



**EMPREENDEDORISMO: PERCEÇÕES, ATITUDES E COMPORTAMENTOS DOS ALUNOS
DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR PORTUGUESA
ENTREPRENEURSHIP: PERCEPTIONS, ATTITUDES AND BEHAVIORS OF THE
STUDENTS FROM A PORTUGUESE HIGHER EDUCATION INSTITUTION**

Maria Isabel Ribeiro¹

António Fernandes²

Paula Cabo³

Alda Matos⁴

RESUMO

O empreendedorismo engloba a criação de novos negócios e o desenvolvimento de novas oportunidades de negócio nas organizações existentes.

Este trabalho tem por objetivo compreender as perceções e atitudes dos estudantes portugueses de uma instituição pública de ensino superior sobre a criação de novos negócios. Para o efeito, foi desenvolvido um estudo observacional, quantitativo, transversal e descritivo, baseado numa amostra acidental de 336 alunos. Os dados foram recolhidos em finais de 2014 e início de 2015 e, posteriormente, analisados com recurso ao *software* SPSS 22.0.

Os resultados revelaram que os alunos acreditavam que o empreendedorismo contribui para a criação e crescimento do emprego; um empreendedor é alguém que tem uma ideia, radicalmente nova, para criar um novo negócio; e, 46% conseguiam imaginar-se a criar o seu próprio negócio. Para os alunos da nossa amostra, a probabilidade de ser capaz de criar um negócio bem-sucedido é, em média, 47% e a idade certa para o fazer é de 28 anos. Cerca de 49% dos inquiridos estão interessados em criar um novo negócio a partir de uma ideia, principalmente porque ela permite a independência pessoal. Finalmente, a maioria dos respondentes considera que a criação de empresas seria encorajada se a instituição de ensino disponibilizasse ideias aos estudantes dispostos a criar novos negócios. Os alunos reconheceram a prevalência de empresários do sexo masculino na área empresarial portuguesa. Além disso, apesar de serem muito otimistas em relação à taxa de sobrevivência de *start-ups*, os alunos mostram ser pouco pró-ativos.

Palavras-chave: Ensino Superior; Empreendedorismo; Criação de empresas; Portugal.

¹ xilote@ipb.pt - Escola Superior Agrária – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

² toze@ipb.pt - Escola Superior Agrária – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal

³ paulacabo@ipb.pt - Escola Superior Agrária – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal. Centro de Investigação de Montanha - Instituto Politécnico de Bragança, Portugal.

⁴ alda@ipb.pt - Escola Superior Agrária – Instituto Politécnico de Bragança, Portugal.

ABSTRACT

Entrepreneurship encompasses the creation of new businesses and the development of new business opportunities in existing organizations.

This work intends to understand the perceptions and attitudes of Portuguese students from a public institution of higher education regarding the creation of new businesses. A survey was conducted in 2014 and 2015 using an accidental sample of 336 students. The data were analyzed using SPSS 22.0.

The respondents believe that entrepreneurship contributes to the creation and growth of employment; an entrepreneur is someone who has a radically new idea for creating a new business; and, 46% of them could imagine themselves creating their own business. For these students, the probability of being able to create a successful business is, on average, 47% and the right age to do it is 28 years old. Around 49% of respondents are interested in creating a new business from an idea, mostly because it allows personal independence. Finally, the majority considers that business creation would be encouraged if the teaching institution provides ideas for students willing to create new businesses.

Students recognized the prevalence of male entrepreneurs in the Portuguese business arena. Plus, despite of being very optimistic regarding start-ups survival rate, students show little proactivity.

Keywords: Higher Education; Entrepreneurship; Business creation; Portugal

1. INTRODUÇÃO

Empreendedorismo engloba a criação de novas empresas ou desenvolvimento de novas oportunidades de negócio em organizações já existentes. Empreendedorismo está no cerne da política económica regional e nacional, contribuindo para a criação de uma cultura empresarial inovadora e dinâmica, onde as empresas procuram subir na cadeia de valor num ambiente económico global. De facto, o empreendedorismo é considerado um importante mecanismo de desenvolvimento económico através da criação de emprego, inovação e bem-estar social. Os empreendedores são entidades que criam novos negócios, impulsionam e moldam a inovação, aceleram as mudanças estruturais, aumentam a competição no mercado e contribuem para a saúde fiscal da economia (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015).

Os efeitos da crise financeira de 2008 e da recessão mundial que se seguiu e, em particular, o crescimento do desemprego, continuam a fazer-se sentir a nível mundial. Isto afeta sobretudo os jovens que ingressam pela primeira vez no mercado de trabalho, dado que a probabilidade deste grupo etário estar desempregado (ou subempregado) é o triplo dos restantes grupos. Assim, a promoção de uma atividade empresarial efetiva entre os jovens é considerada uma estratégia de desenvolvimento crucial, a fim de os integrar no mercado de trabalho e aproveitar o seu potencial para contribuir para o desenvolvimento económico sustentável das regiões (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015).

Vários investigadores, como Fillion (1999) e Bohnenberger, Schmidt e Freitas (2007), citados por Marinha *et al.* (2014), destacam a importância do contacto com modelos empreendedores no contexto familiar e na envolvente (incluindo ambiente escolar) – como um elemento chave no surgimento de uma identidade empresarial nos jovens. De facto, o interesse empresarial é agora considerado como uma mentalidade que pode ser instigada e nutrida pela socialização e educação, e as competências empreendedoras podem ser aprendidas por meio da escolarização e formação (Hoffmann *et al.*, 2005, Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015). Deste modo, o empreendedorismo como importante fenómeno no desenvolvimento social e económico de um país tornou-se uma competência fundamental nas estratégias educativas definidas pela União Europeia, uma vez que alcançar uma massa crítica de jovens empreendedores, requer um investimento a longo prazo no desenvolvimento do capital humano. Androulla

Vassiliou, (2014), membro da Comissão Europeia responsável pela Educação, Cultura, Multilinguismo e Juventude, afirmou:

“A educação para o empreendedorismo é o motor do crescimento futuro e ajudar-nos-á a inspirar os empresários de amanhã. Se a Europa se quiser manter competitiva, terá de investir nas pessoas, nas suas competências e nas suas capacidades de adaptação e inovação. Significa isto que temos de promover uma verdadeira alteração das mentalidades na Europa para favorecer o empreendedorismo, começando por promover esse espírito desde os níveis precoces de educação”.

É necessário incentivar os indivíduos que não têm as características consideradas ótimas para iniciar um negócio, fornecendo-lhes ferramentas de aprendizagem para o desenvolvimento e gestão de uma empresa (Redford *et al.*, 2013). Tal metodologia de ensino-aprendizagem só será possível mudando as mentalidades, permitindo o investimento nas pessoas e na sua capacidade de adaptação e inovação.

Schött, Kew e Cheraghi (2015) ressaltam a importância das percepções dos indivíduos no que diz respeito à capacidade empreendedora e de identificação de oportunidades de negócio, a sua aversão ao risco e em que medida as redes sociais onde estão inseridos incluem empreendedores, como elementos fundamentais para a criação de novos negócios. Os empreendedores podem ser motivados por necessidade (carência melhores opções de emprego) ou oportunidade (explorar uma oportunidade de negócio). Os potenciais empreendedores também consideram até que ponto a sociedade apoia os seus esforços e se a envolvente para o empreendedorismo é suficientemente capacitadora e de suporte.

Com o presente trabalho pretende-se compreender as percepções, atitudes e comportamentos dos estudantes de uma instituição pública de ensino superior, localizada no nordeste de Portugal, relativamente à criação de novos negócios. Para este fim, foram utilizadas fontes de informação primária e secundária. Assim, foi realizado um estudo empírico, o qual envolveu a administração de um questionário, diretamente à comunidade estudantil da referida instituição, resultando numa amostra acidental de 336 indivíduos. Quanto à informação secundária foi efetuada a pesquisa e análise documental sobre a temática.

O presente trabalho estruturou-se em cinco secções, introdução, revisão da literatura, metodologia, resultados e conclusão.

2. EMPREENDEDORISMO JOVEM EM PORTUGAL

Segundo Sarkar (2007), a promoção do empreendedorismo e da inovação é uma necessidade primordial em Portugal. Os dados do *Instituto Nacional de Estatística – INE* (2009) para o período 2004-2007 mostram que, durante 2007, foram criadas cerca de 167 473 novas empresas e o comércio é o setor de atividade que mais se destaca. No mesmo estudo, o INE (2009:1) refere que “cerca de 73% das empresas nascidas em 2006 sobreviveram em 2007, tendo sido o setor da indústria o que evidenciou as maiores taxas de permanência no mercado no final do primeiro ano. Já, o setor da construção registou as maiores taxas de sobrevivência a 2 e 3 anos, acima dos 50%”.

