

**PARCERIAS PARA O EMPREENDEDORISMO ENTRE O ENSINO SUPERIOR E O ENSINO SECUNDÁRIO: O CASO DO PROGRAMA *IPS JUNIOR CHALLENGE***

Luísa Carvalho, [luisa.carvalho@esce.ips.pt](mailto:luisa.carvalho@esce.ips.pt), Instituto Politécnico de Setúbal

Teresa Costa, [teresa.costa@esce.ips.pt](mailto:teresa.costa@esce.ips.pt), Instituto Politécnico de Setúbal

Pedro Mares, [pedro.mares@esce.ips.pt](mailto:pedro.mares@esce.ips.pt), Instituto Politécnico de Setúbal

**RESUMO**

A cultura empreendedora poderá alavancar o processo de desenvolvimento económico dos países. Neste sentido, a educação empreendedora não só deve fazer parte das políticas públicas educacionais, como deve ser definitivamente inserida nos programas curriculares do ensino básico ao superior. Este trabalho pretende, em primeiro lugar, enquadrar do ponto de vista teórico a promoção do empreendedorismo no ensino secundário em parceria com o ensino superior, e, em segundo lugar, avaliar a auto percepção dos participantes no programa IPS Junior Challenge, relativamente ao seu perfil empreendedor e analisar os resultados inerentes à sua participação neste programa. Para esse efeito, foi aplicado um inquérito aos 61 estudantes participantes no programa e efetuada uma análise descritiva dos dados, de onde se extraíram um conjunto de conclusões. Desse conjunto de conclusões, salientam-se o impacto positivo do programa analisado, assim como, uma forte percepção das capacidades empreendedoras por parte dos estudantes e da sua crescente percepção da importância do empreendedorismo para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Educação para o empreendedorismo, Ensino superior, Ensino secundário, IPS Junior Challenge

**ABSTRACT**

The entrepreneurial culture can leverage the development process of society and the economy. In this sense, the valuation of entrepreneurial education that contributes greatly to the creation of social and human capital. This paper aims, firstly, to present some theoretical guidelines about entrepreneurship education in different levels of education and second, to evaluate the participants' self-perception in relation to their entrepreneurial profile and analyze the results related to its participation in the program IPS Junior Challenge. For this purpose, a survey was administered to 61 students participating in the program and performed a descriptive analysis of the data from which we extracted a set of conclusions. From this set of findings, we highlight the positive impact of the program analyzed, as well as a strong sense of entrepreneurial skills by students and their

increased awareness of the importance of entrepreneurship for their personal and professional development.

**KEY WORDS:** Entrepreneurship Education; higher education; secondary education; IPS Junior Challenge.

## 1. A IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO PARA A SOCIEDADE E PARA A ECONOMIA

Apesar do esforço de conceptualização em torno do empreendedorismo não ser recente, nos últimos tempos este conceito tem ganho uma importância crescente, parecendo mesmo que se trata de uma solução milagrosa que permite solucionar todos os problemas da economia.

No entanto, o esforço de compreensão do papel do empreendedorismo e do empreendedor na sociedade e na economia, remonta ao no séc. XVIII, e já nesse tempo Cantillon (1759), descrevia os empreendedores como indivíduos capazes de estimular o desenvolvimento económico através de novas e melhores formas de agir. Posteriormente, Joseph Schumpeter (1934) associa o empreendedor ao desenvolvimento económico, à inovação e à exploração de oportunidades. Peter Drucker (1985) caracteriza os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criarem as mudanças. Outros autores como Gartner (1988), sugerem que o estudo do empreendedorismo se debruce sobre o estudo do comportamento das organizações emergentes, enquanto Stevenson e Jarillo (1990) dão um sentido organizacional ao fenómeno e alertam para o facto de muitos estudos de investigação se terem centrado nas causas ou consequências do comportamento empreendedor, e muito poucos sobre o que os empreendedores fazem realmente. Também Chandler (1990) tentou definir a figura do empreendedor, segundo este, os empreendedores podem ser os executivos que decidem a alocação dos recursos disponíveis na empresa, enquanto que, os gestores são responsáveis pela coordenação, avaliação e planeamento dos recursos. Penrose (1995), por sua vez, na sua teoria de crescimento da empresa faz referência aos empreendedores como aqueles indivíduos ou grupos de indivíduos que oferecem serviços empresariais. Ao definir “serviços empresariais” o autor utiliza a interpretação de Schumpeter, relacionando estes serviços com introdução de novas ideias, com a aquisição de novos recursos, com mudanças na organização administrativa das empresas, etc.

Mais recentemente, Kuratko e Hodgetts (2004), referem que o empreendedorismo é um processo dinâmico que vai para além da criação do próprio negócio. O empreendedorismo requer visão, mudança e criação, mas também implica energia e paixão dirigida para a criação e implementação de novas ideias e de soluções criativas.

Reconhecendo-se a importância de um conjunto de características intrínsecas/genéticas do indivíduo, tais como, proatividade, iniciativa, assertividade, forte orientação para resultados e compromisso com os outros, defendidas por McClelland (1961), a tónica atual é a de que estas características e competências que determinam o comportamento empreendedor podem ser aprendidas.

Actualmente, o empreendedorismo pode ter diferentes aplicações, nomeadamente, na criação de um negócio, ou ao nível corporativo, ou na criação de valor social, entre outras.

Assim, torna-se crucial a criação de oferta formativa que promova e facilite a adopção de atitudes empreendedoras que possam promover, não somente novos negócios, mas também desenvolver novas competências, ou seja, promover atitudes intraempreendedoras que transformem as organizações e as tornem mais competitivas.

## **2. A EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO: ENSINO SUPERIOR, SECUNDÁRIO E BÁSICO**

Parece, pois, ser consensual que uma cultura empreendedora constitui umas das mais importantes influências com capacidade para alavancar o processo de desenvolvimento da sociedade e da economia. E, esta é de facto, a grande justificação para a valorização da uma educação empreendedora que contribua fortemente para a criação de capital social e humano. Deve assim, a educação empreendedora não só fazer parte das políticas públicas educacionais, como ser definitivamente inserida nos programas curriculares do ensino básico ao superior.

A educação para o empreendedorismo pode ser integrada na educação básica e secundária de diferentes formas, nomeadamente, através de uma integração transversal no currículo ou pela integração numa disciplina em concreto, e, neste caso pode ainda ser numa disciplina opcional ou extracurricular. A educação para o empreendedorismo no ensino secundário, está ainda muito associada aos cursos tecnológicos que apelam a uma maior aplicação dos conhecimentos.

