Ong & Ismail, 2008) vêm demonstrar que os empreendedores com este traço apresentam níveis mais elevados de tolerância à ambiguidade, *locus* de controlo interno, personalidade pró-ativa, auto-eficácia e necessidade de realização.

Rauch & Frese (2007) resumem os traços de personalidade alvo de várias investigações como apresentado no Quadro 43.

**Quadro 43. Traços de personalidade estudados**

|  |                  |                      |
|--|------------------|----------------------|
| Necessidade de realização                | Conservadorismo  | Sobriedade           |
| Locus de controlo interno                | Neuroticismo     | Comportamento tipo A |
| Propensão para assumir riscos            | Conveniência     | Prático              |
| Capacidade de inovar                     | Franqueza        | Abertura             |
| Necessidade de autonomia                 | Flexibilidade    | Extroversão          |
| Tolerância ao <i>stress</i>              | Franqueza        | Auto-eficácia        |
| Estabilidade emocional                   | Espírito de luta | Conscienciosidade    |
| Necessidade de ocupar posição dominante  | Fidedigno        | Disciplina           |
| Orientação para o futuro                 | Humildade        | Benevolência         |
| Paixão pelo trabalho                     | Originalidade    | Conformidade         |
| Agressividade para o mercado             | Impulsividade    | Ceticismo            |
| Crença de contestação acerca do trabalho | Entusiasmo       | Resistência          |
| Orientação para objetivos                | Autossuficiência | Otimismo             |
| Personalidade pró-ativa                  | Tenacidade       | Autoestima           |
| Necessidade de afiliação                 | Inconformado     | Dogmatismo           |
| Necessidades de níveis elevado           | Conservadorismo  | Timidez              |
| Conveniência                             | Adiar recompensa | Rigidez              |

Fonte: Adaptado de Rauch, A., & Frese, M. (2007).

Os traços anteriormente descritos podem estar relacionados com a emergência de um comportamento mais empreendedor. Por exemplo, no que respeita à relação dos traços de personalidade e a criação de empresas, vários estudos assinalam uma relação positiva (Chell, Haworth, & Brearley, 1991; Cooper & Gimeno-Gascon, 1992; Rauch & Frese, 2000), pelo contrário, outros concluem da inexistência dessa relação (Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1989; Low & MacMillan, 1988).

Também o estudo realizado por Zhao & Seibert (2006) tendo por base as cinco características da personalidade do modelo dos cinco fatores: abertura, extroversão, afabilidade consciência e neuroticismo, assinalam diferenças entre gestores e empreendedores nesses traços. Por outro lado, o estudo realizado por Koe & Sharmaganathan (2010) com o modelo anteriormente referido que pretendeu analisar a influência das variáveis da personalidade nas intenções de se tornarem empreendedores sociais, assinalam que a agradabilidade influencia positivamente todas as dimensões do empreendedorismo social, enquanto a abertura tem uma influência positiva na visão social, inovação e retorno financeiro. Estas autoras consideram que os traços de personalidade influenciam a intenção ou forma de agir, razão suficiente para se ministrarem formação em empreendedorismo no sentido de apoiar e facilitar o desenvolvimento das características que influenciam o empreendedorismo social.

Uma meta-análise efetuada por Stewart & Roth (2001, 2004 a) que se centrou nos traços de personalidade: motivos de realização e propensão para correr riscos, verificou que estes se relacionavam com a atividade empreendedora, assinalando-se diferenças entre gestores e empreendedores na propensão para correrem riscos. Também os estudos de Collins, Hannon & Smith (2004) assinalam uma relação entre necessidade de realização e sucesso.

Zhao and Seibert (2006) na meta análise efetuada, tendo como objetivo estudar a relação entre as variáveis de personalidade e a criação de uma *start-up*, mediante as cinco características da personalidade do modelo dos cinco fatores, assinalam a importância em contemplar em que medida os traços de personalidade se ajustam às tarefas a desenvolver pelos empreendedores, justificando o facto de estas relações poderem estar subestimadas. Os estudos de Rauch & Frese (2007) vão no mesmo sentido, assinalando a importância em contemplar características específicas, nos quais se valorize a correspondência entre traços de personalidade e tarefas de gestão a desenvolver, permitindo uma maior validação no contexto da investigação sobre empreendedorismo.

Dadas as alterações na envolvente, parece ser importante contemplar, a relação que os traços de personalidade apresentam na atividade empreendedora, para incluir aspetos sobre os novos desafios com que se deparam os empreendedores, os quais necessitam de desenvolver competências em diversas áreas como a liderança, gestão, marketing e inovação (Sarasvathy, 2001; Shane, 2003). Daí que Rauch & Frese (2007) considerem a necessidade de alinhamento das novas tarefas exigidas ao empreendedor com os traços de personalidade: capacidade de inovar necessidade de realização, inovação, personalidade pró-ativa, auto-eficácia, tolerância ao *stress*, necessidade de autonomia, locus de controlo interno, e capacidade para assumir riscos.

Um empreendedor pode possuir traços empresariais, capacidades empresariais, mas não ter os comportamentos conducentes à criação da empresa. Para criar a empresa, ele tem de estar motivado para tal. Assim a questão que se coloca é a de saber o que impulsiona o empresário a criar a sua empresa.

As motivações empresariais são também um tema muito controverso, possuem uma grande variabilidade, em função da personalidade do sujeito e das suas inserções sociais, da sua escolaridade e da envolvente seja ao nível macro ou micro. Diferem ainda com a fase de desenvolvimento do negócio. Para além destes fatores de personalidade e das teorias sobre as motivações empresariais que conceptualizam o tema, existem autores que as consideram irrelevantes para o processo do empreendedorismo, dando mais relevo às capacidades empresariais e a outros fatores (ex.: Evans e Leighon, 1989; Aldrich e Zimmer, 1986; Cooper, Woo, Dunkleberg, 1989). Acresce ainda que apesar de muitas investigações nos anos mais recentes se terem dedicado às influências do meio e às características das oportunidades para criar empresas, não se pode esquecer nem negligenciar as características pessoais do empreendedor, uma vez que elas influenciam as decisões que ele toma (Shane, Locke & Collins, 2003).

Tem-se verificado que muitos dos traços de personalidade encontrados nos empreendedores são também um fator de motivação para eles criarem as suas empresas. Assim as motivações têm de ser estudadas em conjunto com alguns traços de personalidade. De entre os vários estudos analisados os motivos que mais emergiram com estabilidade, apesar de, como se disse anteriormente, serem objeto de muita controvérsia, foram:

- **Motivo de realização** (*need for Achievement, nAch*), (McClelland, 1961; McClelland & Winter, 1969)
- **Locus de controlo** (Brockhaus, 1980; Hull, Bosley & Udell, 1982)
- **Propensão para o risco** (Brockhaus, 1980; Hull, Bosley & Udell 1982)
- **Valores**, nomeadamente a independência (Hornaday & Aboud, 1971; De Carlo & Lyons, 1979; Hull, Bosley & Udell, 1982).

Foi McClelland (1965) que desenvolveu o primeiro grande estudo empírico sobre as motivações empresariais a partir da sua teoria dos motivos. Neste estudo ele procurou demonstrar que o motivo de realização (*nAch*) era o que mais importância tinha no quadro motivacional dos empresários, orientando-os para o sucesso. Este motivo de realização levava os empresários a tomarem iniciativas e a serem proativos; a assumirem riscos fixando objetivos moderadamente desafiadores para que os riscos fossem bem calculados; a controlarem as suas atividades para as poderem corrigir atempadamente. Apesar destes resultados obtidos esta foi sempre uma dimensão controversa no estudo das motivações empresariais, embora a maioria a inclua nos seus estudos como uma grande influenciadora dos comportamentos empresariais (Chell, Haworth & Brealey, 1991). Finalmente Collins, Locke & Hanges (2000) fizeram uma meta análise a 63 investigações efetuadas sobre este motivo e verificaram que ele está significativamente relacionado com a criação de empresas e concluíram também que este traço de personalidade diferenciava os empresários da população em geral e os empresários de sucesso e dos sem sucesso.

Outro traço de personalidade que tem sido muito associado às motivações empresariais é o *Locus* de controlo interno, que é conceptualizado como uma crença individual na qual as pessoas acreditam que o seu destino pode ser controlado por acontecimentos internos a ele. E algumas investigações mostram que os empresários possuem mais locus de controlo interno do que a população em geral (Rotter, 1966, Hornaday & Aboud, 1971), isto é, acreditam que controlam dentro de determinados limites os acontecimentos que afetam o seu sucesso. Este traço de personalidade também orienta para que as recompensas advenham dos esforços empreendidos pelas suas próprias ações (Rotter, 1966). Este padrão interno de ação cria um sentimento de controlo dos resultados, instigando esforços maiores e mais persistentes, contribuindo para o comportamento empreendedor. Opostamente, *locus* de controlo mais externo, caracterizado pela passividade e crença que os resultados obtidos são essencialmente devidos a fatores externos ao indivíduo não reforçam o esforço para a ação, pois assumem que não controlam os resultados.

A propensão para o risco é outro traço associado aos empresários e às suas motivações e ao motivo de realização (McClelland, 1961). Autores como Beagley e Boyd (1987), consideram que os empresários estão dispostos a aceitar riscos moderados a vários níveis, monetários, de segurança, reputação e de *status*. Outros estudos nomeadamente os desenvolvidos por Meredith *et al.* (1982) e Timmons *et al.*

(1985), mostram que a personalidade empresarial que obtém sucesso é aquela que está associada à capacidade de correr riscos calculados. Este traço inscreve-se na necessidade em tomar decisões em situações de incerteza (Knight, 1921; Stewart & Roth, 2004 a). Situações caracterizadas por baixa estrutura, informação escassa e ambígua, mas onde existia grande autonomia, conduz à expressão das diferenças, entre o sucesso e o insucesso, (Hattrupp & Jackson, 1996). Por outro lado, uma situação onde ocorra uma grande estruturação, norteadas por regras e procedimentos estabelecidos, a capacidade de manobra é maior para o gestor, pelo que o empreendedor terá menor amplitude de ação. Ora os traços de personalidade podem exercer uma influência na forma como o indivíduo percebe o risco na tomada de decisão (Naffziger *et al.*, 1994; Chaucin *et al.*, 2007; Rauch & Frese, 2007).

Nos valores é dado relevo ao desejo de independência dos empresários, onde eles assumem que desejam ter controlo sobre as suas vidas, assumirem as responsabilidades de levarem uma oportunidade avante e de assumir os resultados das suas ações. Gostam de efetuar as coisas a seu modo sem estarem dependentes das diretivas de outros (Collins & Moore, 1970; Hornaday & Aboud, 1971). Trabalhos efetuados por investigadores Portugueses também encontraram este desejo de independência nos comportamentos empresariais, (Jesuino, Reis & Cruz, 1988, Pereira, 2001).

Como se constata do atrás referido as motivações pessoais empresariais não são uniformes nas populações empresariais, existindo uma grande variedade de traços de personalidade na identificação dos empresários. No entanto para esta investigação centramo-nos apenas nos que a seguir se descrevem e que foram o suporte do nosso instrumento de recolha de dados.

- **Necessidade de realização.** Uma das motivações que mais tem sido estudada é proveniente da Teoria dos Motivos de McClelland (1961), de onde se coloca em evidência o motivo de realização ou sucesso. Este motivo orienta para o desejo de desempenhar tarefas difíceis e desafiantes e tem sido encontrado em valores mais elevados nas carreiras empresariais do que nas restantes (McClelland, 1961 e Pereira, 2001). Este tem sido também um dos motivos mais encontrado nas comunidades académicas para o desenvolvimento da atividade empresarial (Doutrax & Peterman, 1982; Chiesa & Piccaluga, 2000). Esta realização é um papel que ajuda a explicar a atividade empresarial e pode estar associada à aquisição de conhecimento, motivando os estudantes a criarem as suas empresas na base das suas investigações.
- **Necessidade de independência.** Para além de ser um traço de personalidade dos empresários é o desejo de a pessoa ser capaz de planear a sua vida tomando as suas próprias decisões autonomamente. De um modo geral as investigações mostram que a independência é um traço de personalidade necessário aos papéis empresariais e que ele é encontrado em valores mais elevados nos empresários do que na restante população (Hornaday & Aboud, 1971). Este também tem sido um motivo encontrado nas comunidades académicas (Gartner, 1988; Shane *et al.*, 1991; Cassar, 2007) embora não se restrinja apenas a eles e seja extensível à maioria dos empresários (Pereira, 2001).

- **Concretização de uma oportunidade de negócio.** É um dos motivos que também está presente na maioria dos empresários. Aliás uma oportunidade empresarial é um dos elementos chave para a criação de uma empresa (Shane & Venkataraman, 2000). «As oportunidades são situações em que novos bens, serviços, materiais e métodos de organização podem ser introduzidos no mercado e vendidos a um valor mais elevado do que os custos da sua produção» (Shane & Venkataraman, 2000, p. 220). As oportunidades são deste modo também um dos motivos que orientam os comportamentos empresariais.
- **Reconhecimento e obtenção de aceitação pelos outros.** Uma característica fundamental da natureza humana é a de se comparar com os outros em termos de *status* ou prestígio com as outras pessoas na sociedade, nomeadamente os seus pares nos grupos de referência e os amigos (Lin, 1999). «A obtenção de *status* pode ser entendido como um processo em que as pessoas mobilizam e investem recursos para obterem retornos em termos socioeconómicos», (Lin, 1999, p. 477). Obter prestígio, e conseguir *status* na comunidade onde se insere é outro dos motivos pelos quais os empresários criam as suas empresas.
- **Segurança familiar.** A família tem sido ao longo dos tempos um pilar emocional e social de apoio para os empresários em especial os masculinos (Pereira, 2001). A família para além de ser um suporte social, uma âncora, desempenha um papel importante ao nível social e económico na criação e desenvolvimento das empresas (Habbershon, Pistrui, 2002), ajuda a estabelecer um código de conduta e a criar a sua própria cultura empresarial. Os negócios empresariais de família são também uma das fontes primárias para a criação de postos de trabalho nas economias de mercado (Shanker & Astrachan, 1996). A segurança familiar emerge deste modo também como um dos motivos centrais para a criação de empresas, em especial nos países em vias de desenvolvimento onde a estabilidade das economias não são dados adquiridos e a criação do auto emprego é um dos meios utilizados, à semelhança da garantia do futuro da família e dos filhos.

## 5.2. Resultados sobre as motivações empresariais

Aplicada a escala sobre os motivos empresariais e analisados os dados, são apresentados os resultados descritivos no Quadro 44 onde o valor médio da escala é os 3,00 pontos.

**Quadro 44. Motivos empresariais nos estudantes**

| Motivos empresariais  | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| 6.1.19. Continuar a aprender                                      | 6440     | 1      | 5      | 4,40  | 0,72          |
| 6.1.12. Fazer sentido para a minha vida                           | 6415     | 1      | 5      | 4,24  | 0,89          |
| 6.1.11. Dar segurança à minha família                             | 6435     | 1      | 5      | 4,20  | 0,92          |
| 6.1.18. Ser inovador e estar a par das novas tecnologias          | 6440     | 1      | 5      | 4,18  | 0,82          |
| 6.1.09. Contribuir para o bem-estar dos meus familiares           | 6445     | 1      | 5      | 4,13  | 0,93          |
| 6.1.10. Contribuir para a sociedade onde vivo                     | 6441     | 1      | 5      | 4,02  | 0,85          |
| 6.1.03. Aproveitar uma oportunidade que surgiu                    | 6441     | 1      | 5      | 3,99  | 0,83          |
| 6.1.20. Dar maior flexibilidade a mim e à minha família           | 6433     | 1      | 5      | 3,97  | 0,91          |
| 6.1.07. Conseguir realizar algo e ser reconhecido por isso        | 6442     | 1      | 5      | 3,93  | 0,95          |
| 6.1.01. Desenvolver uma ideia para um produto/negócio             | 6446     | 1      | 5      | 3,93  | 0,95          |
| 6.1.14. Aceitar um desafio  | 6443     | 1      | 5      | 3,89  | 0,88          |
| 6.1.21. Ser livre na organização do meu trabalho                  | 6432     | 1      | 5      | 3,88  | 0,90          |
| 6.1.08. Controlar o meu próprio tempo                             | 6442     | 1      | 5      | 3,84  | 0,97          |
| 6.1.17. Desejo de ter proventos elevados                          | 6431     | 1      | 5      | 3,80  | 0,97          |
| 6.1.02. Elevar a minha posição na sociedade                       | 6441     | 1      | 5      | 3,40  | 0,99          |
| 6.1.16. Seguir o exemplo de pessoas que admiro                    | 6437     | 1      | 5      | 3,34  | 1,12          |
| 6.1.05. Ter mais influência na minha comunidade                   | 6440     | 1      | 5      | 3,30  | 1,03          |
| 6.1.23. Existir disponibilidade de capital de familiares e amigos | 6422     | 1      | 5      | 3,24  | 1,06          |
| 6.1.06. Ser respeitado pelos meus amigos                          | 6440     | 1      | 5      | 3,15  | 1,26          |
| 6.1.15. Aumentar o <i>status</i> e o prestígio da minha família   | 6435     | 1      | 5      | 3,09  | 1,15          |
| 6.1.22. Ter acesso a lucros indiretos tais como isenções fiscais  | 6423     | 1      | 5      | 3,02  | 1,10          |
| 6.1.13. Como um meio para reduzir a carga fiscal                  | 6416     | 1      | 5      | 3,00  | 1,09          |
| 6.1.04. Continuar uma tradição familiar                           | 6428     | 1      | 5      | 2,47  | 1,10          |

Verifica-se que os motivos estão, na sua maioria, acima do valor médio da escala (3,00), sendo que os motivos mais aceites são: os de continuar a aprender (4,40), o empreendedorismo fazer sentido para a vida (4,24), dar segurança à família (4,20), ser inovador e estar a par das novas tecnologias (4,18), contribuir para o bem-estar dos familiares (4,13) e contribuir para a sociedade onde vivo (4,02). Estes motivos são bastante consensuais uma vez que possuem um baixo desvio padrão. Os menos aceites são os motivos de continuar uma tradição familiar (2,47), como um meio para reduzir a carga fiscal (3,00), ter acesso a lucros indiretos tais como isenções fiscais (3,02) e aumentar o *status* e o prestígio da família (3,09). Estes últimos são menos consensuais uma vez que apresentam um elevado desvio padrão.

Para tentarmos encontrar uma estrutura latente que nos permitisse conhecer esta realidade estudantil foi efetuada uma análise fatorial de componentes principais com rotação Varimax que nos mostrou os resultados que se encontram no Quadro 45. Com uma variância explicada de 53,81% e um KMO de 0,921 e o Teste de Esfericidade de Bartlett com um qui quadrado de 54387,937 e  $p$ : 0,000. Os resultados foram apresentados com as saturações em cada fator acima de 0,40.

**Quadro 45. Análise fatorial em componentes principais das motivações empresariais dos estudantes**

| Fatores   | Saturação | Variância     | Média        | Alfa         |
|---|-----------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Fator – Segurança familiar</b>                                 |           | <b>32,84%</b> | <b>4,065</b> | <b>0,831</b> |
| 6.1.11. Dar segurança à minha família                             | 0,833     |               |              |              |
| 6.1.09. Contribuir para o bem-estar dos meus familiares           | 0,826     |               |              |              |
| 6.1.20. Dar maior flexibilidade a mim e à minha família           | 0,650     |               |              |              |
| 6.1.10. Contribuir para a sociedade onde vivo                     | 0,617     |               |              |              |
| 6.1.12. Fazer sentido para a minha vida                           | 0,608     |               |              |              |
| 6.1.08. Controlar o meu próprio tempo                             | 0,426     |               |              |              |
| <b>Fator – Prestígio</b>  |           | <b>6,28%</b>  | <b>3,250</b> | <b>0,744</b> |
| 6.1.05. Ter mais influência na minha comunidade                   | 0,758     |               |              |              |
| 6.1.06. Ser respeitado pelos meus amigos                          | 0,715     |               |              |              |
| 6.1.02. Elevar a minha posição na sociedade                       | 0,685     |               |              |              |
| 6.1.07. Conseguir realizar algo e ser reconhecido por isso        | 0,551     |               |              |              |
| 6.1.04. Continuar uma tradição familiar                           | 0,390     |               |              |              |
| <b>Fator – Independência e bens materiais</b>                     |           | <b>9,53%</b>  | <b>3,391</b> | <b>0,808</b> |
| 6.1.22. Ter acesso a lucros indiretos tais como isenções fiscais  | 0,807     |               |              |              |
| 6.1.23. Existir disponibilidade de capital de familiares e amigos | 0,704     |               |              |              |
| 6.1.13. Como um meio para reduzir a carga fiscal                  | 0,662     |               |              |              |
| 6.1.15. Aumentar o <i>status</i> e o prestígio da minha família   | 0,582     |               |              |              |
| 6.1.17. Desejo de ter proventos elevados                          | 0,542     |               |              |              |
| 6.1.21. Ser livre na organização do meu trabalho                  | 0,474     |               |              |              |
| 6.1.16. Seguir o exemplo de pessoas que admiro                    | 0,467     |               |              |              |
| <b>Fator – Realização e concretização de uma oportunidade</b>     |           | <b>5,15%</b>  | <b>4,078</b> | <b>0,683</b> |
| 6.1.18. Ser inovador e estar a par das novas tecnologias          | 0,733     |               |              |              |
| 6.1.19. Continuar a aprender                                      | 0,684     |               |              |              |
| 6.1.01. Desenvolver uma ideia para um produto/negócio             | 0,638     |               |              |              |
| 6.1.14. Aceitar um desafio  | 0,530     |               |              |              |
| 6.1.03. Aproveitar uma oportunidade que surgiu                    | 0,483     |               |              |              |

Da análise fatorial emergiram quatro fatores: O primeiro «Segurança familiar» é responsável por 32,84% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,83. O segundo fator «Independência e Bens Materiais» é responsável por 9,53% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,81. O terceiro fator «Prestígio» é responsável por 6,28% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,74. O quarto fator «Realização e concretização de uma oportunidade» é responsável por 5,15% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,68. Verifica-se que as motivações empresariais mostradas através destes fatores estão relativamente elevadas nesta população estudantil. Todos eles estão acima do valor médio da escala (3 pontos) com especial relevo para o da segurança familiar (4,065) e da realização e concretização de uma oportunidade (4,078).

Num segundo momento, procuramos identificar as variabilidades das motivações empresariais pelos vários grupos em estudo que se afastassem deste perfil. A primeira foi a de procurar saber se quem desejava trabalhar por conta própria tinha mais motivos empresariais do que quem queria trabalhar por conta de outrem. Para o efeito foi efetuada uma análise de variância para cada um dos quatro motivos. Os resultados encontram-se no Quadro 46.

**Quadro 46. Motivos empresariais dos estudantes que querem trabalhar por conta própria ou de outrem**

|                                |                               | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|--------------------------------|-------------------------------|-------|---------------|--------|-------|
| Segurança familiar             | Trabalhar por conta própria   | 4,14  | 0,65          | 5,320  | 0,001 |
|                                | Trabalhar por conta de outrem | 4,05  | 0,66          |        |       |
| Prestígio                      | Trabalhar por conta própria   | 3,31  | 0,77          | 11,129 | 0,000 |
|                                | Trabalhar por conta de outrem | 3,27  | 0,74          |        |       |
| Independência e bens materiais | Trabalhar por conta própria   | 3,46  | 0,77          | 11,662 | 0,000 |
|                                | Trabalhar por conta de outrem | 3,35  | 0,74          |        |       |
| Realização e oportunidade      | Trabalhar por conta própria   | 4,17  | 0,54          | 10,526 | 0,000 |
|                                | Trabalhar por conta de outrem | 4,06  | 0,56          |        |       |

Os resultados mostram que as diferenças são estatisticamente significativas e sugerem que os estudantes que desejam desenvolver a sua atividade profissional por conta própria apresentam valores mais elevados em todos os motivos empresariais, Segurança familiar (4,14 *versus* 4,05), Prestígio (3,31 *versus* 3,27), Independência e Bens Materiais (3,46 *versus* 3,35) e Realização e Oportunidade (4,17 *versus* 4,06). Estes resultados estão coerentes com os encontrados anteriormente para estes grupos, é lógico que quem queira trabalhar por conta própria tenha os motivos empresariais mais vinculados.

Em segundo lugar analisamos a diferença de motivos empresariais pelos estudantes que sentiam possuir capacidade para criar uma empresa e os que não sentiam. Foi

efetuada uma análise de variância para cada um dos quatro motivos. Os resultados encontram-se no Quadro 47.

**Quadro 47. Motivos empresariais dos estudantes pela capacidade para criar uma empresa**

|                           |                               | Média | Desvio padrão | F       | Sig.  |
|---------------------------|-------------------------------|-------|---------------|---------|-------|
| Realização e oportunidade | Tem capacidade para criar     | 4,14  | 0,53          | 126,168 | 0,000 |
|                           | Não tem capacidade para criar | 3,98  | 0,59          |         |       |

Os resultados mostram que as diferenças só são estatisticamente significativas no motivo da realização e oportunidade já que a realização pessoal e o aproveitar uma oportunidade é significativamente superior para quem tem capacidade para criar um negócio (4,14). Com efeito a dimensão pessoal de ser atraído por novos desafios e ou dificuldades de se valorizar parece ser mais atrativo para estes estudantes.

A terceira diferença encontrada foi nas motivações empresariais por género. Foi efetuada uma análise de variância para cada um dos quatro motivos. Os resultados encontram-se no Quadro 49.

**Quadro 49. Motivos empresariais dos estudantes por género**

|           |           | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|-----------|-----------|-------|---------------|--------|-------|
| Prestígio | Masculino | 3,17  | 0,76          | 37,311 | 0,000 |
|           | Feminino  | 3,29  | 0,75          |        |       |

Os resultados mostram que as diferenças só são estatisticamente significativas no motivo do prestígio e quem desenvolve mais esse motivo são as estudantes do género feminino (3,29), o que aparentemente está ao contrário dos estereótipos de género em que o homem procura mais *status* e prestígio do que as mulheres (Gofman, 1979; Furnham, 1999).

A quarta diferença encontrada está relacionada com os motivos empresariais por ano de curso. Mais uma vez foi efetuada uma análise de variância, cujos resultados se encontram no Quadro 49.

