

O EMPREENDEDORISMO NO ENSINO SUPERIOR

Carla Patrícia Testas^{*}
Filipa Ramos Moreira[†]

Resumo: *Nas últimas décadas o empreendedorismo tem sido uma temática alvo de interesse académico. Reconhece-se a sua importância pelo facto de ser um forte impulsionador do crescimento económico, por estimular a criação de emprego e de produtos inovadores, por ser um meio de acesso ao mercado de trabalho e por gerar mudanças que podem acarretar melhores condições de vida para os indivíduos e para toda a sociedade. Associada à importância do empreendedorismo, assiste-se ao aumento do número de iniciativas no ensino com vista à promoção do empreendedorismo. Este artigo aborda a história e o conceito de empreendedorismo, bem como o conceito e as características do empreendedor e apresenta ainda alguns motivos que podem levar os indivíduos a empreender no seu percurso profissional. Neste artigo mostra-se também a importância que o ensino tem no desenvolvimento de competências empreendedoras.*

O presente estudo foi realizado no Pólo de Viseu da Universidade Católica Portuguesa e foram inquiridos 348 alunos. Os resultados obtidos permitiram concluir que o sexo não influenciava a criação de empresas e a perceção do futuro profissional dos alunos. Porém, o grau de ensino frequentado estava relacionado com o emprego preferido pelos alunos.

Palavras-chave: empreendedorismo, empreendedor.

^{*}Mestre em Gestão, Especialização em Gestão de Negócios pelo Centro Regional das Beiras da Universidade Católica Portuguesa. Este artigo é parte integrante da sua dissertação de mestrado, realizada sob orientação da Professora Doutora Filipa Ramos Moreira. E-mail: carlatestas@sapo.pt

[†]Departamento de Economia, Gestão e Ciências Sociais – Centro Regional das Beiras da Universidade Católica Portuguesa. E-mail: filiparamosmoreira@gmail.com

ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION

Abstract: *In recent decades entrepreneurship has been a thematic subject of academic interest. Its importance by being a strong driver of economic growth, to stimulate job creation and innovative products is recognized for being a means of access to the labor market and to generate changes that can lead to better living conditions for individuals and for society. Associated with the importance of entrepreneurship, we are seeing an increasing number of initiatives in education to promote entrepreneurship. This article discusses the history and concept of entrepreneurship as well as the concept and the characteristics of the entrepreneur and also presents some reasons that may lead individuals to engage in their professional careers. This article also shows up the importance that education has on the development of entrepreneurial skills.*

The present study was conducted in Viseu pole of the Portuguese Catholic University and 348 students were surveyed. The results showed that gender did not influence the business creation and perception of the professional future of students. However, the level of education attended was related to the preferred employment for students.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur.

INTRODUÇÃO

Neste artigo pretende-se efetuar uma análise histórica e conceptual sobre o conceito de empreendedorismo, assim como, apresentar o conceito e as características do empreendedor. Apresentam-se alguns motivos que levam os indivíduos a se tornarem empreendedores e elucida-se também a importância que o ensino tem na promoção do empreendedorismo.

Começa-se por verificar que apesar dos vários estudos que têm sido realizados sobre o empreendedorismo, ainda não existe consenso acerca do significado do conceito. Porém, confirma-se que o empreendedorismo conduz, por um lado, à criação de novos negócios e, por outro, ao desenvolvimento de negócios já constituídos.

O responsável por todo este processo é o empreendedor. O empreendedor é um indivíduo que está disposto a assumir riscos e, por isso, aproveita as oportunidades de negócio que surgem com vista a integrar-se no mercado e a obter sucesso (Bulut e Sayin, 2010). Contudo, não existem características intrínsecas ao empreendedor uma vez que estas resultam da educação, da cultura e do meio onde está inserido, não sendo por isso inatas (Ferreira, Santos e Serra (2010); Volkmann (2004)).

Ao reconhecer que as competências empreendedoras também resultam da educação evidencia-se a importância que o ensino tem na promoção do empreendedorismo e apresenta-se um programa desenvolvido pelo Ensino Superior que visa estimular a atitude empreendedora dos alunos.

Face ao exposto, o presente estudo teve como objetivo conhecer a propensão empreendedora dos alunos da Universidade Católica Portuguesa – Pólo de Viseu (UCP – PV). Para responder com mais precisão ao objetivo delineado foram identificados dois conjuntos de hipóteses. O primeiro consiste no estudo do perfil empreendedor dos alunos da UCP – PV e o segundo pretende analisar o tipo de emprego eleito pelos alunos.

Este artigo é constituído por duas partes. A primeira refere-se à reflexão teórica e a segunda à investigação empírica. Na parte teórica começa-se por abordar a história e o conceito de empreendedorismo, para de seguida analisar o conceito e as características do empreendedor. Depois, expõe-se alguns motivos que levam ao processo empreendedor e, por fim, mostra-se a importância que o ensino tem no empreendedorismo. Na segunda parte ambiciona-se comprovar empiricamente as constatações teóricas e responder às hipóteses definidas. Para isso, apresenta-se a metodologia adotada e os resultados das hipóteses de investigação e faz-se a sua análise. Por fim, efetua-se uma conclusão.

1. EMPREENDEDORISMO: HISTÓRIA E CONCEITO

Segundo Mars e Rios-Aguilar (2010) os primeiros estudos sobre o empreendedorismo remontam aos séculos XVII e XVIII. Duarte e Esperança (2012) e Sarkar (2010) defendem que o conceito de empreendedorismo já existe há vários anos e tem sido mencionado com significados distintos, porém tornou-se mais conhecido ao longo dos últimos anos.

Apesar do empreendedorismo já ser praticado há muitos séculos, na atualidade é encarado numa perspetiva diferente (Salim & Silva, 2010). No século XX, os economistas Baumol, Kirzner e Schumpeter desenvolveram esta temática como sendo um tema digno de interesse académico e de debate (Mars & Rios-Aguilar, 2010). Contudo, Gartner (2001) e Nazir e Ramzan (2012) referem que o estudo acerca do empreendedorismo tem sido dificultado, dada a inexistência de consenso académico acerca do significado do conceito. Para Sexton e Landstrom (2000) e Sarkar (2010) a investigação acerca do empreendedorismo, com um enquadramento rigoroso e sistemático, só ocorreu no final dos anos 70

e início dos anos 80, apesar dos primeiros cursos de empreendedorismo terem surgido, em 1947 na *Universidade de Harvard*. Gummesson (2002) e Santoro e Chakrabarti (2002) referem ainda que este interesse se deveu à ocorrência de diferentes mudanças de cariz económico, designadamente, a globalização e a aceleração do desenvolvimento tecnológico. Estas mudanças para Sigauw, Baker e Simpson (2003) acarretaram uma célere competição entre o tecido empresarial. Desta forma, as empresas necessitaram de se adaptar às mudanças e tiveram de desenvolver produtos e serviços inovadores.