Contudo, cada vez começa a surgir mais programas que apelam ao desenvolvimento de atitudes empreendedoras nos diversos ramos dos cursos do ensino secundário, sendo reconhecida a importância desta temática na formação geral dos jovens em Portugal. A educação para o empreendedorismo junto dos mais jovens pode contribuir para a aquisição de competências e para o desenvolvimento de atitudes essenciais ao desenvolvimento de um novo negócio. Os cursos de educação para o empreendedorismo podem incluir um conjunto de tópicos, tais como, gestão financeira, recursos humanos, desenvolvimento de novos produtos, criatividade, análise do mercado, plano de negócios, entre outros.

Neste contexto, o objetivo final da educação para o empreendedorismo será providenciar aos estudantes um conjunto de competências e atitudes que lhes permitam atuar ou desenvolver um comportamento empreendedor. De acordo com o modelo de Heinonen e Poikkijoki (2006) os resultados da educação para o empreendedorismo dos mais jovens podem ser medidos considerando três dimensões:

- Atitudes (autoconfiança, iniciativa, tomada de risco, criatividade, capacidade para resolver problemas);
- Conhecimento (conhecimentos técnicos, literacia económica e financeira, conhecimentos de gestão);
- Competências (comunicação, apresentação e transmissão de ideias, trabalho em equipa, capacidade de explorar oportunidades nos vários estádios do processo empreendedor, nomeadamente, avaliação da oportunidade, implementação e plano de negócios)

A União Europeia tem promovido o empreendedorismo como fator chave da competitividade e já em 2002, a Comissão Europeia reforçava não somente a promoção da aquisição de conhecimentos técnicos e formação profissional, mas também o estímulo ao espírito empresarial e a ambição de se tornar um empreendedor.

A educação para o empreendedorismo tem sido um investimento em muitos países europeus, e segundo um novo relatório publicado pela Comissão Europeia, em oito países (Dinamarca, Estónia, Lituânia, Países Baixos, Suécia, Noruega, País de Gales e Bélgica, na Flandres) foram já lançadas estratégias específicas para promover a educação para o empreendedorismo, e noutros 13 (Áustria, Bulgária, República Checa, Finlândia, Grécia, Hungria, Islândia, Liechtenstein, Polónia, Eslováquia, Eslovénia, Espanha e Turquia) já se incluem estes estudos nas estratégias nacionais no que respeita à aprendizagem ao longo da vida, ou à juventude ou ao crescimento. Segundo este relatório da Comissão Europeia (2012), metade dos países europeus está envolvida em profundas reformas no sector do ensino, onde o reforço da educação para o empreendedorismo é notório. De acordo com o mesmo estudo, no ensino secundário a educação para o empreendedorismo está integrada em mais de metade dos países nos cursos ligados à economia e gestão e educação. Contudo, em poucos países esta disciplina é obrigatória no currículo. Apenas a Lituânia, a Polónia, a Eslovénia e a Suécia incluem como obrigatória a disciplina de empreendedorismo nas áreas curriculares da matemática, ciências, tecnologia e TIC.

O mesmo relatório refere a importância do papel do ensino superior no que concerne à educação para o empreendedorismo, apresentando um conjunto de dados que comprovam a existência de unidades curriculares e iniciativas curriculares e extracurriculares que têm como objectivo educar e promover uma cultura empreendedora nos estudantes do ensino superior. De entre as iniciativas extracurriculares, salientam-se os estágios, visitas a pequenos negócios, simulações em computadores, conferências, seminários, concursos de planos de negócios, entre outras. Em termos de conteúdos curriculares, o leque de temas é variado, nomeadamente, a identificação e avaliação de oportunidades, o desenvolvimento de plano de negócios, a análise de mercados, a criação e registo de empresas, o financiamento privado ou público para a criação de empresas, a gestão financeira, *networking*, marketing, a avaliação de iniciativas / projectos de fomento de empreendedorismo, internacionalização, competências em difusão de conhecimento, registo de patentes, optimização de processos, controlo e prevenção de falências.

No caso de Portugal, e de acordo com a Comissão Europeia (2012), entre 2006 e 2009 foi desenvolvido o Projeto Nacional de Educação para o Empreendedorismo (PNEE, 2009), o qual pretendia criar condições para que as escolas desenvolvessem um conjunto de iniciativas conducentes à criação, na sua comunidade educativa, de competências e atitudes que permitissem empreender. Este projeto tinha como objetivo geral contribuir para um trabalho contínuo de desenvolvimento de competências chave nos alunos e para a apropriação social do espírito empreendedor junto das escolas e das comunidades educativas. Pode-se ainda acrescentar que, a educação para o empreendedorismo no ensino secundário em Portugal é explicitamente assumida como transversal nos currículos, e não obrigatória, os principais resultados estão associados à literacia económica e financeira. Para além disso, em Portugal, surgem outras iniciativas de educação para o empreendedorismo, essencialmente promovidas pelas instituições de ensino superior e por associações que têm dado um grande enfoque ao desenvolvimento do empreendedorismo através da oferta de cursos de curta e média duração com uma grande componente prática.

No entanto, de acordo com o Guia de Empreendedorismo (2007), o papel da educação em empreendedorismo não deveria ser desempenhado pelas instituições de ensino superior mas pelas escolas do ensino básico e secundário, onde deveriam ser transmitidos aos jovens em fase inicial da sua educação um conjunto de conceitos de empreendedorismo, sensibilizando-os para uma recompensadora carreira empreendedora. Parece-nos assim importante que exista uma articulação entre o ensino do empreendedorismo no ensino superior e ensino secundário e básico. Para isso será crucial que se definam os objectivos, competências e actuações para cada nível de ensino, promovendo-se o *networking* entre as várias instituições de ensino e outras organizações parceiras.

### **3. IPS JUNIOR CHALLENGE**

O IPS Junior Challenge é um concurso anual, organizado pelo Instituto Politécnico de Setúbal, tendo sido realizada a sua primeira edição no ano de 2012. Os trabalhos desenvolvidos no âmbito deste concurso foram apresentados em Maio do mesmo ano. Face à crescente importância da necessidade de aproximação entre as instituições de ensino superior e ensino secundário, assim como entre alunos e a realidade empresarial, o IPS Junior Challenge tem como objectivo promover o espírito empreendedor dos estudantes do ensino secundário e profissional no distrito de Setúbal. Para atingir este objectivo, neste concurso procura-se despertar os estudantes para a análise de oportunidades de negócio e para a criação de projectos inovadores na região, estimulando a sua criatividade e capacidade de trabalho em equipa, preparando-os, deste modo, para uma melhor capacidade de raciocínio e de trabalho que irão encontrar no ensino superior.

Relativamente à primeira edição do concurso, todos os grupos participantes tiveram a possibilidade de realizar um *workshop* intitulado “Introdução ao Empreendedorismo”, ministrado por docentes da Escola Superior de Ciência Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal (ESCE/IPS). Este *workshop* procurou dar a conhecer aos estudantes as atitudes e competências necessárias para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora, assim como para a aquisição de conhecimentos nas áreas da gestão e da inovação.