**Quadro 49. Motivos empresariais dos estudantes por ano de curso**

|                                |    | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|--------------------------------|----|-------|---------------|--------|-------|
| Segurança Familiar             | 1º | 4,12  | 0,67          | 8,773  | 0,000 |
|                                | 2º | 4,06  | 0,67          |        |       |
|                                | 3º | 4,03  | 0,66          |        |       |
|                                | 4º | 4,00  | 0,68          |        |       |
| Prestígio                      | 1º | 3,31  | 0,77          | 6,447  | 0,000 |
|                                | 2º | 3,24  | 0,75          |        |       |
|                                | 3º | 3,21  | 0,73          |        |       |
|                                | 4º | 3,21  | 0,81          |        |       |
| Independência e bens materiais | 1º | 3,42  | 0,76          | 13,638 | 0,000 |
|                                | 2º | 3,35  | 0,75          |        |       |
|                                | 3º | 3,30  | 0,75          |        |       |
|                                | 4º | 3,20  | 0,80          |        |       |

Os resultados mostram que existem diferenças significativas nos motivos de Segurança Familiar, Prestígio e Independência e bens materiais ao longo dos anos de curso. Verifica-se também que os motivos vão decrescendo por ano de curso. Começam com valores mais elevados e terminam no quarto ano, mais baixos. Estes resultados estão consonantes com os anteriormente encontrados em que à medida que os estudantes progredem na sua atividade escolar menos motivações vão tendo para entrarem numa atividade empresarial. Mais uma vez se conclui que o Ensino Politécnico, não está a trabalhar o empreender adequadamente.

Procurou-se no final identificar as diferenças por condição de estudante e por estado civil. Os resultados encontram-se nos Quadros 50 e 51.

**Quadro 50. Diferenças nas motivações empresariais dos estudantes por condição de estudante**

|                                |                       | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|--------------------------------|-----------------------|-------|---------------|--------|-------|
| Prestígio                      | Estudante             | 3,28  | 0,74          | 67,025 | 0,000 |
|                                | Trabalhador estudante | 3,08  | 0,79          |        |       |
| Independência e bens materiais | Estudante             | 3,37  | 0,75          | 26,898 | 0,000 |
|                                | Trabalhador estudante | 3,24  | 0,79          |        |       |

Verifica-se que os apenas estudantes ainda se encontram numa posição idealista. Possuem motivos empresariais mais profundos do que os que já trabalham ao nível do Prestígio (3,28 *versus* 3,08) e da Independência (3,37 *versus* 3,24), a que se pode atribuir à ambição de entrar na vida ativa de uma profissão.

**Quadro 51. Diferenças nas motivações empresariais dos estudantes por estado civil**

|                                |          | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|--------------------------------|----------|-------|---------------|--------|-------|
| Prestígio                      | Solteiro | 3,27  | 0,74          | 18,384 | 0,000 |
|                                | Casado   | 3,02  | 0,81          |        |       |
| Independência e bens materiais | Solteiro | 3,39  | 0,75          | 12,592 | 0,000 |
|                                | Casado   | 3,16  | 0,80          |        |       |

Verifica-se uma estrutura semelhante à anterior onde os estudantes solteiros dão mais ênfase ao Prestígio do que os casados (3,27 *versus* 3,02) e mais à Independência (3,39 *versus* 3,16). Estes resultados tal como os anteriores sugerem que os estudantes solteiros estão ansiosos por começar a trabalhar seja por conta própria seja por conta de outrem para ganharem a sua independência e adquirirem algum prestígio junto dos que os rodeiam, que pode já estar adquirido pelos que estão casados ou a trabalhar.

Finalmente fomos procurar saber se os estudantes filhos de empresários desenvolviam mais motivos empresariais do que os não filhos de empresários. Os resultados encontram-se no Quadro 52.

**Quadro 52. Motivações empresariais dos estudantes filhos de empresários**

|                                |     | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|--------------------------------|-----|-------|---------------|--------|-------|
| Prestígio                      | Sim | 3,30  | 0,75          | 9,775  | 0,002 |
|                                | Não | 3,23  | 0,75          |        |       |
| Independência e bens materiais | Sim | 3,41  | 0,75          | 11,308 | 0,001 |
|                                | Não | 3,33  | 0,76          |        |       |

Estes resultados mostram-nos que também os estudantes filhos de empresários possuem mais motivos empresariais ao nível do Prestígio (3,30 *versus* 3,23) e Independência (3,41 *versus* 3,33) do que os não filhos. Ser filho de empresário parece ter alguma influência nos motivos empresariais confirmando os dados anteriormente encontrados.

**Quadro 53. Correlação entre dimensões do *auto conceito* e os motivos empresariais**

|  | 1 | 2       | 3       | 4       | 5       | 6       |
|--|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1. Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia | 1 | 0,524** | 0,300** | 0,138** | 0,162** | 0,414** |
| 2. Aceitação social                                      |   | 1       | 0,244** | 0,176** | 0,186** | 0,301** |
| 3. Segurança familiar                                    |   |         | 1       | 0,494** | 0,576** | 0,497** |
| 4. Prestígio   |   |         |         | 1       | 0,662** | 0,343** |
| 5. Independência e bens materiais                        |   |         |         |         | 1       | 0,372** |
| 6. Realização e oportunidade                             |   |         |         |         |         | 1       |

\*\* Significativo para um nível de  $p$ : 0,000.

Podemos verificar pela leitura do Quadro 53 que existem correlações positivas e significativas entre as dimensões dos traços de personalidade e os motivos empresariais. Os valores correlacionais que mais se destacam situam-se entre a dimensão Impulsividade, Maturidade Psicológica e Auto-eficácia e a dimensão Realização ( $r = 0,414$ ;  $p: 0,000$ ), bem como a dimensão Aceitação social e Realização ( $r = 0,301$ ;  $p: 0,000$ ). Assim quanto maior for a maturidade dos estudantes mais eles possuem o motivo da realização.

Poderemos, então, proceder à seguinte súmula quanto aos motivos empresariais dos estudantes do Ensino Superior:

Observamos que ao nível dos motivos são a Realização e a Segurança Familiar os que apresentam os valores mais elevados. Este último não parece, no entanto, estar de acordo com o encontrado para os empresários com formação superior, na população portuguesa, por Pereira (2001).

Constata-se que as estudantes do género feminino possuem menos motivos empresariais do que os estudantes género masculino aproximando-se do universo empresarial, seja pelos estereótipos de género seja por outros motivos que não propiciam mais mulheres empresárias, apesar de nos dois últimos anos serem responsáveis pela criação de cerca de 30% do total de empresas (INE, 2010).

Outro fator a merecer relevo é o dos estudantes irem perdendo os motivos empresariais à medida que evoluem nos anos escolares. O problema do empreendedorismo, não exclusivo da população que frequenta o Ensino Superior, merece reflexão, um estudo sério e aprofundado e propostas de estratégia de fomento ao empreendedorismo ao longo do percurso académico.



---

# **Influências e apoios empresariais percebidos pelos estudantes**

---



---

**6.1. Influências empresariais percebidas pelos estudantes**

**6.2. Apoios ao negócio percebidos pelos estudantes**

---



## 6.1. Influências empresariais percebidas pelos estudantes

O empreendedorismo é um processo social dinâmico através da interação de um conjunto de fatores, empreendedor e equipa, oportunidade e ideia e recursos disponíveis, todos em interação num determinado contexto (Timmons *et al.*, 2004). O que interessa neste capítulo é o contexto, as influências que o meio proporciona para influenciar o processo empresarial, na sequência da diversidade de trabalhos que tem mostrado a sua importância, (Brockhaus & Horwitz, 1986; Carsud, Olm & Eddy, 1986; Carsud & Johnson, 1989; Begley & Tan, 2001; Hunt & Levie, 2003).

As principais influências do meio são, nomeadamente, de natureza social e cultural, políticas governativas, fatores económicos e disponibilidade de recursos (Nayab, 2010).

Os de natureza social e cultural referem-se à organização social de uma determinada sociedade, às atitudes sociais em relação ao negócio e ao seu início (Shapiro, 1984), bem como as principais crenças que têm impacto nos valores que as pessoas seguem como orientações dos seus comportamentos e das suas vidas. Incluem-se neles as mudanças demográficas de uma sociedade, quer pelas migrações internas do rural para o urbano, quer pelo progressivo envelhecimento das sociedades. Podemos também considerar nestas influências as mudanças proporcionadas pelos estilos de vida que levam as pessoas a consumirem cada vez mais e mais diferenciadamente. Devemos ainda falar das culturas que incentivam o empreendedorismo, a fomentarem o seu ensino e a colocarem-no numa vertente estratégica. Uma cultura favorável à criação das empresas, considerando-as importantes para o desenvolvimento económico e social, das regiões e do País e à propensão para correr riscos, é determinante para o empreendedorismo, levando à criação de um sólido tecido empresarial. Ao nível social podemos ainda considerar que as redes sociais onde as pessoas se inserem contribuem para as influenciar nas atividades empreendedoras (Aldrich & Zimmer, 1986; Carsud & Johnson, 1989). Quanto mais contactos, mais conhecimentos se poderão adquirir sobre todos os fatores intervenientes no processo empresarial.

Os de natureza de governação política referem-se às ideologias que são perfilhadas por quem está no poder, mais Estado, menos Estado. Quanto mais liberal for um governo maior é a propensão para considerarem o empreendedorismo como uma vertente estratégica do desenvolvimento económico de uma sociedade. A instabilidade política desencoraja os potenciais empreendedores a investirem. As políticas de apoio ao empreendedorismo, como as formas de financiamentos, os parques industriais e tecnológicos, a desburocratização como a empresa na hora, o desenvolvimento de infraestruturas e o combate à corrupção, são outros fatores que contribuem para facilitar o empreendedorismo.

Os de natureza económica estão associados à organização da economia de uma determinada sociedade, como as taxas de juro que estão disponíveis, os impostos, nomeadamente o Imposto de Rendimento Coletivo; o poder de compra e os níveis de confiança na economia. O desenvolvimento económico de uma sociedade abre oportunidades de negócios enquanto a recessão fecha oportunidades, muito mais em quantidade do que em qualidade, entendendo-se neste contexto, que as grandes

oportunidades de negócios se apresentam em épocas recessivas. A existência de um clima de apoio no mercado é fundamental para o desenvolvimento de negócios (Shapero, 1984), bem como a não hostilidade do mercado à entrada de novas empresas, não criando obstáculos ou barreiras. Outro dos fatores fundamentais, a nível do mercado, será a existência de clientes para adquirirem o produto ou serviço, influenciando decisivamente a criação do negócio (Friedlander & Pickle, 1968).

Na disponibilidade de recursos existente numa sociedade encontra-se também uma das influências que contribuem para o desenvolvimento de negócios. Incorporaram-se neste domínio como elemento crucial os recursos financeiros, proporcionados pela banca, capitais de risco ou *business angels*, (Shapero, 1984; Sandeberg, 1986). A existência de recursos humanos disponíveis como a disponibilidade de mão-de-obra especializada e de gestores é outro fator que permite que a ideia de criação da empresa se concretize, (Mokir, 1990). Os recursos humanos com formação, seja ela de nível superior ou secundária que possam contribuir para promover uma força de trabalho adequada às necessidades dos negócios a criar, são fundamentais e podem permitir a constituição de uma equipa de trabalho de confiança. A disponibilidade de recursos ao nível dos materiais necessários para desenvolver os processos produtivos é fundamental para influenciar a criação de uma empresa. Finalmente deverão ser igualmente considerados, os recursos físicos, nomeadamente de infraestruturas, como parques industriais, logísticos, etc. que as sociedades podem disponibilizar.

Nos últimos anos tem existido muita investigação sobre as influências da envolvente para a criação de negócios nomeadamente nas formas que elas envolvem, (Aldrich, 2000).

No processo de criação da sua empresa, os empreendedores nacionais consideram que a influência do meio se faz sentir essencialmente através de 8 fatores: «expectativa de lucro», «expectativa de procura e de incentivos», «expectativa de facilidade de fornecimentos», «expectativa de facilidade de criar estrutura», «expectativa de aproveitar insucessos de outras empresas», «expectativa de facilidade em identificar os clientes», «expectativa de apoio familiar e facilidade na criação de uma empresa», e «expectativa de facilidade em identificar e conhecer a concorrência». Curiosamente, os indivíduos mais novos e com habilitações literárias superiores afirmam que as expectativas de procura e incentivos e de lucro foram aquelas que mais os influenciaram na decisão de criar a sua empresa, enquanto nos mais velhos prevalece a expectativa de aproveitar o insucesso de outras empresas, bem como a expectativa de apoio familiar e de facilidade de criar uma empresa.

Aplicada a escala sobre as influências empresariais e analisados os dados, os resultados em termos descritivos os resultados apresentam-se no Quadro 54 onde o valor médio da escala é os 3,00 pontos.

**Quadro 54. Influências empresariais percebidas pelos estudantes**

| Motivos empresariais  | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|---|----------|--------|--------|-------|---------------|
| 6.2.08. Existência de clientes interessados no produto/serviço              | 6434     | 1      | 5      | 4,33  | 0,84          |
| 6.2.03. Disponibilidade de mão-de-obra especializada em novas tecnologias   | 6436     | 1      | 5      | 3,99  | 0,86          |
| 6.2.11. Existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio | 6420     | 1      | 5      | 3,94  | 0,93          |
| 6.2.01. Disponibilidade de mão-de-obra especializada                        | 6433     | 1      | 5      | 3,94  | 0,87          |
| 6.2.09. Clientes de fácil acesso  | 6423     | 1      | 5      | 3,93  | 0,86          |
| 6.2.16. As margens de lucro no setor pretendido serem estáveis              | 6409     | 1      | 5      | 3,92  | 0,86          |
| 6.2.06. Disponibilidade de capital nas instituições financeiras             | 6425     | 1      | 5      | 3,92  | 0,91          |
| 6.2.05. Disponibilidade de máquinas e equipamentos no mercado               | 6422     | 1      | 5      | 3,87  | 0,86          |
| 6.2.10. A expansão da economia local  | 6414     | 1      | 5      | 3,87  | 0,88          |
| 6.2.15. As vendas do setor pretendido serem estáveis                        | 6404     | 1      | 5      | 3,87  | 0,87          |
| 6.2.07. Disponibilidade de capital por parte dos clientes e fornecedores    | 6423     | 1      | 5      | 3,85  | 0,88          |
| 6.2.17. A tecnologia no setor pretendido ser estável                        | 6404     | 1      | 5      | 3,80  | 0,87          |
| 6.2.04. Disponibilidades de fornecedores                                    | 6425     | 1      | 5      | 3,78  | 0,86          |
| 6.2.14. Facilidade em identificar o cliente tipo                            | 6404     | 1      | 5      | 3,70  | 0,86          |
| 6.2.02. Disponibilidade de gestores   | 6435     | 1      | 5      | 3,67  | 0,88          |
| 6.2.12. Existência no mercado de produtos/similares mas não iguais          | 6420     | 1      | 5      | 3,51  | 0,95          |
| 6.2.13. Clientes na sua maioria locais                                      | 6421     | 1      | 5      | 3,34  | 0,95          |
| 6.2.18. Existir um grande número de negócios na área onde vivo              | 6412     | 1      | 5      | 3,31  | 1,03          |
| 6.2.19. Existir um grande número de negócios no setor pretendido            | 6398     | 1      | 5      | 3,26  | 1,076         |
| 6.2.22. Existir incerteza política no país                                  | 6412     | 1      | 5      | 3,02  | 1,28          |
| 6.2.21. Existir um grande número de negócios falidos no setor pretendido    | 6405     | 1      | 5      | 2,96  | 1,23          |
| 6.2.20. Existir um grande número de negócios falidos na área onde vivo      | 6398     | 1      | 5      | 2,91  | 1,21          |

Verifica-se que as maiores influências empresariais são existência de clientes interessados no produto/serviço (4,33), disponibilidade de mão-de-obra especializada em novas tecnologias (3,99), existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio (3,94), disponibilidade de mão-de-obra especializada (3,94), influências bastante consensuais considerando o desvio padrão baixo. Em contrapartida as influências menos aceitas são, existir incerteza política no país (3,02), existir um grande número de negócios falidos no setor pretendido (2,96), existir um grande número de negócios falidos na área onde vivo (2,91), influências pouco consensuais considerando o desvio padrão elevado e que mostram que as crises ainda não são percebidas como oportunidades de negócios.

Para tentar encontrar uma estrutura latente sobre estas influências empresariais nesta população estudantil foi efetuada uma análise fatorial de componentes principais com rotação *Varimax*, cujos resultados se apresentam no Quadro 55. Com uma variância explicada de 59,88% e um KMO de 0,920 e o Teste de Esfericidade de Bartlett com um qui quadrado de 65442,959 e  $p$ : 0,000. Os resultados foram apresentados com as saturações em cada fator acima de 0,40.

**Quadro 55. Análise fatorial em componentes principais das influências empresariais nos estudantes**

| Fatores   | Saturação | Variância     | Média        | Alfa         |
|---|-----------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Fator – Disponibilidade de recursos</b>                                |           | <b>35,18%</b> | <b>3,860</b> | <b>0,894</b> |
| 6.2.03. Disponibilidade de mão-de-obra especializada em novas tecnologias | 0,797     |               |              |              |
| 6.2.01. Disponibilidade de mão-de-obra especializada                      | 0,769     |               |              |              |
| 6.2.05. Disponibilidade de máquinas e equipamentos no mercado             | 0,752     |               |              |              |
| 6.2.04. Disponibilidades de fornecedores                                  | 0,751     |               |              |              |
| 6.2.02. Disponibilidade de gestores                                       | 0,738     |               |              |              |
| 6.2.06. Disponibilidade de capital nas Instituições financeiras           | 0,685     |               |              |              |
| 6.2.07. Disponibilidade de capital por parte dos clientes e fornecedores  | 0,621     |               |              |              |
|   |           |               |              |              |

| Fatores   | Saturação | Variância     | Média        | Alfa         |
|---|-----------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Fator – Ter clientes estáveis e incentivos</b>                           |           | <b>11,65%</b> | <b>3,824</b> | <b>0,870</b> |
| 6.2.15. As vendas do setor pretendido serem estáveis                        | 0,723     |               |              |              |
| 6.2.16. As margens de lucro no setor pretendido serem estáveis              | 0,718     |               |              |              |
| 6.2.09. Clientes de fácil acesso  | 0,678     |               |              |              |
| 6.2.14. Facilidade em identificar o cliente tipo                            | 0,665     |               |              |              |
| 6.2.11. Existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio | 0,607     |               |              |              |
| 6.2.17. A tecnologia no setor pretendido ser estável                        | 0,588     |               |              |              |
| 6.2.10. A expansão da economia local  | 0,581     |               |              |              |
| 6.2.08. Existência de clientes interessados no produto/serviço              | 0,570     |               |              |              |
| 6.2.13. Clientes na sua maioria locais                                      | 0,505     |               |              |              |
| 6.2.12. Existência no mercado de produtos/similares mas não iguais          | 0,440     |               |              |              |
| <b>Fator – Instabilidade social e econômica</b>                             |           | <b>06,65%</b> | <b>2,964</b> | <b>0,818</b> |
| 6.2.21. Existir um grande número de negócios falidos no setor pretendido    | 0,889     |               |              |              |
| 6.2.20. Existir um grande número de negócios falidos na área onde vivo      | 0,848     |               |              |              |
| 6.2.22. Existir incerteza política no país                                  | 0,759     |               |              |              |
| <b>Fator – Oportunidades no setor e na área de residência</b>               |           | <b>04,62%</b> | <b>3,272</b> | <b>0,630</b> |
| 6.2.18. Existir um grande número de negócios na área onde vivo              | 0,800     |               |              |              |
| 6.2.19. Existir um grande número de negócios no setor pretendido            | 0,781     |               |              |              |

Os resultados mostram-nos quatro fatores com as seguintes características, o primeiro «Disponibilidade de Recursos» é responsável por 35,18% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,89. O segundo «Ter clientes estáveis e incentivos» é responsável por 11,65% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,87. O terceiro fator «Instabilidade social e econômica» é responsável por 6,65% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,82. O quarto fator «Oportunidades no setor e na área de residência» é responsável por 4,62% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,63. Estes resultados sugerem que para os estudantes as influências são importantes, com um sentimento de maior receio relativamente à instabilidade econômica, reforçando a necessidade de maior atenção nas competências acadêmicas na área empresarial em particular nas relacionadas com o risco.

Num segundo momento pretendeu-se conhecer como as influências empresariais se manifestavam nos diferentes grupos em estudo. Apenas foram encontradas diferenças nos que se descrevem:

O primeiro grupo foi o relativo aos estudantes que sentem ou não ter capacidade para criar uma empresa e os seus resultados encontram-se no Quadro 56.

**Quadro 56. Influência empresariais percebidas pelos estudantes pela capacidade para criar uma empresa**

|                                    |     | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|------------------------------------|-----|-------|---------------|--------|-------|
| Ter clientes estáveis e incentivos | Sim | 3,85  | 0,57          | 26,632 | 0,000 |
|                                    | Não | 3,78  | 0,64          |        |       |

Estes resultados sugerem que, por parte dos estudantes que se sentem capazes de criar uma empresa, a influência determinante será a existência de clientes estáveis e incentivos (3,85 *versus* 3,78) relacionando a procura do produto ou serviço com o negócio ou empresa.

A segunda diferença encontrada verificou-se no género dos estudantes, cujos resultados se apresentam no Quadro 57.

**Quadro 57. Influência empresariais percebidas pelos estudantes por género**

|                             |           | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|-----------------------------|-----------|-------|---------------|--------|-------|
| Disponibilidade de recursos | Masculino | 3,78  | 0,66          | 53,008 | 0,000 |
|                             | Feminino  | 3,91  | 0,69          |        |       |

Estes resultados sugerem que as estudantes do género feminino (3,91) valorizam mais a disponibilidade de recursos para a criação da empresa, do que os do género masculino (3,78), estando, eventualmente, associados a uma maior insegurança apresentada pelo género feminino, já constatada na menor propensão para o empreendedorismo e apresentando mais uma atitude conservadora na procura dos recursos.

A terceira diferença foi encontrada na condição de estudante, cujos resultados se apresentam no Quadro 58.

**Quadro 58. Influência empresariais percebidas pelos estudantes em função da sua condição**

|                             |                       | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|-----------------------------|-----------------------|-------|---------------|--------|-------|
| Disponibilidade de recursos | Estudante             | 3,89  | 0,67          | 62,673 | 0,000 |
|                             | Trabalhador estudante | 3,71  | 0,73          |        |       |

Os resultados sugerem na concordância com o anteriormente observado, que os apenas estudantes (3,89) valorizam mais a disponibilidade de recursos como influência para criar uma empresa do que os trabalhadores estudantes (3,71). É uma das influências que os estudantes mais consideram, na medida em que entendem que os devem apoiar financeiramente para desenvolverem um negócio, sem, aparentemente, possuírem uma consciência real do mundo dos negócios, que compreende sacrifícios e riscos.

Numa breve súpula dos resultados sobre as influências empresariais para a criação do negócio, verificamos que:

Estão essencialmente centradas na disponibilidade de recursos, ter clientes e incentivos, isto é, dimensões que vão ao encontro das preocupações imediatas dos estudantes que lhes garantam num primeiro momento o que necessitam para realizar o negócio numa perspectiva de que alguém deve proporcionar-lhes os meios sem eles correrem muitos riscos. Estas influências sugerem um espírito empreendedor reduzido e um perfil acomodado, estrutura diferente dos resultados observados para os empresários portugueses por Pereira (2001).

## 6.2. Apoios ao negócio percecionados pelos estudantes

O desenvolvimento de um empreendedorismo sólido numa sociedade exige a existência de um vasto leque de apoios proporcionados pelos governos através de um conjunto de instituições por eles criadas, quer ao nível central quer ao nível local. Os apoios institucionais podem materializar-se pela consultoria como a proporcionada pelo Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento (IAPMEI) para elaborar o plano de negócios e os programas de incentivos que disponibiliza para apoiar a criação de empresas. A desburocratização do processo de criação de uma empresa como os Centros de Formalidades de Empresas e a empresa na hora *online*. Para além dos governos a sociedade civil pode criar, entre outros, alguns apoios como incubadoras, (Fry, 1987), a disponibilidade de informação para investigar e avaliar uma ideia (Naffziger, 1995).

Aplicada a escala e analisados os dados, verificou-se que em termos descritivos os resultados eram os que constam no Quadro 59 onde o valor médio da escala é os 3,00 pontos.

**Quadro 59. Apoios na criação da empresa percebidos pelos estudantes**

| Apoios   | <i>n</i> | Mínimo | Máximo | Média | Desvio padrão |
|--|----------|--------|--------|-------|---------------|
| 6.3.04. Informação atualizada do mercado                   | 6420     | 1      | 5      | 4,14  | 0,812         |
| 6.3.05. Programas de formação especializados               | 6411     | 1      | 5      | 4,12  | 0,82          |
| 6.3.11. Subsídios para a instalação e arranque             | 6402     | 1      | 5      | 4,11  | 0,88          |
| 6.3.06. Instalações e equipamentos a preços reduzidos      | 6422     | 1      | 5      | 4,04  | 0,87          |
| 6.3.08. Empréstimos com taxas de juros acessíveis          | 6410     | 1      | 5      | 4,04  | 0,93          |
| 6.3.10. Subsídios governamentais para a saúde              | 6395     | 1      | 5      | 4,02  | 0,95          |
| 6.3.03. Cursos de formação para empresários                | 6419     | 1      | 5      | 4,00  | 0,88          |
| 6.3.09. Subsídios governamentais para a indústria          | 6402     | 1      | 5      | 3,99  | 0,93          |
| 6.3.14. Subsídios para apoio de novos produtos e processos | 6408     | 1      | 5      | 3,97  | 0,87          |
| 6.3.15. Organismos de apoio às empresas locais             | 6405     | 1      | 5      | 3,97  | 0,86          |
| 6.3.12. Garantias de empréstimo                            | 6413     | 1      | 5      | 3,96  | 0,89          |
| 6.3.16. Serviços de contabilidade de baixo custo           | 6404     | 1      | 5      | 3,84  | 0,92          |
| 6.3.07. Serviços de aconselhamento                         | 6414     | 1      | 5      | 3,84  | 0,87          |
| 6.3.01. Serviços legais ou institucionais de baixo custo   | 6422     | 1      | 5      | 3,77  | 0,91          |
| 6.3.02. Serviços de consultoria de baixo custo             | 6415     | 1      | 5      | 3,72  | 0,88          |
| 6.3.13. Capital público de risco                           | 6384     | 1      | 5      | 3,43  | 0,98          |

Verifica-se que os maiores apoios empresariais valorizados são: informação atualizada do mercado (4,14), programas de formação especializados (4,12), subsídios para a instalação e arranque (4,11), instalações e equipamentos a preços reduzidos (4,04), que parecem ser bastante consensuais dado que possuem um desvio padrão baixo. Os apoios menos considerados são: serviços de aconselhamento (3,84), serviços legais ou institucionais de baixo custo (3,77), serviços de consultoria de baixo custo (3,72) e capital público de risco (3,43), também consensuais por possuírem um desvio padrão baixo, mas mostrando um menor reconhecimento da sua relevância. De registrar que mesmo em alunos do Ensino Superior onde a formação e a pesquisa do conhecimento deveriam ser prática corrente, são carências a necessitar de suporte, o que poderá traduzir ou insegurança ou necessidade de reforço de competências em empreendedorismo no decurso do percurso académico.