Para Nazir e Ramzan (2012) o conceito de empreendedorismo atualmente é visto como algo que gera inovação e que acarreta risco. Heinonen e Poikkijoki (2006) expõem alguns dos atributos do empreendedorismo, nomeadamente, vêem-no como uma abordagem inovadora para a resolução de problemas, que fomenta o desenvolvimento da mudança, a autoconfiança e a criatividade, sendo estas características imprescindíveis para o progresso económico.

De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor* (2010) o empreendedorismo compreende a criação de novos negócios e o desenvolvimento de novas oportunidades em empresas já constituídas. Encontra-se no centro da política económica e industrial devido ao seu contributo para a criação de uma cultura empresarial dinâmica, onde as empresas pretendem prosperar na cadeia de valor e num ambiente económico global. O empreendedorismo é definido como qualquer tentativa de constituição de um novo negócio, de um emprego próprio, de uma nova organização empresarial ou o desenvolvimento de um negócio já estabelecido, por parte de um indivíduo, de um grupo, ou de negócios já constituídos. Após abordar o conceito de empreendedorismo torna-se pertinente falar do indivíduo responsável por todo este processo, o empreendedor. De seguida, define-se o seu conceito e aclara-se as suas principais características.

2. O EMPREENDEDOR

2.1. Conceito Empreendedor

Para Ferreira, Santos e Serra (2010) o conceito de empreendedor é complexo uma vez que é necessário ter vários elementos em consideração. Já Bucha (2009) refere que é um conceito histórico-cultural, o qual deve ser estudado numa perspetiva multidimensional. Sarkar (2010) vem

confirmar esta opinião ao referir que os académicos ainda se encontram a debater acerca do que define um empreendedor.

Para Bucha (2009) o conceito de empreendedor deriva do francês *entrepreneur*, o que significa assumir riscos e iniciar algo novo. O empreendedor é um indivíduo que assume riscos uma vez que enfrenta situações ambíguas de uma forma otimista e procura encará-las como sendo uma possibilidade de negócio. Perante uma situação de insucesso o empreendedor não a encara como sendo uma derrota, pois torna-a numa forma de aprendizagem e procura distintas formas de motivação para poder investigar novas oportunidades de negócio. Os empreendedores são antecipados e procuram constantemente novas soluções e produtos, introduzem métodos de produção inovadores, adotam e implementam estratégias competitivas, lideram empresas e conduzem as suas equipas a trabalhar em prol da empresa. Desta forma, o empreendedor é aquele que é capaz de conceber, de pôr em prática e de estimular os que o acompanham, com uma atitude de desafio permanente e de vontade de superação da indiferença (Duarte & Esperança, 2012).

O empreendedor ausculta o mercado mas vê para além dele as oportunidades e decifra as necessidades, de onde retira ideias para o seu negócio. O que o distingue é a necessidade de fazer, de realizar, de criar, de implementar ideias próprias e aceitar o desafio de ser patrão de si próprio (Ferreira, Santos & Serra, 2010). Apresentam-se, seguidamente, as características tipo dos empreendedores.

2.2. Características do empreendedor

De acordo com Ferreira, Santos e Serra (2010) ninguém nasce empreendedor, nem com genes empreendedores. O que define um empreendedor é o seu comportamento e atitudes e não os traços de personalidade ou quaisquer outras características inatas. Não é possível antever quais são os indivíduos que detêm um perfil empreendedor, apenas se pode trabalhar e desenvolver as competências que são necessárias para empreender. Volkmann (2004) vem corroborar esta ideia ao referir que o empreendedorismo não é algo que se obtenha à nascença, algo inato, sendo sim, algo que é desenvolvido pela educação e pelas experiências vividas durante a vida.

Apesar de não existir uma conclusão universal que seja totalmente aceite Parreira, Pereira e Brito (2011) relatam que os traços de personalidade mais ligados ao comportamento dos empreendedores são a

abertura e a capacidade de inovar, a personalidade pró-ativa, a tolerância ao stress, a extroversão e a afabilidade. Segundo Raposo, Paço e Ferreira (2008) as características atribuídas aos empreendedores passam por necessidade de realização, auto controlo, autoconfiança, motivação para o lucro e criatividade. Saraiva (2011) aponta mais algumas características, designadamente o aprimorado sentido de responsabilidade quer individual ou social apoiado por uma boa capacidade de decisão; a posse de um espírito simultaneamente sonhador e concretizador; a capacidade de recrutar os indivíduos certos em prol de um dado projeto comum, arcando a sua liderança através de uma boa capacidade para gerir e delegar competências, atividades e responsabilidades; e a boa resistência anímica e capacidade de encaixe, para conseguir velozmente ultrapassar os problemas e suportar com discernimento e sem falhas de ânimo certas inquietações. Sarkar (2010) salienta ainda a necessidade de autonomia, de domínio e de independência. Por sua vez, Bulut e Sayin (2010) referem que os empreendedores são dedicados, determinados, decididos, visam obter sucesso, orientam-se para as oportunidades, toleram a incerteza, têm capacidade para assumir riscos, assumem responsabilidades, são otimistas e líderes, têm uma personalidade dinâmica e aberta à inovação e à mudança e estão dispostos à transformação e à ambição em crescer e com foco no sucesso. Para Bucha (2009) o empreendedor não é um jogador, mas sim, alguém que aceita uma dada oportunidade após calcular o risco inerente. Após apresentar as características do empreendedor, enunciam-se de seguida os vários motivos que levam ao empreendedorismo.

3. MOTIVOS PARA O EMPREENDEDORISMO

De acordo com Davey, Plewa e Struwing (2011) o empreendedorismo constitui uma fonte vital para o crescimento e competitividade económica, gera a criação de empregos e faz com que os interesses sociais progridam, o que leva a que académicos, profissionais e decisores políticos aumentem os seus esforços com o objetivo de que seja promovida a mentalidade empreendedora na sociedade. Para Saraiva (2011) os motivos que levam os empreendedores a iniciar um novo projeto na maior parte das situações não são direcionados para o lucro ou enriquecimento pessoal no curto prazo. São motivados pelo acréscimo da realização pessoal, reforço de autonomia e devido à dificuldade que têm em conseguir encontrar facilmente outras opções de vida.

A decisão de criar uma empresa para Ferreira, Santos e Serra (2010) é influenciada por um vasto conjunto de fatores. Estes podem estar

relacionados com as condições nacionais e/ou com o ambiente onde os indivíduos se encontram inseridos ou com outros fatores inerentes ao indivíduo. Dentro destes últimos fatores, inclui-se o ambiente familiar na infância, uma vez que há uma maior tendência para um indivíduo enveredar pelo empreendedorismo se os pais também o fizeram. A educação também interfere com o empreendedorismo, já que há uma maior inclinação para os indivíduos com maiores níveis de formação optarem por serem empreendedores no seu percurso profissional. A formação dá competências para saber gerir os problemas e dá conhecimento em relação às atividades técnicas da empresa. A escola e os docentes também podem incentivar o empreendedorismo, já que podem lecionar cursos nesta área com o objetivo de estimular e desenvolver novos empreendedores. Estes cursos ainda podem melhorar a forma da sociedade encarar o empreendedor. A idade também é tida em consideração já que a maioria dos empreendedores portugueses cria a sua empresa entre os 22 e os 45 anos. Por último, a experiência profissional prévia também condiciona o espírito empreendedor.