Durante o ano letivo de 2011/2012 o Gabinete de Imagem do IPS (GICOM) visitou todas as escolas secundários do distrito de Setúbal e divulgou o concurso via *email*, *facebook* e página *web* da instituição.

Numa fase inicial foram submetidas 14 ideias a concurso. Na fase seguinte receberam-se 7 trabalhos completos.

De acordo com o regulamento do concurso, lançado em Outubro de 2011, os alunos para se inscreverem no mesmo deveriam submeter uma ideia de negócio inovadora e com um elevado potencial de desenvolvimento na região de Setúbal. A avaliação das ideias de negócio teria em consideração os seguintes critérios:

- a) Originalidade e grau de inovação da ideia;
- b) Criatividade;
- c) Grau de relevância da ideia para a região;
- d) Sustentabilidade do projeto;
- e) Viabilidade económica;
- f) Capacidade de análise e de identificação de oportunidades;

- g) Análise crítica dos fatores de risco;
- h) Capacidade de contornar obstáculos e aspetos negativos;
- i) Definição estratégica;
- j) Estruturação formal da ideia.

No final do concurso, os elementos do grupo vencedor foram premiados com um portátil, sendo, também, atribuídos prémios aos segundos e terceiros classificados.

#### **4. METODOLOGIA**

Um dos objectivos definidos neste artigo consiste na avaliação da auto percepção dos participantes relativamente ao seu perfil empreendedor e analisar os resultados relativos à sua participação no programa IPS Junior Challenge.

De modo a atingir um dos objectivos deste estudo, foi aplicado um questionário a estudantes do ensino secundário e profissional que participaram na 1ª edição do concurso IPS Junior Challenge.

O questionário inclui 3 secções que seguem os objectivos definidos no presente estudo. A primeira recolhe informação sobre os aspectos da amostra em estudo. A segunda, recolhe informação sobre o programa IPS Junior Challenge, e, na última secção é recolhida informação sobre a auto percepção empreendedora dos estudantes que participaram no programa IPS Junior Challenge.

Responderam ao inquérito lançado em Maio de 2012, 61 estudantes, os quais correspondem à população que integrou este projeto. Após a recolha dos dados, procedeu-se à sua análise, a qual será descrita no próximo capítulo.

#### **5. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Da análise dos dados recolhidos através do questionário anteriormente descrito, para uma descrição mais pormenorizada da amostra recorreu-se à estatística descritiva e de conteúdo dos resultados obtidos, na qual se pretendeu, como já foi referido, caracterizar a amostra e, por outro lado, avaliar a auto percepção empreendedora dos participantes e analisar os resultados relacionados com a sua participação no programa IPS Junior Challenge.

Após a descrição da amostra, procedeu-se às correlações entre as variáveis relativas às capacidades empreendedoras dos inquiridos e algumas variáveis consideradas relevantes para a promoção do empreendedorismo, utilizando o coeficiente de correlação de Kendall. O coeficiente de correlação de Kendall observa o grau de associatividade entre as variáveis que serão estudadas numa escala absoluta de [-1,1] e é utilizada em casos onde as variáveis são ordinais. Para efeitos de análise e tratamento estatístico dos dados, foi utilizado o programa de *software* SPSS “*Statistical Package for Social Sciences*”.

## 5.1. Caracterização da amostra

Como foi referido anteriormente, neste estudo participaram 61 estudantes que participaram no IPS Junior Challenge, oriundos de escolas secundárias e profissionais do distrito de Setúbal. Através do quadro 1 podemos verificar que do total da amostra, 38 são do género masculino, enquanto 23 são do género feminino, representando, respectivamente, 63% e 37% do total da amostra.

Quadro 1 – Frequências relativas ao género

Variável	Frequência	Percentagem
Género		
Masculino	38	62,3%
Feminino	23	37,7%
Total	61	100%

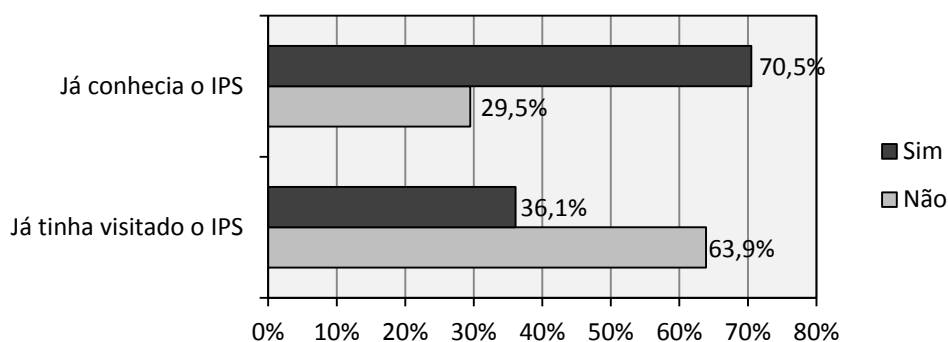
Ao efectuarmos uma análise sobre a idade dos inquiridos (quadro 2), verificamos que a maioria dos estudantes (54) tem uma idade compreendida entre 16 a 20 anos de idade, sendo que o número de estudantes com idades compreendidas nos outros intervalos de idade é pouco significativo.

Quadro 2 – Frequências relativas aos anos de idade

Idade	Frequência
Até 15 anos	2
De 16 a 20 anos	54
De 21 a 25 anos	4
Mais de 26 anos	1

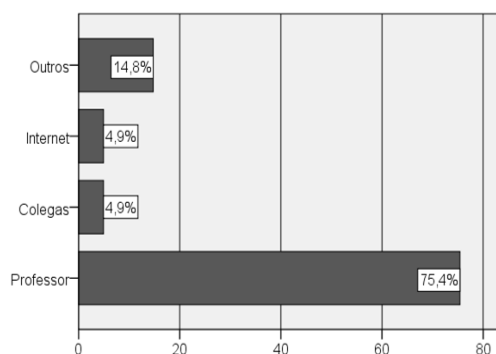
Como já foi referido, programa foi divulgado em todas as escolas secundárias do distrito de Setúbal, pelo IPS durante o início do ano de 2012. Deste modo, procurou-se compreender como é que os estudantes tinham tido conhecimento do mesmo, e em que medida já tinham ouvido falar sobre o IPS. Relativamente ao facto dos estudantes inquiridos terem conhecimento sobre o IPS, como se pode verificar na figura 1, a maioria dos inquiridos (70,5%) indicaram que conheciam o IPS, enquanto que 29,5% indicaram que não conheciam o IPS antes de participar no programa Junior Challenge. Por outro lado, 63,9% dos inquiridos não tinham visitado o IPS, enquanto que apenas 36% dos inquiridos mencionaram já ter visitado.