Para identificar uma estrutura latente de como os estudantes conceptualizam estes apoios foi efetuada uma análise fatorial de componentes principais com rotação Varimax que nos mostrou os resultados que se encontram no Quadro 60. Com uma variância explicada de 58,43% e um KMO de 0,949 e o Teste de Esfericidade de Bartlett com um qui quadrado de 57311,434 e  $p$ : 0,000. Os resultados foram apresentados com as saturações em cada fator acima de 0,40.

**Quadro 60. Análise fatorial em componentes principais das influências empresariais nos estudantes**

| Fatores  | Saturação | Variância     | Média        | Alfa         |
|--|-----------|---------------|--------------|--------------|
| <b>Fator – Apoios financeiros</b>                          |           | <b>51,26%</b> | <b>3,925</b> | <b>0,910</b> |
| 6.3.11. Subsídios para a instalação e arranque             | 0,757     |               |              |              |
| 6.3.12. Garantias de empréstimo                            | 0,755     |               |              |              |
| 6.3.09. Subsídios governamentais para a indústria          | 0,749     |               |              |              |
| 6.3.14. Subsídios para apoio de novos produtos e processos | 0,722     |               |              |              |
| 6.3.08. Empréstimos com taxas de juros acessíveis          | 0,700     |               |              |              |
| 6.3.10. Subsídios governamentais para a saúde              | 0,688     |               |              |              |
| 6.3.15. Organismos de apoio às empresas locais             | 0,677     |               |              |              |
| 6.3.16. Serviços de contabilidade de baixo custo           | 0,613     |               |              |              |
| 6.3.13. Capital público de risco                           | 0,586     |               |              |              |
| <b>Fator – Formação para o negócio</b>                     |           | <b>7,34%</b>  | <b>3,944</b> | <b>0,874</b> |
| 6.3.03. Cursos de formação para empresários                | 0,755     |               |              |              |
| 6.3.02. Serviços de consultoria de baixo custo             | 0,735     |               |              |              |
| 6.3.04. Informação atualizada do mercado                   | 0,734     |               |              |              |
| 6.3.01. Serviços legais ou institucionais de baixo custo   | 0,718     |               |              |              |
| 6.3.05. Programas de formação especializados               | 0,714     |               |              |              |
| 6.3.06. Instalações e equipamentos a preços reduzidos      | 0,538     |               |              |              |
| 6.3.07. Serviços de aconselhamento                         | 0,512     |               |              |              |

Os resultados mostram que foram identificados dois fatores. O primeiro «Apoios financeiros» é responsável por 51,26% da variância explicada e apresenta um valor de *Alpha de Cronbach* de 0,91. O segundo fator «Formação para o Negócio» é responsável por 7,34% da variância explicada e apresenta um *Alpha de Cronbach* de 0,87. Estamos, pois, perante um posicionamento dos apoios percecionados que também sugerem uma população estudantil que pretende ter os apoios financeiros como uma prioridade básica.

Em seguida procuramos conhecer como os vários grupos percecionavam os apoios para a criação do negócio e quais os que se afastavam do perfil identificado. Os resultados encontram-se no Quadro 61, apenas se tendo revelado diferenças por género.

**Quadro 61. Apoios na criação da empresa percecionados pelos estudantes por género**

|                         |           | Média | Desvio padrão | F      | Sig.  |
|-------------------------|-----------|-------|---------------|--------|-------|
| Apoios financeiros      | Masculino | 3,85  | 0,705         | 47,541 | 0,000 |
|                         | Feminino  | 3,97  | 0,679         |        |       |
| Formação para o negócio | Masculino | 3,86  | 0,657         | 69,489 | 0,000 |
|                         | Feminino  | 4,00  | 0,640         |        |       |

Os resultados sugerem que o género feminino sente necessidade de mais apoios para a constituição de um negócio, seja nos apoios financeiros (3,97 *versus* 3,85) seja na formação para o negócio (4,00 *versus* 3,86) do que o masculino. Estes resultados indicam que o género feminino se poderá sentir mais inseguro para correr os riscos de criação de um negócio, em concordância com a sua menor apetência para o empreendedorismo anteriormente verificada.

Em sùmula verifica-se que o desejo dos apoios é elevado e que as respostas são homogéneas, apenas se diferenciando por género. Verifica-se que esta população não possui ainda a maturidade suficiente para compreender que os principais apoios devem ser da responsabilidade do empreendedor.

---

# Tipologias de empresários nos estudantes

---

---



- 
- 7.1. O grupo um – os estudantes idealistas
  - 7.2. O grupo dois – os estudantes céticos
  - 7.3. Grupo três – os estudantes estabelecidos na vida
  - 7.4. Os estudantes desiludidos
-



Definir empresário sempre foi uma tarefa difícil. Encontramos uma multiplicidade de definições, desde a escola sócio económica do princípio do século dezoito, que o considerou elemento central da economia, como um facilitador de mudanças pela combinação inovadora dos fatores económicos, materiais, trabalho e capital, que as levasse a criar produtos ou serviços, até à atualidade, onde não existe consenso numa definição universal. Com efeito, as definições atuais estão muito mais sujeitas aos trabalhos dos investigadores e ao que pretendem estudar do que a uma realidade objetiva. Ficamos, pois, com a definição dada pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (2007), que considera o empresário como todo aquele que tenta criar um novo negócio ou uma nova iniciativa, tal como emprego próprio, nova organização ou a expansão de um negócio já existente.

Os dados recolhidos durante o ano de 2007 nos Centros de Formalidades de empresas pelo Observatório da Criação de Empresas do IAPMEI mostra uma realidade, sobre o perfil do empresário em mudança. Foram analisadas 891 empresas e 1518 empresários. O primeiro fator a realçar é que o empreendedorismo no feminino está a aumentar, representando já um terço de empresárias, o que está em consonância com os resultados do GEM (2007).

Por outro, existe um rejuvenescimento dos empresários, em que mais de metade tinha menos de 35 anos e com pelo menos 10 anos de experiência a trabalhar por conta de outrem (34%). Destes empresários, um terço tinha no máximo a escolaridade obrigatória e cerca de 40% formação superior, esta mais direcionada aos serviços e a obrigatório ou básica nos bens transacionáveis e construção civil. A maioria dos empresários fixou-se nos serviços em detrimento da indústria transformadora, também confirmado pelo GEM (2007).

A classificação do perfil dos empresários sempre foi uma preocupação dos investigadores para melhor conhecerem a realidade do tecido empresarial. Pereira (2001) encontrou na sua investigação cinco tipologias de empresários portugueses:

- **Os Pragmáticos** que estavam motivados para criar a empresa por necessidade e para aproveitarem uma oportunidade que se lhes deparou na sua vida. Eram os empresários já estabelecidos com as maiores empresas e com boa capacidade de correr riscos.
- **Os Empreendedores** que estavam motivados para criar a empresa basicamente pelo motivo de independência. Eram os que se encontravam nas empresas de menores dimensões e que mais recorreram às poupanças pessoais. Foram os que mais recorreram e à sua rede de contactos pessoais.
- **Os Inseguros** que possuíam poucas motivações empresariais, com maior formação ao nível superior, com mais empreendedorismo feminino, mais criativos e com mais preocupações sociais, em empresas de pequena dimensão. Eram os que menos recorreram às poupanças pessoais e aos incentivos públicos.
- **Os Estabelecidos e Rotinados** que estavam moderadamente motivados pela segurança familiar e menos pelo desenvolvimento pessoal, de uma faixa etária mais elevada, com melhor nível de vida e que mais investiam na dimensão social para terem sucesso. Eram os menos criativos e apostavam na continuidade com processos já testados, mas que obtinham mais lucros.

— **Os Ambiciosos** que estavam motivados essencialmente, mas não exclusivamente pela promoção social. Eram os que possuíam a mais baixa escolaridade e mais dependiam dos fatores da envolvente. Eram essencialmente empresários da construção civil

Nesta nossa investigação fomos também procurar encontrar outras classificações empresariais em função dos motivos que os estudantes expressaram, demonstrando os resultados mais uma intenção do que uma realidade vivida. Foi efetuada uma análise de *clusters* forçando os *clusters* através do método *K means*, parando quando os grupos deixavam de ser independentes uns dos outros.

Os resultados encontram-se no Quadro 62, quando a partir dos quatro grupos eles já não se mostravam estatisticamente independentes.

**Quadro 62. Grupos de estudantes por motivações empresariais**

|                                |              | <i>n</i>    | Média       | Desvio padrão | Mínimo      | Máximo      |
|--------------------------------|--------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| Segurança familiar             | 1            | 2263        | 4,60        | 0,330         | 3,33        | 5,00        |
|                                | 2            | 811         | 3,06        | 0,577         | 1,00        | 4,67        |
|                                | 3            | 1115        | 4,24        | 0,441         | 2,50        | 5,00        |
|                                | 4            | 1949        | 3,77        | 0,434         | 2,33        | 5,00        |
|                                | <b>Total</b> | <b>6138</b> | <b>4,06</b> | <b>0,672</b>  | <b>1,00</b> | <b>5,00</b> |
| Prestígio                      | 1            | 2263        | 3,89        | 0,453         | 2,20        | 5,00        |
|                                | 2            | 811         | 2,26        | 0,551         | 1,00        | 4,00        |
|                                | 3            | 1115        | 2,57        | 0,470         | 1,00        | 4,00        |
|                                | 4            | 1949        | 3,31        | 0,375         | 2,20        | 5,00        |
|                                | <b>Total</b> | <b>6138</b> | <b>3,25</b> | <b>0,751</b>  | <b>1,00</b> | <b>5,00</b> |
| Independência e bens materiais | 1            | 2263        | 4,01        | 0,465         | 2,33        | 5,00        |
|                                | 2            | 811         | 2,23        | 0,518         | 1,00        | 3,83        |
|                                | 3            | 1115        | 2,91        | 0,511         | 1,17        | 5,00        |
|                                | 4            | 1949        | 3,30        | 0,395         | 1,83        | 4,83        |
|                                | <b>Total</b> | <b>6138</b> | <b>3,35</b> | <b>0,757</b>  | <b>1,00</b> | <b>5,00</b> |
| Realização e oportunidade      | 1            | 2263        | 4,42        | 0,381         | 2,80        | 5,00        |
|                                | 2            | 811         | 3,55        | 0,657         | 1,00        | 5,00        |
|                                | 3            | 1115        | 4,26        | 0,418         | 2,60        | 5,00        |
|                                | 4            | 1949        | 3,80        | 0,437         | 1,80        | 5,00        |
|                                | <b>Total</b> | <b>6138</b> | <b>4,08</b> | <b>0,559</b>  | <b>1,00</b> | <b>5,00</b> |

Em função desta análise encontramos quatro grupos por motivações empresariais: o Grupo um Estudantes Idealistas, o Grupo dois Estudantes Céticos, o Grupo três Estudantes Estabelecidos na vida e o Grupo quatro Estudantes Desiludidos. Para os compreendermos fomos traçar o seu perfil em função das variáveis que compõem esta investigação como consta nas secções seguintes.

## 7.1. O grupo um – os estudantes idealistas

O Grupo um, Estudantes Idealistas, encontra-se descrito no Quadro 63 e corresponde ao maior grupo com 2263 estudantes (37%).

**Quadro 63. Grupo um – os estudantes idealistas**

|  |             |
|--|-------------|
| Auto conceito  | Média       |
| • <b>Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia</b> | <b>4,18</b> |
| • <b>Rejeição e aceitação social</b>                           | <b>4,22</b> |
| Motivações empresariais  | Média       |
| • <b>Segurança familiar</b>                                    | <b>4,60</b> |
| • Prestígio  | 3,89        |
| • Independência  | 4,01        |
| • Realização e oportunidade                                    | 4,42        |
| Influências empresariais                                       | Média       |
| • <b>Disponibilidade de recursos</b>                           | <b>4,16</b> |
| • Ter clientes estáveis e incentivos                           | 4,10        |
| • Instabilidade social e económica                             | 3,16        |
| • Oportunidades no setor                                       | 3,67        |
| Apoios   | Média       |
| • <b>Financeiros</b>   | <b>4,19</b> |
| • <b>Formação para o negócio</b>                               | <b>4,19</b> |
| • Preparação do curso para criar uma empresa                   | 3,09        |
| • Preparação do curso para trabalhar por conta própria         | 3,35        |
| • Desejo trabalhar numa empresa própria                        | 3,51        |
| • Consideram o empreendedorismo mais atrativo                  | 3,95        |
| • Como empreendedor encontraria os objetivos da vida           | 3,84        |
| • Como empreendedor ficaria mais satisfeito                    | 3,95        |
|  | Percentagem |
| • Intenções de trabalhar por conta própria                     | 42,3%       |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Género                     |       |
| • Mulheres                 | 39,1% |
| • Homens                   | 33,4% |
| Área do Curso              |       |
| • Tecnológicas             | 38,2% |
| • Gestão                   | 37,8% |
| Ano do curso               |       |
| • Primeiro ano             | 41,8% |
| Condições perante o ensino |       |
| • Estudante                | 37,9% |
| Estado civil               |       |
| • Solteiros                | 37,6% |
| Pais empresários           |       |
| • Sim                      | 39,5% |

Estamos perante um perfil de estudantes caracterizado por:

- Elevado *auto conceito* no que respeita à Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia bem como quanto à Rejeição e aceitação social;
- Elevadas motivações empresariais, dando especial ênfase à segurança familiar;
- Considerarem relevante nas influências empresariais a disponibilidade de recursos e ter clientes estáveis, e nos apoios, darem relevo aos financeiros e à formação para o negócio;
- Terem uma maior atração pelo empreendedorismo, considerando que o ensino os prepara para serem autónomos, sentindo-se mais satisfeitos e confiantes como futuros empreendedores;
- Serem estudantes do primeiro ano, das áreas das tecnologias e da gestão e serem filhos de empresários.

## 7.2. O grupo dois – os estudantes cétricos

O Grupo Dois, os Estudantes Cétricos, encontra-se descrito no Quadro 64 e corresponde ao grupo mais pequeno com 811 estudantes (13%).

**Quadro 64. Grupo dois – os estudantes céticos**

|  |             |
|--|-------------|
| Auto conceito  | Média       |
| • <b>Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia</b> | <b>3,84</b> |
| • <b>Rejeição e aceitação social</b>                           | <b>3,85</b> |
| Motivações empresariais  | Média       |
| • Segurança familiar   | 3,06        |
| • Prestígio  | 2,26        |
| • Independência  | 2,23        |
| • <b>Realização e oportunidade</b>                             | <b>3,55</b> |
| Influências empresariais                                       | Média       |
| • <b>Disponibilidade de recursos</b>                           | <b>3,40</b> |
| • Ter clientes estáveis e incentivos                           | 3,38        |
| • Instabilidade social e económica                             | 2,59        |
| • Oportunidades no setor                                       | 2,26        |
| Apoios   | Média       |
| • Financeiros  | 3,58        |
| • <b>Formação para o negócio</b>                               | <b>3,64</b> |
| • <b>Preparação do curso para trabalhar como profissional</b>  | <b>3,76</b> |
| • Preparação do curso para trabalhar por conta própria         | 2,86        |
| • Preparação do curso para criar uma empresa                   | 3,57        |
| • Desejo trabalhar numa empresa própria                        | 2,84        |
| • Consideram o empreendedorismo mais atrativo                  | 3,59        |
| • Como empreendedor encontraria os objetivos da vida           | 3,29        |
| • Como empreendedor ficaria mais satisfeito                    | 3,42        |
|  | Percentagem |
| • Já trabalham por conta de outrem                             | 16,2%       |
| Área do Curso  |             |
| • Saúde  | 15,4%       |
| Ano do curso   |             |
| • Quarto ano   | 18,4%       |
| Condições perante o ensino                                     |             |
| • Trabalhador estudante  | 17,3%       |
| Estado civil   |             |
| • Divorciados  | 23,2%       |
| • Casados  | 18,3%       |

Estamos perante um perfil de estudantes caracterizado por:

- Reduzido auto-conceito com os valores mais baixos na Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia e na Rejeição, aceitação social;
- Terem motivos empresariais mais baixos, em que apenas a realização e oportunidade tem um valor acima do valor médio da escala.
- Terem as influências e os apoios ao negócio em nível muito abaixo do primeiro grupo;

- Terem uma menor atração pelo empreendedorismo e considerarem que a preparação que o curso lhes proporciona para esta atividade é reduzida. Considerarem que o curso os prepara essencialmente para trabalharem como profissionais por conta de outrem. Serem essencialmente alunos da Saúde e do quarto ano
- Possuírem já uma experiência de vida quer na vida profissional quer na pessoal casados ou separados. Parecerem ser os estudantes que estão desiludidos com a vida e ambicionarem uma vida estável por conta de outrem sem muitas preocupações. Também não parecem ser empreendedores por conta de outrem.

### 7.3. Grupo três – os estudantes estabelecidos na vida

O Grupo três os Estudantes Estabelecidos na Vida, encontra-se descrito no Quadro 65 e corresponde a 1115 estudantes (18%).

**Quadro 65. Grupo três – os estudantes estabelecidos na vida**

|  |             |
|--|-------------|
| Auto conceito  | Média       |
| • <b>Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia</b> | <b>4,11</b> |
| • <b>Rejeição e aceitação social</b>                           | <b>4,07</b> |
| Motivações empresariais  | Média       |
| • <b>Segurança familiar</b>                                    | <b>4,24</b> |
| • Prestígio  | 2,57        |
| • Independência  | 2,91        |
| • <b>Realização e oportunidade</b>                             | <b>4,26</b> |
| Influências empresariais                                       | Média       |
| • <b>Disponibilidade de recursos</b>                           | <b>3,93</b> |
| • Ter clientes estáveis e incentivos                           | 3,86        |
| • Instabilidade social e económica                             | 2,79        |
| • Oportunidades no setor                                       | 3,01        |
| Apoios   | Média       |
| • Financeiros  | 3,98        |
| • <b>Formação para o negócio</b>                               | <b>4,04</b> |
| • <b>Preparação do curso para trabalhar como profissional</b>  | <b>3,94</b> |
| • Preparação do curso para trabalhar por conta própria         | 3,17        |
| • Preparação do curso para criar uma empresa                   | 2,88        |
| • Desejo trabalhar numa empresa própria                        | 2,88        |

|                                   | Percentagem |
|-----------------------------------|-------------|
| • Já trabalham por conta própria  | 28,7%       |
| <b>Género</b>                     |             |
| • Homens                          | 19,5%       |
| • Mulheres                        | 17,4%       |
| <b>Ano do curso</b>               |             |
| • Primeiro ano                    | 18,7%       |
| <b>Condições perante o ensino</b> |             |
| • Trabalhador estudante           | 22,1%       |
| <b>Estado civil</b>               |             |
| • Casados                         | 24,3%       |
| • União de facto                  | 25,0%       |

Estamos perante um perfil de estudantes caracterizado por:

- Terem valores elevados no auto-conceito no que respeita à Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia, impulsividade e Rejeição, aceitação social;
- Possuírem duas grandes motivações empresariais, a segurança familiar e a realização e oportunidade;
- Terem as influências empresariais e os apoios conceptualizados na justa medida da sua importância;
- Parecerem ser mais pragmáticos já com alguma experiência de vida;
- Serem predominantemente do género masculino, frequentarem o primeiro ano, casados ou em união de facto e já inseridos no mundo do trabalho.

## 7.4. Os estudantes desiludidos

Finalmente o Grupo Quatro, os Estudantes Desiludidos, que se encontra descrito no Quadro 66 e é constituído por 1949 estudantes (32%).

**Quadro 66. Grupo quatro – os estudantes desiludidos**

| Auto conceito  | Média        |
|--|--------------|
| • <b>Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia</b> | <b>3,85</b>  |
| • <b>Rejeição e aceitação social</b>                           | <b>3,93</b>  |
| <b>Motivações empresariais</b>                                 | <b>Média</b> |
| • <b>Segurança familiar</b>                                    | <b>3,77</b>  |
| • Prestígio  | 3,13         |
| • Independência  | 3,30         |
| • <b>Realização e oportunidade</b>                             | <b>3,80</b>  |

| Influências empresariais   | Média       |
|--|-------------|
| • Disponibilidade de recursos  | 3,67        |
| • Ter clientes estáveis e incentivos                                 | 2,67        |
| • Instabilidade social e económica                                   | 2,98        |
| • Oportunidades no setor   | 3,23        |
| Apoios   | Média       |
| • Financeiros  | 3,75        |
| • Formação para o negócio  | 3,75        |
| • <b>Preparação do curso para trabalhar como profissional</b>        | <b>3,94</b> |
| • Preparação do curso para trabalhar por conta própria               | 3,13        |
|  | Percentagem |
| • Querem começar a vida profissional a trabalhar por conta de outrem | 28,7%       |
| Género   |             |
| • Homens   | 33,8%       |
| • Mulheres   | 30,6%       |
| Ano do curso   |             |
| • Terceiro ano   | 34,9%       |
| Condições perante o ensino   |             |
| • Estudante  | 32,3%       |

Estamos perante um perfil de estudantes caracterizado por:

- Terem um valor reduzido no auto-conceito no que respeita a todas as dimensões, ou seja, na Impulsividade, maturidade psicológica e auto-eficácia, e na Rejeição, aceitação social;
- Terem motivações empresariais centradas essencialmente na Segurança Familiar e na Realização e Oportunidade;
- Parecerem medir cautelosamente a entrada na vida profissional, não querendo correr riscos, nem querendo começar a vida profissional a trabalhar por conta de outrem;
- Parecerem estar desiludidos com o empreendedorismo, em consonância com o percurso já descrito entre o início e o fim da vida académica.

Estas tipologias de motivações empresariais é muito específica e reflete a falta de conhecimento desta população sobre o empreendedorismo.

---

## Considerações finais

---





A presente investigação pretendeu identificar o potencial empreendedor dos estudantes do Ensino Superior Politécnico e o que os pode influenciar, em termos de características pessoais, sociais ou do seu percurso académico.

Esta área científica do empreendedorismo que apesar dos inúmeros trabalhos desenvolvidos ainda não conseguiu chegar a um consenso, em especial no que se refere aos traços de personalidade e aos fatores motivacionais que na maioria das vezes se associam. No entanto apesar de não existir um perfil ideal de traços de personalidade e de fatores motivacionais, eles são essenciais para o sucesso na atividade empresarial de forma contingencial. Por outro lado as Instituições de Ensino Superior ao não assumirem completamente a dimensão do empreender não estão em condições de contribuir para moldar muitas destas dimensões nos estudantes, o que os conduz na maioria das vezes à desmotivação em relação ao empreendedorismo e não à motivação.

Para fomentar a capacidade empreendedora, diversos projetos e programas têm sido implementados. Dentro destes, o Poliempreende ao desenvolver o empreendedorismo no Ensino Superior Politécnico, preenche algumas lacunas do ensino tradicional que pouco se tem preocupado ou debruçado sobre o empreendedorismo (Mitra, 2002). Apresenta-se, ainda, como uma atividade de relevo quer na formação em empreendedorismo quer no fomento da criação de empresas, contribuindo para o desenvolvimento económico e social das regiões onde as Instituições estão inseridas ou do País.

Estima-se que a sensibilização para o empreendedorismo, realizada em conferências, sessões de informações ou outras formações possa influenciar 10% dos estudantes que ingressarão no mundo dos negócios, nos dez anos após a obtenção do diploma. Esta persistência de competências em empreendedorismo é, igualmente, outro dos objetivos do projeto, que já apresenta resultados promissores, tanto na criação de empresas por jovens diplomados, como no registo de patentes, não negligenciando a enorme participação e formação dos estudantes envolvidos, a nível nacional e mesmo já internacionalmente.

A presente investigação baseou-se numa amostra estratificada de 6532 estudantes de dezassete instituições de Ensino Superior Politécnico, distribuídos pelos diferentes anos do curso de licenciatura e quatro áreas científicas (Saúde (28,8%); Tecnológicas (26,1%); Gestão (23,8%) e Ciências Sociais (21,2%)), maioritariamente constituída por estudantes do sexo feminino (65,1%) e com 76,2% dos estudantes da amostra a apresentarem empresários na família (24,7%, pais e 28,7 % tios).

Os resultados indicaram uma percentagem de estudantes que pretendem vir a trabalhar por conta própria ou já trabalham de 32,4%, sendo 24,1% do sexo masculino e 14,3% do sexo feminino, com maior expressão (19,0%) nos estudantes de Gestão contrastando com 11,2% nos estudantes da área da Saúde. Os estudantes que querem trabalhar por conta de outrem ou já trabalham por conta de outrem são 82,4%.

É notada, igualmente, uma grande disponibilidade dos estudantes, 60,9%, para se envolverem numa atividade empreendedora por conta própria. Aqueles que responderam afirmativamente à questão «considera-se capaz de criar uma empresa?» são respetivamente 72,0% para homens e 54,9% para as mulheres, corroborando diferentes estudos internacionais (Brush, 1992; Rosa *et al.*, 1996; Cliff, 1998; Orser *et al.*, 1998; Orser & Hogarth-Scott, 2002; Minniti *et al.*, 2005; Isakova *et al.*, 2006; Yordanova, 2011). Assinala-se, no entanto, uma percentagem elevada de estudantes

do sexo feminino que se consideram capazes de empreender. A este propósito, assinala-se, em 2009, uma mudança no Brasil dado ter apresentado, pela primeira vez, valores mais elevados de empreendedorismo no feminino (53%) (GEM, 2009).

No desenvolvimento de ideias concretas para criação de negócio, 60,0% dos estudantes auscultados consideram já possuir uma ideia (48,4% para os homens e 35,3% para as mulheres), maioritariamente na prestação de serviços (37,0%). É, também, de assinalar que 51,0% destas ideias centram-se no mercado e 22,0% são resultado das investigações efetuadas pelos estudantes; 32,0% orientam-se para mercados regionais, 24% para o mercado nacional e apenas 8,0% para o internacional. Apesar deste número elevado de ideias do negócio, encontramos, em contrapartida, 82,4% de estudantes a pretender ingressar na vida profissional como trabalhadores por conta de outrem. Os resultados obtidos indicam medo e aversão ao risco, em concordância com o observado pelo *Eurobarometer* (2009), em que 66%, em 2007 e 56%, em 2009, dos portugueses temem falir, apresentam reduzida recetividade social para o empreendedorismo, com 35,5% com uma perceção negativa dos empreendedores mesmo concordando com a importância da formação académica na sua valorização social.