No ano de 2013, de acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor – GEM* (2013), Portugal ocupava a 47ª posição entre 67 países, em termos da taxa *Total de Atividade Empreendedora Early-Stage – (TEA)*⁵. Ainda de acordo com o GEM (2013:33), “em 2013, verificou-se uma taxa de empreendedorismo de negócios estabelecidos de 7,7%, o que significa que, em Portugal, existem cerca de oito empreendedores estabelecidos (indivíduos proprietários e envolvidos na gestão de um negócio com mais de três anos e meio) por cada 100 indivíduos em idade adulta. Tendo presente o valor da taxa TEA registada para Portugal em 2013 (8,2%) é possível concluir que não existe grande diferença entre ambas as taxas referidas, indicando que a maioria dos negócios consegue chegar aos três anos e meio de vida”. No entanto, em 2015, de acordo com Kelley *et al.* (2015a), a taxa TEA para Portugal aumentou para 9,5%, enquanto a taxa relativa aos empresários de negócios estabelecidos diminuiu para 7,0%, o que indica um agravamento das condições de sobrevivência das novas empresas.

De acordo com a *Organização Internacional do Trabalho – OIT* (2013:2), “o mercado de trabalho não registou qualquer melhoria desde o lançamento do programa de assistência financeira acordado com a Comissão Europeia, o Banco Central Europeu e o Fundo Monetário Internacional, em 2011”. A crise socioeconómica em Portugal provou ser um fator crucial para o empreendedorismo jovem. Uma análise mais detalhada do mercado de trabalho mostra que, em 2014, a taxa global de emprego, em Portugal, foi de 50,6% (55,6% no género masculino e 46,1% género feminino) (INE, 2015). Estes reduzidos valores traduzem-se em altas taxas de desemprego, emigração, pobreza, entre outras. A procura por estabilidade económica e social e a falta de oportunidades de

⁵ Mede a proporção de indivíduos com idades compreendidas entre os 18 e os 64 anos envolvidos na criação e gestão de negócios que proporcionaram remunerações por um período de tempo até três meses (negócios nascentes) ou por um período de tempo entre os três e os 42 meses (negócios novos). Estes indivíduos são denominados empreendedores *early-stage*.

geração de rendimento reflete-se na criação de novos negócios, gerando um empreendedorismo induzido.

Em 2012, a maioria dos empreendedores portugueses *early-stage* (58,3%) era motivada pela oportunidade, procurando sobretudo melhorar a sua situação, através do aumento da independência (20,8%) e do rendimento (37,5%). Em contraste, 26,2% dos empreendedores *early-stage* afirmaram ser motivados pela necessidade, os restantes 15,6% reivindicaram uma combinação de motivos de oportunidade e necessidade (GEM, 2012). O rácio entre o empreendedorismo motivado por oportunidade/necessidade diminuiu nos últimos anos, sendo que, em 2015, em média, os empreendedores motivados pela oportunidade era de apenas 1,5 vezes acima dos empreendedores motivados pela necessidade (*GEM Motivational Index=1,5*) (Kelley *et al.*, 2015a).

O estudo *Amway Europe* (2014), para 2013, aponta que 61% dos portugueses inquiridos via o empreendedorismo como positivo e 32% admitia a possibilidade de iniciar um novo negócio. No entanto, apesar da forte intenção empreendedora dos inquiridos, a taxa de descontinuidade dos negócios criados é também elevada, confirmando que o número de empreendedores que cessaram os negócios está acima da média das economias orientadas para a inovação (*Amway Europe*, 2013, Palma & Silva, 2014). Além disso, a *Amway Europe* (2014) assinala que 56% dos jovens portugueses (com menos de 30 anos de idade) demonstraram o desejo de criar os seus próprios empregos. Marinha *et al.* (2014), num inquérito sobre o empreendedorismo jovem português, obtiveram resultados idênticos: 47% dos jovens apontaram o empreendedorismo como primeira escolha para ingressar no mercado de trabalho e 58% afirmaram ter uma ideia de negócio (16% tinha já iniciado um negócio e 26% pretendia iniciar um negócio nos próximos 6 meses), o que acaba por demonstrar intenção empreendedora.

Ainda de acordo com a *Amway Europe* (2014), as principais razões para a quebra da intenção empreendedora portuguesa são a aversão ao risco e o medo de falhar. O medo de falhar foi relatado por 83% dos inquiridos e está, principalmente, associado a encargos financeiros (41%), crise económica (31%), desemprego (15%), desilusão pessoal/perda de autoestima (14%), penalidades legais e judiciais (13%) e ser forçado a assumir toda a responsabilidade (13%). Estes resultados foram, parcialmente,

confirmados por Marinha *et al.* (2014), uma vez que para a maior parte dos inquiridos o medo de falhar foi bastante acentuado, principalmente devido a dificuldades financeiras (66%) e à situação económica adversa no país (54%). No entanto, a aversão ao risco apresentou uma pontuação baixa, sendo que apenas 10% dos inquiridos apontaram este indicador como uma restrição ao empreendedorismo. Além disso, Marinha *et al.* (2014) identificaram outro obstáculo para os jovens não iniciarem um negócio, designadamente, a falta de conhecimento/experiência, relatada por 28% dos inquiridos.

Em relação à motivação empresarial, Marinha *et al.* (2014) concluíram que os indicadores relacionados com o empreendedorismo por oportunidade pontuam, em média, mais do que os indicadores relativos ao empreendedorismo por necessidade. De facto, a realização pessoal, a aplicação/valorização de competências e a autonomia, foram destacados por 57%, 37% e 31% dos inquiridos, respetivamente. A falta de oportunidades de trabalho atrativas foi mencionada por 37% dos respondentes. Estes resultados são reforçados pelas respostas à questão da origem da ideia de negócio, como o empreendedorismo por oportunidade, pois o gosto pessoal (39%) e o conhecimento adquirido (30%) reuniram pontuações mais elevadas do que o empreendedorismo por necessidade, como a criação do próprio emprego (15%). Estes resultados são semelhantes aos da Amway Europe (2014), onde a concretização das próprias capacidades ou habilidades dos alunos se sobrepõe à perspetiva de complemento do rendimento e à saída do desemprego.

Marinha *et al.* (2014), constataram igualmente, o baixo impacto da família no empreendedorismo jovem, pois apenas 11% dos inquiridos indicou a família como fonte do primeiro contacto com o empreendedorismo, 9% destacou a influência da família no desenvolvimento da ideia de negócio e 5% afirmou que a família foi determinante para iniciar o negócio.

Por fim, uma nota sobre a desigualdade de género na arena de negócios, particularmente, no que se refere ao empreendedorismo. Durante a última década, em todo o mundo, as mulheres fizeram progressos substanciais na luta pela discriminação de género. As mulheres jovens são, frequentemente, duplamente desfavorecidas nas suas tentativas de integração no mercado de trabalho – tanto pelo género como pela idade. Os resultados apresentados por Kelley *et al.* (2015a) mostraram que os

empreendedores *early-stage* do género masculino predominam em relação ao género feminino. As economias orientadas por fatores de produção possuem a média mais alta do rácio TEA Feminino/Masculino (0,86), enquanto as médias do mesmo rácio nas economias orientadas para a eficiência e nas economias orientadas para a inovação são de 0,73 e 0,59, respetivamente. De uma forma geral, a probabilidade das mulheres criarem o seu próprio negócio é mais baixa que a dos homens. Para além disso, é mais provável que as mulheres criem o seu negócio por necessidade. Particularmente, as economias orientadas por fatores de produção, apresentam alta equidade de género em empreendedorismo mas isto acontece, principalmente, devido à maior necessidade de sustento sentida pelas mulheres (Kelley *et al.*, 2015a). Por outro lado, a análise das taxas TEA com indicadores de diferença de género, medidos pelo *Women Economic Forum*, mostra que a atividade empreendedora feminina diminui significativamente à medida que o nível de escolaridade aumenta, indicando que quando as mulheres alcançam um nível de educação superior ao dos homens (como é habitual na *European Culture Countries – ECC*) criam negócios com menor frequência (Kelley *et al.*, 2015b). Isto pode, em parte, ser explicado porque o medo de falhar tende a ser mais comum nas economias desenvolvidas, onde a maior prevalência de opções alternativas de carreira pode criar a impressão de que as pessoas têm mais a perder, renunciando a essas outras oportunidades.