Figura 1 – Conhecimento do IPS



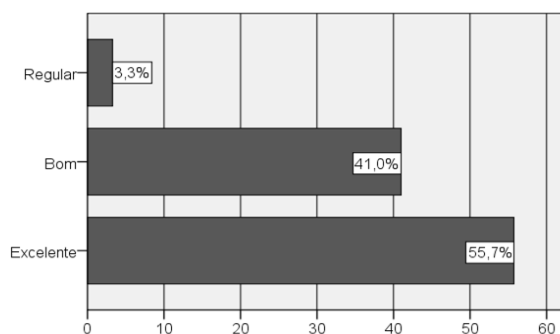
Em relação ao programa IPS Junior Challenge, verificou-se que os professores tiveram um papel preponderante na divulgação do programa aos alunos. Como se pode observar na figura 2, a maioria dos estudantes inquiridos (75,4%) tiveram conhecimento do programa através dos seus professores, enquanto que uma pequena percentagem de inquiridos teve conhecimento do programa através dos colegas e da Internet (4,9% cada).

**Figura 2 – Como teve conhecimento da iniciativa IPS Junior Challenge**



No que diz respeito à opinião dos estudantes sobre esta iniciativa, deve-se destacar que cerca de 97% dos inquiridos considerou a iniciativa na escala com a avaliação qualitativa de “Excelente” ou “Bom”, sendo que apenas 3,3% indicou que a sua opinião era “Regular” e, por outro lado, deve-se salientar o facto de nenhum estudante ter uma opinião negativa sobre esta iniciativa.

**Figura 3 – Opinião sobre a iniciativa IPS Junior Challenge**



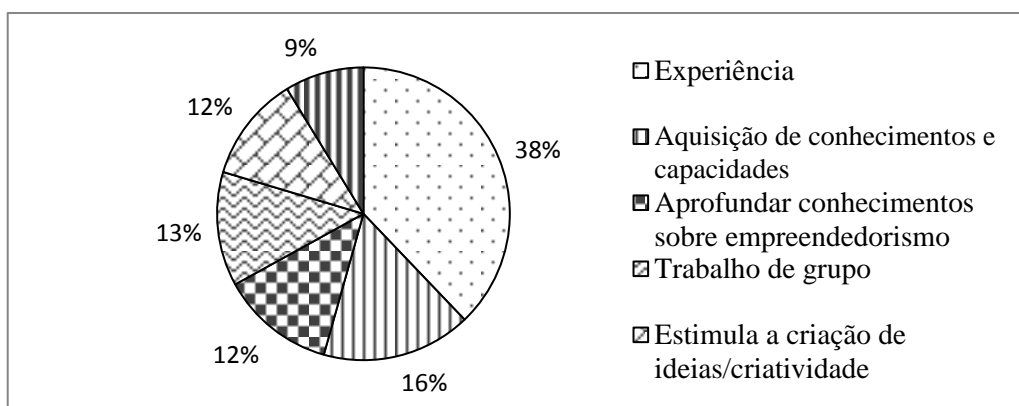
## 5.2. Pistas para o futuro

Um dos objectivos delineados neste estudo incidia sobre a análise dos resultados inerentes à participação dos estudantes no programa IPS Junior Challenge, pelo que os participantes foram inquiridos sobre os aspectos positivos do programa e sobre aqueles que poderiam ser melhorados nas edições futuras do programa.

Em relação aos aspectos positivos decorrentes da participação no programa, segundo os inquiridos, os principais aspectos positivos do programa foram a experiência proporcionada e a aquisição de conhecimentos.

Por outro lado, o programa possibilitou aos estudantes aprofundar os conhecimentos sobre o empreendedorismo, assim como estimular a criação de ideias e a possibilidade de trabalhar em grupo.

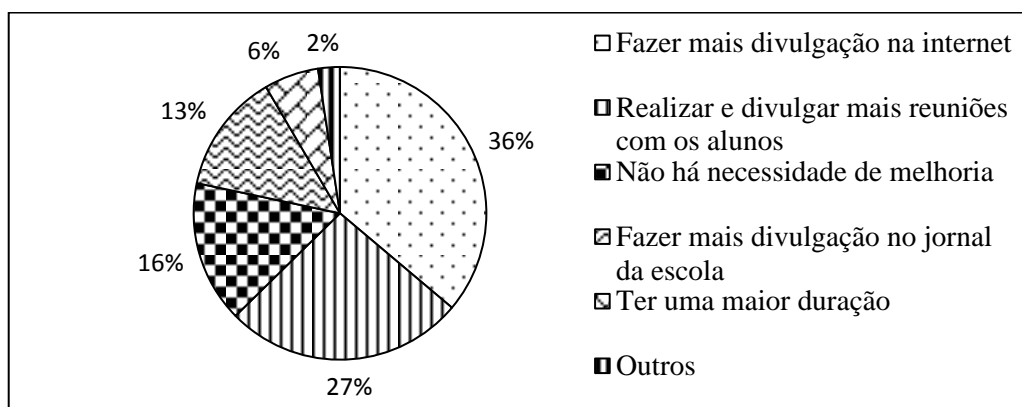
**Figura 4 – Aspectos positivos**



Para além dos aspectos positivos decorrentes da sua participação, os estudantes foram questionados sobre os aspectos a melhorar no programa IPS Junior Challenge. Como podemos observar na figura 4, uma percentagem significativa de estudantes sugere que deverá ser realizada mais divulgação do programa na Internet e realizar/divulgar mais reuniões com os alunos. Outros aspectos apontados, com menor percentagem mas considerados importantes, foram a necessidade de fazer mais divulgação do programa no jornal da escola e que o programa tivesse uma maior duração.

Importa salientar que dentro dos aspectos a melhorar indicados, 16% referem-se ao facto dos inquiridos considerarem que não há necessidade de melhorar nenhum aspecto no programa IPS Junior Challenge.

**Figura 4 – Aspectos a melhorar**



### 5.3. Auto percepção das capacidades empreendedoras dos estudantes

De acordo com a literatura existente, existem várias capacidades que são consideradas importantes para um empreendedor, sendo que algumas são consideradas mais importantes em relação a outras, como é o caso da capacidade de liderança, de inovar, de assumir riscos e de comunicar.

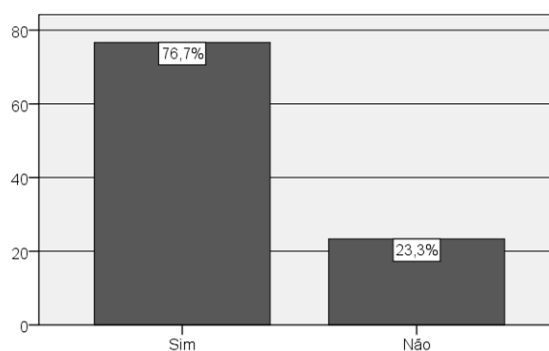
Neste estudo foram analisadas as capacidades de inovar, trabalhar em equipa e de comunicar dos estudantes, assim como a sua percepção quanto ao seu espírito empreendedor.