A existência de elevado potencial no surgimento de ideias de negócios constituirá, com toda a certeza, fonte de conhecimento e valor, próprio das Instituições de Ensino Superior Politécnico, imprimindo a necessidade de definição de uma estratégia nacional concertada na orientação, encaminhamento, potenciação e implementação das ideias de negócios. Daí que a ligação das Instituições com a comunidade e a criação de estruturas no seu seio seja um passo necessário e decisivo, para consolidar o empreendedorismo e o articular e coordenar numa Agenda Nacional para o Empreendedorismo.

Necessariamente, durante todo este processo, um dos eixos fundamentais a considerar prende-se com o suporte financeiro, particularmente na disponibilidade de fundos próprios, que se possam constituir em capitais de risco, que permitam o financiamento adequado e acessível, das ideias de negócios com potencial, emergentes neste meio académico, para que se possam concretizar tornando-se assim uma mais-valia para o Promotor, para a Instituição e para o País. Um outro ponto prende-se com o acompanhamento dos novos negócios e a sua monitorização para que a taxa de mortalidade das empresas seja mais baixa e se possam deste modo criar condições para o seu sucesso reforçando o tecido empresarial.

Ora, é neste contexto que o Poliemprende pretende ser um dinamizador de ideias de negócios nas Instituições de Ensino Superior Politécnico, pretendendo aglutinar vontades e apoios, com um Patrono ou diferentes organizações e Instituições de cariz empresarial, financeiro, governamental ou social, que lhe reforcem a notoriedade e, implicitamente, redobrem a participação e interesse da Academia. Podendo deste modo ultrapassar a falta de comunicação em algumas Instituições em que 75,7% dos estudantes nunca ouviram falar do Poliemprende, não tendo simultaneamente uma visão inclusiva e participativa do empreendedorismo.

A Escola Superior de Enfermagem de Coimbra destaca-se com uma elevada percentagem de estudantes que ouviram falar do Poliemprende e do empreendedorismo (70,3%), denotando uma capacidade assinalável de comunicação. Por outro lado, são os estudantes de Gestão (54,5%) e Saúde (51,3%) que mais ouviram falar do concurso contrastando com a área de Ciências Sociais (39,3%) e Tecnológicas

(46,3%). Estes dados podem indicar um paradoxo, o facto de aparentemente no curso Poliempreende, as áreas Tecnológicas terem especial facilidade na elaboração de ideias de negócios, inovações e patentes e, eventualmente, estarem mais sensíveis à criação de novos negócios e a oportunidades disponíveis e serem das que menos conhecem o Poliempreende. Uma maior empregabilidade relativa e o interesse imediato na entrada na vida profissional, descurando oportunidades, poderão justificar estas observações.

Quando consideramos os anos de curso verificamos que são os estudantes dos últimos anos que mais ouviram falar no programa, 4º ano (70,1%) e 3º ano (62,8%) contra 33,2% do 1º ano e 45,2% do 2º ano. Estes dados assinalam a eficácia na estratégia de divulgação que privilegiam os últimos anos e formação pós graduada, público de maior potencialidade para a criação de um negócio a curto prazo.

O retrato dos estudantes relativamente ao empreendedorismo mostra-nos uma população que na sua maioria o considera atrativo e que também se considera capaz de criar uma empresa. Se analisarmos este perfil por género verificamos que esta capacidade está mais interiorizada nos estudantes do género masculino do que nas do feminino, corroborando diversos estudos internacionais (Scherer *et al.*, 1990; Muller, 2004 e Gupta *et al.*, 2009).

Com efeito, os nossos resultados relacionam a atratividade do empreendedorismo, os objetivos de vida e satisfação pessoal, mais evidenciado no género masculino, nos estudantes de Gestão e nos que pretendem trabalhar ou já trabalham por conta própria e em contraste com os da área da Saúde e nos que trabalham ou pretendem vir a trabalhar por conta de outrem. cremos, pois, fundamental, a criação de uma estratégia focalizada no empreendedorismo feminino, dado a sua menor apetência e a maior frequência das estudantes nas Instituições de Ensino Superior nacionais, no sentido de equilibrar e desenvolver o espírito empreendedor dos jovens diplomados.

Mesmo evidenciando este interesse potencial no empreendedorismo, traduzido pela noção de atratividade, quer pela elevada percentagem de ideias de negócio ou disponibilidade para virem a empreender, o sentir da preparação para vir a ser empreendedor por conta própria é, ainda, pouco expressivo, em contraste com o prosseguir de estudos ou o desejo maioritário dos estudantes de trabalhar por conta de outrem numa organização.

Identifica-se, igualmente, diferenças de género em que os estudantes masculinos desejam trabalhar de forma mais autónoma e por conta própria. Por seu lado, as estudantes do género feminino pretendem mais ser profissionais numa organização por conta de outrem, ou mesmo, prosseguir os seus estudos. Os nossos dados não são coincidentes com os do *Eurobarometer* (2009), que evidenciavam 50,8% dos Portugueses com intenção de trabalhar por conta própria, pois encontramos 18,7% dos estudantes auscultados com intenção de trabalhar por conta própria e 81,3% por conta de outrem.

De registar, ainda, um conjunto de indicadores que merecem alguma reflexão. Desde logo, a necessidade de fortalecer a capacidade investigadora dos participantes no Poliempreende (que igualmente compreende, para além de estudantes, docentes e funcionários não docentes) e de toda a Academia, no sentido de equilibrar a relação das ideias de negócio provenientes do mercado com as da investigação.

Outra reside na diminuição do espírito empreendedor que os estudantes experimentam quando caminham do primeiro para o último ano perdendo ou reduzindo o estímulo em criar e inovar. Este decréscimo demonstra uma falta de atenção das nossas Instituições no empreender e na sua capacitação, promovendo autonomia ao estudante, incentivando-o a pesquisar soluções e a criar as suas próprias realidades. Será, pois, de questionar se as Instituições não estarão, apenas, a reproduzir modelos que fornecem aos estudantes fórmulas imediatas e estereotipadas, não fomentando a inserção dos jovens diplomados na vida empresarial nem a sua capacidade de responder aos desafios da sua futura vida profissional. Estas observações estão consonantes com alguns estudos que concluem que a educação tradicional não potencia a criatividade, a inovação e a mudança da envolvente (Jones & English, 2004), pelo que para desenvolver o empreendedorismo nos estudantes tem de existir formação específica, (Mitra, 2002).

Esta assunção de modelos tradicionais de ensino bloqueia no estudante o desenvolvimento de competências de experimentação, não estimulando, consequentemente, a promoção de uma cultura empreendedora dirigida para a resolução de problemas. Complementarmente, ao não ser fomentado o pensamento divergente e opinativo, estimula-se a aversão ao risco, que traduzido no percurso profissional, valoriza o vínculo laboral por conta de outrem ao revés da criação de negócio, de valor para a sociedade, negligenciando as ideias resultantes de investigações, substrato essencial para o empreendedor explorar de forma criativa o mercado.

Os estudantes de Saúde destacam-se, neste caso, ao sobrevalorizar a sua qualificação como profissionais numa determinada organização comparativamente a outras formas de inserção profissional. A propensão para empreender e, mais em particular, para a criação de empresas próprias é percebida de forma mais empenhada nos cursos de Gestão.

Será que a Escola «informa» mas não «forma» para o empreendedorismo, motiva mas não ensina como fazer? Uma comparação entre o Eurobarometer de 2007 e de 2009 quanto à extensão em que os entrevistados concordaram que a sua educação escolar os preparou para se tornarem empresários, mostra que em 2007 Portugal atingiu 71%, obtendo os melhores resultados no estímulo ao empreendedorismo, superando os EUA (63%). Ora estes resultados parecem reforçar a necessidade urgente em se aprofundar a formação para o empreendedorismo ao invés de simplesmente continuar apenas a motivar. O *World Economic Forum* (2009) reforça esta perspetiva referindo que, apesar da proliferação de programas de empreendedorismo em todo o mundo se assumir como positivo carece de mais profundidade e rigor sendo necessário garantir a grande qualidade da formação em empreendedorismo.

Assim, a necessidade de se profissionalizar a formação para se aprender a ser empreendedor torna-se crucial. Ora, dada a aceitação expressiva (*Eurobarometer*, 2009) dos estudantes portugueses no reconhecimento da importância e da preparação em empreendedorismo proporcionada pelo sistema de ensino, atingindo 51% dos estudantes a desejarem trabalhar por conta própria (menos 20% comparativamente a 2001), é decisivo profissionalizar o empreender pois citando Muhammad Yunus «We see things the way our minds have instructed our eyes to see».

Ressalta, ainda, a necessidade de se contemplar na formação de mestrado o tema do empreendedorismo como componente integrante dos planos de estudo. Esta for-

mação do segundo e terceiro ciclo aparenta ser o momento mais adequado, dado a possibilidade de desenvolvimento de projetos de investigação, inovadores, diferenciadores e aplicáveis ao mercado e às empresas.

Deveremos, no entanto, analisar de modo mais detalhado esta relação do estudante com o empreendedorismo e a inserção na vida profissional. Constata-se, com efeito, que ao longo da idade existe uma maior perceção das competências de autonomia e profissionais, independentemente do tipo de vínculo profissional a adquirir, devendo ser de considerar a maturidade como fator determinante no comportamento empreendedor.

Simultaneamente, os Portugueses empreendem e segundo dados do *Eurobarometer* (2009) apresentam as taxas mais elevadas dos 25 EU que nos últimos anos iniciaram negócios. Mais ainda, constata-se que 40% dos portugueses têm interesse em se tornarem empreendedores, para além de uma elevada percentagem de Portugueses consideraram que a educação escolar contribuiu para o desenvolvimento de uma atitude empreendedora, num dos mais expressivos valores (64%) europeus. Todavia, apresenta, em simultâneo, um dos piores indicadores no clima empreendedor, em particular a dificuldade em iniciar uma empresa (61,1%), o pior resultado da EU e uma elevada mortalidade empresarial, contribuindo para um índice de atividade empreendedora abaixo da média da UE25. Registe-se, ainda, dentro destes indicadores negativos, o facto de os Portugueses empreendedores serem vistos socialmente de forma negativa (35,5%), em particular, aqueles que necessitam de uma segunda oportunidade (23%), o que mostra que esta dimensão cultural negativa sobre os empreendedores não se tem alterado em relação ao encontrado por Pereira (2001).

Um ponto importante a considerar igualmente é a relação familiar com o empreendedorismo. Ter pais empresários cria uma perceção tendencialmente mais positiva de preparação dada pelo curso para se poder vir a criar uma empresa ou trabalhar numa empresa de família. Tal já é corroborado pelo *Eurobarometer* (2009) que assinala 39% dos inquiridos pretendem ser empreendedores sem qualquer relação com pais empresários, 46% apresentam um progenitor empresário enquanto 51% dos inquiridos que pretendem ser empreendedores possuem ambos os progenitores empresários. Quanto à preparação dada pelo curso para se trabalhar numa organização, esta é tendencialmente mais valorizada, como seria de esperar, pelos estudantes que não têm pais empresários.

Outro aspeto a valorizar é a motivação empresarial dos estudantes, estruturalmente específica para este público. Estas motivações centram-se positivamente na segurança familiar, na realização e concretização de uma oportunidade e menos determinante no prestígio e independência e bens materiais. Estas motivações estão em parte consonantes com a investigação efetuada com empresários nacionais por Pereira, (2001) já que se o prestígio era menos privilegiado pelos empresários de formação superior, que enfatizavam o relevo à independência e à realização, e a segurança familiar emergia nos empresários de formação mais baixa e das zonas rurais.

O ambiente empresarial fomenta a motivação empresarial, já que os filhos de empresários possuem motivos empresariais mais elevados, confirmando a tradição familiar e as aprendizagens com a família como influenciadores do empreendedorismo (Aldrich & Cliff, 2003). A população estudante, solteira e a viver na depen-

dência da família, ao potenciar os motivos de prestígio e independência e bens materiais, indica a intenção de independência, liberdade económica e familiar.

Relativamente às influências empresariais os estudantes rejeitam a influência proveniente da Instabilidade Social e Económica, demonstrando a reduzida preparação perante uma sociedade competitiva e de mercado aberto, em que as crises são uma forte fonte de influência para se desenvolverem, sobretudo qualitativamente, novos e melhores negócios. Apesar de juventude estar ligada, muitas vezes a irreverência, relativamente aos negócios procura-se essencialmente a segurança na «Disponibilidade de Recursos», «Ter Clientes Estáveis» e «Incentivos».

A análise do *auto conceito*, para uma cultura empreendedora é, igualmente, determinante. Revelaram os estudantes do Ensino Superior auscultados, maturidade psicológica, impulsividade, auto eficácia e rejeição e aceitação social denotando capacidade em enfrentar e resolver problemas. Exibem níveis elevados de franqueza, honestidade, tolerância e assunção de responsabilidade, apresentando capacidade para por ideias em prática, integrados e aceites socialmente. Este perfil encontra-se presente de forma mais marcada nas estudantes do género feminino, estudantes com empresários na família, trabalhadores por conta própria, trabalhadores estudantes e nos estudantes que se consideram capazes de criar uma empresa e com ideias concretas de negócio, necessárias no mercado e nascidas da investigação.

Observa-se, ainda, que os estudantes que apresentam um *auto conceito* mais positivo, isto é, estudantes que apresentam um perfil de maior maturidade psicológica, sentem-se mais preparados, mais desejosos e com maior atração por empreender, criando níveis mais elevados de ação e de mobilização de recursos. A preparação percecionada pelo curso e o desejo de empreender, como profissional numa organização, em empresa de família, por conta própria, de criar uma empresa, ou mesmo, de prosseguir os estudos, são, conseqüentemente, amplificados.

Através das motivações empresariais, classificamos os estudantes em quatro grandes grupos, que se podem relacionar em duas dimensões, quantitativamente equilibradas: os que consideram o empreendedorismo uma ferramenta e os que a rejeitam.

Dentro do empreendedorismo como ferramenta, consideramos os estudantes idealistas e os estudantes estabelecidos na vida.

Os Estudantes Idealistas constituem o primeiro grupo e representam 37% da amostra em estudo. São os estudantes mais motivados para serem empreendedores, possuem os motivos, as influências e os apoios mais fortes na criação do seu negócio, possuindo o *auto conceito* mais elevado e logo maior maturidade. No seu perfil encontramos uma ligeira preponderância do feminino, estudantes das Tecnologias e da Gestão, que são apenas estudantes, solteiros, do primeiro ano e que possuem pais empresários.

O terceiro grupo, mas enquadrado ainda nesta dimensão de empreendedorismo como ferramenta, são os Estudantes Estabelecidos na Vida e representam 18,4% da população em estudo. Manifestam dois grandes motivos empresariais, a segurança familiar e a realização e a concretização de uma oportunidade e possuem elevado *auto conceito* e logo também maior maturidade. Sentem que algumas influências os podem ajudar a criar o negócio e querem essencialmente apoios ao nível da forma-

ção. São estudantes trabalhadores que já possuem vida familiar própria, mais pragmáticos e realistas.

A segunda dimensão, os que rejeitam o empreendedorismo e suas ferramentas, compreende os estudantes céticos e os estudantes desiludidos. Os Estudantes Céticos, que constituem o segundo grupo, representam 12,9% da população em estudo. Possuem motivos empresariais pouco elevados, *auto conceito* menos valorizado, logo menor maturidade, não sentindo que as influências e os apoios os possam ajudar a envolver-se com o empreendedorismo. Consideram, ainda, que o curso os prepara melhor para serem profissionais a trabalhar por conta de outrem e têm forte componente de finalistas.

Ainda nesta segunda dimensão temos, os Estudantes Desiludidos, quarto grupo que representa 31,6% da população em estudo. Para estes estudantes com baixos valores nos motivos empresariais, nas influências, nos apoios e no *auto conceito*, logo uma menor maturidade, o empreendedorismo não parece ser uma opção de vida pois querem iniciar a vida profissional por conta de outrem. Sentem também que o curso os prepara para trabalharem como profissionais por conta de outrem.

De registar que os Idealistas são os que apresentam um *auto conceito* mais positivo, com mais impulsividade, maturidade psicológica, contrastando com os Céticos que apresentam um *auto conceito* menos positivo. Os Céticos apresentam, ainda, menor Rejeição, Aceitação Social no *auto conceito* contrastando com os Idealistas que representam a tipologia de empreendedores com maior Rejeição e Aceitação Social. O que parece mostrar a importância da maturidade psicológica para o empreendedorismo. Os Idealistas apresentam, ainda, uma grande motivação intrínseca, têm um *auto conceito* muito positivo e acreditam nas ideias. Assim, mobilizam os recursos necessários para transformar os seus sonhos em projeto sustentáveis, sendo no entanto desacreditados pelas suas utopias, daí socialmente menos aceites. No entanto, ao possuírem os motivos, as influências e os apoios para empreenderem transformam-se em profetas da mudança.

Numa altura de crise económica, política, social e também de valores, onde o empreendedorismo se inscreve e se assume como alavanca de desenvolvimento de uma região ou de um país, decerto será determinante aproveitar este período para criar, estimular, apoiar e potenciar o potencial criativo dos 55% que apresentam um perfil com competência e vontade para empreender. Esta «matéria-prima dourada» deverá ser encarada como alicerce estrutural de alavancagem da sociedade, tornando-a competitiva, sustentável e geradora de valor, em que o empreendedorismo é o combustível para a inovação.

Alguns dados comparativos são elucidativos: nos Estados Unidos, já em 1996, o número de empreendedoras era de 8 milhões, representando 30% dos negócios daquele país (Pettit, 1997) e nos Países Baixos, por exemplo, entre 1994 e 1998, 8% das empresas de crescimento rápido criaram 60% do crescimento do emprego nas empresas existentes (Ministério dos Assuntos Económicos e EIM)

Nos EUA, 350 mil empresas de crescimento rápido criaram dois terços do total de novos postos de trabalho, entre 1993 e 1996, segundo Purrington, & Bettcher (2001), tendo o espírito empresarial contribuído positivamente para o crescimento económico, ainda que o crescimento do PIB seja influenciado por muitos outros fatores (Audretsch, 2002; Audretsch *et al.*, 2002). Também os países com maior aumento das taxas de atividade empreendedora tendem a ter maior decréscimo nas

taxas de desemprego (Audretsch, 2002). Daí que os empreendedores sejam os condutores da economia de mercado, permitindo que a sociedade obtenha riqueza, postos de trabalho e variedade de escolha para os consumidores (Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa, 2003).

Ao longo da História, o povo português tem sabido enfrentar os vários desafios com que se tem deparado, de forma positiva e em glória. A sua resistência, persistência e resiliência tem-lhe conferido uma capacidade para enfrentar a adversidade e se adaptar, demonstrando uma grande atitude empreendedora. Veja-se presentemente os exemplos dentro e fora do país, de Portugueses e empresas sinónimos de excelência, não raramente em cenários inicialmente pouco atrativos e em condições concorrenciais desiguais. É este espírito que terá de contagiar a sociedade para promover o crescimento económico e bem-estar social, proporcionando prosperidade global.

Assumir o desenvolvimento de uma cultura empreendedora terá de ser um desígnio nacional a ser premiado em todas as suas facetas. Repare-se que é dentro desta matriz que as empresas recrutam, não raramente de forma independente da formação inicial do candidato. É o colaborador motivado, o empreendedor por conta de outrem que aprende a empreender e se interessa pela resolução de problemas, fazendo do seu dia-a-dia um desafio constante de iniciativa e criatividade que corporiza as empresas excelentes.

Daí que o desenvolvimento de competências empreendedoras deverá contemplar os currícula em todos os níveis de ensino, criando-se, através do treino e acompanhamento, de uma maior capacidade para se correr riscos. Este caminho terá de se inscrever numa política nacional de apoio ao empreendedorismo em todas as áreas, assumida nos programas governamentais e aceite pela sociedade em geral, enviando todos os esforços ao seu alcance para ajudar o empreendedor dos vários setores a criar valor para a sociedade.

No Ensino Superior, o Contrato de Confiança, assinado em janeiro de 2010, fruto do reconhecimento da competência e capacidade do Ensino Superior em gerar valor para a sociedade, deverá ser assumindo como instrumento fundamental na definição de uma estratégia nacional para o empreendedorismo em Portugal, considerando a Educação o principal meio no ultrapassar obstáculos. Os *case studies* de boas práticas sejam elas académicas sejam elas empresariais, não serão suficientes se não forem alinhadas com uma estratégia nacional para o empreendedorismo. Recorde-se que o programa subjacente ao Contrato de Confiança fala em aumento do número de estudantes, de mobilidade social, de mais qualificação, mais internacionalização e incremento na atividade científica. Este desiderato também não será suficiente se não for acompanhado de uma revolução na forma de ensinar, na forma de aprender e no posicionamento das diferentes estruturas da sociedade perante aqueles que correm riscos, independentemente do seu sucesso ou fracassos.

Assim o aumento da oferta formativa e do esforço por parte das instituições do ensino superior em aumentarem o número e a qualificação dos estudantes não *será per se* gerador de riqueza se não for inscrito dentro de uma cultura de fomento do empreendedorismo. Esta mudança amplamente aceite por TODAS as estruturas de Ensino Superior, terá de ser acompanhada de reformas estruturais para o empreendedorismo, tal como identificado pelo projeto da *Global Entrepreneurship Monitor* amplamente divulgado em todo o mundo. Este projeto que tem também como obje-

tivo analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países e determinar as condições que fomentam ou entavam as dinâmicas empreendedoras em cada país, oferece-nos caminhos para a discussão e consensualização de uma estratégia nacional, associadas às estratégias propostas pelo *World Economic Forum* de 2009. Haverá portanto a necessidade de se criarem Apoios Financeiros, Políticas e Programas Governamentais, Educação e Formação, Transferência de Resultados de Investigação, Oferta de Infraestruturas e Serviços Profissionalizados, Redução das Barreiras à Entrada, Acesso a Infraestruturas Físicas e Criação de Normas Sociais e Culturais de Fomento ao Empreendedorismo.

Assim, continua a verificar-se um apoio financeiro ao empreendedorismo insuficiente em Portugal, sendo acompanhado de exigências e garantias cada vez mais impraticáveis, verificando-se também uma dificuldade em obter apoio por parte de capitais de risco que procuram projetos com grande escalabilidade, assentes em critérios de exigência tal, que mantendo o risco apenas no empreendedor, inviabilizam a prossecução de projetos promissores. Continua a verificar-se, igualmente, uma gestão pouco eficaz dos apoios concedidos, perdendo-se a oportunidade de apoiar projetos sustentáveis e com impactes positivos na economia e na sociedade.

É evidente que as Políticas e Programas Governamentais devem contribuir para elevar os níveis de espírito empresarial (Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa, 2003). Apesar de ter havido uma melhoria significativa nas políticas e programas, estes mantêm uma acessibilidade dificultada por parte do empreendedor. O risco associado à iniciativa empresarial terá também de ser contrabalançado com a recompensa, sendo por isso necessário ponderar o custo benefício da relação na atividade empresarial.

Dado não existir uma única forma de se obter o sucesso, as soluções *one size fits all* para se aprender a empreender são irreais. As oportunidades para empreender variam drasticamente em diferentes partes do mundo, bem como para diferentes áreas, pelo que se deverá perspetivar uma abordagem multifacetada na Educação e Formação, ajustando e adaptando diferentes modelos a diferentes contextos.

Com efeito, quer ao nível da Educação quer da Formação terão de ser repensadas e reformuladas, numa autêntica revolução empreendedora, as metodologias de ensino no sentido de transformar o estudante num agente mais ativo do seu processo de aprendizagem.

Na Educação para o Empreendedorismo deverão ser criadas diferentes estratégias, nomeadamente a possibilidade de plataformas de gestão de empresas virtuais, interagindo com a realidade, num processo saudável em que a formação e aprendizagem ultrapassem o terreno da Academia e integrem a comunidade regional e empresarial.

O Ensino Superior, por seu turno, terá de contemplar todas as licenciaturas e fornecer os instrumentos necessários, «profissionalizando» o ato de empreender, promovendo o desenvolvimento de um perfil de estudante com competências empreendedoras necessárias e suficientes para enfrentar o mercado, aumentando a probabilidade de sucesso do empreendedorismo individual, pois este também se aprende, levando a uma nova forma de pensar e a potenciar a capacidade de intuição de cada um. Recorde-se que na América do Norte, não existe praticamente nenhuma Instituição de Ensino Superior que não apresente nos seus cursos, uma unidade curricular de empreendedorismo (Vesper & Gartner, 1999).

Assim, a criação no seio de cada licenciatura de estruturas intermédias que apoiem a criação de um ecossistema empreendedor que facilite o *networking*, promoverá as condições necessárias para estudantes de diferentes áreas se encontrarem e desenvolverem projetos conjuntos, apoiados por equipas diversificadas nas várias áreas do conhecimento. O fortalecimento dos Gabinetes de Empreendedorismo, Oficinas de Transferência de Conhecimento e Inovação, a promoção do mérito nas Instituições, o fomento na criação de patentes, protótipos, o estímulo ao registo de propriedade intelectual e a transferência de tecnologia são iniciativas que se devem incentivar.

A Cultura nacional deverá deixar de limitar aqueles que querem empreender, passando a serem mais acarinhados e apoiados pela sociedade em geral, abandonando a cultura onde o profeta da desgraça vinga, apreciador maquiavélico nato do fracasso do outro. Assim, o empreendedorismo, citado de forma frustrante no Contrato de Confiança, deverá ser estrategicamente incorporado na operacionalização do referido contrato. As bases programáticas apresentadas deverão ser traduzidas em Programas de Desenvolvimento detalhados, sendo efetuado o aperfeiçoamento e atualização, de comum acordo, do Programa de Desenvolvimento apresentado, à luz da avaliação rigorosa do cumprimento dos seus objetivos e ainda dos contributos que todas as instâncias relevantes, na sociedade civil assim como no próprio sistema de Ensino Superior, entendam dar para a sua revisão e adaptação às exigências do País.

É neste desígnio que o Programa Poliemprende e a presente investigação se inscrevem. Além de caracterizarem o perfil do estudante do Ensino Politécnico Português denotando algumas das suas fraquezas mas também as suas potencialidades, vêm assinalar a necessidade de se criar uma estratégia e uma Agenda Nacional para o Empreendedorismo no Ensino Superior criando as condições para se implementar um sistema baseado nas melhores práticas internacionais na promoção do empreendedorismo. E, sobretudo, num projeto de cooperação único entre as Instituições que deve ser replicado na Educação e Formação para o Empreendedorismo, nos Gabinetes de Promoção ao Empreendedorismo, ou seja, numa Cooperação Empreendedora das Instituições de Ensino Superior.