Para Duarte e Esperança (2012) o empreendedor para criar uma empresa tem de ter uma forte motivação, a qual pode estar relacionada com a experiência profissional e formação adquiridas. Porém, também se pode dever a outros motivos, designadamente, querer mudar a atual situação em que se encontra, como por exemplo, deixar de trabalhar por conta de outrem ou estar desempregado e conseqüentemente desenvolver uma atitude pró-ativa, especialmente a criação de uma empresa. Pode querer utilizar os conhecimentos que possui para desenvolver um produto ou serviço dirigido a outros nichos de mercado, o qual se pode traduzir numa atividade rentável. Pode ver o trabalho por conta própria como a forma mais apropriada de expor as suas competências. Por fim, a procura de uma melhor situação financeira e a existência de uma oportunidade de mercado também pode levar à criação de uma nova empresa. Depois de apresentar os principais motivos que conduzem ao empreendedorismo, o ponto seguinte destaca a relação entre o empreendedorismo e o ensino superior.

4. O EMPREENDEDORISMO E O ENSINO SUPERIOR

Segundo Volkmann (2004) as universidades pioneiras na educação para o empreendedorismo foram as americanas, tendo sido em 1947 a *Harvard Business School* a primeira instituição a ter um curso sobre

empreendedorismo. Até 1970 foram poucas as universidades americanas que tinham cursos nesta área mas, a partir deste período, surgiu um aumento destes cursos, embora na sua maioria sejam na área da gestão. Posteriormente, apareceram noutras áreas designadamente nas ciências e engenharias. De acordo com Lewrick, Omar, Raeside e Sailer (2010) desde a década de 1970 têm surgido muitas escolas de negócios e universidades que oferecem formação acerca do empreendedorismo e até há percursos académicos inteiros nesta área, pois considera-se que o empreendedorismo pode ser aprendido, tal como as facetas de um indivíduo empreendedor.

No caso de Portugal, Duarte e Esperança (2012) reconhecem que há poucos empreendedores e neste sentido, o sistema educativo tem de sofrer alterações para poder responder à presente crise e ao elevado índice de desemprego. Assim, é necessário investir na formação de empreendedores, para que estes obtenham competências que lhes possibilitem criar valor. Reconhece-se a importância que a educação para o empreendedorismo tem na construção de sociedades mais fortes e flexíveis e, por isso, é indispensável que Portugal insira o ensino desta temática no seu sistema educativo e melhore a relação das escolas com o tecido empresarial (Bucha, 2009). Compete à escola impulsionar atitudes empreendedoras junto dos jovens, sendo esta uma dimensão crítica na educação das novas gerações e do progresso sustentado de Portugal (Pereira, Ferreira & Figueiredo, 2007).

Para Gonçalves (2009) o programa com maior destaque ao nível do ensino superior é o programa *Poliempreende*. Este programa é uma atividade pioneira do Instituto Politécnico de Castelo Branco que posteriormente foi alargada ao Instituto Politécnico da Guarda e de Viseu entre 2003 e 2006. A partir de 2007 o programa alargou-se a todos os restantes IP. O *Poliempreende* tem como objetivo o desenvolvimento da criatividade e inovação nos alunos e a criação de empresas com os respetivos apoios em todas as suas etapas de desenvolvimento. Neste sentido, visa a promoção do espírito empreendedor nas comunidades académicas através da realização de oficinas de empreendedorismo, de concursos de ideias de negócio e da apresentação de planos de negócio (Parreira, Pereira & Brito, 2011).

Após conhecer o estado da arte sobre, o *empreendedorismo no ensino superior*, na segunda parte deste artigo apresenta-se a investigação empírica sobre esta temática. Pretende-se aplicar questionários aos alunos da Universidade Católica Portuguesa – Pólo de Viseu com o objetivo de verificar se estes alunos são propensos ao empreendedorismo.

5. HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

Neste estudo identificaram-se dois conjuntos de hipóteses. O primeiro diz respeito ao perfil dos alunos face à sua propensão empreendedora. O segundo relaciona-se com a atitude dos alunos perante a escolha de um tipo de trabalho.

Relativamente ao primeiro conjunto de hipóteses considerou-se uma hipótese geral: *o perfil dos alunos condiciona o seu espírito empreendedor*. Como se referiu, de acordo com Ferreira, Santos e Serra (2010) e Volkmann (2004) o empreendedorismo não é inato ao indivíduo, sendo antes o resultado de comportamentos e de atitudes, os quais são desenvolvidos através da educação e da experiência de vida. Porém, Bucha (2009), Bulut e Sayin (2010), Parreira, Pereira e Brito (2011), Raposo, Paço e Ferreira (2008), Saraiva (2011) e Sarkar (2010) apontam algumas características mais comuns aos empreendedores. Para conseguir responder com mais precisão a esta hipótese foram criadas as seguintes hipóteses específicas:

H.1.1.: *Os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a criação de empresas.*

Procura-se apurar se os dados sociodemográficos e a experiência profissional interferem como a criação de empresas. Como se disse atrás, a formação, a idade e a experiência profissional interferem na decisão de criar uma empresa (Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010).

H.1.2.: *Os dados sociodemográficos e a experiência profissional estão relacionados com a perceção do futuro profissional dos alunos.*

Simultaneamente, reconhece-se que os dados sociodemográficos e a experiência profissional interferem com a perceção do futuro profissional dos alunos. Como se referiu anteriormente, os indivíduos com um maior nível de formação têm uma maior tendência a empreender no seu percurso profissional (Ferreira, Santos & Serra, 2010). Porém, algumas competências empreendedoras também resultam da experiência possuída.

H.1.3.: *Os alunos com familiares empresários ou com uma atividade profissional remunerada ou ainda que frequentaram programas de mobilidade internacional de estudantes têm uma maior tendência em enveredar pelo empreendedorismo.*

Tenciona-se, por fim, verificar a influência que os familiares empresários, a deteção de uma atividade profissional remunerada e os

programas de mobilidade internacional têm no empreendedorismo. Como já se referiu, Ferreira, Santos e Serra (2010) reconhecem que o ambiente familiar na infância, onde se encontram presentes empresários, acarreta por norma, uma maior possibilidade de empreender. Apresenta-se ainda, a frequência de programas de mobilidade internacional de estudantes como sendo um estímulo ao empreendedorismo (Saraiva, 2011).