Quanto à auto percepção das características empreendedoras dos estudantes que participaram no IPS Junior Challenge, estes revelaram possuir espírito empreendedor. Assim, 76,7% dos inquiridos consideram ter espírito empreendedor (figura 5). Este grupo de estudantes dá especial destaque ao seguinte:

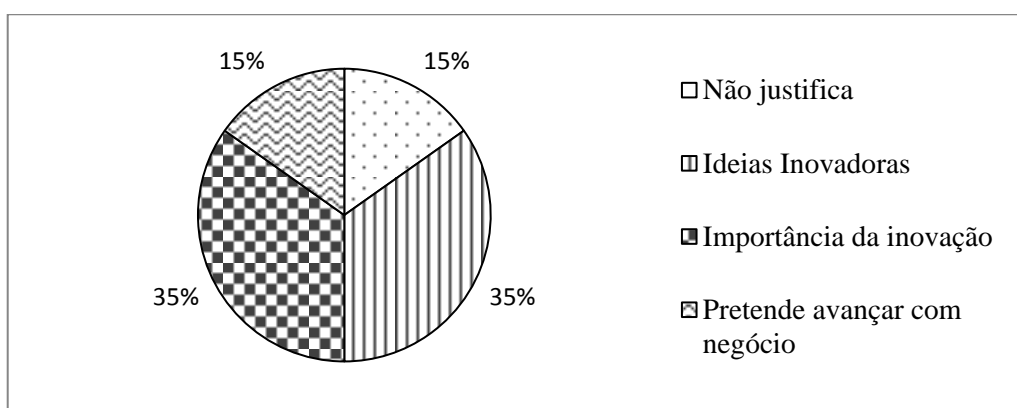
- Capacidade de terem ideias inovadoras (35%), ao facto da inovação ser muito importante na promoção do espírito empreendedor (35%) e a intenção de pretender avançar, no futuro, com um negócio (15%), considerando-os como factores cruciais para possuírem um espírito empreendedor (figura 6).

Por outro lado, os inquiridos que consideram não possuir espírito empreendedor, apresentam como principal razão a falta de espírito criativo (50%), seguindo-se a aversão ao risco (22%), o facto de não pretender abrir um negócio (14%) e à falta de recursos financeiros (7%) como sendo os outros factores que justificam a ausência de espírito empreendedor destes inquiridos (ver figura 7).

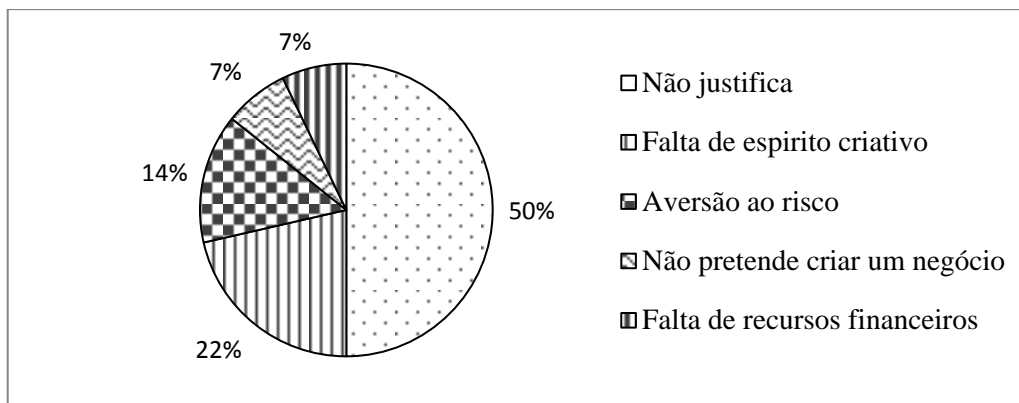
**Figura 5 – Considera-se um jovem com espírito empreendedor**



**Figura 6 – Jovem com espírito empreendedor**



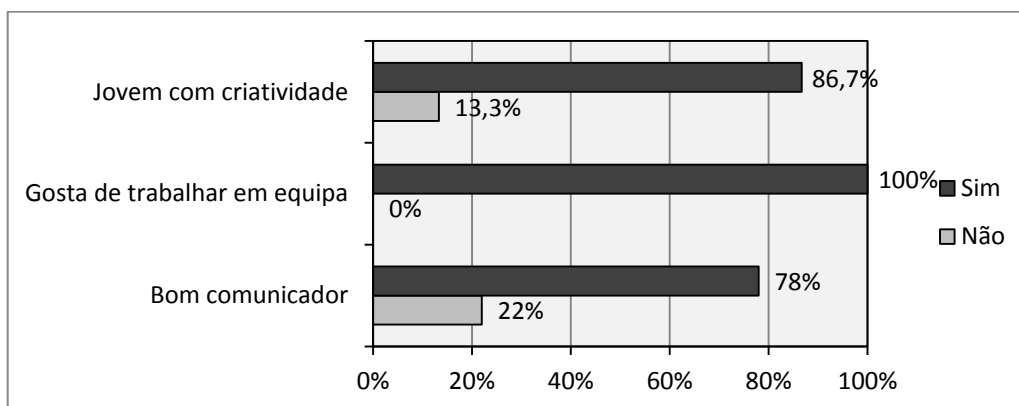
**Figura 7 – Jovem sem espírito empreendedor**



Dentro da vertente da auto percepção empreendedora, como foi indicado anteriormente, os estudantes foram questionados sobre a sua percepção de possuírem três capacidades empreendedoras, sendo elas a capacidade criativa, de trabalho em equipa e de comunicação.

Em relação à percepção dos inquiridos na sua capacidade criativa, como se pode verificar na figura 8, a maioria dos inquiridos (86,7%) considera possuir esta capacidade empreendedora.