---

# **Agenda para o empreendedorismo no Ensino Superior**

---





Com os resultados desta investigação que nos permitiu pensar, repensar e elaborar políticas e estratégias de «educação para o empreendedorismo» é possível esboçarmos uma Agenda para o Empreendedorismo nas Instituições de Ensino Superior para que ele possa ser fortalecido e contribuir para o desenvolvimento do País, como segue:

- Introduzir o empreender no processo formativo, seja nas estruturas curriculares, seja nas extra-curriculares, para que este possa levar ao desenvolvimento de capacidades e comportamentos empreendedores, reforçando o património de cada estudante.
- Para evitar a desmotivação dos estudantes relativamente ao empreendedorismo, as atividades empreendedoras devem começar desde logo no primeiro ano da frequência académica, seja na forma curricular seja na extra-curricular em situações próximas da vida real, podendo estas últimas ser fontes de créditos para a vida académica do estudante.
- Esta educação sobre o empreendedorismo deve ser materializada através de uma alteração cultural e de abordagem, para que os professores a assimilem como necessária e a transmitam aos estudantes. Resultará assim uma pró atividade empreendedora dos diplomados, independentemente da tipologia da situação profissional, seja ela por conta própria ou por conta de outrem, demonstrando que em cada atividade existe um modelo de negócio e que o empreendedorismo é fonte e vida em cada profissão;
- Apesar das Instituições de Ensino Superior em Portugal possuírem ainda um longo caminho a percorrer no domínio do ensino do empreendedorismo, seja o por conta própria seja o por conta de outrem ele deve começar já, dando seguimento ao Contrato de Confiança que as Instituições assinaram. Para além da introdução do empreendedorismo nas estruturas curriculares ou extra-curriculares integrantes do suplemento ao diploma, a proximidade com outras estruturas dos Politécnicos ou Universidades, como os Gabinetes de Empreendedorismo, as Oficinas de Transferência de Inovação e Conhecimento ou de Inserção na Vida Ativa, Incubadoras de Empresas e outras interfaces empresariais, sociais ou organizacionais é prioritária e fundamental para o desenvolvimento e sucesso dos jovens diplomados, seja na forma de lhes proporcionar uma visão mais próximo no mundo dos negócios, seja na da concretização dos seus projetos empresariais.
- Deverão aprofundar-se projetos envolvendo os estudantes, como os concursos de ideias de negócios, e estendê-los a todas as instituições, tendo em vista fomentar o empreendedorismo, aproximando os jovens licenciados empreendedores portugueses da média europeia (14% para 24%). Criar condições para creditar estas atividades na estrutura curricular.
- Valorizar os ecossistemas empreendedores em todas as regiões do País onde existem Instituições de Ensino Superior e, em última análise, levá-las a ser parceiras em fontes alternativas de financiamento.
- Criar estruturas próprias, em cada Instituição ou no âmbito dos organismos coordenadores das Instituições de Ensino Superior, para o empreendedorismo e criação de negócios, bem como mecanismos de financiamento, recorrendo e protocolizando com instituições ou entidades financeiras, incluindo capitais

de risco, num conjunto de propostas direcionadas para este tipo de empreendedores.

Acreditamos profundamente no Ensino e Formação em Empreendedorismo. Deverá ser este o pilar fundamental de uma Agenda para o Empreendedorismo no Ensino Superior, para a qual acreditamos ter dado, por esta investigação e pelo projeto que a suporta, o Poliempreende, um relevante contributo.

---

**Anexo – Objeto empírico  
e cursos participantes  
no estudo**

---





## Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)



INSTITUTO POLITÉCNICO  
DO CÁVADO E DO AVE

Presidente: Prof. Doutor João Carvalho  
Coordenador Poliempreeende: Prof. Dra. Isabel Martins

O Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA) é a mais jovem instituição de ensino superior em Portugal. Com sede em Barcelos, o IPCA é a única instituição que oferece ensino politécnico na região do Vale do Cávado e do Vale do Ave, sendo este entendido como instrumental para o seu desenvolvimento económico e social.

De modo a fazer cumprir a sua missão, o IPCA destaca-se na comunidade académica e junto do tecido empresarial pela oferta de uma formação científica sólida, eminentemente prática, orientada para as necessidades do tecido empresarial e do mercado de trabalho.

Integrado na região do Cávado e do Ave, o IPCA tem vindo a proporcionar áreas de conhecimento para o exercício de atividades profissionais atrativas no plano nacional e internacional, promovendo a mobilidade, a empregabilidade e as relações de reciprocidade com a Comunidade envolvente. Os cursos ministrados nas duas escolas do IPCA, Escola Superior de Gestão e Escola Superior de Tecnologia, têm-se revelado adequados às necessidades de formação do tecido empresarial da região, apresentando taxas de empregabilidade elevadas. A oferta formativa, constituída por cursos de Licenciatura, em regime diurno e em regime pós-laboral, Cursos de Especialização Tecnológica e cursos de Mestrado, responde pro-activamente às potencialidades, necessidades e características da sua área de influência, quer numa perspetiva económica, quer de recursos humanos.

O IPCA enquanto entidade do Ensino Superior Europeu, conseguiu responder positivamente às exigências do Modelo de Bolonha, e tem vindo a fazer uma aposta estratégica nos seus projetos de ensino, apostando numa abordagem teórico-prática, voltada para o tecido empresarial e para a prestação de serviços. Desta forma, tem procurado consolidar a sua ligação à indústria, privilegiando a transferência de conhecimento e o empreendedorismo como meio de promover o desenvolvimento regional e a criação de emprego.

É, pois, neste enquadramento que o IPCA integra, enquanto Instituto Politécnico, o Poliempreeende, enquanto projeto de educação para o empreendedorismo, potenciador de um comportamento comprometido com o futuro, a inovação, o conhecimento e o desenvolvimento sustentado de recursos e pessoas.

Dimensão: 2 Escolas, 120 docentes, 1981 alunos, 15 licenciaturas e 3 CET.

## Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC)



Presidente: Prof. Dr. Rui Teixeira  
Coordenador Poliempreende: Prof. Doutor Nuno Vieira e Brito  
Prof. Dra. Teresa Madureira

O Instituto Politécnico do Viana do Castelo (IPVC) é uma instituição pública de ensino superior, uma comunidade de estudantes e profissionais qualificados e participativos, conscientes de que o progresso da sociedade passa pelo desenvolvimento harmonioso da pessoa e pela qualidade do seu desempenho.

Dispõe de uma estrutura organizativa integrada por cinco escolas unidas numa mesma missão, cuja dispersão geográfica facilita o compromisso com o desenvolvimento sustentável da região e cuja dimensão permite a proximidade de professores e estudantes numa relação estimulante à formação pessoal e profissional.

A sua missão é a criação e gestão do conhecimento e cultura, através de um processo de ensino/ensino/aprendizagem, de qualidade e acreditado, centrado no estudante e de investigação, transferência de tecnologia e conhecimento em interação com o tecido social.

Pretende formar cidadãos livres, criativos, críticos e solidários, com elevados níveis de competência e motivados para construírem a sua realização pessoal e profissional de modo ético e empreendedor. Pretende, ainda, ser uma instituição reconhecida como parceiro fundamental para os agentes sociais, económicos e culturais.

A sua estratégia inclui a construção de uma oferta formativa dinâmica, adaptada ao Espaço Europeu de Educação Superior, estruturante da definição e desenvolvimento de linhas de investigação e da capacidade de prestação de serviços, a partir do todo-único institucional e de sinergias entre os interesses científicos e pedagógicos da instituição e dos seus membros. Inclui ainda o estabelecimento de parceiras com instituições de referência, nacionais e internacionais, nas várias áreas de intervenção e uma aposta clara na cooperação com os países de língua portuguesa.

Dado que a inovação e empreendedorismo passaram a assumir uma importância estratégica, o IPVC tem desenvolvido trabalhos nesta área, através de diversos projetos que permitiram e permitem apoiar a criação de empresas, bem como o desenvolvimento de conteúdos e de competências para jovens empreendedores. O IPVC participa na incubadora de empresas de cariz tecnológico do Alto Minho, que promove e apoia o empreendedorismo.

O IPVC, promove um conjunto de iniciativas destinadas aos seus alunos, no Âmbito do concurso Poliempreende, que culminam na escolha do melhor projeto/ideia. Pretende-se capacitar alunos e docentes em empreendedorismo, com o intuito de reforçar as competências pessoais, organizacionais, académicas e científicas sobre empreendedorismo, criando uma estratégia de valorização dos seus percursos pessoais e académicos.

As competências em Empreendedorismo promovem-se através de atividades multivariadas, com o apoio relevante de diferentes «Amigos do Poliempreende» (entidades ligadas à Formação (IP, consultores), a atividades financeiras (bancos, capitais de risco), população juvenil (IPJ), à criação e apoio de empresas (IAPMEI,

Associações Empresariais e Incubadoras), que permitem cobrir todo o território nacional, numa rede de proximidade entre Ensino e Empresas.

O Poliempreende, durante a sua 7ª edição, coordenada pelo Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC), inovou e reforçou o seu espírito empreendedor. O Poliempreende, na 7ª edição, empreendeu. Através de um conjunto de iniciativas que decorreram nesta sua última edição, o concurso de ideias foi mais além no conjunto de ferramentas a oferecer aos empreendedores.

Neste sentido o IPVC, em associação com parceiros nacionais e locais (Caixa Geral de Depósitos, Caixa Agrícola, Banco Espírito Santo, IAPMEI, Instituto Português da Juventude, Estrutura de Missão Douro, Região de Turismo de Porto e Norte de Portugal, Associação Industrial do Minho, Incubadoras, Câmaras Municipais, entre outros), promoveu um Ciclo de Conferências nos quais desenvolveu diferentes temas como o «Empreendedorismo no Ensino Superior» «Empreendedorismo no Feminino» ou o «Empreendedorismo Tecnológico». Apesar de dirigido, numa primeira análise, para o Empreendedorismo no nosso público-alvo (estudantes do ensino superior), pelo seu interesse, rapidamente se alargou à comunidade regional e nacional.

Concomitantemente e como complemento das iniciativas atrás citadas, a coordenação nacional do projeto reuniu com os diferentes *stakeholders* para poder colocar em prática e organizar a iniciativa inédita de durante uma semana juntar os vencedores de todos os 19 concursos regionais para uma jornada de formação em movimento, o Barco do Empreendedorismo. Desta forma, e durante a semana de 12 a 16 de setembro de 2010, quase duas centenas de participantes, entre os quais diversos especialistas, nacionais e internacionais, levaram a cabo, durante cinco dias, no Barco do Empreendedorismo, atividades com vista ao fomento do empreendedorismo.

Este Barco «navegou» entre a formação sobre empreendedorismo e a análise e discussão de Boas Práticas Empreendedoras, com uma análise local de *case-study* e do seu impacto nas regiões. Desenvolveu, assim, um conceito integrador e facilitador de empreendedorismo, permitindo, ainda, pela abrangência de participantes e convidados, criar novas redes entre «facilitadores (Câmaras Municipais, Incubadoras, Entidades Financeiras)» e «empreendedores».

Dimensão IPVC: 5 Escolas, 357 docentes, 4629 alunos, 30 licenciaturas, 28 mestRADOS (alguns em parceria) e 21 CET.

## Instituto Politécnico do Porto (IPP)

Presidente: Prof. Doutor Vitor Santos  
Coordenador Poliempreende: Prof. Dr. Rafael Pedrosa



Criado em 1985, o Politécnico do Porto é hoje o maior e um dos mais dinâmicos Politécnicos do País, ocupando a primeira posição do ranking dos Politécnicos e, conjuntamente com as maiores Universidades, encontra-se colocado no segmento superior do ranking do Ensino Superior Nacional.

O Politécnico do Porto considera como missão ser líder no Ensino Superior Politécnico em Portugal, assumindo-se como comunidade socialmente responsável que – num quadro de referência internacional – procura a excelência:

- Na formação de cidadãos de elevada competência profissional, científica, técnica e artística, numa ampla diversidade de perfis de qualificação;
- No desenvolvimento da investigação e transferência aplicada de tecnologia e de conhecimento;
- Na criação e difusão da cultura;
- No compromisso com o desenvolvimento sustentado da região.

Ao longo dos últimos 23 anos, o Politécnico do Porto foi construindo e solidificando um universo composto por diversas unidades:

- Serviços de Apoio à Presidência
- SASIPP – Serviços de Ação Social
- ISEP – Instituto Superior de Engenharia do Porto
- ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto
- ESE – Escola Superior de Educação
- ESMAE – Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo
- ESEIG – Escola Superior de Estudos Industriais e de Gestão
- ESTGF – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Felgueiras
- ESTSP – Escola Superior de Tecnologia da Saúde do Porto

Esta Instituição de Ensino Superior apresenta um carácter claramente interdisciplinar, bem patente na sua rede de Escolas, com especialidades que cobrem um amplo espectro do conhecimento científico, desde a Engenharia até às Artes da Música e do Espetáculo, passando pelo Turismo, Gestão, Administração, Contabilidade, Línguas, Secretariado, Educação, Design e as Tecnologias da Saúde.

O Instituto Politécnico do Porto destaca-se ainda pelo seu amplo portfolio de formações que inclui 57 Licenciaturas e 49 Mestrados, e ainda um vasto conjunto de Cursos de Especialização, quer Pós-Graduada, quer Profissional de Nível 4.

Neste particular salientamos a existência do Mestrado «Empreendedorismo e Internacionalização» a decorrer no ISCAP e a existência de cadeiras de Empreendedorismo nos planos curriculares de alguns cursos.

O seu campus apresenta um elevado potencial científico, como se verifica pelos seus cerca de 1300 Docentes e Investigadores e as suas quatro dezenas de Unidades e Grupos de Investigação, vários deles reconhecidos pela FCT, alguns com a classificação de «Excelente».

Destaca-se também pela sua estrutura de Transferência de Tecnologia e Inovação, tendo investido na criação de uma OTIC – Oficina de Transferência de Tecnologia e Conhecimento que se encontra qualificada, nomeadamente no âmbito do QREN, para a prestação de serviços qualificados e para a realização/coordenação de ações de I&DT e Inovação Tecnológica, essencialmente vocacionadas para fazer face a necessidades específicas das Empresas, da envolvente externa do Politécnico do Porto, que deles venham a necessitar. Esta mesma estrutura tem vindo a incentivar o empreendedorismo, visando, numa primeira fase, a componente interna – o Universo IPP – com os seus alunos, funcionários, docentes e investigadores, e, numa

segunda fase, a envolvente externa. Neste contexto, têm sido promovidas atividades relacionadas com o fomento e apoio ao empreendedorismo, nomeadamente Concursos de Projetos de Negócio, com destaque para o «Poliempreende». Simultaneamente a participação ativa em redes de parcerias, tanto nacionais como internacionais, potencia o objetivo de promoção, dinamização e incentivo à Inovação e à criação de Empresas Inovadoras, realçando a este nível os exemplos da «Plataforma FINICIA» e da Rede UTEN.

Também a vertente de proteção e valorização da propriedade industrial do IPP está em franca atividade, nos últimos dois anos, o Politécnico tem dedicado especial atenção à proteção dos resultados de investigação, que é feita dentro e fora dos seus laboratórios pelo seu corpo docente.

Neste sentido tem sido feito o registo de algumas patentes, ao mesmo tempo que se procura valorizar junto da indústria as tecnologias que estão a ser protegidas.

No que respeita ao contacto com a indústria, a estratégia adotada passa pelo aumento das interações com este setor, seja através da criação de consórcios para responder a candidaturas a programas de financiamento, seja através da realização de serviços e/ou desenvolvimento de tecnologias em parceria.

## Instituto Politécnico de Bragança (IPB)

Presidente: Prof. Doutor João Sobrinho Teixeira  
Coordenador Poliempreende: Prof. Doutor José Adriano  
Prof. Dr. Humberto Sampaio



O Instituto Politécnico de Bragança (IPB) tem como missão principal o desenvolvimento do interior de Trás-os-Montes, impedindo a sua desertificação e constituindo um polo de atração de iniciativas para a região. O sucesso desta missão passa, fundamentalmente, pela construção de uma instituição de reconhecido nível nacional e internacional.

O IPB que, sendo uma instituição de ensino superior, engloba na sua missão a vertente da Educação Formação, da investigação e da cooperação com a envolvente, tendo em vista a dinamização de ações de índole social, cultural e empresarial.

No que se refere à vertente empresarial, a Região envolvente ao IPB é caracterizada por um tecido empresarial débil, maioritariamente constituído por pequenas e médias empresas.

No sentido de contribuir para o desenvolvimento económico da Região, o IPB definiu como aposta estratégica a criação de uma unidade de fomento ao empreendedorismo, que tem participado, com regularidade, nas edições anteriores do programa Poliempreende e que gere uma pequena incubadora de negócios onde estão instaladas as *spin-offs* que tem vindo a ser criadas no âmbito das competências do referido gabinete.

A promoção do empreendedorismo no seio da academia do IPB passa pela prestação de um conjunto de serviços que engloba:

- Programa de formação compatibilizado com as pretensões das oficinas E do projeto Poliemprende;
- Prestação de serviços de consultoria empresarial, nomeadamente ao nível da elaboração de planos de negócios, formalização de empresas e mecanismos de financiamento;
- Participação em diferentes redes de promoção empresarial, tais como, plataforma FINICIA de Trás-os-Montes e Alto Douro, Rede Empreendouro, Rede Regional de Fomento ao Empreendedorismo no distrito de Bragança;
- Participação em diferentes candidaturas a programas nacionais e internacionais tendo em vista a melhoria das condições dos serviços a prestar junto do público-alvo.

O público destinatário destes serviços são a academia do IPB, que à data conta com 7350 alunos distribuídos por 5 escolas, 398 docentes afetos a 42 licenciaturas, 3 cursos de pós-licenciatura, 3 cursos de pós-graduação e 35 mestrado.

## Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (ESEnfC)



e s c o l a s u p e r i o r d e  
e n f e r m a g e m  
d e c o i m b r a

Presidente: Prof. Dra. Conceição Bento  
Coordenador Poliemprende: Prof. Doutor Pedro Parreira

A Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, adiante designada por ESEnfC, é uma instituição pública de ensino superior politécnico.

A Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, herdeira da mais antiga formação em enfermagem de Portugal, é uma instituição pública de referência em nacional e internacional, pela sua qualidade e inovação, com intervenção reconhecida no sistema de saúde e na sociedade.

É constituída por uma comunidade educativa comprometida com a formação humanista, científica, técnica e cultural de profissionais socialmente reconhecidos, com a promoção de investigação acreditada, a difusão de conhecimentos e a prestação de serviços.

Na realização da sua missão, a ESEnfC considera seus valores matriciais os seguintes:

- **Humanismo:** a Escola fundamenta a sua ação no respeito pela dignidade do ser humano e pela liberdade do pensamento, responsabilizando todos os intervenientes no processo educativo e fomentando a valorização, a criatividade e a solidariedade na construção de uma instituição aprendente;

- **Cidadania:** a Escola, além da formação profissional, visa a formação global de cidadãos, segundo os princípios da solidariedade, democraticidade e participação;
- **Liberdade:** A Escola promove a liberdade de criação cultural, científica, técnica e artística, garantindo a livre expressão e a pluralidade de ideias e opiniões;
- **Excelência:** A Escola desenvolve formação, investigação, inovação e serviços fundamentados em critérios de alto nível de qualidade;
- **Cooperação:** A Escola fundamenta as suas políticas nas necessidades sociais globais promovendo a ação solidária e a inclusão em estreita ligação com a comunidade;
- **Ética:** A Escola garante, na sua ação, o respeito pelas normas deontológicas da profissão e da investigação e pelos direitos individuais e sociais.

A ESEnfC é uma referência nacional e internacional no desenvolvimento e afirmação da disciplina de enfermagem. Realiza a formação em parceria com instituições de saúde e de ensino superior nacionais e internacionais de referência, orientadas para as novas necessidades sócio demográficas, as exigências do mercado global de trabalho e a formação ao longo da vida, sendo primeira na atração de estudantes para os três ciclos de formação em enfermagem.

A ESEnfC é uma referência de excelência na produção, difusão e transferência de conhecimentos e na formação de investigadores. Contribui para o desenvolvimento de práticas inovadoras baseadas no conhecimento produzido. É reconhecida nacional e internacionalmente por articular sistematicamente a investigação, a formação e as práticas no domínio da enfermagem.

A ESEnfC desenvolve serviços de consultadoria e de inovação em enfermagem para responder às necessidades resultantes das alterações sociais, plica evidências científicas e facilita processos de formação, investigação e empreendedorismo, em articulação e complementaridade com outras instituições comunitárias. A ESEnfC é reconhecida e procurada a nível internacional pela qualificação do corpo docente, da sua formação graduada e pós-graduada e investigação em enfermagem. Promove a mobilidade científica, técnica e cultural de docentes e estudantes e o desenvolvimento de formação e investigação em rede com instituições congêneres.

Os profissionais formados pela ESEnfC são reconhecidos socialmente pela excelência da sua formação global para a qual contribui uma cultura que se caracteriza pela centralidade na pessoa, respeito pela sua criatividade, inovação, compromisso com o projeto de escola, satisfação com o trabalho/estudo e pela articulação sistemática com todos os domínios da formação, inovação e investigação.

A ESEnfC é uma referência no ensino superior a nível dos processos de gestão, desenvolvimento, consolidação e parcerias. Destaca-se pelo alto nível de participação na tomada de decisões centrada na auto-responsabilidade, pela organização sustentada dos seus processos e pela visibilidade na comunidade.

A ESEnfC é composta por dois polos, sendo a comunidade educativa constituída por cerca de 1785 alunos, 130 professores e 80 funcionários.

Apresenta a seguinte oferta formativa: 1 curso de licenciatura, 6 cursos de pós-licenciatura de especialização em enfermagem.

## Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB)



IPCB

Presidente: Prof. Dra. Ana Maria Vaz

Coordenador Políempreende: Prof. Doutor Luis Pinto de Andrade

O Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB) é uma instituição de ensino superior que tem como missão a qualificação de alto nível dos cidadãos, a produção e difusão do conhecimento bem como a formação cultural, artística, tecnológica e científica dos seus estudantes num quadro de referência internacional. Tem natureza de instituto público e é dotado de personalidade jurídica e autonomia estatutária, pedagógica, científica, cultural, administrativa, financeira, patrimonial, e disciplinar (Lei nº 62/2007, de 10 de setembro) e com estatutos aprovados pelo Despacho Normativo nº 58/2008, publicado em D.R., 2ª série, nº 216, de 6 de novembro, e retificados pela Declaração de Retificação nº 78/2009, de 13 de janeiro. Criado pelo Decreto-Lei nº 513 T/79, de 26 de dezembro, iniciou a sua atividade em outubro de 1980, com a tomada de posse da primeira comissão instaladora.

Integram o IPCB as seguintes unidades orgânicas de ensino e investigação: Escola Superior Agrária (ESACB), Escola Superior de Artes de Artes Aplicadas (ESART), Escola Superior de Educação (ESECB), Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova (ESGIN), Escola Superior de Saúde Dr. Lopes Dias (ESALD), Escola Superior de Tecnologia (ESTCB). O IPCB integra ainda os Serviços de Ação Social Escolar (SAS), que contribuem na sua especificidade, para o desenvolvimento do IPCB, nomeadamente nos apoios que colocam à disposição dos estudantes, fundamentais para a sua integração e sucesso no percurso académico.

A oferta formativa do IPCB compreende a formação pós-secundária não superior, através dos cursos de especialização tecnológica, os ciclos de estudos conducentes ao grau de licenciado, os ciclos de estudos conducentes ao grau de mestre, e ainda formação pós-graduada e de especialização não conferente de grau académico. As áreas de formação do IPCB, ministradas nas suas diferentes escolas distribuem-se pelas artes, comunicação e multimédia; ciências biológicas e alimentares; ciências empresariais e de direito; educação e formação de professores; engenharias e informática; saúde e proteção social; turismo, desporto e serviços.

O IPCB dispõe ainda do Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional (CEDER), uma unidade funcional que tem como fim, facilitar a abertura do IPCB à comunidade empresarial e institucional no contexto da envolvente regional, através da adoção de uma política ativa de aproximação das esferas académica e empresarial e a prestação de serviços especializados e da investigação aplicada, fazendo do IPCB uma instituição de referência regional no âmbito da promoção da competitividade empresarial e territorial.

Esta intervenção do IPCB na comunidade territorial resulta das alterações significativas do papel das instituições de ensino superior que têm ocorrido nos últimos anos, às quais, o IPCB não tem sido indiferente, em que de um papel centrado quase exclusivamente na produção e difusão do conhecimento, passaram também a ser agentes de desenvolvimento económico, social e cultural contribuindo, assim, de forma decisiva, para o crescimento das regiões e para o bem-estar das pessoas.

A alteração da função das instituições de ensino superior alargada à prestação de serviços, à comunidade e à preparação de cidadãos para a era da globalização, aconselha a adoção de estratégias com base em parcerias com agentes locais de desenvolvimento: autarquias, empresas, associações empresariais, associações de desenvolvimento, instituições de ensino, e outras. Neste âmbito, a iniciativa OTIC, na qual o IPCB está inserido com o título «Criação e Dinamização de uma Oficina de Transferência de Tecnologia e do Conhecimento no IPCB», veio ao encontro da estratégia que foi delineada pelo Instituto e do caminho que tem vindo a ser trilhado, contribuindo para um acréscimo da qualidade e da profissionalização em matéria de abertura institucional ao ambiente externo e de transferência de conhecimentos

Na promoção do empreendedorismo em contexto académico, o IPCB tem utilizado uma metodologia transversal a todos públicos, discentes e docentes, pois todos têm a ganhar com essa postura e aprendizagem, nomeadamente na valorização do conhecimento gerado e obtido. No âmbito das suas atividades, destaca-se a iniciativa Poliemprende, concurso que teve a sua génese no IPCB, em 2003, alargando-se, em 2005, ao Instituto Politécnico da Guarda e, em 2006, a todos os institutos politécnicos do País bem como algumas escolas não integradas. Foi no âmbito da sua OTIC que o IPCB promoveu, junto da rede nacional de Institutos Politécnicos, pela primeira vez, o Concurso nacional Poliemprende. Esta iniciativa concretiza um triângulo inovador através da convergência das vontades, ações e recursos dos três níveis institucionais essenciais para a implementação de uma estratégia de promoção do empreendedorismo: a capacidade formadora de nível superior e o conhecimento científico e tecnológico; o poder local; e o tecido empresarial.