Em Portugal, em 2015, a taxa TEA feminina foi de 6,7%, superior à média das economias europeias orientadas para a inovação (5%). Ainda assim, a diferença entre os géneros é semelhante à média europeia, com um rácio TEA entre o género feminino/masculino de 0,54. No entanto, em termos de empreendedorismo por oportunidade, o rácio TEA do género feminino/masculino, o desempenho de Portugal (0,8) é inferior à média das economias orientadas para a inovação (0,94) (Kelley *et al.*, 2015a,b). Kelley *et al.* (2015b) afirmam que as mulheres, em Portugal, mostram níveis mais elevados de atividade apesar da baixa percepção de oportunidades, embora a percepção das capacidades seja superior à média regional. As taxas de inovação entre as mulheres empreendedoras são inferiores a 2/3 da média das economias europeias orientadas para a inovação, mas acalenta perspectivas de crescimento acima da média da região.

3. METODOLOGIA

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

No presente trabalho pretende-se compreender as percepções e atitudes dos estudantes de uma instituição pública de ensino superior localizada no nordeste de Portugal, relativamente à criação de novas empresas e ao empreendedorismo. Para tal, foram utilizadas fontes primárias e secundárias de informação. Para os dados recolhidos através de fontes de informação primária, foi realizado um estudo transversal, observacional, quantitativo e descritivo. Foi recolhida uma amostra não probabilística, acidental, constituída por 336 alunos do IPB. Na recolha dos dados foi utilizado um questionário anónimo adaptado de *Global Entrepreneurship Monitor* (2013) que foi administrado, diretamente, aos alunos da instituição, cujo preenchimento tinha uma duração média inferior a 10 minutos. A administração deste decorreu no final de 2014 e início de 2015. Os dados foram tratados com recurso ao SPSS 22.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). Após a análise da informação primária e secundária efetuou-se, sempre que possível, o cruzamento dos dados, com recurso à triangulação metodológica.

4. RESULTADOS

A amostra inclui estudantes com idades compreendidas entre os 17 e 43 anos. Como pode ver-se no Quadro 1, a maioria dos inquiridos possuía entre 17 e 21 anos (62,3%), era do género feminino (59%) e frequentava o 2º ano (43,3%) de uma licenciatura (97,2%).

Quadro 1 – Caracterização da amostra

Variável	Categorias	Frequências	
		N	%
Género (N = 326)	Masculino	133	40,8
	Feminino	193	59,2
Grupo etário (N = 318)	17 a 21 anos	198	62,3
	22 ou mais anos	120	37,7
Ano académico (N = 319)	Primeiro	122	38,2
	Segundo	138	43,3
	Terceiro	59	18,5
Ciclo de Estudos (N = 323)	Licenciatura	314	97,2
	Pós-graduação	3	0,9
	Mestrado	6	1,9

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

A pesquisa do GEM (2013) evidencia que frequentemente, os empreendedores, possuem experiência profissional prévia no setor de atividade em que criam o seu próprio negócio. A experiência laboral é importante não só para compreender o funcionamento do meio empresarial, mas especialmente, porque permite que os indivíduos com espírito empreendedor possam adquirir experiência e desenvolver a confiança necessária para operar, sobretudo nos setores onde possuem conhecimento prévio.

A distribuição dos alunos, de acordo com a experiência profissional, evidencia que grande parte deles possui algum tipo de experiência profissional. Efetivamente, 22% fizeram um estágio, 35% trabalharam a tempo inteiro ou a tempo parcial, 5% fizeram trabalho voluntário e 2% tiveram outra experiência profissional (Figura 1). Apenas 36% dos alunos não tinham qualquer experiência profissional anterior.

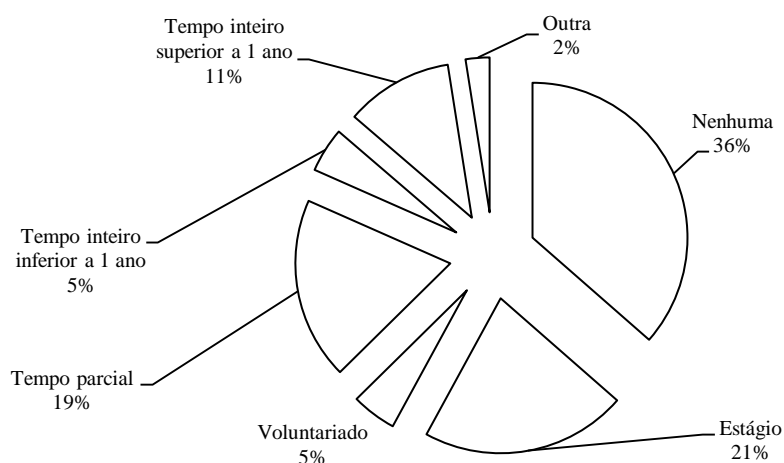


Figure 1 – Experiência profissional dos alunos inquiridos (N = 321)

Os valores da sociedade sobre empreendedorismo são cruciais para desencadear a intenção de criar um negócio. A Figura 2 mostra que, globalmente, os inquiridos exibem uma percepção altamente positiva sobre o papel do empreendedorismo no desenvolvimento económico. De facto, a grande maioria dos estudantes acredita que o empreendedorismo contribui para a criação e crescimento do emprego (91%), revela o potencial do indivíduo (79%), é crucial para a competitividade da economia (77%) e contribui para a inovação e progresso tecnológico de uma economia (75%). Por outro lado, o papel crucial do empreendedorismo para a sustentabilidade e o bem-estar social é menos percebido pelos alunos, uma vez que apenas 64% concorda que o mesmo

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

responde aos interesses sociais e, uma percentagem menor (46%), considera que contribui para melhorar a situação económica das populações mais desfavorecidas.

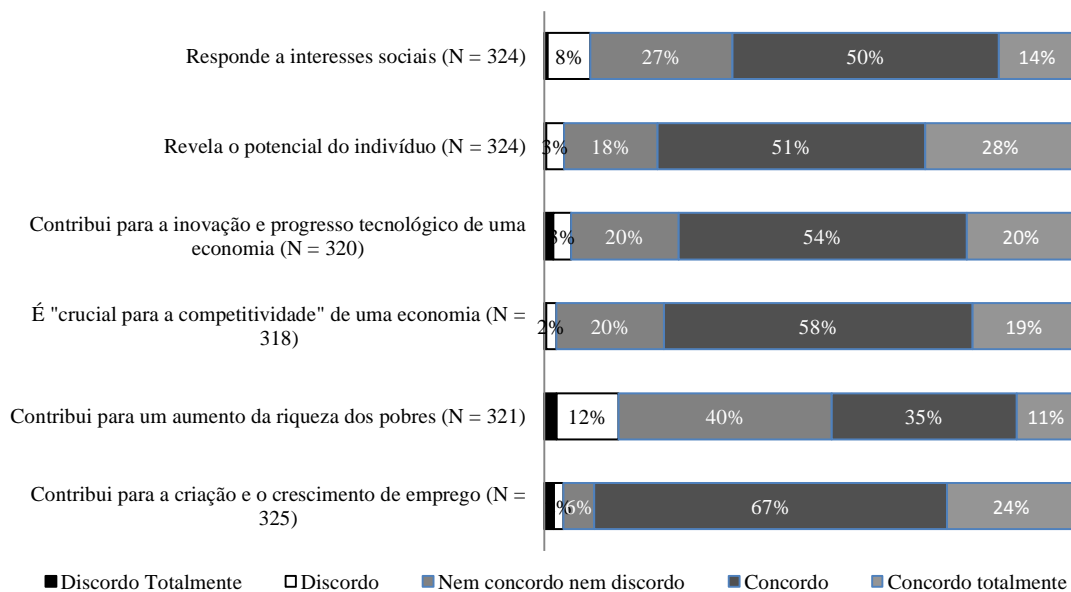


Figura 2 – Crenças dos alunos sobre a importância do empreendedorismo

Os estudantes foram questionados relativamente à forma como percecionavam o perfil do empreendedor (Figura 3). Uma maioria significativa dos respondentes salienta o potencial do empreendedor para identificar oportunidades de mercado para criação de um novo negócio e a capacidade para assumir riscos: 84% dos estudantes mencionam a capacidade do empreendedor para avaliar o potencial de uma ideia; 78% apontam a paixão, o entusiasmo, iniciativa e persistência do empreendedor; aproximadamente 70% vê o empreendedor como alguém que tem uma ideia radicalmente nova para a criação de um negócio e está disposto a correr grandes riscos para a por em prática; e, 65% indica a aptidão do empreendedor para trabalhar com base nos recursos de que dispõe no presente. Integridade e altruísmo são características menos percecionadas, dado que, apenas 55% dos respondentes acreditam que os empreendedores consideram que os interesses da sociedade na tomada de decisão e, uma percentagem mais reduzida, perceciona o empreendedor como uma pessoa respeitável (55%), que está disposta atuar dentro das regras (51%). Pelo contrário, a inteligência e a riqueza pessoal apresentam as percentagens mais elevadas de desacordo, por parte dos inquiridos, sendo que 34% dos alunos, discorda que os empreendedores possuam um coeficiente elevado e 21% não considera que os empreendedores possuam capital próprio para criar uma empresa.