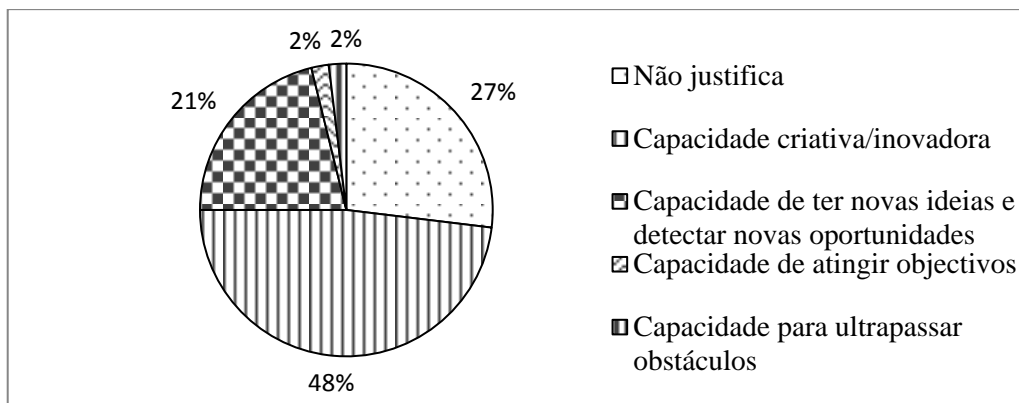
**Figura 8 – Capacidades empreendedoras**



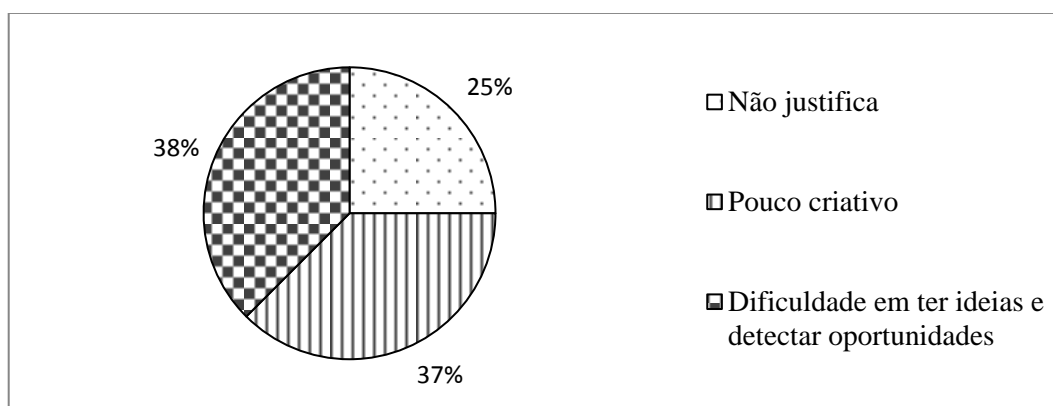
Como se pode observar na figura 9, os estudantes que afirmaram serem criativos, apresentaram como principais argumentos a sua capacidade criativa/inovadora e a sua capacidade em ter novas ideias e detectar oportunidades de negócio.

Por seu lado, os estudantes que indicaram não possuírem esta capacidade, apontaram como principais razões a falta de criatividade e a dificuldade em ter ideias e detectar oportunidades de negócio (figura 10).

**Figura 9 – Jovem com criatividade**



**Figura 10 – Jovem sem criatividade**



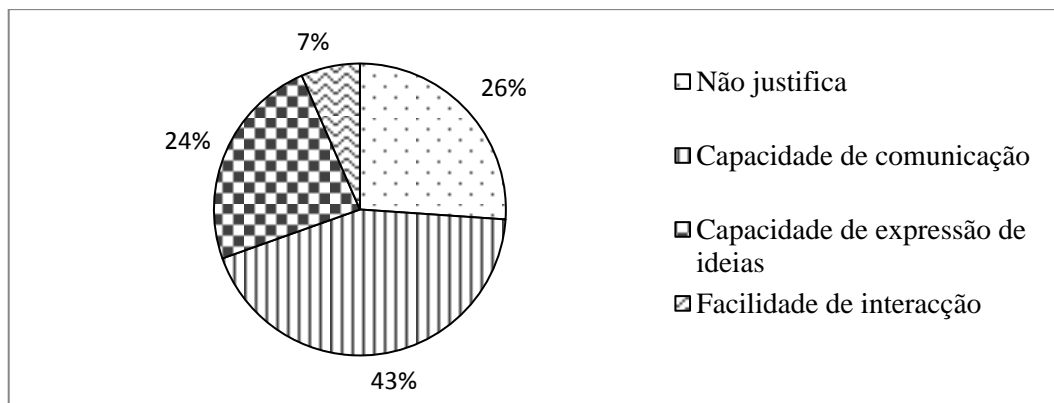
Quanto à capacidade de trabalhar em grupo, todos os inquiridos indicaram que gostam de trabalhar em equipa.

No que concerne à capacidade de comunicar, verifica-se igualmente uma elevada percentagem de inquiridos que consideram possuir esta capacidade.

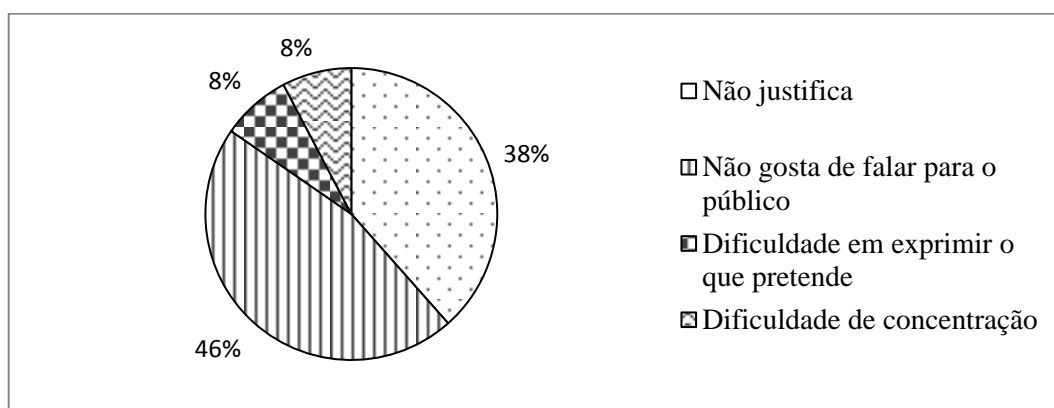
Relativamente a estes resultados, os estudantes que consideram possuir uma boa capacidade de comunicação apresentaram como principais argumentos (figura 11) possuírem uma boa capacidade de comunicação (43%) e de expressão de ideias (24%).

Por outro lado, dos 22% de estudantes que consideram não ser bons comunicadores, indicaram como principais argumentos o facto de não gostarem de falar para o público e terem dificuldade em concentrarem-se e de se exprimirem (figura 12).

**Figura 11 – Boa capacidade de comunicação**



**Figura 12 – Má capacidade de comunicação**

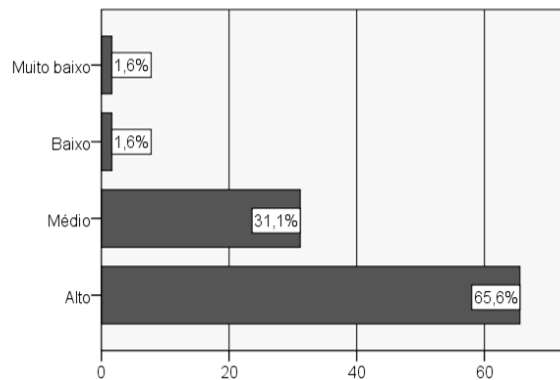


### 5.3.1. O papel do empreendedorismo no desenvolvimento pessoal/profissional

Face à crescente importância do empreendedorismo como factor impulsionador do crescimento económico, procurou-se analisar a opinião dos estudantes sobre o papel do empreendedorismo no seu desenvolvimento pessoal e profissional.