No âmbito da promoção do empreendedorismo na academia, destacam-se ainda:

- Tendo em vista sensibilizar, despertar de mentes e ideias e elaboração do plano de negócios, decorre um conjunto de ações de formação e acompanhamento (que inclui *workshops* e seminários), designado de Oficinas de Empreendedorismo (Oficinas  $E^1$  e  $E^2$ );
- Designação de um Coordenador do Poliemprende, com capacidade de influência e mobilização no seio da respetiva academia, apoiado por uma equipa interna, com competências adequadas aos fins propostos, que dá apoio e acompanhamento tutorial, de forma a ajudar as equipas a executar os Planos de Negócio;
- Curso de formação de formadores e facilitadores de empreendedorismo (incluindo a proteção da propriedade intelectual), visando dotar os participantes com ferramentas e competências que os auxiliem a dinamizar o empreendedorismo nas suas Escolas;
- Realização dos Poli diálogos – diálogos com as empresas, de forma a promover o conhecimento mútuo entre as empresas e a academia, contribuindo para a extroversão do potencial de C&T instalado e criando condições favoráveis para uma cooperação estratégica com empresas de referência;
- Criação de um laboratório oficina que integra o ensino, a investigação e os serviços, tendo em vista a realização de projetos de investigação aplicada orientada para o mercado e para a transferência de tecnologia, prestação de serviços especializados e pré-incubação de ideias de negócio;

- Atendendo que a inserção de uma disciplina sobre empreendedorismo nos diferentes currículos dos cursos lecionados pode constitui um importante contributo para promover e fornecer as bases do empreendedorismo de forma eficaz, no ano letivo 2010/2011, foram incluídas unidades curriculares de empreendedorismo em todos os cursos conducentes ao grau de licenciatura, ministrados no IPCB;
- Desenvolvimento de outras iniciativas, nomeadamente criação de um blogue específico do Concurso Poliempreeunde, para que as informações/atividades sejam atualizadas de forma constante, por vezes diária, e permitir que os conteúdos possam ser discutidos.

A iniciativa Poliempreeunde é vista com elevada importância na dinamização dos conceitos de inovação e empreendedorismo, pelo que o IPCB tem apostado fortemente na sensibilização da academia e na definição interna de formas que permitam facilitar o agendamento e realização das atividades de promoção e incentivo ao empreendedorismo de raiz politécnica.

## Instituto Politécnico da Guarda (IPG)

Presidente: Prof. Doutor Jorge Mendes  
Coordenador Poliempreeunde: Prof. Doutora Teresa Paiva



Instituto Politécnico da Guarda

Instituto Politécnico da Guarda (IPG) procura, sempre, capitalizar sinergias em prol de um desenvolvimento sustentável da comunidade em que está inserido, respondendo às necessidades através de parcerias que difundam e transfiram conhecimentos e competências potenciadoras do crescimento.

### ■ OBJETO DO IPG

É objetivo do IPG combater o síndrome da interioridade e de desertificação do interior, através da qualidade e do rigor. As ótimas condições de trabalho, o excelente apoio na ação social escolar e o elevado índice de empregabilidade dos nossos diplomados são apenas algumas das razões que contribuem positivamente para contrariar o processo de migração. Procurando sempre a consolidação, o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de uma cultura institucional própria, de reforço da qualidade e da visibilidade pública da excelência já atingida, o IPG vai definindo e marcando o seu caminho.

### ■ COMPETÊNCIAS DO IPG

- Diversidade de cursos em diferentes áreas, com características adequadas às necessidades do mercado de trabalho;
- Recursos Humanos com elevadas qualificações académicas, pedagógicas, técnicas e humanas;

- Interdisciplinaridade e mobilidade dos seus recursos humanos entre escolas;
- Instalações e equipamentos modernos e adequados às evoluções tecnológicas mais recentes;
- Laboratórios de diferentes áreas científicas (ex: químico/biológico; engenharia civil; línguas; marketing), centro de prestação de serviços externos nas áreas científicas das diferentes escolas;
- Biblioteca atualizada e equipada com as mais recentes bases de dados.

## ■ JUSTIFICAÇÃO

Todas as competências descritas e os objetivos definidos serão mais facilmente aplicados e alcançados através da aprovação desta candidatura devido a se poder ultrapassar barreiras financeiras de algum modo incontornáveis, em particular no atual momento de crise financeira que o país atravessa e em que os potenciais patrocinadores das diferentes atividades potenciais a desenvolver e as que já habitualmente se concretizam, dificilmente têm capacidade, de momento, para continuar a apoiar a instituição. Desta forma, a candidatura é pertinente e urgente de modo a se poder ir ao encontro

das reais necessidades empreendedoras que a região sente. Poderemos, ainda, potenciar as competências já existentes dos recursos humanos da instituição, permitindo-lhes uma oportunidade estratégica de implementarem a sua criatividade e capacidade inovadora, através de novas ferramentas, metodologias e informação.

Dimensão: 4 Escolas, 261 docentes, 3733 alunos, 23 licenciaturas, 9 mestrados e 10 CET.

## Instituto Politécnico de Leiria (IPL)

Presidente: Prof. Doutor Luciano de Almeida  
Coordenador Poliempreende: Prof. Doutora Leopoldina Alves



O Instituto Politécnico de Leiria (IPL) é uma instituição pública de ensino superior politécnico, ao serviço da sociedade, destinada à produção e difusão do conhecimento, criação, transmissão e difusão da cultura, da ciência, da tecnologia e das artes, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental.

Iniciou a sua atividade em 1980 e está presente na Região de Leiria e Oeste através das suas cinco escolas, localizadas nas cidades de Leiria (Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, Escola Superior de Tecnologia e Gestão e Escola Superior de Saúde), Caldas da Rainha (Escola Superior e Artes e Design) e Peniche (Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar).

Ao nível da investigação, o IPL integra uma unidade orgânica – o INDEA – que é responsável pela coordenação de toda a atividade de estudos pós-graduados e de investigação científica. O INDEA tem, neste momento, 11 unidades de I&D, formalmente constituídas, a saber: o CIID – Centro de Investigação Identidades & Diversida-

des; o globADVANTAGE – Center of Research on International Business & Strategy; o GIRM – Grupo de Investigação em Recursos Marinhos; o NIDE – Núcleo de Investigação e Desenvolvimento em Educação; o GIAE/C – Grupo de Investigação em Artes e Estudos Cénicos; o CIGS – Centro de Investigação em Gestão para a Sustentabilidade; o GiTUR – Grupo de Investigação em Turismo; o CIIC – Centro de Investigação em Informática e Comunicações; o CIMH – Centro de Investigação em Motricidade Humana; o CIPSE – Centro de Investigação em Políticas e Sistemas Educativos; e a UIS – Unidade de Investigação em Saúde. Adicionalmente, esta unidade coordena ainda as delegações de Leiria do Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores de Coimbra (INESCC) e do Instituto de Telecomunicações (IT).

Ao nível formativo, o IPL integra, igualmente, três unidades orgânicas de formação, a saber: UED – Unidade de Ensino à Distância; FOR.CET – Centro de Formação para Cursos de Especialização Tecnológica; FOR.ACTIVOS – Centro de Formação de Ativos.

Ao nível do empreendedorismo, valorização e transferência do conhecimento, o IPL, inserido numa região de grande dinamismo económico, posiciona-se num lugar de excelência ao nível das parcerias com entidades externas e empresas, concentrando em si esforços capazes de caminhar a par da inovação tecnológica indispensável no mercado do trabalho. A este nível, a instituição tem vindo a colaborar com o tecido empresarial da região, quer através de projetos de investigação que envolvem os seus docentes e estudantes, quer através das prestações de serviços que tem vindo a desenvolver. Neste contexto, o Instituto tem assumido um papel proativo enquanto agente dinamizador e impulsionador do empreendedorismo e da transferência de conhecimento, através da sua unidade orgânica, o Centro de Transferência e Valorização de Conhecimento (CTC).

Inserido no território caracterizado por um forte dinamismo social e económico, reconhecido a nível nacional e internacional e com muitas oportunidades de emprego, o IPL assume-se, desta forma, como uma Instituição de âmbito nacional com forte influência na Região de Leiria e Oeste.

Dimensão: 5 Escolas, 885 docentes, 12000 alunos, 64 licenciaturas, 42 mestrados e 27 CET.

## Instituto Politécnico de Tomar (IPT)

Presidente: Prof. Doutor António Pires da Silva  
Coordenador Poliempreende: Prof. Dra. Fátima Casado



O Instituto Politécnico de Tomar (IPT) é há 25 anos, uma Instituição de referência no Ensino Superior Politécnico. Dotado de valências nas áreas das ciências, tecnologias, artes e humanidades, que, desde a sua génese, concorrem completamente para a superior formação dos seus estudantes, promove conhecimentos úteis, desenvolve aptidões, capacidades e competências muito diversas, com o objetivo de preparar os estudantes para o mercado de trabalho e para o exercício de uma cidadania ativa numa sociedade democrática.

Com 23 cursos de licenciatura, o IPT oferece soluções que abrangem as mais diversas áreas do conhecimento e procura constantemente atualizar os conteúdos programáticos de acordo com as carências verificadas no tecido empresarial, sendo que já todos os cursos se encontram adaptados ao Modelo de Bolonha. O IPT possui um campus em Tomar que acolhe alunos da Escola Superior de Tecnologia de Tomar e da Escola Superior de Gestão de Tomar e, em Abrantes, a Escola Superior de Tecnologia de Abrantes.

Todas as Escolas possuem um corpo docente empenhado, infraestruturas e serviços direcionados para uma formação capaz de integrar os licenciados no mercado do trabalho. Os laboratórios, modernamente equipados, são outra das apostas do IPT, permitindo, assim, uma forte relação com o exterior através da prestação de serviços, possibilitando aos alunos, o confronto com situações da vida real. O IPT possui, igualmente, infraestruturas e serviços de apoio que dão resposta às diversas necessidades dos alunos.

Com uma residência no interior do campus; laboratórios na área das engenharias equipados com máquinas únicas na Península Ibérica; salas de informática capazes de responder às diversas exigências da evolução tecnológica; salas de simulação empresarial, laboratórios técnicos, acesso à rede *Wireless* a partir de qualquer espaço do campus; bibliotecas; reprografias; bares e cantinas. O IP de Tomar responde, assim, de forma eficaz às necessidades dos seus alunos.

Ao longo da sua existência de 25 anos, o IPT tem vindo a dar crescente atenção ao empreendedorismo, visando, sobretudo, os seus alunos e diplomados. Por isso, criou, em 2007, o CIN – Centro de Incubação de Ideias e Negócios – uma estrutura informal que visa o apoio ao desenvolvimento de ideias de negócio inovadoras e de interesse para a região. Além disso, o tema do empreendedorismo é uma unidade curricular em alguns dos seus cursos e conteúdo programático de ações de formação que realiza.

O Instituto tem participado e promovido diversos concursos de ideias de negócio, com especial destaque para o Poliemprende que, para além do mais, constitui uma importante resposta ao desafio do Processo de Bolonha e à orientação da Estratégia de Lisboa.

Dimensão: 3 Escolas, 229 docentes, 3396 alunos, 20 licenciaturas e 15 CET.

## **Instituto Politécnico de Coimbra (IPC)**

Presidente: Prof. Doutor José Manuel Farinha  
Coordenador Poliemprende: Prof. Doutora Fátima Armas



O Instituto Politécnico de Coimbra (IPC) é uma instituição de ensino superior nacional de dimensão internacional.

Qualidade total, responsabilidade social e garantia de inserção dos diplomados no mercado de trabalho, são pilares edificadores do IPC na sua missão de serviço à sociedade.

O IPC é, em dimensão, o 3º Instituto Politécnico público português, com uma população de cerca de 12000 alunos dos quais a maioria é jovem. É constituído por seis escolas: a Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC), a Escola Superior de Educação de Coimbra (ESEC), a Escola Superior de Gestão de Oliveira do Hospital (ESTGOH), a Escola Superior de Tecnologia da Saúde (ESTeSC), o Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra (ISCAC) e o Instituto Superior de Engenharia de Coimbra (ISEC).

O modelo de Ensino Superior Politécnico em Portugal privilegia a componente prática e profissionalizante da formação pelo que o IPC assume, como princípio fundamental, a articulação estreita com as entidades da comunidade, de forma a proporcionar, aos seus alunos, experiências de formação em contexto real de trabalho que estão definidas nos Planos de Estudo dos próprios cursos. Esta aproximação ao mercado de trabalho é formalizada por Protocolos de Cooperação, realizados tanto pelo IPC como pelas suas Unidades Orgânicas que, além de oportunidades de estágio, facilitam a organização de atividades várias como Seminários, Encontros com Empresários, Palestras, entre outros, criando reais possibilidades de emprego para os diplomados e uma ligação estreita entre os docentes e os especialistas dos vários setores. Para consolidar a inserção na vida ativa dos diplomados, as Escolas criaram serviços de apoio às saídas profissionais; centralmente funciona uma UNIVA (Unidade de Inserção na Vida Ativa), destinada a todos os alunos da Instituição que procuram os seus serviços.

Em termos de motivações empreendedoras, verifica-se existirem uma variedade imensa de áreas, todas elas de certa forma relacionadas com as formações académicas e profissionais dos diplomados. O potencial empreendedor (os que querem vir a constituir empresas e aqueles que ainda estão indecisos) é de cerca de 39%; destes, 35% são da ESAC, 32% da ESEC, 40% do ISCAC e 54% do ISEC.

O IPC procura desenvolver uma relação próxima com «as forças vivas locais», promotora de uma cultura de reflexos de discussão pública de temas relacionados com o desenvolvimento da sociedade em geral e com o ensino superior em particular. Neste contexto, tem estimulado iniciativas como fóruns, jantares debate, entre outros, que têm versado o empreendedorismo, a importância das novas tecnologias, o processo de Bolonha e a qualidade ambiental e alimentar.

As diversas publicações, seja de artigos científicos, seja de relatórios, boletins, ou outros, permitem manter viva a relação do IPC com os seus públicos e abrir a Instituição à sociedade local, à Europa e à Cooperação. O Instituto é, desde a primeira hora, entidade associada no Instituto Pedro Nunes (IPN) que, entre muitas outras atividades, privilegia e promove o empreendedorismo, sobretudo junto dos recém diplomados. É, ainda, associado na IPN Incubadora (classificada, em 2008, como a segunda incubadora a nível mundial) e da Associação Coimbra Tecnopólo, onde é, respetivamente, membro da Direção e Vice-Presidente da Direção, lugares estes, ocupados por uma das Vice-Presidentes do IPC que é, também, Coordenadora Nacional da 6ª edição do Poliempreende.

Pela natureza dos cursos ministrados, pela formação académica e experiência profissional do seu corpo docente e pelo reconhecimento cada vez maior da importância do tema, em muitos dos cursos do IPC existem disciplinas de empreendedorismo ou outras em que este tema é abordado aprofundadamente. Pela importância que o IPC dá a este tema, tomou a decisão, no ano letivo passado, de integrar a 5ª edição do

Poliempreende em que se verificou uma participação significativa de alunos e docentes nos eventos que, neste âmbito, tiveram lugar; foram submetidos ao concurso de ideias de negócio 25 projetos dos quais foram apurados 20; destes, 6 submeteram-se a concurso regional e o melhor deles ganhou, também, o concurso nacional. Os projetos que ganharam o 1º e o 3º, prémios levaram à criação de empresas que iniciaram já a sua atividade.

Foi, também, pelo empenhamento no tema empreendedorismo e pela importância que considera que o mesmo tem para os seus alunos e recém diplomados que o IPC se propôs ser coordenador nacional desta 6ª edição do Poliempreende.

Dimensão: 6 Escolas, 679 docentes, 11908 alunos, 45 licenciaturas, 12 mestrados e 11 CET.

## Instituto Politécnico de Viseu (IPV)



Presidente: Prof. Doutor Fernando Sebastião  
Coordenador Poliempreende: Prof. Dr. Samuel Barros

O Instituto Politécnico de Viseu, criado pelo Decreto-Lei nº 513-T/79, de 26 de dezembro, é a instituição de ensino superior de direito público da região de Viseu.

Tem como missão a qualificação de alto nível, a produção do conhecimento, a formação cultural, artística, tecnológica e científica dos seus estudantes, bem como o desenvolvimento e participação em atividades de ligação à sociedade, designadamente de difusão, transferência e valorização económica do conhecimento científico.

O IPV é composto por cinco escolas superiores – Escola Superior de Educação, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Escola Superior Agrária, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego e Escola Superior de Saúde – integrando, ainda, os Serviços de Ação Social e, na área da investigação, o Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde, sendo a sua comunidade constituída por cerca de 6800 alunos, 400 professores e 230 funcionários.

O leque formativo é diversificado: 33 cursos de licenciatura, 28 cursos de mestrado, 7 cursos de especialização tecnológica e 6 cursos de pós-licenciatura de especialização e cursos breves. Esta oferta formativa é conjugada com uma estratégia de parcerias, quer com o tecido empresarial, educativo, cultural e social da região, facto que proporciona aos seus diplomados uma rápida inserção na vida ativa e contribui para o desenvolvimento e progresso da região e do País, quer com universidades nacionais e estrangeiras, no desenvolvimento de pós-graduações, mestrados e doutoramentos.

O Instituto, bem como as Escolas que o integram, é associado da ADIV – Associação para o Desenvolvimento e Investigação de Viseu – entidade sem fins lucrativos que tem por missão a prestação de serviços na área da formação, consultoria, estudos e projetos, tendo em vista apoiar científica, técnica e tecnologicamente, entidades coletivas (empresas e outras organizações) e entidades singulares (empresários, quadros técnicos, profissionais liberais, etc.), em particular na região de Viseu.

O IPV é uma referência em toda a vasta região que constitui a sua área de influência, assumindo-se como motor impulsionador do desenvolvimento científico, tecnológico e cultural, com incidência direta no pulsar da sua vida social e económica; na criação, transmissão e aquisição de saberes; na reflexão crítica; na difusão cultural, científica e tecnológica; na investigação; nas parcerias, protocolos interinstitucionais e colaborações em ações de carácter pedagógico, técnico, científico e cultural com os diversos setores sociais; nos milhares de quadros superiores formados; na criação e fixação de massa crítica.

Ao longo dos seus 27 anos de existência, o IPV tem vindo a dar crescente atenção ao empreendedorismo, visando, sobretudo, os seus alunos e diplomados. Por isso, para além da inclusão do empreendedorismo como unidade curricular nalguns dos seus cursos e conteúdo programático de ações de formação que realiza, o Instituto tem participado e promovido diversos concursos de ideias de negócio, com especial destaque para o Poliemprende que, para além do mais, constitui uma importante resposta ao desafio do Processo de Bolonha e às orientações da Estratégia de Lisboa.

Dimensão: 5 Escolas, 400 docentes, 6800 alunos, 33 licenciaturas, 28 mestrados, 7 cursos de especialização tecnológica e 6 cursos de pós-licenciatura de especialização.

## Instituto Politécnico de Beja (IPBeja)

Presidente: Prof. Doutor Vito Carioca  
Coordenador Poliemprende: Prof. Dr. António Carloto



O Instituto Politécnico de Beja é um pilar fundamental no desenvolvimento no Baixo Alentejo, aliando uma sólida formação científica às necessidades efetivas do mundo do trabalho.

O IPBeja e as Escolas, que num primeiro momento o integraram, foi criado pelo Dec-Lei nº 513-T/79, de 26 de dezembro, embora os primeiros cursos só se tenham iniciado no ano letivo de 1986/87.

Atualmente, o Instituto tem uma estrutura académica que inclui quatro Escolas – Escola Superior Agrária, Escola Superior de Educação, Escola Superior de Tecnologia e Gestão e Escola Superior de Saúde – todas adequadamente equipadas para o desenvolvimento de aprendizagens ativas baseadas em competências, oferecendo um leque variado de cursos de formação inicial (licenciaturas) e também de formação pós-graduada, a uma população de cerca de 4000 estudantes, maioritariamente jovens. Contando com uma equipa de cerca de 210 docentes e 170 elementos de apoio, a Instituição tem, como meta fundamental, a promoção de uma sólida formação científica e cultural assim como o desenvolvimento de competências técnicas e profissionais, numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida.

Reconhecendo que, no contexto das novas sociedades baseadas no conhecimento, os atuais empregadores exigem competências profissionais e técnicas relevantes, tem sido dada particular atenção ao estabelecimento e reforço de ligações com empregadores locais, nacionais e internacionais, com a indústria e outras organiza-

ções nacionais e regionais. A fim de terem a possibilidade de aplicar a teoria à prática, em contextos reais, a maioria dos alunos realiza estágios práticos, quer como uma atividade integrada no curso, quer como um período complementar de formação profissional.

Assumindo que os desafios do mercado de trabalho e o próprio desenvolvimento do País exigem aos futuros licenciados, além das qualificações científicas e técnicas dos seus cursos, qualidades empreendedoras, o IPBeja tem em funcionamento, desde o ano letivo de 2006/07, uma estrutura de apoio ao empreendedorismo, agora designada IPBeja – Empreendedorismo e que está integrada no Centro de Transferência de Conhecimento.

De entre as responsabilidades deste Gabinete, destacamos a realização de ações de sensibilização e formação para o empreendedorismo junto dos alunos do IPBeja e o apoio a alunos que queiram criar as suas próprias empresas. O Concurso Poliempreeende fornece-nos uma estrutura e um enquadramento para o cumprimento destes objetivos, razão pela qual o IPBeja aderiu, desde a sua quarta edição a esta iniciativa.

A participação no Poliempreeende resulta, assim, da adesão, por parte do IPBeja, aos objetivos e metodologias norteadoras do Concurso. Participação que queremos manter e tornar cada vez mais útil para a rede colaborativa entre politécnicos que à sua volta se criou.

Dimensão: 4 Escolas, 214 docentes, 4118 alunos, 18 licenciaturas, 7 mestrados e 12 CETs.

## **Instituto Politécnico de Portalegre (IPPortalegre)**



Presidente: Prof. Doutor Joaquim Mourato  
Coordenador Poliempreeende: Prof. Dr. Ricardo Ferreira

O Instituto Politécnico de Portalegre (IPP) é uma instituição de ensino superior que integra unidades orgânicas globalmente orientadas para a prossecução, entre outras de idêntico âmbito, das seguintes finalidades:

- a) A formação de alunos, com elevado nível de exigência qualitativa, nos aspetos cultural, científico, técnico, artístico e profissional;
- b) A realização de atividades de pesquisa e de investigação aplicada;
- c) A prestação de serviços à comunidade;
- d) O intercâmbio cultural, científico e técnico com instituições congêneres nacionais e estrangeiras;
- e) A participação em projetos de cooperação nacional e internacional.

Tem como missão: O Instituto Politécnico de Portalegre é a Instituição Pública de Ensino Superior do Norte Alentejo que cria, transmite e difunde o conhecimento, orientado profissionalmente, através da formação e qualificação, de alto nível, para públicos diferenciados, em vários momentos do percurso académico e profissional, e da investigação e desenvolvimento tecnológico para a promoção das comunidades, em cooperação com entidades regionais, nacionais e internacionais

São valores do Instituto Politécnico de Portalegre: Qualidade assente na melhoria contínua; Ética e formação responsável; Subsidiariedade; Responsabilidade social; Orientado para as necessidades das pessoas e da região; Acolhimento e integração dos estudantes.

Considera ser a sua visão: Instituição de excelência com competências na formação, investigação e desenvolvimento científico e tecnológico, atuando em interação com entidades regionais, nacionais e internacionais, assumindo a liderança do processo de desenvolvimento das comunidades e do Norte Alentejo.

Foi a primeira instituição pública portuguesa de ensino superior certificada na sua globalidade (em abril de 2008). A certificação EN ISO 9001:2008 concedida ao nosso Sistema de Gestão da Qualidade abrange os processos relacionados com a formação, a investigação e o desenvolvimento científico e tecnológico em todas as unidades orgânicas do IPP, designadamente:

- Os Processos nucleares de Oferta formativa; Atividade curricular de todos os cursos conferentes de grau; Investigação e desenvolvimento; Relações externas e cooperação.
- Os Processos de Suporte de Arquivo e documentação; Bibliotecas; Comunicação; Serviços financeiros; Manutenção, segurança e prevenção de riscos; Recursos humanos; Serviços académicos; Serviços de laboratório; Serviços sociais de apoio aos alunos; Sistemas informáticos.

Encontra-se em processo de certificação em Responsabilidade Social (NP 4469-1:2008), um 15º processo com uma natureza claramente transversal aos restantes catorze.

## ■ DIMENSÃO

- Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTGP)
- Escola Superior de Educação (ESEP)
- Escola Superior Agrária de Elvas (ESAE)
- Escola Superior de Saúde (ESSP)

Com um total de aproximadamente 230 docentes, 170 funcionários, 2750 alunos, 21 licenciaturas, 9 mestrados e 3 CET.

O empreendedorismo é globalmente abordado na generalidade dos cursos de 1º ciclo, integrado em unidades curriculares de gestão. Alguns cursos apresentam unidades curriculares e/ou módulos específicos sobre empreendedorismo, tais como:

**■ 1º CICLO**

Unidade curricular Empreendedorismo e gestão da inovação do Curso de Licenciatura em Gestão na ESTGP;

Unidade curricular Simulador empresarial do Curso de Licenciatura em Gestão na ESTGP;

Módulo Empreendedorismo integrado na Unidade curricular Gestão III do Curso de Licenciatura em Enfermagem na ESSP.

**■ 2º CICLO**

Unidade curricular Empreendedorismo e inovação empresarial do Curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas e Médias Empresas na ESTGP.

A Escola Superior de Educação estabeleceu em 2008 com o Centro Educativo Alice Nabeiro de Campo Maior um protocolo que visa trabalhar os conteúdos do livro «Ter ideias para mudar o Mundo – manual para treinar o empreendedorismo em crianças dos 3 aos 12 anos» nos cursos que formam educadores de infância e professores para o Ensino Básico que virão a trabalhar com alunos daquele intervalo de idades.

O Instituto Politécnico de Portalegre dispõe desde setembro de 2010 de uma estrutura, Gabinete de Emprego e Empreendedorismo, que incentiva, dinamiza e apoia as atividades ligadas ao empreendedorismo. Este Gabinete é composto por quatro docentes, um por cada Escola do Instituto e por dois técnicos superiores, sendo que um destes frequenta o Curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME. Para além das atividades inerentes ao empreendedorismo, desenvolve outras ligadas ao emprego (bolsa de emprego do IPP) e da Enove+ – Feira do emprego e empreendedorismo.

