



X Congresso – Bragança: 30 de Abril e 1 e 2 de Maio de 2009

EMPREENDEDORISMO: DO ENSINO BÁSICO AO ENSINO SUPERIOR

Vitor Gonçalves

[1] Departamento de Tecnologia Educativa e Gestão da Informação da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança, vg@ipb.pt

Resumo

A Sociedade da Informação exige cada vez mais indivíduos com capacidade e espírito empreendedor. Embora seja visto como uma resposta ao problema do desemprego através da promoção do auto-emprego, o empreendedorismo deve assumir uma semântica mais abrangente. Não basta correr o risco e criar empresas, é necessário procurar fazê-lo com responsabilidade, competência e excelência. Mas, essa atitude empreendedora não é apenas apanágio dos gestores ou empresários, terá de ser também uma necessidade dos trabalhadores e dos cidadãos em geral.

Em conformidade com a Estratégia de Lisboa, a Europa deverá privilegiar o conhecimento e a inovação. A promoção de uma cultura mais empreendedora, a desenvolver nos jovens desde o ensino escolar, constitui uma parte significativa deste esforço. Estará a Escola, nos seus diversos níveis de ensino, ciente desta realidade? Favorecerão os currículos actuais a aquisição de competências no âmbito do empreendedorismo? Estarão os professores conscientes destes novos desafios?

Sem pretender dar respostas concludentes, estas são algumas das questões que serão abordadas neste artigo, para além de referir e discutir alguns dos projectos, medidas, incentivos e políticas mais relevantes no âmbito da promoção da inovação e do fomento ao empreendedorismo, quer a nível nacional, quer a nível europeu. Neste sentido, será atribuído especial destaque à promoção do empreendedorismo na Escola.

1. Introdução

A sociedade actual, denominada sociedade da informação e do conhecimento e caracterizada pela globalização da economia, pela intensificação da concorrência e competitividade, pela redução do período de vida das tecnologias de informação e comunicação, pela crescente adopção de novas estratégias de difusão de informação, de novos modelos de comunicação e de novas formas de aprendizagem aliadas às tecnologias da Internet, exige cada vez mais pessoas com capacidade e espírito empreendedor. A secção dois deste artigo tem como finalidade, caracterizar a sociedade da informação e apresentar os desafios das empresas de hoje.

O empreendedorismo assume-se como o principal factor promotor do desenvolvimento económico de um país, sendo este facto mais evidente nos países desenvolvidos do que nos países em desenvolvimento, tal como refere o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), consórcio que tem como objectivo analisar a relação entre o nível de empreendedorismo e o nível de crescimento económico em vários países.

Embora seja visto como uma resposta ao problema do desemprego através do desenvolvimento de políticas de promoção do auto-emprego por via da criação de microempresas ou pequenas e médias empresas, o empreendedorismo deve assumir uma semântica mais abrangente. Não basta ser empreendedor, correr o risco e criar empresas, é necessário procurar fazê-lo com responsabilidade, competência e excelência. Não obstante, essa atitude empreendedora é necessária tanto em gestores e empresários, como em trabalhadores e cidadãos em geral. Exige-se portanto uma educação para o empreendedorismo como resposta aos novos contextos da sociedade da informação.

Sendo a Educação um dos pilares da sociedade e assumindo que a capacidade empreendedora não é exclusivamente uma capacidade inata, mas sobretudo adquirida, não caberá à Escola o papel de formar pessoas capazes de acompanhar e de se adaptarem, ou mesmo reagirem, às mudanças e desafios desta sociedade? Criar profissionais empreendedores não poderá ser um dos seus desígnios?

Reflectir sobre o conceito de empreendedorismo, bem como sobre as principais atitudes e características que um profissional empreendedor deve adquirir face aos desafios da sociedade actual, é o objectivo da secção três deste artigo.

Em conformidade com a Estratégia de Lisboa, a Europa deverá privilegiar o conhecimento e a inovação. A promoção de uma cultura mais empreendedora, a inculcar nos jovens desde o ensino escolar, constitui uma parte significativa deste esforço. Estará a Escola ciente desta realidade? Favorecerão os currículos actuais a aquisição de competências no âmbito do empreendedorismo? Estarão os professores conscientes destes novos desafios?

Sem pretender dar respostas concludentes, estas são algumas das questões que serão abordadas neste artigo, e mais concretamente na secção quatro, para além de referir e discutir alguns dos projectos, medidas, incentivos e políticas mais relevantes no âmbito da promoção da inovação e do fomento ao empreendedorismo, quer a nível nacional, quer a nível europeu. Neste sentido, será atribuído especial destaque ao fomento do empreendedorismo feminino e à promoção do empreendedorismo na Escola (Iniciativas: Educação para o Empreendedorismo e Poliemprende).