No segundo conjunto de hipóteses teve-se também em consideração uma hipótese geral: *os dados sociodemográficos e a experiência profissional influenciam o tipo de emprego preferido pelos alunos*. Para Saraiva (2011), como se disse anteriormente os motivos para um indivíduo constituir um negócio podem passar pela realização pessoal, reforço de autonomia e pela dificuldade em conseguir encontrar outras alternativas para o futuro.

6. METODOLOGIA

O universo inquirido neste estudo são os alunos das licenciaturas e mestrados da UCP – PV. Optou-se por analisar os alunos do primeiro e segundo ciclo de ensino com vista a comparar as suas respostas, pois pensasse que estes poderão encarar o empreendedorismo e a criação de empresas de uma forma diferenciada. Tendo em consideração que existiam 559 alunos nestes dois ciclos de ensino, o número de elementos da amostra foi de 348 alunos. A característica relevante da segmentação foi a faixa etária, o grau de ensino frequentado e a experiência profissional. A amostra selecionada é não probabilística e intencional ou por conveniência, tendo sido selecionada por critérios de acessibilidade e pela proximidade que se tinha aos alunos.

O instrumento de recolha de dados utilizado foi o questionário. O questionário foi baseado e adaptado do questionário utilizado na dissertação de Manuela Marques (2011), intitulada *Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e Gestão: uma comparação entre países* e na dissertação de André Rosário (2007), intitulada *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto*.

7. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Começa-se por verificar que, na amostra em estudo, existiam 247 alunos do sexo feminino (71,0%) e 101 alunos do sexo masculino (29,0%). Relativamente às idades verifica-se que a idade mínima é de 17 anos e a

idade máxima é de 56 anos. A média das idades dos alunos é de 24,32 anos e o desvio-padrão é de 8,033 anos, sendo o intervalo de idades mais assinalado o dos 17 aos 21 anos (52,3%). No que diz respeito à licenciatura ou mestrado frequentado constata-se, através da análise do quadro I que, a maior parte dos alunos (54,3%) frequentava a licenciatura em medicina dentária, seguindo-se os alunos que frequentavam o mestrado em ciências da educação (13,2%). Apenas 0,9% dos alunos frequentavam o mestrado em serviço social.

Quadro I
Grau de ensino

Licenciaturas/Mestrados	Frequência	Percentagem
Arquitetura	42	12,1
Ciências Biomédicas	14	4,0
Gestão	20	5,7
Serviço Social	16	4,6
Medicina Dentária	189	54,3
Mestrado em Ciências da Educação	46	13,2
Mestrado em Gestão	18	5,2
Mestrado em Serviço Social	3	0,9
Total	348	100,0

No que concerne à experiência profissional é possível constatar que, 51,6% dos alunos não tinham qualquer experiência, seguindo-se 21,4% que tinham emprego a tempo inteiro há mais de um ano. Com menor percentagem (3,5%) encontram-se os alunos que tinham emprego a tempo inteiro há menos de um ano.

Verifica-se igualmente que, 96,5% dos alunos não tinha frequentado um programa de mobilidade internacional de estudantes e que 54,0% dos alunos não tiveram nem tinham uma atividade profissional remunerada. Pode-se ainda afirmar que a maioria dos alunos, 59,4%, possuíam um familiar próximo empresário.

Ao questionar os alunos acerca do trabalho que preferiam, verifica-se que 63,1% preferiam combinar o trabalho por conta de outrem (TOC) com o trabalho por conta própria (TCP), 29,1% preferiam ser exclusivamente TCP e apenas 7,8% preferiam ser exclusivamente TCO. Ao ter em conta que os casos de empreendedorismo jovem ainda eram pouco frequentes, torna-se fundamental promover o empreendedorismo através do sistema

educativo (Bucha, 2009; Duarte & Esperança, 2012; Pereira, Ferreira & Figueiredo, 2007).

Quanto à criação de empresas, através do quadro II, é possível constatar que 49,4% dos alunos não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar e que 18,7% pensavam que tinham ideias que podiam ser bem-sucedidas se constituíssem uma empresa. Constata-se ainda que apenas 3,4% dos alunos tinham tomado medidas para criar uma empresa.

Quadro II
Criação de empresas

Alguma vez criou a sua empresa	Frequência	Percentagem
Não e não tenho interesse em fazê-lo	53	15,2
Não, mas imagino-me a criar uma empresa	172	49,4
Não, mas tenho uma ideia que acredito que poderia ser bem-sucedida	65	18,7
Atualmente, estou a pensar nisso	24	6,9
Tenho tomado medidas para iniciar uma empresa	12	3,4
Sim, tenho empresa/s criada/s	22	6,3
Total	348	100,0

Por fim, a variável perceção do futuro profissional foi analisada através de uma escala de Likert de cinco pontos. O número um correspondia a “Ser um empregado” e o número cinco a “Ter o meu próprio negócio”. Esta escala foi retirada de Manuela Marques (2011). Nesta questão, o autor considerava que só quando o aluno escolhia a opção 4 ou 5 tinha predisposição a empreender no futuro. Neste sentido, verificou-se que os alunos quando questionados acerca da perceção do seu futuro profissional, escolheram na sua maioria, cerca de 35,3% a opção número 3 (indiferente), seguindo-se a opção número 4 (ter um negócio próprio, mas continuar a trabalhar por conta de outrem) com 32,6% das respostas. Com menor percentagem (4,2%) encontram-se os alunos que escolheram a opção número um “Ser um empregado”, tal como se pode averiguar através do quadro III.

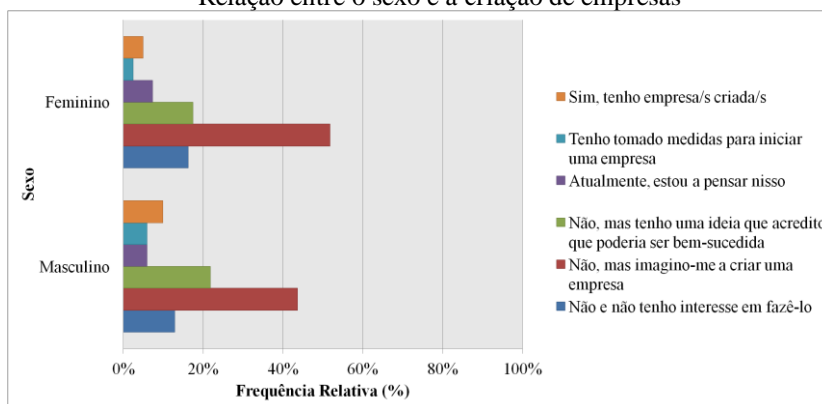
Seguidamente apresentam-se os resultados das hipóteses de investigação. Começa-se por analisar a hipótese número um que relaciona os dados sociodemográficos e a experiência profissional com o espírito empreendedor dos alunos da UCP – PV.