A Enove+ tem como objetivos:

- Apoiar a procura de emprego;
- Conhecer diferentes possibilidades/ofertas de formação;
- Divulgar oportunidades concretas de emprego na região fronteiriça Portalegre/Badajoz;
- Apresentar programas de apoio à criação do próprio emprego;
- Desenvolver capacidades de empreendedorismo no seio da comunidade, particularmente de jovens licenciados e finalistas;
- Apresentar casos de sucesso na criação de empresas;
- Integrar licenciados e finalistas no mercado de trabalho;
- Estabelecer protocolos e parcerias entre empresas.

## Instituto Politécnico de Santarém (IPS)

Presidente: Prof. Doutora Maria de Lurdes Asseiro  
Coordenador Poliempreende: Prof. Doutora Maria José Pagarete



O Instituto Politécnico de Santarém (IPS) é uma instituição de ensino superior politécnico público, ao serviço da sociedade, empenhada na qualificação de alto nível dos cidadãos, destinada à produção e difusão do conhecimento, criação, transmissão e difusão do saber de natureza profissional, da cultura, da ciência, da tecnologia, das artes, da investigação orientada e do desenvolvimento experimental, relevando a centralidade no estudante e na comunidade envolvente, num quadro de referência internacional.

O IPS promove, também, a cooperação institucional, bem como a mobilidade efetiva de todos os seus agentes, tanto a nível nacional como internacional, designadamente no espaço europeu de ensino superior e na comunidade de países de língua portuguesa.

O Instituto é considerado uma referência para o desenvolvimento da região em que está inserido, assumindo-se como um polo dinamizador do desenvolvimento científico, tecnológico e cultural, participando em atividades de ligação à sociedade, designadamente de difusão e transferência de conhecimentos, assim como de valorização económica do conhecimento científico, e assegura as condições para que todos os cidadãos possam ter acesso ao ensino superior e à aprendizagem ao longo da vida.

O Instituto agrupa cinco Escolas Superiores – Escola Superior Agrária, Escola Superior de Desporto de Rio Maior, Escola Superior de Educação, Escola Superior de Gestão e Tecnologia e Escola Superior de Saúde – integrando, ainda, os Serviços de Ação Social e possui uma comunidade académica constituída por cerca de 5000 estudantes, 300 docentes e 160 não docentes.

O IPS é sócio efetivo da Associação para a Promoção e Desenvolvimento do Tecnopólo do Vale do Tejo (*TagusValley*), onde os seus docentes participam em projetos de inovação e desenvolvimento tecnológico e produzem investigação em parceria com empresas e outros investigadores que integram a Associação. O IPS é também sócio fundador da Associação de Inovação Regional «INOVREGIO» que pretende apoiar o desenvolvimento empresarial na região.

O Instituto assume, para o tecido empresarial da região, um lugar de destaque como centro de reflexão crítica, de desenvolvimento de investigação aplicada, de formação de quadros superiores e contribui para a fixação na região de massa crítica.

Nos últimos anos, o IPS tem dispensado particular atenção ao empreendedorismo, incluindo-o como unidade curricular em alguns dos seus cursos e estimulando a participação da comunidade académica em projetos conducentes à criação de empresas, concretizados através do Concurso Poliempreende no qual obteve, em 2008, o terceiro lugar a nível nacional. Com o objetivo de estimular e apoiar o empreendedorismo, o IPS está a desenvolver uma Incubadora de Empresas que, no início de 2011, irá albergar duas empresas na área das tecnologias de informação e comunicação criadas por alguns dos seus alunos.

## Instituto Politécnico de Lisboa (IPL)

Presidente: Prof. Doutor Luís Vicente Ferreira  
Coordenador Poliempreende: Prof. Doutor Francisco Costa Pereira  
Prof. Dr. Vitor Gonçalves



O Instituto Politécnico de Lisboa (IPL) é uma instituição de ensino público, com sede em Lisboa, que iniciou a sua atividade em 1986 tendo os primeiros estatutos sido publicados em 1991. O IPL é uma pessoa coletiva de direito público dotada de autonomia estatutária, científica, pedagógica, administrativa, financeira, disciplinar e patrimonial, que tem como missão produzir, ensinar e divulgar conhecimento, bem como prestar serviços à comunidade nas áreas em que dispõe de competências contribuindo para a sua consolidação como instituição de referência nos planos nacional e internacional.

O IPL orienta as suas atividades pelas seguintes finalidades:

- a) Formação dos alunos, com elevado nível de exigência qualitativa, nos aspetos cultural, científico, artístico, técnico e profissional;
- b) Realização de atividades de pesquisa, de investigação aplicada e de desenvolvimento;
- c) Prestação de serviços à comunidade;
- d) Intercâmbio cultural, científico e técnico com instituições congéneres nacionais e estrangeiras;
- e) A participação em projetos de cooperação nacional e internacional.

Assente num modelo de congregação de escolas e institutos superiores com longa história, da área geográfica de Lisboa, e da criação e integração de outras unidades orgânicas mais recentes, compreende seis escolas superiores na área das artes, comunicação, educação e saúde:

- Escola Superior de Dança;
- Escola Superior de Comunicação Social;
- Escola Superior de Educação de Lisboa;
- Escola Superior de Música de Lisboa;
- Escola Superior de Teatro e Cinema;
- Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa.

E dois institutos superiores na área das engenharias e ciências empresariais:

- Instituto Superior de Contabilidade e Administração;
- Instituto Superior de Engenharia de Lisboa.

Esta combinação de saberes conjugada com o, relativamente, elevado número dos seus estudantes (mais de 14.000), e a qualidade do seu pessoal docente e não docente fazem com que o Instituto Politécnico de Lisboa seja uma instituição de referência do ensino superior português.

O IPL oferece formação graduada (36 cursos de licenciatura) e pós-graduada (48 cursos de mestrado) com um elevado nível, cultural, científico ou artístico, e uma

forte ligação ao mercado do trabalho. Oferece ainda outras formações pós-graduadas não conferentes de grau e cursos de formação especializada.

Desde a sua fundação o IPL desenvolve projetos de investigação e de desenvolvimento, oferece diferentes serviços à comunidade, coopera em organizações nacionais e internacionais estando envolvido diferentes projetos de investigação científica e aplicada.

Atualmente o Instituto Politécnico de Lisboa apresenta um moderno conceito de organização no desígnio do primado da produção e difusão do saber, com forte capacidade e vocação para a sua integração na sociedade da região e da cidade de Lisboa. A par deste desígnio geográfico, o IPL pretende consolidar um estatuto de afirmação crescente a nível nacional e internacional, através da participação em redes de estabelecimentos de ensino superior e de investigação.

Em termos do empreendedorismo o Instituto Politécnico de Lisboa, com a coordenação do 8º Poliempreende, tem desenvolvido uma série de atividades para o fomentar no seio dos seus estudantes. As Unidades Orgânicas estão a começar a integrar o empreendedorismo nas suas estruturas curriculares. O Instituto está a lançar o seu Centro de Empreendedorismo e a estabelecer parcerias com as Câmaras Municipais da sua envolvente e a desenvolver com algumas, já atividades no âmbito do empreendedorismo. Tem estabelecido parcerias com as várias entidades que podem apoiar o empreendedorismo e dinamizar a criação de empresas, como o IAPMEI através da Plataforma FINICIA, a Caixa Geral de Depósitos, a incubadora OPEN e a CPIN um *Business Innovation Centre*. Vai estabelecer parcerias com a Federação Nacional dos *Business Angels*, o Banco Comercial Português entre outros para apoiar a criação de empresas.

O Instituto Politécnico de Lisboa tem atualmente 14.540 estudantes e 1335 docentes, (correspondentes a 1026,9 docentes ETI).

## Instituto Politécnico de Setúbal (IPS)

Presidente: Prof. Doutor Armando Pires  
Coordenador Poliempreende: Prof. Dr. Fernando Valente



O Instituto Politécnico de Setúbal é uma instituição de Ensino Superior que visa contribuir para o desenvolvimento sustentado da sociedade, em articulação com os parceiros sociais, através do desenvolvimento de atividades de formação, de investigação e desenvolvimento, de transferência de conhecimento e tecnologia na prestação de serviços à comunidade, e ainda de divulgação e promoção da ciência e da cultura.

Constituído por cinco escolas superiores – Tecnologia de Setúbal, Educação, Ciências Empresariais, Tecnologia do Barreiro e Saúde, o IPS assume como primordial a formação superior de profissionais de elevada competência técnica e científica e para tal dispõe de uma oferta formativa muito abrangente que inclui 13 Cursos de Especialização Tecnológica (CET), 29 licenciaturas, 25 cursos de Pós-Graduação e 23 Mestrados.

Paralelamente à formação, os objetivos estratégicos do IPS estão também focalizados nas áreas da Investigação e relação com a envolvente. O IPS considera a prática de investigação e desenvolvimento e a transferência de conhecimento e tecnologia como componentes imprescindíveis da sua atividade, quer como suporte à atividade de formação, quer ainda como fator de interação e compromisso com a comunidade.

Para tal dispõe de uma Unidade de apoio à I&D que tem como missão apoiar no desenvolvimento do potencial de Investigação, Desenvolvimento e Inovação da comunidade IPS através do levantamento, sistematização e divulgação de oportunidades de financiamento, promoção de parcerias científico empresariais estratégicas e a acompanhamento e gestão de projetos, desde a fase de candidatura à negociação e ao desenvolvimento.

No âmbito da prossecução dos seus objetivos o Instituto Politécnico de Setúbal considera de extrema importância a inclusão de formação na área do empreendedorismo bem como o fomento do espírito empreendedor na comunidade académica. Neste contexto, foi incluído no plano curricular de algumas licenciaturas, lecionadas na área das ciências empresariais, da educação, engenharia civil e saúde a unidade curricular de empreendedorismo.

A lecionação da Pós Graduação em Gestão, especialidade em Empreendedorismo e Inovação em colaboração com a Universidade de Évora representou também um passo muito importante no fomento da aprendizagem e estímulo ao empreendedorismo. De sublinhar ainda a inclusão de áreas de conhecimento intimamente relacionadas com o empreendedorismo na maioria dos cursos ministrados nas diferentes escolas do IPS, nomeadamente, as áreas de inovação ou criação de empresas.

No que se refere à componente não curricular o IPS têm uma unidade de estímulo e apoio ao empreendedorismo denominada OTIC-IPS – Oficina de Transferência de Conhecimento e Tecnologia do Instituto Politécnico de Setúbal. Trata-se de uma estrutura de mediação, estímulo e facilitação das relações entre o IPS e a comunidade envolvente e de promoção do empreendedorismo. A missão da OTIC é identificar e promover a transferência de ideias, conceitos novos e inovadores para o tecido empresarial, bem como auscultar as necessidades empresariais e propor soluções com base nas competências existentes no IPS.

A OTIC-IPS tem vindo a promover um conjunto de ações e eventos na área do empreendedorismo procurando aproximar os diversos intervenientes da comunidade. Com estas ações especialmente direcionados a estudantes, docentes, funcionários, empresas e organizações da região procura-se ainda promover a partilha de experiências e conhecimento entre os diversos participantes, como forma de desenvolver e fomentar o espírito empreendedor e disseminar boas práticas. Neste sentido a OTIC tem realizado anualmente ciclos de formação de apoio à elaboração do plano de negócios e apresentação a investidores sendo privilegiada a formação com recurso à realização de atividades que aliam o divertimento com experiências reais onde a aprendizagem se concretiza num ambiente *Learning by doing*. Em matéria de ações de formação ação são ainda realizadas Escolas de verão e formação de Formadores e Facilitadores em Empreendedorismo. A realização de seminários e workshops representam outra área privilegiada no que concerne à dinamização do empreendedorismo por parte da OTIC. Paralelamente a estas atividades a OTIC-IPS procura associar-se a outras entidades e participa em atividades ligadas aos

empreendedorismo nomeadamente na presença em feiras e certames, atividades em parcerias com entidades da região ou nacionais.

Desde 2007, ano da sua criação, a OTIC-IPS tem estado associada à realização de concursos de ideias que se coadunam na sua essência com o apoio e o fomento ao empreendedorismo e a projetos de vocação empresarial. No seu primeiro ano funcionamento realizou o Setúbal Empreende, uma iniciativa cofinanciada pela ADI que visava a promoção de ideias novas que conduzissem à criação de empresas com um conteúdo elevado de inovação. No ano de 2008 associou-se ao Poliemprende e lançou pela primeira vez no IPS o concurso que neste ano se encontrava na sua 5ª edição. A 7ª edição do Poliemprende, realizada pelo 3º ano consecutivo no IPS, em 2010 culminou na obtenção do primeiro lugar do concurso nacional por parte da equipa do IPS com o projeto *Smartpaint* promovido por Susana Piçarra Gonçalves, docente da Escola Superior de Tecnologia de Setúbal, Rúben Miguel Justo da Encarnação, aluno Escola Superior de Tecnologia do Barreiro e Pedro Lúcio Maia Marques de Almeida, docente ISEL/IPL.

Paralelamente às ações e eventos a OTIC-IPS tem desenvolvido através do seu coordenador, Prof. Fernando Valente, diversos contactos com empresas e entidades regionais e nacionais que se têm vindo a firmar em acordos de cooperação. Do mesmo modo têm sido realizados ao longo dos 5 anos de funcionamento da OTIC centenas de contactos com empreendedores no sentido de auxiliar e apoiar as ideias em fase de implementação de negócio e apoio ao financiamento. Destas atividades resultou a criação de quatro novas empresas.

No âmbito das suas competências e, para além da contribuição para o desenvolvimento da sociedade através das suas atividades de formação, criação, desenvolvimento e difusão do conhecimento, o IPS assume ainda a sua total disponibilidade para a prestação de serviços à comunidade, em conformidade com os recursos e competências, de acordo com as necessidades da envolvente.

## Universidade do Algarve (UAlg)



Presidente: Prof. Doutor João Pinto Guerreiro

Coordenador Poliemprende: Prof. Doutor Ludgero dos Santos Sequeira

A Universidade do Algarve, é uma instituição de ensino superior público, criada no ano de 1979, com sede em Faro que, de acordo com os seus estatutos, tem por missão, «a criação, transmissão e difusão da cultura e do conhecimento humanístico, artístico, científico e tecnológico, contribuindo para a promoção cultural e científica da sociedade, com vista a melhorar a sua capacidade de antecipação e resposta às alterações sociais, científicas e tecnológicas, para o desenvolvimento das comunidades, em particular da região do Algarve, para a coesão social, promovendo e consolidando os valores da liberdade e da cidadania».

A UAlg agrupa no seu seio quatro escolas de ensino politécnico (Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo, Escola Superior de Educação e Comunicação, Escola Superior de Saúde e Instituto Superior de Engenharia), três faculdades de

ensino universitário (Faculdade de Economia, Faculdade de Ciências e Tecnologia e Faculdade de Ciências Sociais e Humanas), um departamento de Ciências Biomédicas e Medicina, centros de Investigação, alguns deles inseridos no universo da Fundação para a Ciência e Tecnologia, centros de estudos e desenvolvimento, para além de toda uma estrutura de apoio às atividades de ensino, de investigação, de transferência tecnológica e de conhecimento, de relacionamento com a comunidade e de governança. Os centros de investigação e de estudos e desenvolvimento, agregam atividades de I&D em diversas áreas temáticas, nomeadamente: recursos biológicos (mar), biomédica e saúde, artes e comunicação, optoeletrónica e comunicações, espaço e organizações, geociências (mar e gestão costeira), química e turismo.

Ao nível do ensino, a UAlg conta atualmente com 49 cursos de 1º ciclo (4 de mestrados integrados) frequentados por 7.201 alunos, 34 de mestrado nas diversas especialidades, em que os alunos são em número de 807, vários programas conducentes a doutoramento com um total de 372 alunos, 7 cursos de especialização tecnológica (CETs) que totalizam 215 alunos, e 14 de atualização, aperfeiçoamento, especialização e de formação especializada ministrados a 98 alunos. Ainda a este nível, é de relevar o facto de a UAlg ser a instituição nacional que mais Mestrados Erasmus Mundus coordena, três num total de sete, para além daqueles em que participa como associada mas cuja coordenação é da responsabilidade de universidades estrangeiras.

No que se refere à investigação, porque ela constitui o suporte de toda a atividade da UAlg, nos últimos anos fomentou-se a integração dos docentes/investigadores em centros, sendo que daí tem resultado uma considerável produção científica que coloca a UAlg na segunda posição no que se refere à produtividade científica no panorama das universidades públicas portuguesas.

Quanto à transferência tecnológica e do conhecimento, a UAlg não se tem limitado a organizar linhas de formação apenas com impacto local ou a apostar em eixos de investigação exclusivamente relacionados com o ambiente próximo. Não só nas tecnologias como também nas humanidades e nas artes, o âmbito das atividades da UAlg é ilimitado, razão porque tem procurado incrementar parcerias com instituições e organismos vários, quer nacionais quer internacionais, sendo aqui de sublinhar a cooperação que mantém com entidades várias dos países de língua oficial portuguesa.

Para o desenvolvimento destes três eixos e para o aprofundar das relações institucionais destinadas a qualificar as atividades e os agentes regionais e locais, a UAlg dispõe de um quadro formado por 737 docentes/investigadores, dos quais 316 são doutores e 220 mestres.

Paralelamente às atividades desenvolvidas no âmbito daqueles eixos e no que se refere à defesa e valorização comercial da criação científica, a UAlg tem promovido e desenvolvido um considerável esforço na adoção pelos investigadores dos mecanismos da propriedade industrial, bem como no apoio à criação de empresas. Através do seu Centro Regional de Inovação do Algarve (CRIA), já foram registadas 37 patentes e criadas 21 empresas, que resultaram de concursos de ideias, de iniciativas dos estudantes ou de docentes e, também, das dinâmicas dos centros de investigação.

É também nesta lógica, de que as instituições de ensino deverão valorizar as invenções que possam revelar interesse económico, que a UAlg participa, através da sua Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, no Concurso Poliemprende,

iniciativa que mobiliza o corpo discente e docente para ações empreendedoras, não só relacionadas com o eventual estabelecimento de atividades mercantis, como também em redor da adoção de uma postura pessoal aberta e dinâmica. A linha estratégica do fomento do empreendedorismo (15ª linha do plano estratégico para 2101/2011 da UAIG) prevê que no horizonte de três anos, 80% dos alunos frequentem disciplinas de empreendedorismo, em regime obrigatório ou optativo.

#### ■ LICENCIATURAS PARTICIPANTES EM CADA UM DOS INSTITUTOS POLITÉCNICOS E ESCOLAS DO ENSINO SUPERIOR POLITÉCNICO NÃO INTEGRADAS

Fizeram parte desta investigação, as dezassete instituições do ensino superior politécnico portuguesas que participaram no concurso Poliempreeunde no ano de 2008/2009, como acima descritas. Em cada uma delas foram aplicados os questionários nas seguintes licenciaturas de acordo com o estabelecido, saúde, gestão, tecnológicas e ciências sociais.

Do **Instituto Politécnico de Beja** participaram os cursos de Desporto e Animação Sócio Cultural da Escola Superior de Educação de Beja; os cursos de Engenharia Civil e Gestão de Empresas da Escola Superior de Tecnologia e Gestão; o curso de Engenharia do Ambiente da Escola Superior Agrária de Beja e o curso de Enfermagem da Escola Superior de Saúde.

Do **Instituto Politécnico de Bragança** participaram os cursos de Marketing e de Turismo da Escola Superior de Administração, Comunicação e Turismo de Mirandela; os cursos CET – Secretariado e Assessoria Administrativa, Animação e Produção Artística, e Educação Social da Escola Superior de Educação, os cursos de Análises Clínicas, Farmacologia, e Gerontologia da Escola Superior de Saúde; os cursos de Engenharia Alimentar e Tecnologia Veterinária da Escola Superior Agrária; os cursos de Informática e Gestão, Mecânica, Engenharia Eletrotécnica, Contabilidade e Biomédica da Escola Superior Tecnologia e Gestão, os cursos de F. Química e Farmacologia da Escola Superior Agrária; e o curso de Administração Pública da Escola Superior de Administração, Comunicação e Turismo de Mirandela.

Do **Instituto Politécnico da Guarda** participaram as licenciaturas de Educação, Comunicação, Desporto da Esc. Superior de Educação, Comunicação e Desporto; os cursos de Gestão e Tecnologias da Escola Superior de Tecnologia e Gestão; o curso de Saúde da Escola Superior de Saúde; e o curso em Turismo da Escola Superior de Turismo e Hotelaria.

Do **Instituto Politécnico de Leiria** participaram os cursos de Gestão, Solicitadoria, Engenharia Mecânica da Escola Superior de Tecnologia e Gestão; o curso de Design Gráfico e Multimédia da Escola Superior de Artes e Design; o curso em Enfermagem da Escola Superior de Saúde; o curso de Biologia Marinha e Biotecnologia da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar; os cursos de Educação Básica, Engenharia Mecânica e Serviço Social da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais.

Do **Instituto Politécnico de Lisboa** participaram os cursos de Animação Sócio-Cultural da Escola Superior de Educação; curso de Contabilidade do Instituto Superior de Contabilidade e Administração; o curso de Saúde Ambiental da Escola Superior de Tecnologia da Saúde; e o curso de Engenharia Civil do Instituto Superior de Engenharia.

Do **Instituto Politécnico de Santarém** participaram os cursos de Treino Desportivo, Condição Física e Saúde, Desporto, Natureza e Turismo Ativo, Gestão das Organizações Desportivas, Psicologia do Desporto e Exercício da Escola Superior de Desporto; o curso em Enfermagem da Escola Superior de Saúde de Santarém; os cursos de Animação Cultural e Educação Comunitária, Educação e Comunicação Multimédia, Artes Plásticas e Multimédia, curso de Educação Social, curso de Educação Básica, Curso de Professores do Ensino Básico, curso de Educação de Infância e o curso de Pedagógica e Intervenção Sociocultural da Escola Superior de Educação de Santarém; os cursos em Gestão de Empresas e Administração Pública da Escola Superior de Gestão de Santarém; os cursos de Engenharia de Produção Animal, Engenharia Alimentar, Engenharia Agronómica, Engenharia do Ambiente, Nutrição Humana e Qualidade Alimentar da Escola Superior Agrária de Santarém; os cursos em Contabilidade e Fiscalidade, Marketing e Publicidade, e Informática da Escola Superior de Gestão de Santarém

Do **Instituto Politécnico de Setúbal** participaram os cursos de Engenharia Eletrónica e Computadores, e Engenharia Informática da Escola Superior de Tecnologia de Setúbal; os cursos de Enfermagem e Fisioterapia da Escola Superior de Saúde; os cursos de Educação Básica, Comunicação Social da Escola Superior de Educação; e os cursos de Marketing, Contabilidade e Finanças da Escola Superior de Ciências Empresariais.

Do **Instituto Politécnico de Viana do Castelo** participaram os cursos de Educação Básica, Desporto e Lazer, Educação Social e Gerontologia da Escola Superior de Educação; curso em Enfermagem da Escola Superior de Enfermagem; os cursos de Distribuição e Logística, Informática e Gestão, Contabilidade e Fiscalidade da Escola Superior de Ciências Empresariais; os cursos de Engenharia Alimentar, Gestão, Turismo, Design Produto, Design Ambiente, Engenharia Sistemas Energias Renováveis, Cerâmica Artística, Engenharia Eletrónica e Redes Computadores e Engenharia civil e do ambiente da Escola Superior de Tecnologia e Gestão; e os cursos de Biotecnologia, Engenharia do Ambiente e Engenharia Agronómica da Escola Superior Agrária.

Do **Instituto Politécnico de Viseu** participaram os cursos de Enfermagem da Escola Superior de Saúde; o curso de Engenharia Alimentar da Escola Superior Agrária; os cursos de Engenharia Informática e Telecomunicações, Serviço Social, Turismo, Marketing, Gestão Turística e Cultural e Patrimonial da Escola Superior Tecnologia e Gestão de Lamego; os cursos de Animação Cultural, Artes Plásticas e Multimédia da Escola Superior de Educação.

Do **Instituto Politécnico de Tomar** participaram os cursos de Auditoria e Fiscalidade da Escola Superior de Gestão de Tomar; os cursos de Design e Tecnologia das Artes Gráficas, Engenharia Civil, Gestão de Empresas, Gestão e administração de Serviços de Saúde da Escola Superior de Tecnologia de Tomar; e o curso de Comunicação Social da Escola Superior de Tecnologia de Abrantes.

Da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra participou o curso de Enfermagem da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra.

Da **Universidade do Algarve** participaram os cursos de Engenharia Elétrica e Eletrónica, Engenharia Mecânica, Engenharia Alimentar, Engenharia Civil e Engenharia Topográfica do Instituto Superior de Engenharia; as licenciaturas de Tradução e Interpretação Multimédia, Design da Comunicação, Educação Social, Ciências

da Comunicação e Educação Básica da Escola Superior de Educação; os cursos de Assessoria de Administração, Gestão, Informação e Animação Turística, Gestão Hoteleira e Turismo da Escola Superior Gestão, Hotelaria e Turismo; os cursos de Enfermagem, Dietética e Nutrição, Farmácia, Terapia da Fala e Análises Clínicas e Saúde Pública da Escola Superior de Saúde de Faro.

Do **Instituto Politécnico de Coimbra** participaram os cursos de Gestão e Solicitadoria do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra; o curso de Engenharia Informática do Instituto Superior de Engenharia de Coimbra; os cursos de Agricultura Biológica, Engenharia Alimentar, Engenharia Agropecuária e Ecoturismo da Escola Superior Agrária de Coimbra; os cursos de Animação Sócio-Cultural, Desporto e Lazer, Comunicação Organizacional da Escola Superior de Educação de Coimbra, os cursos de Farmácia, Audiologia, Radiologia, Saúde ambiental, Análises clínicas e saúde pública, Cardiopneumologia e Fisioterapia da Escola Superior de Tecnologias de Coimbra; e os cursos de Administração e Finanças e Administração e Marketing da Escola Superior de Tecnologia de Oliveira Hospital.

Do **Instituto Politécnico do Porto** participaram os cursos de Recursos Humanos e Engenharia Mecânica da Escola Superior de Estudos Industriais e Gestão; o curso de Engenharia Química do Instituto Superior de Engenharia; a licenciatura de Medicina Nuclear da Escola Superior de Tecnologias da Saúde; a licenciatura de Produção e Tecnologias da Música da Escola Superior de Música e Artes; o curso de Comunicação Empresarial do Instituto Superior de Contabilidade e Administração; os cursos de Radioterapia, Terapia Ocupacional e Análises Clínicas da Escola Superior de Tecnologias da Saúde; o curso de Marketing do Instituto Superior de Contabilidade e Administração; os cursos de Solicitadoria, Segurança e Qualidade no Trabalho e Ciências Empresariais da Escola Superior de Tecnologia e Gestão – Felgueiras; os cursos de Engenharia Informática e Engenharia Eletrotécnica e de Computadores do Instituto Superior de Engenharia e o curso de Educação Social da Escola Superior de Educação.