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

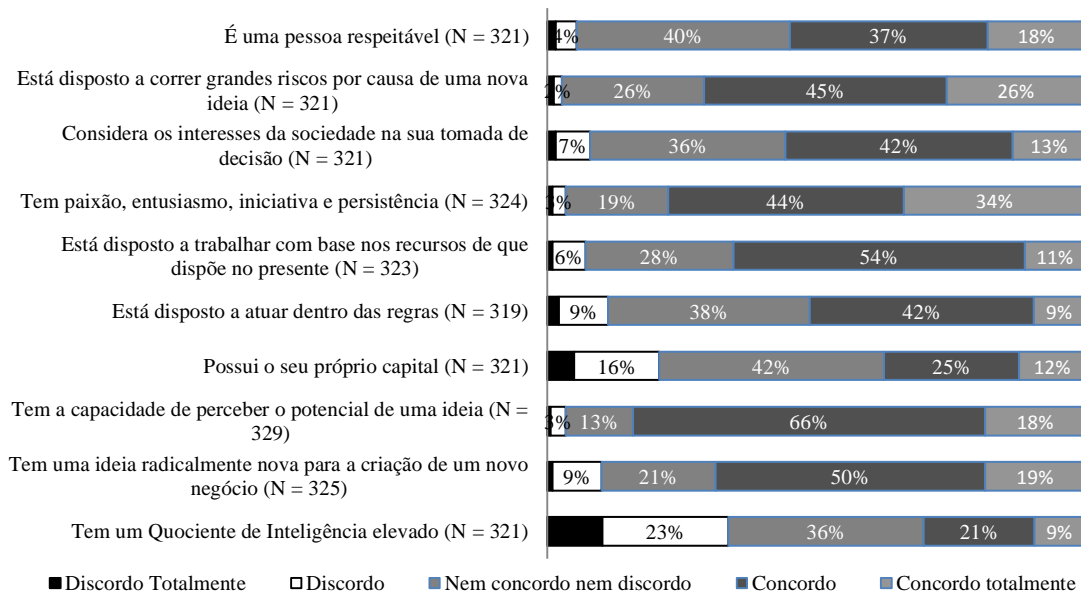


Figura 3 – Crenças dos alunos relativamente ao perfil do empreendedor

Para avaliar o conhecimento dos alunos acerca da atividade empreendedora, foi-lhes pedido para nomear um empreendedor/empresário e uma empresa com espírito empreendedor. Apesar dos resultados obtidos quanto às crenças dos alunos relativas ao empreendedorismo e perfil do empreendedor (Figuras 2 e 3) sugerirem que estes conhecem e dominam os conceitos, a maioria dos inquiridos não conseguiu identificar (dar um exemplo) de um empreendedor/empresário (64%) nem especificar uma empresa com espírito empreendedor (55%), como se pode observar na Figura 4.

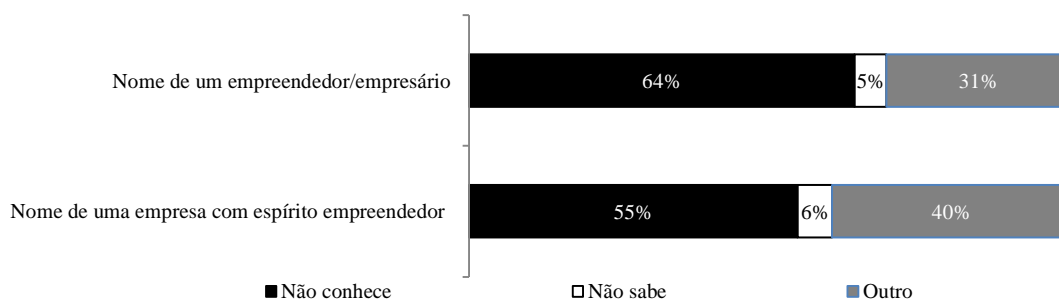


Figura 4 – Exemplos dos alunos relativamente a empreendedores e empresas com espírito empreendedor (N = 326)

Dos 31% de estudantes capazes de exemplificar um empreendedor, destacam-se principalmente, Steve Jobs (5,5%), Bill Gates (4,6%) e Belmiro de Azevedo (1,5%). Da

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

mesma forma, 40% dos alunos que indicaram uma empresa referem-se principalmente à Apple (4,3%), Google (4,0%) e Sonae (3,0%). As primeiras são empresas e empreendedores estrangeiros ligados às tecnologias de informação e comunicação, que se caracterizam pela inovação e pela orientação para a Investigação & Desenvolvimento. O último exemplo está ligado ao setor retalhista nacional. No estudo de Silva, Gonçalves e Figueira (2014) sobre o perfil dos estudantes empreendedores de 3 instituições de ensino superior do litoral central de Portugal, a Sonae foi a empresa com espírito empresarial mais mencionada.

A Figura 5 mostra que grande parte dos inquiridos (mais de 80%) não possui experiência empreendedora. Apenas 20% de todos os inquiridos revelaram ter experiência empreendedora; 11% referiram estar atualmente a pensar nessa possibilidade; 5% são empreendedores nascentes, uma vez que já tomaram medidas para criar um novo negócio; e, 4% já criaram uma empresa. Cerca de 50% revelaram ser potenciais empreendedores, 46% conseguem imaginar-se a criar um negócio no futuro; e, 13% têm uma ideia de negócio que acreditam possa vir a ter sucesso. Aproximadamente 21% dos inquiridos não mostram nenhum interesse presente ou futuro em criar um negócio. Estes resultados são semelhantes aos encontrados por Silva, Gonçalves e Figueira (2014).

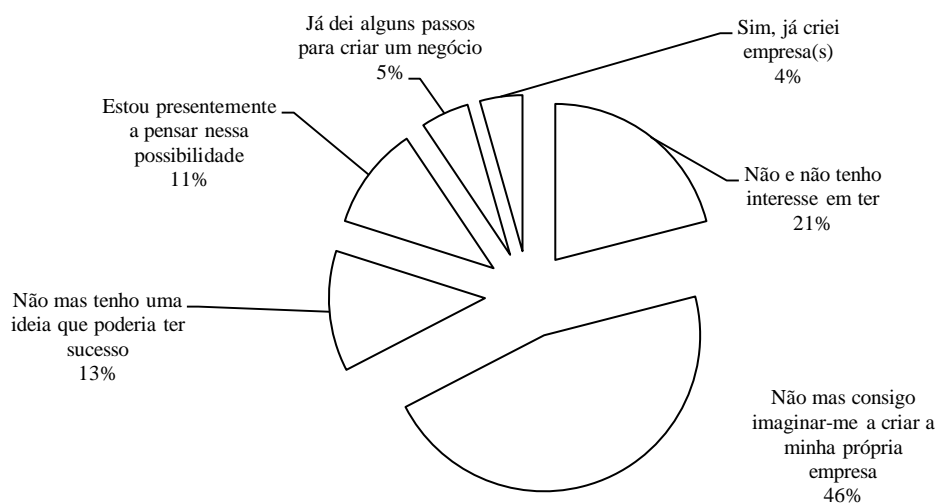


Figura 5 – Experiência empreendedora dos alunos (N = 319)

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

Conforme referido anteriormente, a pesquisa GEM (2013) confirmou a importância das percepções dos indivíduos quanto às suas competências empresariais, independentemente de estarem ou não envolvidos na criação de novos negócios. A Figura 6 apresenta o nível de confiança dos respondentes quanto às suas capacidades de criar e gerir um negócio. Salienta-se que os estudantes, globalmente, apresentam níveis reduzidos de autoconfiança quanto às suas capacidades empreendedoras, já que apenas dois em cada cinco inquiridos (ou menos) afirmou possuir os conhecimentos, capacidades e experiência necessários para iniciar um novo empreendimento (nomeadamente, compreender as questões enfrentadas por um empreendedor para concretizar uma ideia num negócio viável, conhecer as técnicas necessárias para identificar as necessidades do mercado e ser capaz de elaborar um plano de negócios). Apenas 28% afirma saber como financiar um novo conceito de negócio.