Quadro III
Perceção do futuro

Como vê o seu futuro	Frequência	Porcentagem
1	14	4,2
2	20	6,0
3	118	35,3
4	109	32,6
5	73	21,9
Total	334	100,0

Em primeiro lugar relacionam-se os dados sociodemográficos e a experiência profissional com a questão “Alguma vez criou a sua empresa”. Desde logo, verifica-se através da análise do gráfico I que, 43,6% dos alunos do sexo masculino não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar e que 21,8% destes tinham uma ideia que podia ser bem-sucedida. Por sua vez, 51,8% dos alunos do sexo feminino não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar e 17,4% pensavam ter uma ideia que podia ser bem-sucedida se constituíssem uma empresa. No entanto, o sexo não está relacionado com a criação de empresas, de forma estatisticamente significativa ($\chi^2_{(1)} = 7,878$, $p = 0,163$).

Gráfico I
Relação entre o sexo e a criação de empresas

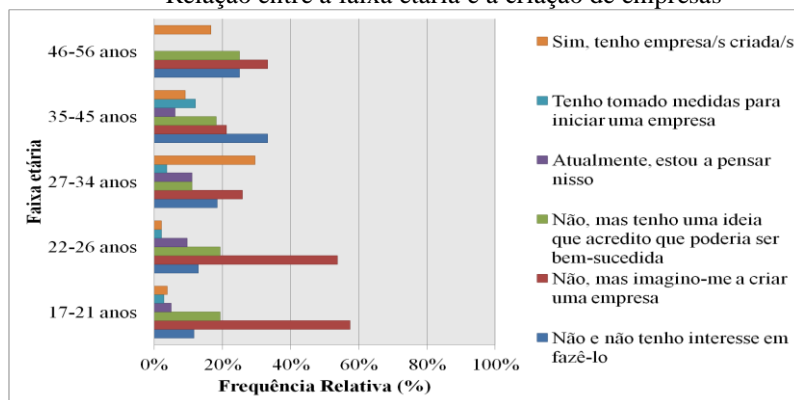


Quanto à faixa etária dos alunos os resultados presentes no gráfico II mostram que nas faixas etárias dos 17 aos 21 anos, dos 22 aos 26 anos e dos 46 aos 56 anos os alunos não criaram empresas, mas imaginavam-se a

criar. A maior proporção de alunos com empresas criadas encontrava-se na faixa etária dos 27 aos 34 anos (cerca de 29,6%). Em relação à faixa etária dos 35 aos 45 anos constata-se que 33,3% dos alunos não criaram empresas e não tinham interesse em criá-las. Assim, conclui-se que a faixa etária está relacionada com a variável criação de empresas ($\chi^2_{(1)} = 64,501$, $p = 0,000$).

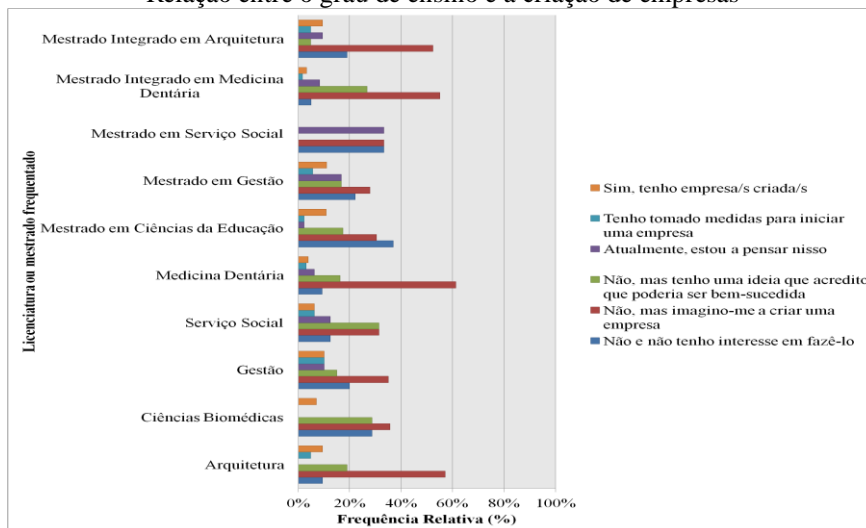
Gráfico II

Relação entre a faixa etária e a criação de empresas



Em relação ao grau de ensino frequentado verifica-se, através do gráfico III que, 31,3% dos alunos da licenciatura em serviço social pensavam ter uma boa ideia para constituir uma empresa. Ainda com a mesma percentagem, estes alunos afirmavam que apesar de ainda não terem criado empresas se imaginavam a criar. A maior parte dos alunos do mestrado em ciências da educação (37,0%) não criaram empresas e não tinham interesse em fazê-lo. Já os alunos do mestrado em serviço social afirmam com a mesma percentagem, 33,3%, que não criaram empresas e não tinham interesse em fazê-lo, que não criaram empresas mas pensavam constituí-las e que atualmente estavam a pensar em criar empresas. Em relação às restantes licenciaturas e mestrados frequentados constata-se que os alunos na sua maioria escolheram a opção número dois “Não, mas imagino-me a criar uma empresa”. Deste modo, a licenciatura ou mestrado frequentado está relacionada com a criação de empresas ($\chi^2_{(1)} = 58,953$, $p = 0,007$).

Gráfico III
Relação entre o grau de ensino e a criação de empresas



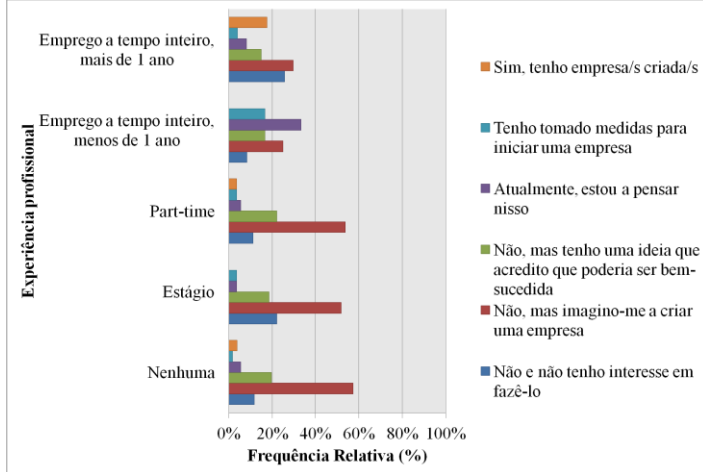
Por fim, constata-se que a maior parte dos alunos que trabalhavam a tempo inteiro há menos de um ano (33,3%) atualmente estavam a pensar criar uma empresa. Os alunos com as restantes experiências profissionais não criaram empresas, mas imaginavam-se a criar, tal como se verifica através do gráfico IV. Neste contexto, corrobora-se a perspetiva de Duarte & Esperança (2012) e Ferreira, Santos & Serra (2010) que consideram que a experiência profissional condiciona a criação de empresas.