2. Das organizações de ontem às de hoje

A sociedade actual é uma sociedade em constante e rápida transformação, rumo a uma nova sociedade com características próprias e cujos contornos ainda não se encontram completamente definidos. Para se referirem a esta sociedade, diferentes autores têm utilizado expressões, tais como: Sociedade da Informação, Sociedade do Conhecimento, Sociedade Pós-industrial, Sociedade da Cultura, Sociedade da Aprendizagem, Sociedade Digital, Sociedade em Rede, Era da Informática, Revolução Tecnológica, E-sociedade, entre outras.

Jean Cloutier ao caracterizar a Era da Comunicação Individual, McLuhan com o conceito de Aldeia Global e, mais recentemente, Alvin Toffler perspectivando uma Civilização de 3ª Vaga (Toffler, 1984) foram autores visionários ao anunciar o rumo que a sociedade iria tomar. Esta última perspectiva de evolução, é a visão das três vagas de mudança apresentada por Alvin Toffler no início da década de oitenta (Toffler, 1999).

A primeira vaga de mudança, que teve o seu início com a revolução agrícola há cerca de 10.000 anos atrás, era caracterizada por famílias multi-geracionais. A evolução da sociedade era motivada pela força do Homem. O poder estava na terra. Aqueles que possuíam terra cultivavam-

na, mas não poderiam cultivar mais nada nela para além do que já haviam cultivado (o nível de produtividade não poderia ser maximizado).

Mas, o que é mais constante nas sociedades humanas é a mudança [Machado, 2000]. Aproximadamente de 50 em 50 anos surge uma nova “tecnologia” que origina a criação de novos investimentos com maior produtividade provocando a obsolescência dos investimentos anteriores. A demonstrar este facto está a teoria das cinco ondas de destruição criativa do tecido económico referida por Schumpeter: a energia hidráulica (1780-1840), a máquina a vapor (1840-1890), a electricidade (1890-1930), o petróleo (1930-1980) e, nestas últimas três décadas, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Esta mudança iniciada há cerca de 300 anos e fruto da revolução industrial constitui a segunda vaga. A civilização passou a estar centrada na Máquina ou na Energia. Começaram a aparecer fábricas com linhas de montagens de produtos e com elas a massificação da produção. Os factores de produção deixam de ser apenas a terra e a força de trabalho, passando a ser determinante para o incremento da produtividade a posse de capital (ouro, dinheiro, acções).

Mais recentemente, o trabalho, predominantemente físico, monótono e repetitivo, passou a assumir formas mais criativas baseadas na capacidade mental e suportadas por tecnologias. A actividade profissional deixou de estar limitada a fábricas e escritórios podendo ser executada a partir de casa, do carro ou de praticamente qualquer outro local. O motivo destas mudanças esteve na crescente ênfase atribuída à informação/conhecimento, em detrimento dos factores de produção em que se baseavam as sociedades anteriores.

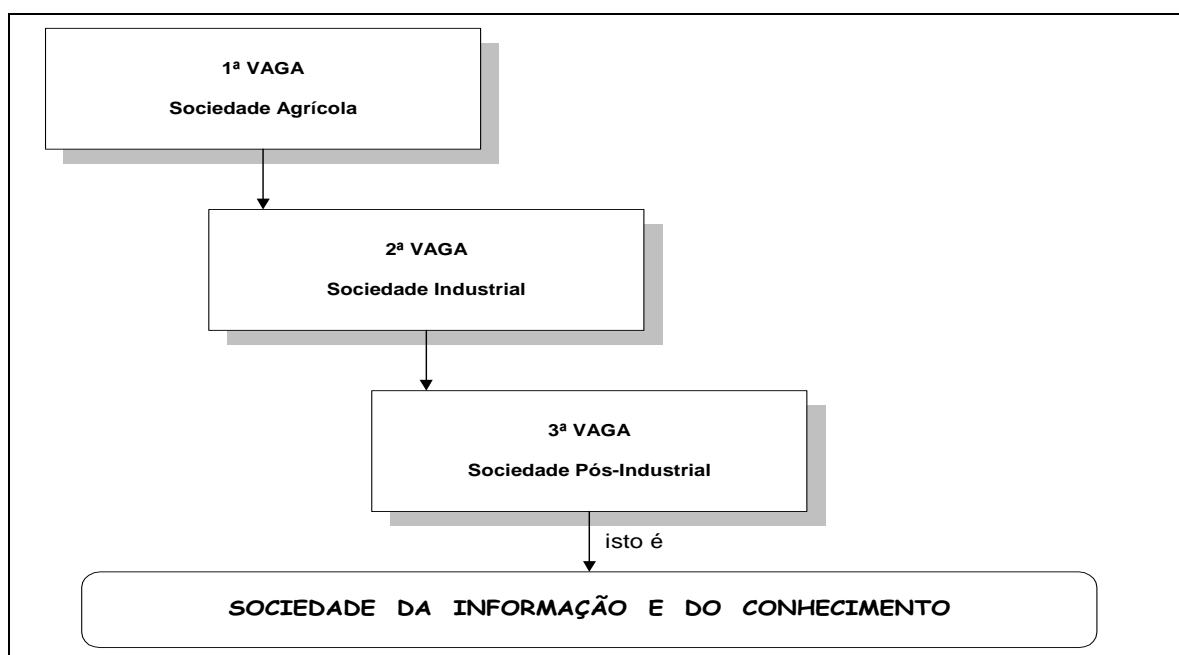


Figura 1 - Evolução da sociedade: As três vagas (Alvin Toffler)