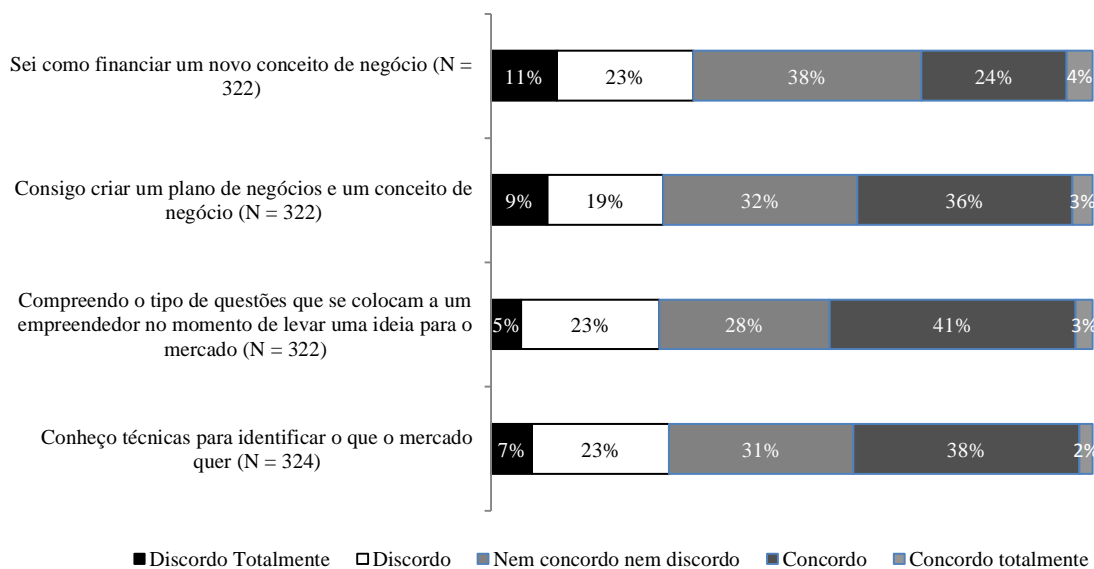


Figura 6 –Autopercepção dos alunos no que respeita às competências empreendedoras

Estes resultados estão em linha com os obtidos por Schøtt, Kew e Cheraghi (2015), os quais chamam a atenção para a baixa autoconfiança dos jovens europeus (41%), o que é compreensível, dada a sua relativa falta de experiência profissional. Porém, considerando o nível geral de educação e os níveis relativamente elevados de formação empresarial, esta baixa autoconfiança suscita alguma preocupação quanto à qualidade da formação empresarial oferecida.

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

Os empreendedores consideram problemático obter financiamento, especialmente aqueles que pretendem iniciar um negócio, bem como os que estão nos estágios iniciais (empresas nascentes e novas) (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015; Kelley *et al.*, 2015b). Particularmente, os empreendedores mais jovens não possuem o histórico necessário na atividade, nem conseguiram obter as garantias exigidas pelas instituições financeiras. Por essa razão, a principal fonte de financiamento das empresas é pessoal (poupança própria, família e amigos). As percepções dos indivíduos sobre a sua capacidade financeira para criar novas empresas, muitas vezes dependem das suas crenças sobre as necessidades de capital inicial, o que pode ser crucial para que o empreendedorismo prospere. Quando questionados sobre o capital inicial necessário para iniciar um negócio, a maioria dos estudantes (53%) provou ter expectativas conservadoras, indicando um montante entre 5 mil e 30 mil euros, como se pode ver na Figura 7.

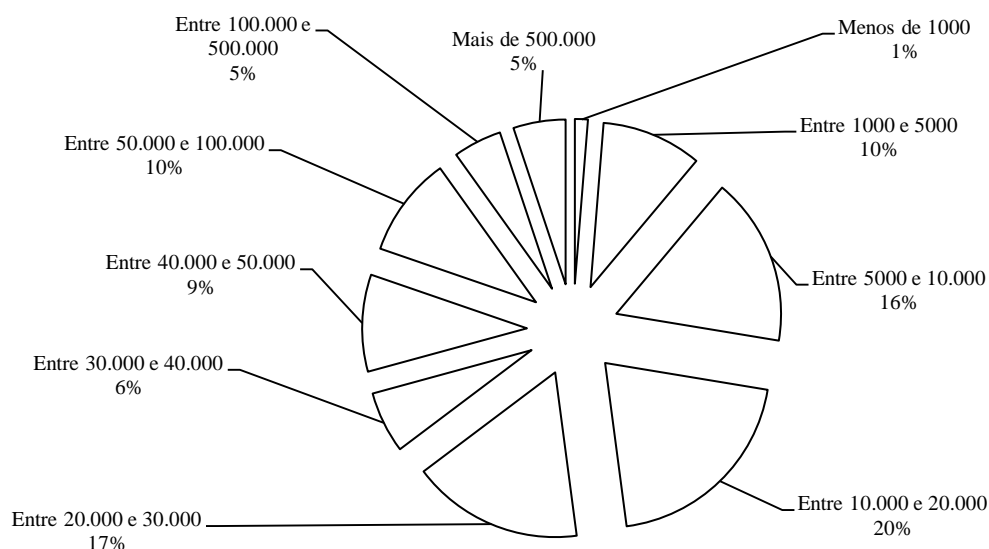


Figura 7 – Crenças dos alunos quanto às necessidades de capital para criar uma empresa (Euros)

O empreendedorismo é inerentemente atividade de risco elevado, e um certo nível de insucesso dos negócios é inevitável, particularmente, quando há numerosas empresas em fase de arranque (Kelley *et al.*, 2015b). No entanto, para alcançar alguma possibilidade de sucesso, um potencial empreendedor deve estar disposto a arriscar. As percepções dos indivíduos sobre a expectativa de vida de um novo empreendimento podem influenciar a decisão de criar um negócio e inibir o potencial empreendedor. Como pode ver-se no Quadro 2, os alunos inquiridos consideram a probabilidade de ser capazes de criar um negócio bem-sucedido é de 47% em média. Este resultado denota

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

um grande otimismo e alguma falta de conhecimento dos inquiridos, uma vez que a taxa de sobrevivência das empresas portuguesas no quinto ano, segundo Dun & Bradstreet (2015), é de cerca de 39%.

Além disso, os inquiridos consideram que a idade ideal para iniciar um negócio é, em média, 29 anos. Este resultado sugere que, de acordo com a percepção dos respondentes, os indivíduos nesta idade tiveram o tempo, bem como a oportunidade, de desenvolver as suas habilidades e conhecimentos através da educação, bem como através da experiência de trabalho. De facto, os resultados do estudo de Schøtt, Kew e Cheraghi (2015) indicam que os jovens, como grupo, apresentam níveis significativamente mais altos (1,6 vezes) de intenção empresarial do que os adultos. Os jovens pertencentes ao escalão etário superior (25-34 anos) traduzem essa intenção num nível relativamente elevado de atividade empreendedora, enquanto os jovens do escalão etário inferior, apresentam um declínio significativo entre a intenção e a atividade empreendedora. Os jovens do escalão etário superior detêm o nível mais elevado de confiança quanto à capacidade de gerir um negócio, têm maior probabilidade de conhecer (relacionar com) um empreendedor *start-up* e são capazes de identificar oportunidades de negócio na região onde vivem (Quadro 2).

A probabilidade de uma mulher ser empreendedora é menor do que no caso de um indivíduo do género masculino, e é mais provável que o seja por necessidade. Em Portugal, a desigualdade de género na área do empreendedorismo foi reconhecida pelos estudantes inquiridos, corroborando, 60%, em média, que o perfil dominante de um empresário corresponde ao género masculino. Este resultado é indicativo de uma generalizada desigualdade de género, ainda prevalente na sociedade portuguesa, apesar dos progressos realizados nas últimas décadas.

O envolvimento dos indivíduos no empreendedorismo é influenciado pelos atributos individuais e pelas condições ambientais. O desejo dos jovens de prosseguir o empreendedorismo pode ser influenciado pelas tradições culturais, como é o caso de algumas sociedades que atribuem valor social ao êxito profissional, ao desenvolvimento social, ao empreendedorismo e à inovação e à independência dos jovens (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015).

A Figura 8 retrata a cultura empresarial dos alunos. As suas atitudes e comportamentos evidenciam a ausência de uma cultura empreendedora. Efetivamente, os estudantes não

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

trabalharam na adolescência (60%) nem como *freelancer* nem por conta própria (71%). De facto, as tradições culturais portuguesas não valorizam a independência nos jovens, o que pode influenciar negativamente o seu desejo de prosseguir uma carreira como empreendedores. Para além disso, grande parte dos jovens não trabalha e não tenta adquirir competências empresariais por via da educação e formação (63% não leem regularmente livros e artigos ou participam em conferências, palestras ou *workshops* sobre inovação e empreendedorismo). Adicionalmente, em geral, as redes sociais onde os indivíduos estão inseridos não incluem modelos de empreendedorismo, já que mais da metade dos alunos não acompanhou de perto ou auxiliou alguém (família, amigos ou conhecidos) que tenha constituído um negócio. Conforme mencionado anteriormente, quando existem empreendedores na rede social onde os estudantes estão inseridos, torna-se mais fácil para os mesmos iniciar um novo negócio. Frequentemente, os jovens empreendedores debatem-se no sentido de desenvolver redes profissionais apropriadas (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015).