Em seguida, será exposta a relação entre os dados sociodemográficos e a experiência profissional com a perceção do futuro profissional dos alunos (hipótese 1.2.). Os resultados da variável perceção do futuro profissional foram analisados através de uma escala de Likert de cinco pontos, em que o número um correspondia a “Ser um empregado” e o número cinco a “Ter o meu próprio negócio”.

Através da análise do quadro IV é possível verificar a média da perceção do futuro profissional dos alunos por sexo. No sexo masculino a média é de 3,68 e no sexo feminino é de 3,60. Face a este resultado, é possível referir que o sexo masculino exibe um valor médio superior quanto à perceção do seu futuro profissional, mostrando assim uma maior tendência empreendedora. Porém, aceita-se a hipótese de igualdade da perceção do futuro profissional para ambos os sexos ($p=49,6\%$, teste t-Student).

Gráfico IV

Relação entre a experiência profissional e a criação de empresas



Quadro IV

Relação entre o sexo e a perceção do futuro

	Sexo	N	Média	Desvio-padrão	T	P
Perceção do futuro	Masculino	94	3,68	1,008	$t_{332} = 0,682$	0,496
	Feminino	240	3,60	1,030		

Quanto à perceção do futuro profissional dos alunos em cada faixa etária constata-se através do quadro V que, em média eram os alunos da faixa etária dos 17 aos 21 anos que davam uma maior importância média à perceção do futuro profissional (3,78). A significância do teste é de 2,6%. Deste modo, rejeita-se a igualdade das médias da perceção do futuro dos alunos em cada faixa etária.

Quadro V

Relação entre a faixa etária e a perceção do futuro

	Faixa etária	N	Média	Desvio-padrão	F	P
Perceção do futuro	17-21	178	3,78	0,930	2,809	0,026
	22-26	89	3,51	0,990		
	27-34	26	3,54	1,272		
	35-45	28	3,21	1,197		
	46-56	11	3,27	1,348		

Através do quadro VI é possível comprovar que eram os alunos de ciências biomédicas que davam uma maior importância média à percepção do futuro (3,79). Por sua vez, os alunos do mestrado em serviço social revelavam a menor média (2,67) quanto à percepção do futuro profissional. Neste sentido, a percepção do futuro profissional dos alunos está relacionada com o grau de ensino ($p= 1,5\%$, teste Anova).

Quadro VI

Relação entre o grau de ensino frequentado e a percepção do futuro

	Licenciatura ou mestrado	N	Média	Desvio-padrão	F	P
Percepção do futuro	Arquitetura	38	3,66	0,878	2,282	0,015
	Ciências Biomédicas	14	3,79	0,893		
	Gestão	19	3,74	1,147		
	Serviço Social	16	3,69	1,195		
	Medicina Dentária	18	3,74	0,948		
		6				
	Mestrado em Ciências da Educação	41	3,12	1,166		
	Mestrado em Gestão	17	3,29	1,160		
	Mestrado em Serviço Social	3	2,67	1,528		

Relativamente à percepção do futuro profissional por experiência profissional verifica-se que eram os alunos com part-time que davam uma maior importância média à percepção do futuro (3,86). A menor média pertencia aos alunos que tinham emprego a tempo inteiro há mais de um ano (3,33). Neste sentido, constata-se que a média da percepção do futuro profissional dos alunos é diferente em cada experiência profissional ($p= 3,9\%$, teste Anova), tal como se verifica através do quadro VII.

Por fim, é analisada a ligação existente entre as variáveis deteção de um familiar próximo empresário, deteção de uma atividade profissional remunerada e frequência de algum programa de mobilidade internacional de estudantes com a questão “Suponha que poderia escolher entre diferentes tipos de emprego, qual preferia?”.

Quadro VII

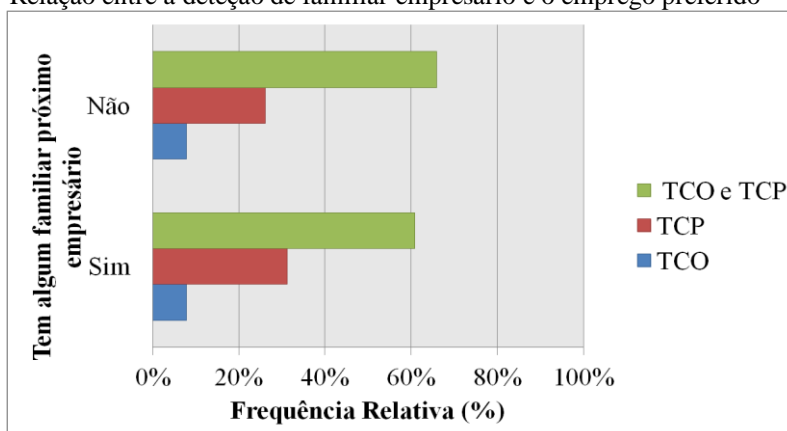
Relação entre a experiência profissional e a percepção do futuro

		Experiência profissional	N	Média	Desvio-padrão	F	P
		Nenhuma	173	3,68	0,988		
		Estágio	27	3,41	0,971		
		Part-time	50	3,86	0,926		
Percepção do futuro	Emprego a tempo inteiro, menos de 1 ano	12	3,75	0,866	2,549	0,039	
	Emprego a tempo inteiro, mais de 1 ano	69	3,33	1,172			

Em relação à deteção de um familiar próximo empresário constata-se que os alunos independentemente de o terem ou não, preferem conjugar o TCO com o TCP, tal como se verifica através do gráfico V. Relativamente à preferência pelo TCP destacam-se os alunos que tinham familiares próximos empresários, tal como mencionou Ferreira, Santos e Serra (2010), existe uma maior propensão em empreender quando os indivíduos na infância convivem com empreendedores. No entanto, a deteção de um familiar próximo empresário não se encontra relacionada com o tipo de emprego eleito pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 1,037$, $p = 0,595$).

Gráfico V

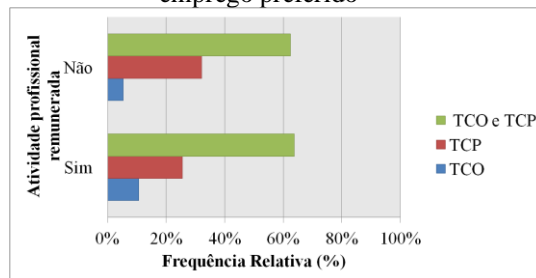
Relação entre a deteção de familiar empresário e o emprego preferido



Com a análise do gráfico VI é possível verificar que a maioria dos alunos, quer tivessem tido ou não uma atividade profissional remunerada, preferiam combinar o TCO com o TCP, seguindo-se o TCP. Contudo, a deteção de alguma atividade profissional remunerada não está relacionada com o tipo de emprego preferido pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 4,180$, $p = 0,124$).