Deste modo, como podemos observar na figura 13, a maioria dos inquiridos considera que o empreendedorismo tem um elevado grau de importância, destacando-se, por outro lado, a existência de apenas 3,2% dos inquiridos a considerar que a sua importância é baixa ou muito baixa para o seu desenvolvimento pessoal/profissional.

**Figura 13 – Importância do empreendedorismo no desenvolvimento pessoal/profissional**

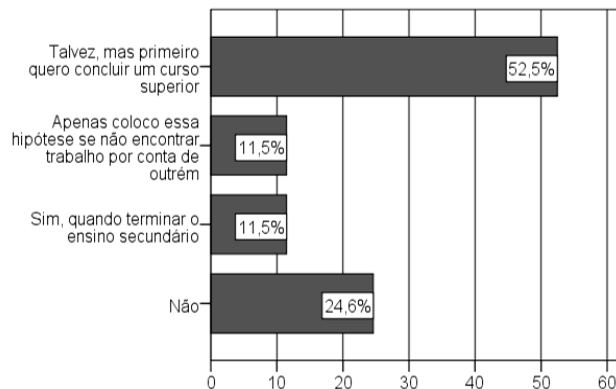


### 5.3.2. Criação do seu próprio emprego

A intenção da criação do próprio emprego pode ser um indicador importante para aferir sobre o perfil empreendedor dos indivíduos, verificando se estes têm uma maior ou menor apetência de assumir riscos.

Relativamente aos resultados obtidos nesta questão, verifica-se uma percentagem relativamente elevada (75,5%) de estudantes que afirmam pretender ou colocar em hipótese a criação do seu próprio negócio (figura 14). A maioria dos estudantes (52,5%) só coloca a hipótese de criarem o seu próprio negócio após a conclusão do curso superior, 11,5% dos estudantes apenas colocam a possibilidade de criar o seu próprio negócio se não encontrarem trabalho por conta de outrem e 11,5% afirma que pondera criar o seu negócio após a conclusão do ensino secundário. De salientar que 24,6% afirma que nunca pensou em criar o seu negócio.

**Figura 14 – Criação do próprio negócio**

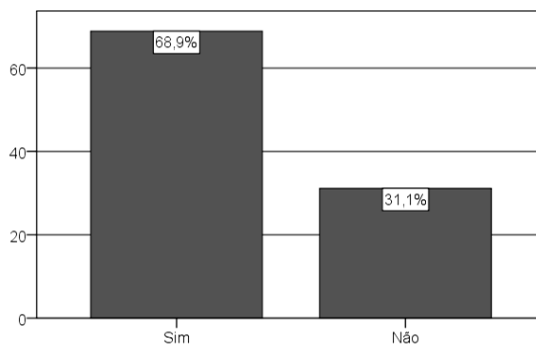


### 5.3.3. Elementos da família ou amigos que tenham um negócio

Na literatura sobre a temática do empreendedorismo, verifica-se que a intenção empreendedora pode ser influenciada pela existência de factores relacionados com os antecedentes familiares, como por exemplo a existência de um empresário na família.

De modo a verificar esta relação, os estudantes foram inquiridos sobre o facto de terem familiares ou amigos com negócios. Como se pode verificar na figura 15, 68,9% dos estudantes afirmam ter familiares ou amigos com negócios. Os resultados obtidos encontram-se em linha com os resultados obtidos quanto à percepção empreendedora dos inquiridos, assim como a intenção de criar o seu próprio emprego. Deste modo, a existência de familiares ou amigos que sejam empresários poderá contribuir para que os inquiridos também coloquem a hipótese de terem o seu próprio negócio.

**Figura 15 – Familiares ou amigos que tenham um negócio**

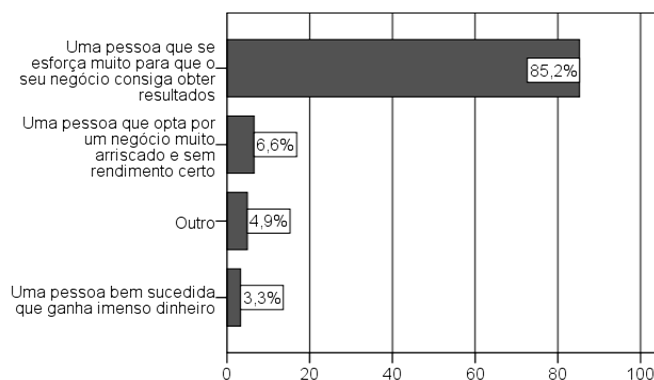


#### 5.3.4. Definição de empresário

Para além da análise dos factores que podem contribuir na intenção empreendedora dos inquiridos, torna-se relevante analisar a sua percepção relativamente à definição de empresário.

Em relação ao que representa para os inquiridos um empresário, foram apresentadas 3 definições, incidindo cada uma a um factor diferente: uma sobre o factor trabalho, ou seja, o empresário é definido como uma pessoa que se esforça muito para que o seu negócio consiga obter bons resultados; uma definição a incidir sobre o factor risco, caracterizando o empresário como uma pessoa que opta por um negócio arriscado; e, por último, uma definição que incide sobre o factor rendimento, na qual define o empresário como uma pessoa bem sucedida e que aufer de um elevado rendimento. Como podemos verificar na Figura 16, a maioria dos estudantes (85,2%) considera que o factor trabalho é aquele que melhor caracteriza o empresário, cerca de 6,6% define o empresário como uma pessoa que opta por um negócio arriscado e sem rendimento certo e apenas 3,3% considera que um empresário é uma pessoa bem sucedida e que ganha muito dinheiro.

**Figura 16 – Definição de empresário**



#### 5.4. Análise de Correlação

Neste estudo, um dos objectivos delineados consiste na análise da existência de correlação entre três características empreendedoras, nomeadamente, entre as capacidades empreendedoras apresentadas no questionário (espírito empreendedor, criatividade, trabalho em equipa e comunicação) assim como entre outras variáveis consideradas relevantes para o espírito empreendedor (importância do empreendedorismo, criação do próprio negócio e da existência de algum familiar ou amigo que tenha criado o seu negócio). Deste modo, para verificar estas correlações foi utilizado o teste de correlação de Kendall, com um nível de significância de 5% (Anexo I).