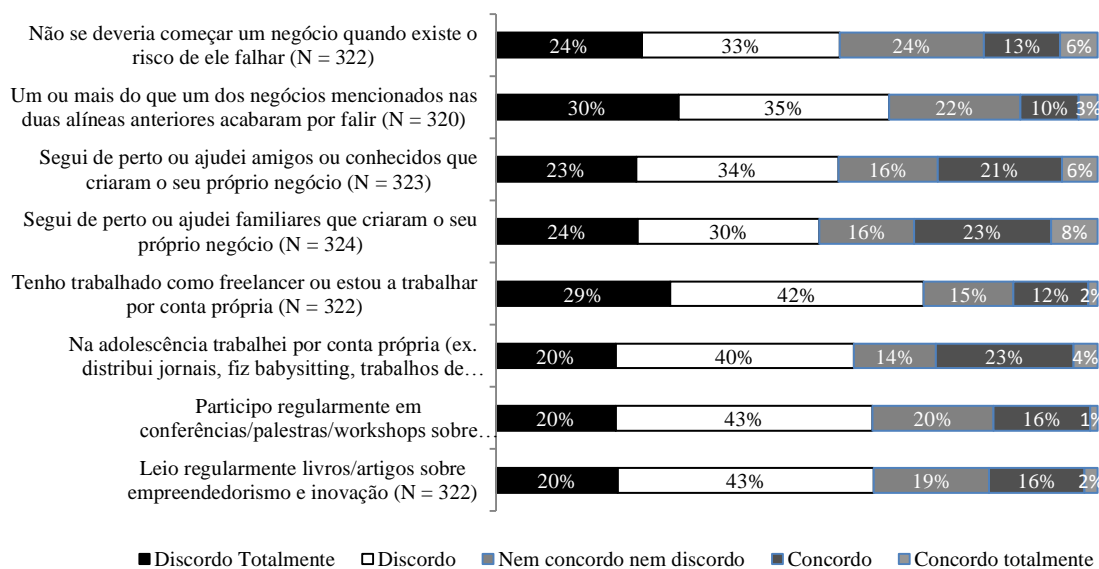


Figura 8 – Atitudes e comportamentos dos alunos face ao empreendedorismo

Quando questionados acerca do interesse relativamente a alguns tópicos associados ao empreendedorismo (nomeadamente, empreendedorismo interno, empreendedorismo utilizando investigação ou empreendedorismo de negócios), a maioria dos alunos (66%) mostrou um maior interesse na criação de um negócio a partir de uma ideia – empreendedorismo de negócios. A referida amostra mostrou estar menos predisposta

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

para empreender com base na investigação (51%) ou dentro da empresa (41%), ou seja, desenvolver uma atividade empreendedora numa organização já estabelecida - empreendedorismo interno.

No seu primeiro contacto com o mercado de trabalho, os jovens são confrontados com elevadas taxas de desemprego juvenil, reflexo da falta de experiência e ineficiência das redes de trabalho que são, frequentemente, importantes para conseguir emprego. Assim, o trabalho por conta própria ou por conta de outrem nem sempre é uma escolha pessoal. As condições sociais como a pobreza, o elevado desemprego e a insatisfação generalizada são exemplos de fatores negativos que podem levar as pessoas a iniciar um negócio para o seu próprio sustento. A fim de compreender as opções e motivações dos alunos quanto ao seu futuro profissional, foram colocadas questões sobre aspetos positivos do trabalho por conta de outrem *versus* trabalho por conta própria, como escolha de carreira (Figura 9 e 10).

A Figura 9 revela os fundamentos dos alunos para valorizar o trabalho por conta de outrem como escolha de carreira. À semelhança do estudo de Silva, Gonçalves e Figueira (2014), a maioria dos inquiridos valoriza a estabilidade e segurança profissional e salarial (68%), menor risco (61%), benefícios associados à segurança social (54%) do trabalho por conta de outrem. Grande parte dos alunos aponta a sobrecarga de tarefas inerentes ao trabalho por conta própria (62%) e a falta de uma ideia empreendedora (54%). Os aspetos menos valorizados foram a burocracia (46%); a falta de capital inicial (46%); a severidade e/ou irreversibilidade da decisão (44%); a falta de conhecimento e/ou de familiaridade relativamente ao autoemprego (34%); e, considerar o trabalho por conta de outrem como a opção de carreira mais viável para o futuro (25%).

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

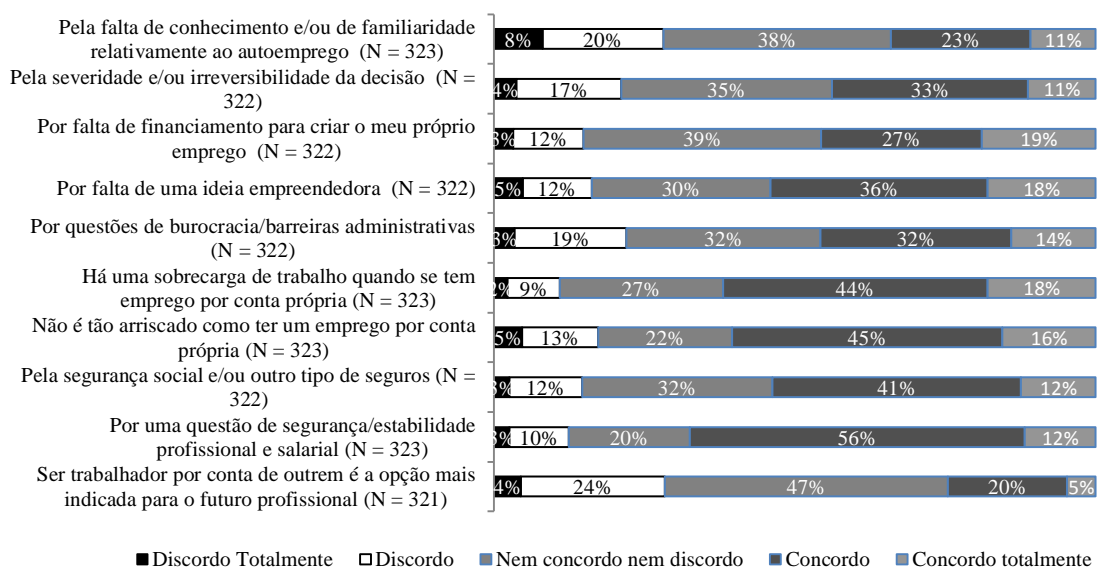


Figura 9 – Razões dos alunos para trabalhar por conta de outrem

A Figura 10 apresenta as razões dos alunos, no que diz respeito ao empreendedorismo como escolha de carreira. A grande maioria dos inquiridos (mais de 3/4) aponta a independência e realização pessoal. Cerca de 2/3 considera o trabalho por conta própria mais interessante e prestigiante, com melhores perspetivas de remuneração e uma opção de carreira profissional perfeitamente normal. Outras razões relacionadas com as condições reais do mercado de trabalho, como o desemprego e a falta de oportunidades de emprego atrativas, foram consideradas por 1/2 dos inquiridos. Estes resultados são consistentes com os obtidos por Silva, Gonçalves e Figueira (2014) quanto ao grau de realização pessoal (59%). Finalmente, ter uma boa ideia de negócio (45%); não exigir a adaptação a um ambiente clássico de trabalho (41%); considerar o empreendedorismo como uma opção de carreira adequada (38%); e, ter amigos/familiares empreendedores (25%), foram as razões com as quais os alunos menos concordaram.