Gráfico VI

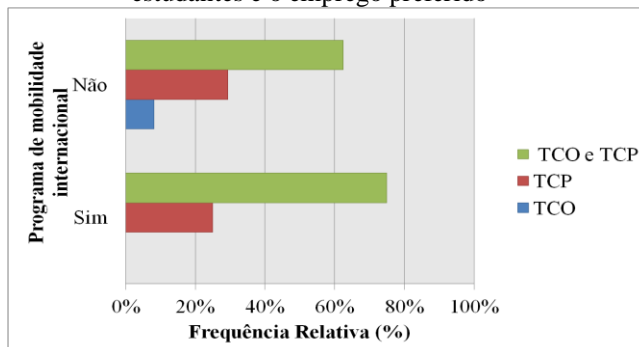
Relação entre a deteção de alguma atividade profissional remunerada e o emprego preferido



Por fim, verifica-se que a maior parte dos alunos preferiam combinar o TCO com o TCP independentemente de terem ou não frequentado programas de mobilidade internacional de estudantes. O TCO era o menos preferido pelos alunos, tal como revela o gráfico VII. Porém, a frequência de programas de mobilidade internacional de estudantes não influencia o tipo de emprego escolhido pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 1,338$, $p = 0,512$).

Gráfico VII

Relação entre a frequência de um programa de mobilidade internacional de estudantes e o emprego preferido

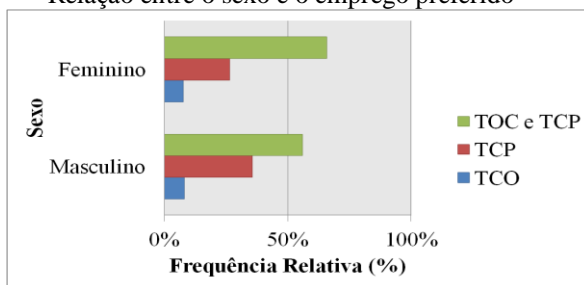


Apresentam-se seguidamente os resultados da hipótese número dois que pretendia conhecer a relação entre os dados sociodemográficos e a experiência profissional com o emprego preferido pelos alunos.

Começa-se por verificar, ao analisar o gráfico VIII que, ambos os sexos preferiam combinar o TCO com o TCP (feminino 65,9% e masculino 56,1%). Com menor preferência encontra-se o TCO. Todavia, constata-se que o sexo não está relacionado com o tipo de emprego preferido pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 3,151$, $p = 0,207$).

Gráfico VIII

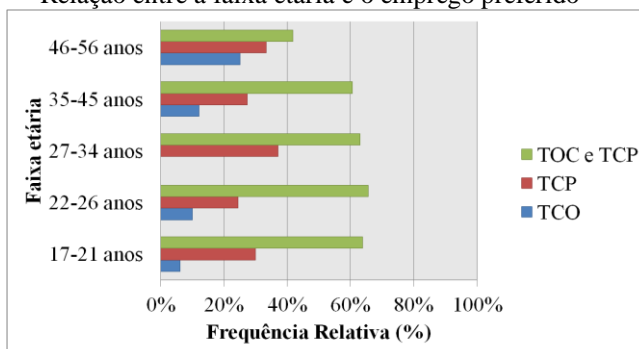
Relação entre o sexo e o emprego preferido



Verifica-se igualmente que em todas as faixas etárias os alunos preferiam combinar o TCO com o TCP. Segue-se a preferência pelo TCP e com uma menor preferência encontra-se o TCO, tal como se verifica no gráfico IX. Contudo, verifica-se que a faixa etária não tem influência no tipo de emprego preferido pelos alunos ($\chi^8_{(1)} = 10,987$, $p = 0,202$).

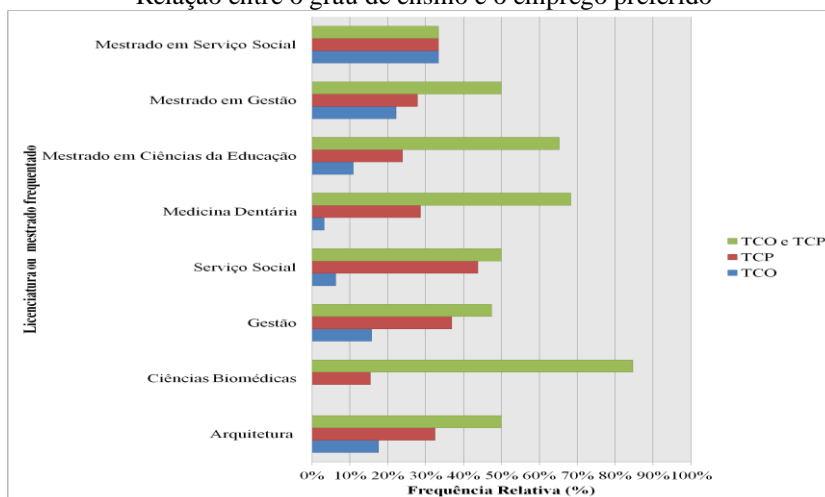
Gráfico IX

Relação entre a faixa etária e o emprego preferido



Comprova-se com a análise do gráfico X que em todos os graus de ensino frequentados, com exceção do mestrado em serviço social, os alunos preferiam combinar o TCO com o TCP, seguindo-se a preferência pelo TCP. O TCO era o menos preferido. No caso da licenciatura em ciências biomédicas verifica-se que este tipo de trabalho não era eleito por nenhum dos alunos. Os alunos do mestrado em serviço social demonstravam uma igual preferência por todos os tipos de trabalho. Assim, pode-se concluir que a licenciatura ou mestrado frequentado está relacionada com o tipo de emprego preferido pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 28,371$, $p = 0,013$).

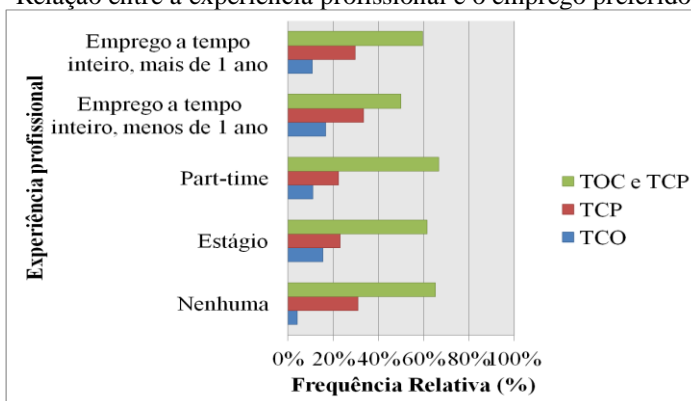
Gráfico X
Relação entre o grau de ensino e o emprego preferido



Por último, verifica-se que nas várias experiências profissionais os alunos preferiam combinar o TCO com o TCP. A atual situação presente no mercado de trabalho, nomeadamente o elevado número de indivíduos desempregados (Duarte & Esperança, 2012) pode levar os alunos a optarem por conciliar o TCP com o TCO. Com menor preferência encontra-se o TCO, tal como revela o gráfico XI. Reconhece-se no entanto, que a experiência profissional não está relacionada com o tipo de emprego preferido pelos alunos ($\chi^2_{(1)} = 10,046$, $p = 0,262$).