Através da análise dos resultados obtidos, verificou-se que o “jovem com espírito empreendedor” correlaciona-se positivamente de forma significativa com “jovem com criatividade” (0,361;  $P < 0,01$ ), “grau de importância do empreendedorismo” (0,384;  $P < 0,01$ ). A variável “jovem com criatividade” correlaciona-se positivamente de forma significativa com a variável “bom comunicador” (0,265;  $P < 0,05$ ).

Por outro lado, salienta-se que a variável “criar o seu próprio negócio” correlaciona-se de negativamente de forma significativa com a variável “jovem com espírito empreendedor” (-0,296;  $P < 0,05$ ), “jovem com criatividade” (-0,242;  $P < 0,05$ ) e “grau de importância do empreendedorismo” (-0,411;  $P < 0,01$ ).

## 6. CONCLUSÕES

O presente estudo pretende, em primeiro lugar, enquadrar do ponto de vista teórico a promoção do empreendedorismo no ensino secundário em parceria com o ensino superior, e, em segundo lugar, avaliar a auto percepção dos participantes relativamente ao seu perfil empreendedor e analisar os resultados inerentes à sua participação no programa IPS Junior Challenge. Em termos de revisão de literatura podemos destacar que são ainda incipientes os estudos sobre programas de empreendedorismo no ensino secundário, bem como, são escassos os programas que articulam recursos e parcerias entre o ensino secundário e o superior para a promoção do empreendedorismo, particularmente em Portugal.

Relativamente ao programa IPS Junior Challenge, os resultados do estudo indicaram que a maioria dos inquiridos têm uma opinião positiva sobre o programa, destacando como principais aspectos positivos a experiência proporcionada e a aquisição de novos conhecimentos. Por seu lado, os inquiridos indicaram que os principais aspectos a melhorar neste programa seriam a realização de uma maior divulgação do evento, assim como a possibilidade do programa ter uma maior duração. A análise realizada neste estudo sobre o programa IPS Junior Challenge será preponderante para a melhoria das próximas edições.

Quanto à auto percepção empreendedora dos estudantes participantes no programa IPS Junior Challenge, os resultados do estudo demonstram que no geral, os estudantes consideram ter um espírito empreendedor, considerando-se bons comunicadores e criativos.

No que diz respeito à existência de correlação entre as características empreendedoras analisadas e as variáveis consideradas relevantes para promoção do espírito empreendedor, verificou-se a existência de

correlação positiva entre a variável “jovem com espírito empreendedor” com “jovem com criatividade” e “grau de importância do empreendedorismo”. Por outro lado, a variável “jovem com criatividade” correlaciona-se positivamente com a variável “ bom comunicador”.

Por último, verificou-se que as instituições de ensino superior e do ensino secundário poderão desempenhar um papel preponderante no desenvolvimento do espírito empreendedor dos jovens, assim como a divulgação da importância do empreendedorismo como um importante factor para o seu desenvolvimento pessoal e profissional. Deste modo, o desenvolvimento de programas por parte das diversas instituições de ensino são essenciais para a promoção do empreendedorismo.

Pretende-se no futuro continuar a acompanhar este programa, integrando na análise novas variáveis e afinando o modelo conceptual de modo a que em alguns aspectos se alcancem resultados mais consistentes.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Cantillon, R. (1755): “Essay on the Nature of Commerce” in General, London, Transaction Publishers, 2003. Primeira edição em francês, 1755.
- Chandler, A.D. (1990): “Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism”, *Harvard University Press*.
- Drucker, P. (1985): “Innovation and entrepreneurship”, 1ª ed., New York: Harper Collins
- European Commission. (2012): “Entrepreneurship education at school in europe: national strategies, curricula and learning outcomes”, Educational Audivisual and Culture Executive Agency EACEA para Eurydice and Policy Support. disponível em [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic\\_reports/135EN.pdf](http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf)
- Gartner, W. B. (1988): “Who is an Entrepreneur? Is the wrong question”, *American Small Business Journal*, pp 11-31.
- Heinone, J. e Poikkijoki, S. (2006): “An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?”, *Journal of Management Development*, 25(1), pp 80-94.
- Kuratko, D.F. e Hodgetts, R.M. (2004): “*Entrepreneurship: Theory, Process*”. *Practice*, Mason, OH, South-Western Publishers.
- McClelland, D.C. (1961): “The achieving society”, New York: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Penrose, F., (1999): “The Theory of the Growth of the Firm”, first ed. Basil Blackwell, Oxford, John Wiley and Sons, New York. Second ed., Basil Blackwell, Oxford, 1980.
- Projeto Nacional de Educação para o Empreendedorismo. (2009). disponível em <http://www.dgicd.min-edu.pt/educacaocidadania/index.php?s=directorio&pid=48>
- s.a. (2007): “Guia do Empreendedorismo”, SEDES-Associação para o Desenvolvimento Económico e Social.
- Schumpeter, J. (1934): “The Theory of Economic Development”, *Harvard University Press*.
- Stevenson, H.; Jarillo, C. (1990): “A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management”, *Strategic Management Journal*, 11, pp 17-27.

**ANEXO I – Coeficiente de Correlação de Kendall**

			Espírito empreendedor	Jovem com criatividade	Trabalho em equipa	Bom comunicador	Importância do empreendedorismo	Criar o seu próprio negócio	Familiar ou amigos que tenham um negócio
Kendall's tau_b	Considera-se um jovem com espírito empreendedor	Correlation Coefficient	1,000	,361**	.	,236	,384**	-,296*	-,069
		Sig. (2-tailed)	.	,006	.	,075	,003	,015	,597
		N	60	59	60	58	60	60	60
	Considera-se um jovem com criatividade	Correlation Coefficient		1,000	.	,265*	,241	-,242*	,043
		Sig. (2-tailed)		.	.	,046	,060	,047	,742
		N		60	60	58	60	60	60
	Gosta de trabalhar em equipa	Correlation Coefficient			.	.	.	.	.
		Sig. (2-tailed)			.	.	.	.	.
N				61	59	61	61	61	
Considera-se um bom comunicador	Correlation Coefficient				1,000	,117	-,184	,016	
	Sig. (2-tailed)				.	,364	,134	,901	
	N				59	59	59	59	
Qual o grau de importância do tema do empreendedorismo	Correlation Coefficient			.		1,000	-,411**	-,181	
	Sig. (2-tailed)			.		.	,001	,154	
	N					61	61	61	
Já alguma vez pensou em criar o seu próprio negócio	Correlation Coefficient						1,000	,034	
	Sig. (2-tailed)						.	,779	
	N						61	61	
Na sua família e grupo de amigos conhece alguém que tenha um negócio	Correlation Coefficient							1,000	
	Sig. (2-tailed)							.	
	N							61	

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

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