Do **Instituto Politécnico de Portalegre** participaram os cursos de Administração de Publicidade e Marketing, Assessoria de Administração, Bio engenharia, Design e Animação Multimédia, Design de Comunicação, Engenharia Civil, Engenharia das Energias Renováveis e Ambiente, Engenharia Informática, Gestão, Informação e Documentação e Engenharia Eletromecânica da Escola Superior de Tecnologia e Gestão; os cursos de Animação Sociocultural, Educação Artística, Educação Básica, Educação e Formação de Adultos, Jornalismo e Comunicação, Serviço Social e Turismo da Escola Superior de Educação; os cursos de Enfermagem Veterinária, Engenharia Agronómica, Equinicultura e Gestão de Espaços Verdes da Escola Superior Agrária de Elvas e o curso de Enfermagem da Escola Superior de Saúde.

Do **Instituto Politécnico de Castelo Branco** participaram os cursos de Enfermagem, Cardiopneumologia, Engenharia Biológica e Alimentar, Engenharia Agronómica, Engenharia Informática, Tecnologias de Informação e Multimédia, Solicitadoria, Gestão Turística, Design de Interiores e Equipamento, Design de Moda e Têxtil.

Do **Instituto Politécnico do Cávado e Ave** participaram os cursos de Contabilidade, Finanças, Fiscalidade, Solicitadoria, e Gestão Bancária e Seguros da Escola Superior de Gestão; e as licenciaturas de Design Gráfico, Design Industrial, Informática e Informática para a Saúde da Escola Superior de Tecnologia.

---

# Bibliografia

---





- ALDRICH, H. E. (2000). *Organizations evolving*. Beverly Hills: Sage.
- ALDRICH, H. E., Cliff, J. E. (2003). «The pervasive effects of family on entrepreneurship toward a family embeddedness perspective», *Journal of Business Venture*, 18, 573-596.
- ALDRICH, H. E., ZIMMER, C. (1986). «Entrepreneurship through social networks». In D. Sexton & R. Smilor (Eds), *The art and science of entrepreneurship*, 3-33, Cambridge, MA Ballinger.
- ALDRICH, H. E., ROZEN, B., WOODWARD, W. (1987). «The impact of social networks on business founding and profits: a longitudinal study». *Frontiers of Entrepreneurship Research*. P 154-168.
- BANDURA, A. (1977). «Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change» *Psychological Review*, 84(2): 191-215.
- BANDURA, A. (1978). «Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change», pp. 99-137 *In Annual Review of Behavior Therapy*, vol. 6 ed. C.M. Franks & T. Wilson.
- BANDURA, A. (1982). «Self-efficacy mechanism in human agency». *The American Psychologist*, 37, 122-147.
- BANDURA, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman & Co.
- BARON, R. A. (2007). «Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship». *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 167-182)
- BAUM A, FRIEDMAN A.L, ZAKOWSKI S. G. (1997). «Stress and genetic testing for disease risk». *Health Psychol*, 16(1): 8-19.
- BAUM, J. R. & LOCKE, E. A. (2004). «The relation of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth». *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- BAUMEISTER R. (1998). *The self*. In *The Handbook of Social Psychology*, Gilbert D, Fiske S, Lindzey G. (eds). Oxford University Press: New York, 680-740.
- BAUMOL, W. J. (1985). *Entrepreneurship and the long run productivity record*. Centre for Entrepreneurship Studies NY University.
- BEAGLEY, T. M., BOYD, D. P. (1987). «Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses». *Journal of Business Venture*, 2(1), 79-93.
- BEAGLEY, T., TAN, W. L. (2001). «The socio cultural environment for entrepreneurship: A comparison between East Asian and Anglo countries». *Journal of International Business Studies*, 32, 573-554
- BOERSMA, F. J. y CHAPMAN, J. W. (1992). *Perception of Ability Scale for Students*. Los Angeles: Western Psychological Services.
- BRACKEN, B. (1992). *Multidimensional Self-Concept Scale. Handbook of self-concept. Developmental, social and clinical considerations* New York: John Wiley & Sons, Inc.
- BRANDSTÄTTER, H. (1997). «Becoming an entrepreneur—a question of personality structure?» *Journal of Economic Psychology*, 18, 157-177.
- BROCKHAUS, R. H.; HORWITZ, P. S. (1986). «The psychology of the entrepreneur». In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger.
- BRUSH, C., (1992). «Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- BURNS, R. (1979). *The self-concept: Theory, measurement, development and behaviour*. London: Longman.
- BYME, B. M. (1986). «Self-concept/academic achievement relations: An investigation of dimensionality, stability and causality». *Canadian Journal of Behavioural Science*, 18, 173-186.

- CALIENDO, M. & A. S. KRITIKOS (2008). «Is Entrepreneurial Success Predictable?» *An Ex-ante Analysis of the Character-Based Approach*. *Kyklos* 61(2), 189-214.
- CALSYN, R. & KENNY, D. (1977). «Self-concept of ability and perceived evaluation of others: Cause or effect of academic achievement?» *Journal of Educational Psychology*, 69, 136-145.
- CANTOR, N. (1990). From thought to behavior: 'having' and 'doing' in the study of personality and cognition. *Am Psychol*, 45: 735-770.
- CANTOR, N. & KIHLMSTROM, J. (1987) *Personality and Social Intelligence*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, NJ.
- CAPRANA, G. V. & CERVONE, C. (2000). *Personality: Determinants, dynamics, and potentials*. New York: Cambridge University Press.
- CARAPETA, C; RAMIRES, A; & VIANA, M (2001). «Auto-conceito e participação desportiva», *Análise Psicológica*, 1 (XIX): 51-58.
- CARSUD, A. L., JOHNSON, R. W. (1989). «Entrepreneurship: A social psychological perspective». *Entrepreneurship & Regional Development* 1(1), 21-32.
- CARSUD, A. L., OLM, K. W., EDDY, G. G. (1986). «Entrepreneurship: Research in quest of a paradigm». In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.). *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger
- CASSAR, G. (2007). «Money, money, money?» A longitudinal investigation of entrepreneurs career reasons, growth preferences and achieve growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19, 89-107.
- CHAUCIN, B., D. HERMAND & E. MULLET (2007). «Risk Perception and Personality Facets». *Risk Analysis* 27(1), 171-185.
- CHELL, E.; HAWORTH, J. M. BREARLEY, S. A. (1991). *The Entrepreneurial Personality: concepts, cases and categories*. Routledge. London.
- CHEN, Y. & LAI, M. (2010). «Factors influencing the entrepreneurial attitude of taiwanese tertiary-level business students», *Social behavior and personality*, 38(1), 1-12.
- CHIESA, V., PICCALUGA, A. (2000). «Exploitation and diffusion of public research: the chase of academic spin-offs companies in Italy», *R & D. Management* 30(4), 329-339.
- CHIU, C. & HONG, Y. (2007). «Cultural processes: Basic principles». In E. T. Higgins & A. E. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles*: 785-804. New York: Guilford Press.
- CIAVARELLA, M. A., A. K. BUCHHOLTZ, C. M. RIODAN, R. D. GATEWOOD and G. S. STOKES (2004). «The Big Five and Venture Capital Survival». *Journal of Business Venturing* 19, 465-483.
- CLIFF, J. (1998). «Does one size fit all?» Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size, *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.
- COLLINS, C. J., HANGES, P. J., & LOCKE, E. E. (2004). «The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis». *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- COLLINS, C., LOCKE, E., HANGES (2000). «The relationship of need for achievement to entrepreneurial behavior of black businessmen», *Organizational Behavior and Human Performance*, 14, 76-90.
- COLLINS, O., MOORE, D. G. (1970). *The organisation makers*. New York: Appleton Century Crofts.
- COOLS, E. & H. VAN DEN BROECK (2008). «The Hunt for the Heffalump Continues: Can Trait and Cognitive Characteristics Predict Entrepreneurial Orientation?». *Journal of Small Business Strategy* 18(2), 23-41.
- COOPER, A. C. & GIMENO-GASCÓN, F. J. (1992). «Entrepreneurs, process of founding, and new firm performance». In D. L. Sexton & J. D. Kasarda (Eds.), *The state of the art of entrepreneurship* (pp. 301-340). Boston: PSW-Kent.

- COOPER, A., WOO, C., DUNKLEBERG, (1989). «Entrepreneurship and the initial size of firms». *Journal of Business Venturing*, 3, 97-108.
- COOPERSMITH, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman.
- CRANE, F. G. & E. C. CRANE (2007). «Sispositional Optimism and Entrepreneurial Success», *The Psychologist – Manager Journal* 10(1), 13-25.
- CRANT, J. M. (1996). «The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions», *Journal of Small Business Management* 34(1), 42-49.
- CROMIE, S. (2000). «Assessing entrepreneurial intentions: Some approaches and empirical evidence». *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- CROSS, S. & MADSON, L. (1997). «Models of the self: Selfconstruals and gender». *Psychological Bulletin*, 122: 5-37.
- CURBOW, B.; SOMERFIELD, M.; LEGRO, M.; SONNEGA, J. (1990). «Selfconcept and cancer in adults: theoretical and methodological issues». *Soc Sci Med*, 31(2): 115-128.
- D'INTINO, R. S., M. G. GOLDSBY, J. D. HOUGHTON and C. P. NECK (2007). «Self Leadership: A Process for Entrepreneurial Success». *Journal of Leadership & Organizational Studies* 13(4), 105-120.
- De CARLO, J. F., LYONS, P. R. (1979). «A comparison of selected personal characteristics of minority female entrepreneurs», *Journal of Small Business Management*, 17, 22-29.
- DEVINS, G.; MANDIN, H.; BEANLANDS, H. & PAUL, L. (1997). «Psychosocial impact of illness intrusiveness moderated by selfconcept and age in end-stage renal disease». *Health Psychol*, 16(6): 529-538.
- DOUtraux, J., PETERMAN, D. (1982). «Techoology transfer and academic entrepreneurship», *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 231-232.
- DRUCKER, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper Business.
- ELANAIN, ABU, H. M. (2008). «An Investigation of Relationship of Openness to Experience and organizational Citizenship Behaviour», *Journal of American Academy of Business* 13(1), 72-78.
- EPSTEIN, W. (1981). «The theory arid use of ad hoc advisory committees». *Journal of Applied Social Sciences*, 5(2), 66-82.
- EVANS, D., LEIGHTON, L. (1989). «Some empirical aspects of entrepreneurship», *American Economic Review*, 79, 519-535.
- FARIA, L (2005). «Desenvolvimento do auto-conceito físico nas crianças e nos adolescentes», *Análise Psicológica*, 4 (XXIII): 361-371.
- FISKE, S. T. & TAYLOR, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- FLEMING, J. S. & COURTNEY, B. E (1984). «The dimensionality of self-esteem: II Hierarquical facet model for revised measurement scales», *Journal Person. Soc. Psychol.* 46(2): 404-421.
- FONTAINE, A. M. & FARIA, L. (1989). «Teorias pessoais do sucesso». *Cadernos de Consulta Psicológica*, 5, 5-18.
- FOX, K. R. (2000). «Self-esteem, self-perception and exercise». *International Journal of Sport Psychology*, 31, 228-240.
- FRANK, H., M. LUEGER & C. KORUNKA (2007). «The Significance of Personality in Business Start-up Intentions, Start-up Realization and Business Success». *Entrepreneurship & Regional Development* 19, 227-251.
- FRESE, M. & FAY, D. (2001). *Personal Initiative (PI): A concept for work in the 21st century*. *Research in Organizational Behavior*, 23, 133-188.
- FRIEDLANDER, F., PICKLE, H. (1968). «Components of effectiveness in small organisation». *Administrative Science Quarterly*, 13(2), 289-304.

- FRY, F. L. (1987). «The Role of incubators in small business planning». *American Journal of Small Business*, 12(1), pp. 51-61
- FURNHAM, A. (1999). «Sex-role stereotyping in television commercials: A review and comparison of fourteen studies done on five continents over 25 years – statistical data included», *Sex Roles: A Journal of Research*, September, 1999.
- GARCÍA, F. & GÓMEZ, M. (2011). «Relación entre el autoconcepto y la condición física en alumnos del Tercer Ciclo de Primaria». *Revista de Psicología del Deporte*. Universitat de les Illes Balears, vol. 20, n. 1, pp. 45-59.
- GARTNER, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GARTNER, W. B. (1988). «Who is an entrepreneur, is the wrong question». *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- GARTNER, W. B. (1989). «Who is an entrepreneur? is the wrong question». *Entrepreneurship Theory and Practice*, 12(2), 47-68.
- Global Entrepreneurship Monitor, The. (2004, 2009). <http://www.gemconsortium.org>.
- Global Entrepreneurship Monitor, The. (2007). *Relatório sobre Portugal*. Lisboa
- GOFFMAN, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper and Row.
- GUPTA, V. K., TURBAN, D. B., WASTI, S. A. and SIKDAR, A. (2009), «The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur». *In Entrepreneurship Theory and Practice*, 33: 397-417. Baylor University
- HABBERSHON, T., PISTRUI, J. (2002). «Entreprising families domain: family-influenced ownership groups in pursuit of transgenerational wealth», *Family Business Review*, 15(3), 223-237.
- HARTER, S. (1983). «Developmental perspectives on the selfsystem». In E. M. Hetherington (Ed.), *Handbook of Child Psychology*. New York: Wiley.
- HARTER, S. (1985). *Manual for the Self Perception Profile for Children*. Denver, CO: University of Denver.
- HARTER, S. (1999). *The construction of the self. A developmental perspective*. New York, NY: The Guilford Press.
- HASTIE R. (1981). *Schematic principles in human memory*. In Social Cognition: The Ontario Symposium, Higgins ET (ed.). Lawrence Erlbaum: Hillsdale, NJ, 39-88.
- HATTRUP, K., & JACKSON, S. E. (Eds.). (1996). *Learning about individual differences by taking situations seriously*. San Francisco: Jossey-Bass.
- HECKHAUSEN, J. & SCHULZ, R. (1995). «A life-span theory of control». *Psychological Review*, 102, 284-304.
- HEUNKS, F. J. (1998). «Innovation, creativity, and success». *Small Business Economics*, 10(3), 263-272.
- HISRICH, R. D. (1985). «The woman entrepreneur in the United States and Porto Rico: a comparative study», *Leadership and Organizational Development Journal*, 5, 3-8
- HORNADAY, J. A., ABOUD, J. (1971). «Characteristics of Successful Entrepreneurs». *Personal Psychology*, 24, 141-153.
- HULL, D. L., BOSLEY, J. J., UDELL, G. G. (1982). «Reviewing the heffalump: Identifying potential entrepreneurs by personality characteristics». *Journal of Small Business Management*, 18, 11-18.
- HUNT, S., LEVIE, J. (2003). «Culture as a predictor of entrepreneurial activity», in Bygrave et al. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wesslesley, MA: Babson College.
- Instituto de Apoio à Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento (2008). *Resultados do Inquérito 2007*. Lisboa

- ISAKOVA, N., KRASOVSKA, O., KAVUNENKO, L., and LUGOVY, A. (2006). «Entrepreneurship in the Ukraine: A Male Female Comparison». In Welter, F., Smallbone, D., and N. Isakova (eds.), *Enterprising Women in Transition Economies* (17-43). Aldershot: Ashgate.
- JESUINO, J.C., REIS, E., CRUZ, E. (1988). «Motivações empresariais em Portugal – Uma perspectiva trans-cultural». *Revista de Gestão* N° II-III, 43-50.
- JONES, C., ENGLISH, J. (2004). «A contemporary approach to entrepreneurship education». *Education and Training*. 46(8/9), 416-423.
- KANFER, R. (1992). «Work motivation: New directions in theory and research». In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology* (Vol. 7, pp. 1-53). Chichester, UK: Wiley.
- KASHIMA, Y., YAMAGUCHI, S., KIM, U., CHOI, S., GELFAND, M. J., & YUKI, M. (1995). «Culture, gender, and self: A perspective from individualism-collectivism research». *Journal of Personality and Social Psychology*, 69: 925-937.
- KING, I. (1981). *Theory for Nursing*. Delmar Publishers: New York.
- KNIGHT, F. H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit*. New York: Kelly & Millman.
- KOE HWEE NGA, J. & SHAMUGANATHAN, G. (2010). «The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions». *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.
- Stress, Appraisal, and Coping. Springer: New York.
- LIN, N. (1999). «Social Networks and Status Attainment», *Annual Review of Sociology*, 25, 467-487.
- LLEWELLYN, D. J. & K. M. WILSON (2003). «The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology». *Education & Training* 45(6), 341-345.
- LOW, M. B. & MACMILLAN, B. C. (1988). «Entrepreneurship: Past research and future challenges». *Journal of Management*, 14(2), 139-162.
- MAN, F. & HRABAL, V. (1989). «Self-concept of ability, social consequences anxiety, and attribution as correlates of action control». In F. Halish, I. H. L. Van den Bercken & S. Hazlett (Eds.), *International perspectives on achievement and task motivation* (pp. 309-316). Amsterdam/Lisse: Swets & Zeitlinger B. V.
- MARKUS, H. & KITAYAMA, S. (1991). «Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation». *Psychological Review*, 98: 224-253.
- MARSH, H. (1990). «Causal ordering of academic self-concept and academic achievement: A multiwave longitudinal panel analysis». *Journal of Educational Psychology*, 82, 646-656.
- MARSH, H. (1990). «Confirmatory factor analysis of multi trait-multi method data: The construct validation of multidimensional *self-concept responses*». *Journal of Personality*, 58, 661-692.
- MARSH, H. (2007). *Self-concept theory, measurement and research into practice: The role of self-concept in educational psychology*. Leicester. UK: British Psychological Society.
- MARSH, H. W. & HATTIE, J. (1996). «Theoretical perspectives on the structure of self-concept». In B. A. Bracken (Ed.), *Handbook of self-concept. Developmental, social and clinical considerations* (pp. 38-90). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- MARSH, H. & ROCHE, L. (1996). «Structure of self-concept for performing arts in a high school: «Setting the stage» with multigroup confirmatory factor analysis». *Journal of Educational Psychology*, 88, 461-477.
- MCCARTHY, B. (2003). «Strategy is Personality Driven, Strategy is Crisis Driven: Insights From Entrepreneurial Firms», *Management Decisions* 41(4), 327-339.
- MCCLELLAND, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Free Press.

- MCCLELLAND, D. C. (1965). «Achievement and Entrepreneurship: A longitudinal Study». *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389-392.
- MCCLELLAND, D. C., WINTER, D. G. (1969). *Motivating Economic Achievement*. New York: Free Press.
- MCCRAE, R. R. & COSTA, P. T. (1990). *Personality in adulthood*. New York: Guilford Press.
- MEREDITH, G.G., NELSON, R.E., NECK, P.A. (1982). *The Practice of Entrepreneurship*, Geneva: International Labour Office.
- MILL, J. S. (1909). *Principles of political economy with some of their applications to social philosophy*. London: Longmans, Green and Co.
- MINNITI, M, ALLEN, I. E., and LANGOWITZ, N. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Report on Women Entrepreneurship*, Babson College, The Center for Women's Leadership at Babson College, London Business School.
- MITRA, J. (2002). «Consider Velasquez: Reflection on the development of entrepreneurship programs». *Industry and Higher Education*, 16(3), 191-202.
- MOKYR, J. (1990). *The Lever of Riches*. New York: Oxford.
- MÖLLER, J. & POHLMANN, B. (2010). «Achievement differences and self-concept differences: Stronger associations for above or below average students?» *British Journal of Educational Psychology*, 80, 435-450.
- MULLER, S. L. (2004). «Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 199-220.
- NAFFZIGER, D. (1995). «Entrepreneurship: a person based theory approach». In Katz, J.A. & Brockhaus, R.H. (Eds.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth Vol 2*, 21-50. Greenwich, CT: JAI Press.
- NAFFZIGER, D. W., J. S. HORNSBY & D. F. KURATKO (1994) «A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation», *Entrepreneurship Theory & Practice* 18(3), 29-42.
- NGA, J.; SHAMUGANATHAN, G. (2010). «Academic Journal The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions». *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259-282.
- NORDVIK, H. & H. BROVOLD (1998). «Personality Traits in Leadership Tasks». *Scandinavian Journal of Psychology* 39, 61-64.
- ONG, J. W. & H. ISMAIL (2008). «Revisiting Personality Traits in Entrepreneurship Study From a Resource Based Perspective», *Business Renaissance Quarterly* 3(1), 97-114.
- ORSER, B., and HOGARTH-SCOTT, S., (2002). «Opting for growth: gender dimensions of choosing enterprise development», *Canadian Journal of Administration Sciences* 19, 284-300.
- ORSER, B., HOGARTH-SCOTT, S., and WRIGHT, P. (1998). «On the growth of small enterprises: the role of intentions, gender and experience». *Frontier of Entrepreneurship Research* (366-380). Wellesley, MA: Babson College.
- PATCHEN, M. (1965). *Some questionnaire measures of employee motivation and morale*. Ann Arbor, MI: Institute of Social Research, University of Michigan.
- PEREIRA, F. C. (2001). *A representação social do empresário, fatores de criação de empresas*, Edições Sílabo.
- POON, J. M. L., AINUDDIN, R. A., & JUNIT, S. H. (2006). «Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation of firm performance». *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- POON, J.; AINUDDIN, R.; & JUNIT, S.I (2006). *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- RAUCH, A. & FRESE, M. (2000). «Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings». In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.), *International review of industrial and organizational psychology* (Vol. 15, pp. 101-141). New York: Wiley.

- RAUCH, A. & FRESE, M. (2007). «Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success». *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 16(4), 353-385.
- ROCCAS, S., SAGIV, L., SCHWARTZ, S. H., & KNAFO, A. (2002). «The big five personality factors and personal values». *Personality and Social Psychological Bulletin*, 28(6), 789-801.
- ROID, G. H. y FITTS, W. H. (1988). *Tennessee Self-Concept Scale* [revised manual]. Los Angeles: Western Psychological Services.
- ROSA, P., CARTER, S., and HAMILTON, D. (1996). «Gender as a determinant of small business performance: insights from a British study», *Small Business Economics*, 8(4), 463-478.
- ROSENBERG, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-image*. Princeton: Princeton University Press.
- ROTTER, J. B. (1966). «Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement». *Psychological Monographs*, 80(1), 1-2.
- SANDEBERG, W. R. (1986). *New Venture Performance: The Role of Strategy and Industry Structure*. Lexington, MA: D. C. Heath.
- SARASVATHY, S. D. (2001). «Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency». *Academy of Management Review*, 26, 243-263.
- SCHERER, R. J., BRODZINSKI and WIBE, F. A. (1990). «Entrepreneurship career selection and gender: A socialization approach». *Journal of Small Business Management*, 28(2), 37-44.
- SCHUMPETER, J. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- SERRA, A. (1986). «O inventário Clínico de Auto-conceito», *Psiquiatria Clínica*, 7(2), p. 67-84.
- SHANE, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar Press.
- SHANE, S., KOLVEREID, L., WESTHEAD, P. (1991). «An exploratory examination of the reason of leading to new formation across country and gender». *Journal of Business Venturing*, 6, 431-446.
- SHANE, S., LOCKE, E. A., COLLINS, C. J. (2003). «Entrepreneurial motivations», *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.
- SHANE, S., VENKATARAMAN, S. (2000). «The promise of entrepreneurship as a field of research». *Academy of Management*, 25(1), 217-226.
- SHANKER, M. C., ASTRACHAN, J. (1996). «Myths and realities: family business contribution to the US economy», *Family Business Review*, Vol.9.
- SHAPERO, A. (1984). «The Entrepreneurial Event». In C. A. Kent (Ed.), *The Environment for Entrepreneurship* (pp. 21-40). Lexington, MA: D.C. Heath and Co.
- SHAPERO, A., SOKOL, L. (1982). «The Social Dimension of Entrepreneurship». In A. Kent, D. L. Sexton & K. Vesper (Eds.). *Encyclopaedia of Entrepreneurship*, pp. 73-91. Englewood Cliffs Prentice Hall.
- SHAVELSON, R. J., & BOLUS, R. (1982). «Self-concept: The interplay of theory and methods». *Journal of Educational Psychology*, 74, 3-17.
- SHAVELSON, R. J., HUBNER, J. J. y STANTON, G. C. (1976). *Self-concept: validation of construct interpretations*. *Review of Educational Research*, 46 (3), 407-441.
- SHAVELSON, R., HUBNER, J. & STANTON, G. (1976). «Validation of construct interpretations». *Review of Educational Research*, 46, 407-441.
- SOARES, A. T. y SOARES, L. M. (1979). *The Affective Perception Inventory-Advanced* L<sup>ve</sup>L Trumbell, CT: Also.

- SPEIER, C. & FRESE, M. (1997). «Generalized self-efficacy as a mediator and moderator between control and complexity at work and personal initiative: A longitudinal field study in East Germany». *Human Performance*, 10, 171-192.
- STERNBERG, R. J. (1993). «The princess grows up: A satiric fairy tale about intellectual development». In R. J. Sternberg, & C. A. Berg (Eds.), *Intellectual development* (pp. 381-394). Cambridge: Cambridge University Press.
- STEWART, W. H. & ROTH, P. L. (2001). «Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review». *Journal of Applied Psychology*, 86 (1), 145-153.
- STEWART, W. H. & ROTH, P. L. (2004a). «Data-quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity». *Journal of Applied Psychology*, 89(1), 14-21.
- STEWART, W. H. & ROTH, P. L. (2004b). «A meta-analysis of achievement motivation and entrepreneurial status». Paper presented at the *Academy of Management conference*, New Orleans, LA, USA.
- TIMMONS, J. A., ZACHARAKIS, A., SPINELLI, S. (2004). *Business Plans that work: A guide for Small Business*, McGraw Hill.
- TIMMONS, J.A., SMOLLEN, L.E., DINGEE, A.L.M. (1985). *New Venture Creation*, 2nd Ed., Homewood, Ill.: Irwin.
- TRIANDIS, H. C. (1994). *Culture and social behavior*. New York: McGraw-Hill.
- UTSCH, A., RAUCH, A., ROTHFUß, R., & FRESE, M. (1999). «Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialistic environment: On the differences between entrepreneurs and managers in East Germany». *Journal of Small Business Management*, 37(3), 31-42.
- YONG, L. (2007). *Emotional Intelligence in the Workplace: Leonard Personality Inventory (LPI) Profiling* (Leonard Personality Incorporated, Malaysia).
- YORDANOVA, D. (2011). «The Effects of Gender on Entrepreneurship in Bulgaria: An Empirical Study», *International Journal of Management*, 28(1), 289-305.
- ZHAO, H. & SEIBERT, S. E. (2006). «The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review». *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271.