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

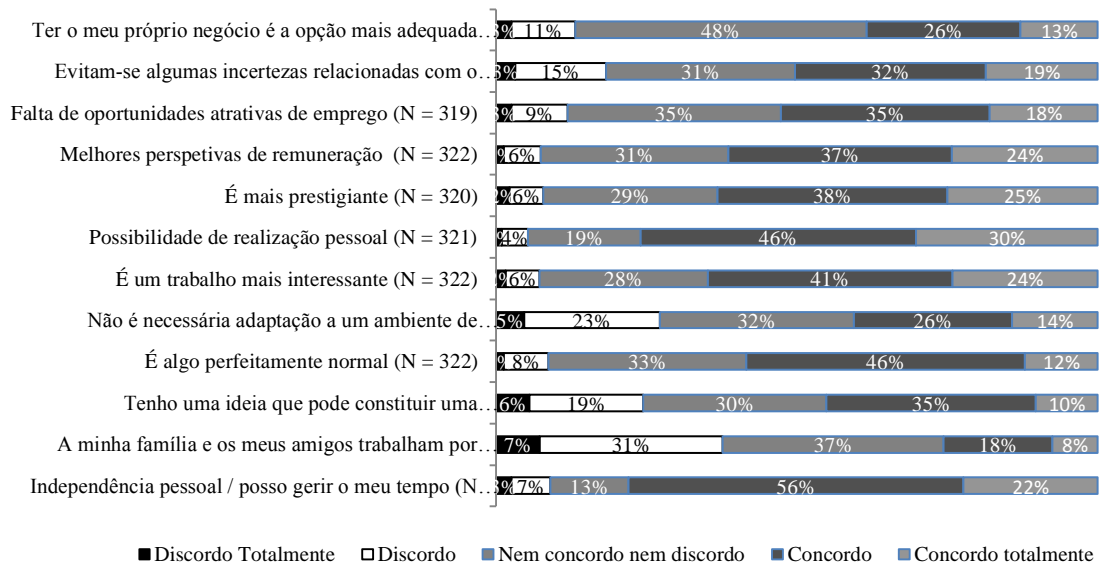


Figura 10 – Razões dos alunos para trabalhar por conta própria

A possibilidade de combinar o trabalho por conta de outrem com o trabalho por conta própria pode reduzir o risco inerente à propriedade da empresa e apresentar uma oportunidade para complementar o rendimento dos indivíduos. Quando confrontados com esta opção, quase 3/4 dos estudantes consideraram a possibilidade de conciliar o trabalho por conta de outrem com o trabalho por conta própria. Para além disso, o número de estudantes que optam por trabalhar a tempo integral é quatro vezes maior do que o número de estudantes que preferem trabalhar por conta de outrem a tempo integral (Figura 11). Contrariamente, no estudo de Silva, Gonçalves e Figueira (2014), 48% dos inquiridos desejava trabalhar por conta própria (o que é mais do dobro) e 46% pretendiam vir a trabalhar por conta de outrem.

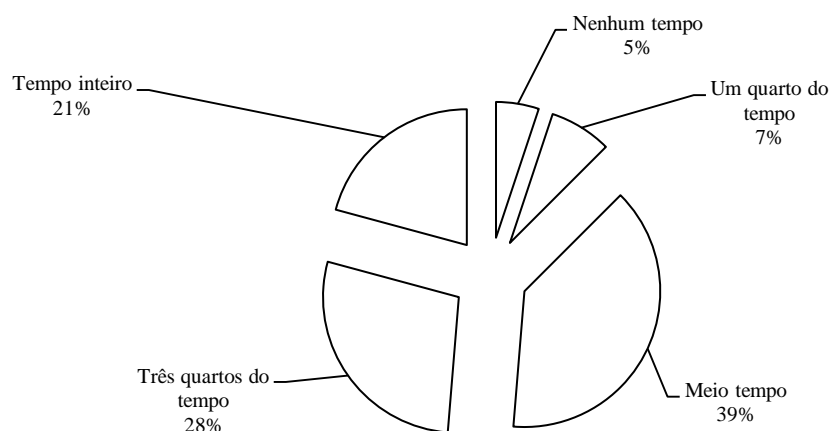


Figura 11 – Preferências dos alunos quanto à proporção do tempo de trabalho por conta própria (N = 312)

As tradições culturais da sociedade portuguesa conferem autoridade aos pais e, assim, influenciam a pró-atividade dos jovens e limitam o seu apelo à autorrealização. Tais tradições culturais, associadas à atual crise económica, aumentam a dependência dos jovens relativamente aos pais e às instituições. De um modo geral, os estudantes portugueses não têm experiência de trabalho na escolaridade, pelo que não adquiriram competências empreendedoras através do trabalho. Por outro lado, a sociedade, os pais e os jovens dependem de instituições, como as instituições de ensino, para cuidar da carreira empreendedora jovem, por meio da educação e formação e dos apoios institucionais, como as incubadoras de empresas. Este ponto de vista reflete-se nas respostas dos alunos sobre os incentivos que a instituição de ensino deve oferecer para aumentar a capacidade empreendedora dos alunos (Figura 12). Os inquiridos mostraram ser pouco pró-ativos e muito exigentes quanto ao papel do IPB no fomento do empreendedorismo dos alunos, já que todos os esquemas de incentivo ao empreendedorismo registaram taxas de concordância acima de 65% o que, em alguns casos, é até inconsistente. De facto, não deve ser o papel do IPB identificar oportunidades de mercado para que os alunos iniciem os seus próprios negócios (75%), conceder aos alunos os recursos financeiros necessários para fazê-lo (71%) ou fornecer projetos de trabalho sobre empreendedorismo (66%).

Por outro lado, os estudantes desconhecem os apoios institucionais, como a incubadora de empresas do IPB, cursos e prémios de empreendedorismo e outros, oferecidos pelo IPB para atrair estudantes para o empreendedorismo. Os inquiridos consideram que a instituição deve facilitar a rede de contactos para os alunos que iniciam um negócio (79%); promover a interação entre alunos empreendedores (79%); e, permitir o uso das suas instalações por empresas geridas por alunos (70%). Para além disso, a instituição deve: contribuir mais ativamente para sensibilizar os estudantes sobre o empreendedorismo como uma possível escolha de carreira (67%); criar cursos de licenciatura ou mestrado (67%); e, organizar conferências, palestras e *workshops* sobre empreendedorismo (70%). Esses incentivos são já, atualmente, oferecidos a estudantes e ex-alunos do IPB.

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

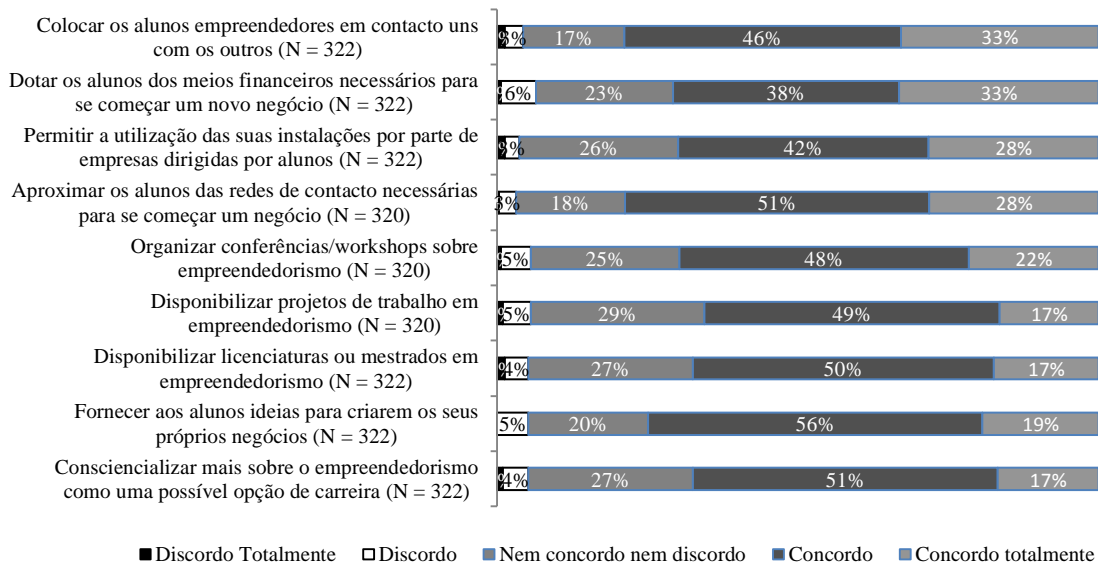


Figura 12 – Preferências dos alunos quanto aos incentivos ao empreendedorismo disponibilizados pela instituição de ensino

Estes resultados são consistentes com o estudo de Silva, Gonçalves e Figueira (2014), no qual os alunos valorizavam mais: a organização de conferências e *workshops* sobre empreendedorismo; a realização de encontros entre empreendedores e mentores; a inclusão da unidade curricular de empreendedorismo como opção nas licenciaturas; e, a oferta de cursos intensivos de empreendedorismo.