Gráfico XI

Relação entre a experiência profissional e o emprego preferido



CONCLUSÃO

Apesar dos inúmeros estudos realizados acerca do empreendedorismo ainda não há unanimidade acerca da definição do conceito, tal como das características de um empreendedor. Apenas se reconhece que o perfil empreendedor não é inato ao indivíduo (Ferreira, Santos & Serra, 2010; Volkmann, 2004). Contudo, apontam-se algumas características mais comuns ao empreendedor, nomeadamente: a capacidade de inovação, a pro-atividade, a afabilidade, a autoconfiança, a responsabilidade, a necessidade de autonomia e de independência, o otimismo, a responsabilidade, a capacidade de iniciativa, a capacidade para identificar oportunidades e a disposição à mudança.

Ao ter em consideração a importância do empreendedorismo torna-se fulcral a promoção de uma sociedade mais empreendedora. Por conseguinte, torna-se indispensável a presença de formação que impulse e faculte a adoção de atitudes empreendedoras que acarretem, por um lado, à criação de empresas e pelo outro, à criação de novos postos de trabalho e mais qualificados.

A análise do primeiro conjunto de hipóteses, aponta que o sexo dos alunos não está relacionado com a criação de empresas. No entanto, a faixa etária, o grau de ensino frequentado e a experiência profissional influenciavam a criação de empresas. Já a percepção do futuro profissional dos alunos era influenciada pela faixa etária, pela licenciatura ou mestrado frequentado e também pela experiência profissional detida. Em relação ao sexo constatou-se que não influenciava a percepção que os alunos tinham

acerca do seu futuro profissional. Deste modo, corrobora-se o referido por Ferreira, Santos e Serra (2010), pois defendiam que o nível de formação, a faixa etária e a experiência profissional prévia condicionam a decisão dos indivíduos de constituir empresas.

Também é possível afirmar que a presença de familiares empresários e a deteção de uma atividade profissional remunerada não influenciava a escolha dos alunos acerca de um tipo de trabalho. Desta forma, não se confirma a perspetiva de Ferreira, Santos e Serra (2010), uma vez que defendiam que os indivíduos que na infância conviviam com empresários tinham uma maior predisposição a empreender. Por sua vez, também se constatou que os programas de mobilidade internacional de estudantes não influenciavam a tendência empreendedora dos alunos.

Conclui-se, ainda, relativamente ao segundo conjunto de hipóteses, que o grau de ensino frequentado pelos alunos estava relacionado com o tipo de emprego que eles preferiam. Segundo Ferreira, Santos e Serra (2010) os indivíduos que possuem maiores níveis de formação têm uma maior inclinação para se tornarem empreendedores no seu futuro profissional. Por sua vez, o sexo, a faixa etária e a experiência profissional não influenciavam o emprego eleito pelos alunos.

Neste sentido, conclui-se que este estudo não confirma a hipótese de que os alunos com familiares empresários, com uma atividade profissional remunerada e que frequentaram programas de mobilidade internacional de estudantes têm uma maior tendência empreendedora. Confirma apenas parcialmente as restantes hipóteses definidas nesta investigação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bucha, A. I. (2009). *Empreendedorismo, aprender a saber ser empreendedor* (1ª ed.). Lisboa: Editora RH, Lda..
- Bulut, Y., & Sayin, E. (2010). An Evaluation of Entrepreneurship Characteristics of University Students: An Empirical Investigation from the Faculty of Economic and Administrative Sciences in Adnan Menderes University. *International Journal of Economic Perspectives*, 4, 3, 559-568.
- Davey, T., Plewa, C., & Struwig, M. (2011). Entrepreneurship perceptions and career intentions of international students. *Education + Training*, 53, 5, 335-352.

- Duarte, C., & Esperança, J. P. (2012). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro - Transformar oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Ferreira, M. P., Santos, J. C., & Serra, F. R. (2010). *Ser Empreendedor - Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Gartner, W. B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 4, 27–39.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2010). *GEM Portugal 2010 - Estudo sobre o Empreendedorismo*. Obtido em 24 de Outubro de 2012, de <http://www.gemconsortium.org>
- Gonçalves, V. (2009). Empreendedorismo: do ensino básico ao ensino superior. In X Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Educação.
- Gumesson, E. (2002). Relationship marketing in the new economy. *Journal of Relationship Marketing*, 1, 1, 37-58.
- Heinonen, J., & Poikkijoki, S.-A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible? *Journal of Management Development*, 25, 1, 80-94.
- Lewrick, M., Omar, M., Raeside, R., & Sailer, K. (2010). Education for Entrepreneurship and Innovation: "Management Capabilities for Sustainable Growth and Success". *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 6, 1/2, 1-18.
- Marques, M. A. (2011). *Atitudes Empreendedoras dos Estudantes de Economia e Gestão: uma comparação entre países*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Porto, Faculdade de Engenharia.
- Mars, M. M., & Rios-Aguilar, C. (2010). Academic entrepreneurship (re)defined: Significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 59, 4, 441-460.
- Nazir, M. A., & Ramzan. (2012). Contribution on entrepreneurship in economic growth. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4, 3, 273-294.
- Parreira, P., Pereira, F. C., & Brito, N. V. (2011). *Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Pereira, M. M., Ferreira, J. S., & Figueiredo, I. O. (2007). *Guião «Promoção do Empreendedorismo na Escola»*. Lisboa: Editorial do

- Ministério da Educação, Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular.
- Raposo, M., Paço, A. D., & Ferreira, J. (2008). Entrepreneur's profile: a taxonomy of attributes and motivations of university students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15, 2, 405-418.
- Rosário, A. E. (2007). *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Faculdade de Engenharia.
- Salim, C. S., & Silva, N. C. (2010). *Introdução ao Empreendedorismo, Despertando a Atitude Empreendedora*. Brasil: Elsevier.
- Santoro, M. D., & Chakrabarti, A. K. (2002). Firm size and technology centrality in industry-university interactions. *Research Policy*, 31, 1163-1180.
- Saraiva, P. M. (2011). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (2ª ed.). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sarkar, S. (2010). *Empreendedorismo e Inovação* (2ª ed.). Lisboa: Escolar Editora.
- Sexton, D., & Landstrom, H. (2000). *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Siguaw, J. A., Baker, T. L., & Simpson, P. M. (2003). Preliminary evidence on the composition of relational exchange and its outcomes: the distributor perspective. *Journal of Business Research*, 56, 311-322.
- Volkman, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education. *Higher Education in Europe*, 29, 2, 177-185.