5. CONCLUSÕES

O presente estudo tem como objetivo compreender as percepções e atitudes dos estudantes de uma instituição pública de ensino superior localizada no nordeste de Portugal, relativamente à criação de novas empresas e ao empreendedorismo. Trata-se de alunos que não criaram o seu próprio negócio e possuem fraca ou nula experiência profissional, o que facilmente se justifica, pelo facto de a maioria ser muito jovem, encontrando-se a frequentar o 2º ano de uma licenciatura. Apesar disso, imaginam-se a criar a sua própria empresa, tendo alguns estudantes implementado um negócio, cujas necessidades de financiamento oscilaram entre 5 000 e 30 000 euros.

Para os alunos inquiridos, o empreendedorismo contribui para a criação e o crescimento de emprego, revela o potencial do indivíduo, é fundamental para a competitividade da economia e contribui para a inovação e progresso tecnológico. Por seu turno, o empreendedor é alguém que tem a capacidade de perceber o potencial de uma ideia, tem

paixão, entusiasmo, iniciativa e persistência e está disposto a correr riscos no intuito de colocar uma nova ideia em prática.

Os resultados desta investigação evidenciaram algumas deficiências ao nível das competências necessárias para os alunos se tornarem empreendedores, nomeadamente, ao nível das técnicas necessárias para efetuar estudos de mercado; na criação de um plano e conceito de negócio; e, como o financiar. O estudo demonstra a generalizada desigualdade de género na sociedade portuguesa e, em particular, a disparidade de género prevalente na área empresarial. Foi revelado grande otimismo por parte dos alunos no que diz respeito à taxa de sobrevivência das *startups*. Apesar disso, as atitudes e comportamentos dos estudantes não favorecem o empreendedorismo. De facto, os alunos não têm o hábito de ler livros/artigos sobre empreendedorismo e inovação; não participam em eventos sobre empreendedorismo e/ou inovação; e, não trabalharam por conta própria na adolescência. Efetivamente, os alunos apresentam fraca pró-atividade e não têm conhecimento dos estímulos que a instituição lhes oferece para aumentar a sua capacidade empreendedora. De facto, existe uma incubadora de empresas na instituição, no âmbito da qual, as instalações estão ao dispor das empresas criadas pelos alunos. Os interessados poderão ainda contar com o Núcleo de Empreendedorismo que, no âmbito do Programa *Poliempreende*, possui um plano de formação que engloba os seguintes módulos: perfil do empreendedor, investigação e desenvolvimento (inovação), desenho de negócio, plano de negócio e investimentos, estudos de mercado e oportunidades de negócio, marketing, economia da empresa, modelos de financiamento às empresas, *software* de apoio à gestão e formalidades das empresas. O programa *Poliempreende* oferece um prémio anual aos melhores planos de negócios dos alunos.

Apesar do otimismo demonstrado e do interesse manifestado por alguns alunos em criar a sua empresa, deparam-se com um primeiro obstáculo que criam a si próprios – a inércia. Efetivamente, falta-lhes a pró-atividade característica dos empreendedores. Este facto ficou bem patente quando reivindicam da instituição estímulos que devem ser seus, nomeadamente, dotar os alunos dos meios financeiros necessários para criar um novo negócio, fornecer ideias aos alunos para criar os seus negócios ou disponibilizar projetos de trabalho em empreendedorismo. No entanto, a instituição pode responder a algumas reivindicações, designadamente, introduzir a unidade curricular de

empreendedorismo nos planos curriculares das licenciaturas e mestrados das diversas unidades orgânicas que fazem parte do IPB ou, de forma mais ambiciosa, disponibilizar licenciaturas ou mestrados em empreendedorismo; organizar conferências, palestras e *workshops* sobre empreendedorismo, contribuindo assim, de forma mais ativa, para consciencializar os alunos sobre o empreendedorismo como uma possível opção de carreira; e, finalmente, aproximar os alunos das redes de contacto necessárias para se iniciar um negócio.

Geldhof *et al.* (2014) citado em Schött, Kew e Cheraghi (2015) observam que muitos jovens pretendem tornar-se empresários, mas poucos constituem uma empresa, presumivelmente, devido a formação insuficiente. É, portanto, necessário repensar os modelos de ensino-aprendizagem na educação superior, porque, apesar da manifesta renovação dos currículos dos cursos, o ensino ainda é transmitido como verdade absoluta e irrevogável, limitando o desenvolvimento da capacidade construtiva e criativa dos alunos. Embora as instituições de ensino superior incluam o empreendedorismo nos currículos dos cursos de licenciatura e mestrado, muitas ainda não estão conscientes de como este assunto é crítico para a integração dos estudantes nos negócios e na economia do país. Tendo em conta a falta de informação dos alunos anteriormente referida, a instituição deveria igualmente promover ações de divulgação do Núcleo de Empreendedorismo e da Incubadora de Empresas.

O empreendedorismo social tornou-se cada vez mais importante na comunidade, particularmente, perante os desafios atuais relacionados com o bem-estar e o desenvolvimento económico sustentável em todo o mundo. Por isso, é motivo de preocupação que grande parte dos alunos julgue que os empresários/empreendedores não devam ter em consideração os interesses da sociedade na tomada de decisões.

Duas limitações podem ser identificadas neste estudo. A primeira tem a ver com o facto de a amostra ser acidental o que poderá estar, eventualmente, a enviesar os resultados, uma vez que a amostra poderá não ser representativa da população em estudo. Apesar disso, as conclusões tiradas serão sempre válidas para o grupo de alunos estudado. A segunda limitação prende-se com o facto de o estudo ser transversal e, por essa razão, se tratar de um estudo estático. No entanto, esta limitação é passível de ser superada em investigações futuras que permitam acompanhar a evolução das percepções e atitudes dos alunos, no que diz respeito à criação de novas empresas e ao empreendedorismo.

6. AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por: Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, na sua componente FEDER, através do Programa Operacional Competitividade e Internacionalização (COMPETE 2020) [Projeto nº 006971 (UID/SOC/04011); Referência do Financiamento: POCI-01-0145-FEDER-006971]; e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2013.

7. BIBLIOGRAFIA

Amway Europe, (2014). *Global Entrepreneurship Report 2013 – Encouraging Entrepreneurs – Eliminating the Fear of Failure*. Technische Universität München, GfK Nuremberg.

Dun & Bradstreet (2015). O empreendedorismo em Portugal 2007/2014. *Informa D&B*. 1-4.

Filion, L. J. (1999). Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração*, 34(2), 5-28.

Global Entrepreneurship Monitor (2012) *GEM PORTUGAL 2012 - Estudo sobre o Empreendedorismo*. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa e Sociedade Portuguesa de Inovação.

Global Entrepreneurship Monitor (2013). *GEM Portugal 2004-2013: Uma Década de Empreendedorismo em Portugal*. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa e Sociedade Portuguesa de Inovação.

Hoffmann, A., Larsen, L., Nellemann P., & Michelsen, N. (2005). Quality Assessment of Entrepreneurship Indicators, *FORA Report* vol. 14. Copenhagen, Ministry of Economics and Business Affairs' Division for Economic and Business Research.

INE (2009). *Demografias das Empresas 2004-2007*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

INE (2015). *Inquérito ao Emprego - Estimativas Anuais da População Residente*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.

Kelley, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A., & Kew, P. (2015b). *Special Report Women's Entrepreneurship 2015*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Kelley, D., Singer, S. & Herrington, M. (2015a). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global Report*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Marinha, C., Silva, L., Carreto, M., Terrível, P. & Costa, T. (2014). Empreendedorismo Jovem – Um Olhar sobre Portugal. IFDEP. - Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal Departamento de *Research*

Palma, P. & Silva, R. (2014). Proatividade e Espírito Empreendedor. In Palma, P., Lopes, M. & Bancaleiro, J., *Psicologia para Não Psicólogos: A Gestão à Luz da Psicologia*. Lisboa: Editora RH, 179-198.

Redford, D., Osswald, P., Negrão, M. & Veríssimo, L. (2013). *Uma escola de futuro: empreendedorismo e capacitação dos jovens*. Programa Escolhas. Porto: Universidade Católica Portuguesa

Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e Inovação*, 2ª Edição. Lisboa: Escolar Editora.

Schøtt, T., Kew, P. & Cheraghi, M. (2015). *Future Potential A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015*. London: Global Entrepreneurship Research Association.

Silva, M., Gonçalves, M. & Figueira, J. (2014). Perfil do estudante empreendedor. Coimbra: Universidade de Coimbra.

Empreendedorismo: Percepções, Atitudes e Comportamentos dos Alunos de uma Instituição de Ensino Superior Portuguesa

Vassiliou, A. (2014). European Commission. The Commissioners (2010-2014). Disponível na Internet: <http://ec.europa.eu/archives/commission_2010-2014/vassiliou/index_en.htm> e <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-1224_pt.htm>.