Tal como é referido no Livro Verde para a Sociedade da Informação (1997), a evolução da sociedade actual não será motivada pela energia nem pela força mas sim pelo domínio da informação.

Esta generalização da utilização da informação é acompanhada por inovações organizacionais, comerciais, sociais e jurídicas que alteraram profundamente o modo de vida, tanto no mundo do trabalho, como na sociedade em geral.

Estamos portanto perante uma sociedade pós-industrial, que mais não é do que uma Sociedade da Informação e do Conhecimento caracterizada pela globalização; complexidade; competitividade; exigência crescente de informação e de conhecimento; mudança contínua e rápida a nível social, económico e tecnológico; ampla utilização de tecnologias de baixo custo para o armazenamento e transmissão de dados e informação; redução do período de vida das TIC, entre outras características.

Consequentemente, as organizações de hoje vêm-se confrontadas com desafios que não podem ignorar. A globalização da Economia impulsiona o aparecimento de novos mercados. O desenvolvimento sustentado e sustentável reivindica o aparecimento de ideias inovadoras, processos mais complexos, competência tecnológica e maior exigência ao nível da qualidade dos produtos e processos (Normas ISO 9000 - Foco no cliente e envolvimento dos recursos humanos) de modo a gerar vantagens competitivas sobre a concorrência. Assiste-se à redução do ciclo de vida, preço e “time to market” dos produtos com o intuito de diminuir os prazos de entrega significativamente. Paralelamente, aposta-se na personalização dos produtos de modo a satisfazer os gostos, os desejos, as preferências e os requisitos dos clientes. O recurso crescente a redes digitais de informação é uma aposta indiscutível para a economia do conhecimento e que muito contribui para a globalização económica. A segurança e estabilidade no emprego são valores do passado, pelo que a aprendizagem ao longo da vida é ainda mais importante.

O momento actual pode ser chamado de “era do empreendedorismo”, pois são os empreendedores que têm vindo a eliminar barreiras comerciais e culturais, encurtar distâncias, globalizar e renovar os conceitos económicos, criar novas relações de trabalho e novos empregos, quebrar paradigmas e gerar riqueza para a sociedade (Dornelas, 2005). Por conseguinte, as empresas necessitam de recursos humanos qualificados e com perfil empreendedor para fazer face a tais requisitos e desafios.

3. Educação em Empreendedorismo

O conceito de empreendedorismo tem vindo a ser amplamente difundido em Portugal, nomeadamente nestes últimos anos. Não obstante, principalmente nos Estados Unidos, país onde o capitalismo se assume, o termo empreendedorismo é conhecido e referenciado há muitos anos, não sendo, portanto, algo novo ou desconhecido (Dornelas, 2005).

O termo empreendedor (*entrepreneur*) surgiu na França por volta dos séculos XVII e XVIII, com vista a designar indivíduos capazes de estimular o desenvolvimento económico seguindo novas e melhores formas de agir (Cantillon, 1759). Mais tarde, os economistas Joseph Schumpeter (1950) e Kenneth Knight (1967), entre outros, preocuparam-se com o papel do empreendedor e o impacto da sua actuação na Economia. Em 1970, Peter Drucker ampliou estas reflexões descrevendo os empreendedores como aqueles que aproveitam as oportunidades para criar as mudanças. Actualmente, a preocupação com a criação de pequenas e médias empresas sustentáveis e sustentadas e a necessidade de travar o actual incremento da mortalidade de empreendimentos são, sem dúvida, motivos para a popularidade do termo empreendedorismo.

A globalização, a competitividade, a sustentabilidade, a economia do conhecimento, entre outros paradigmas recentes, exigem a definição de estratégias sobre como usar o empreendedorismo para desenvolver capacidades, características e qualidades empresariais.

O empreendedorismo corresponde a qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento por um indivíduo, grupo de indivíduos ou organização existente, que se pode traduzir no auto-emprego, numa nova unidade empresarial ou na expansão de um negócio

existente (Baganha et al., 2005). Segundo a Comissão Europeia (1998), o empreendedorismo pode ser visto como um processo motivante e dinâmico a partir do qual indivíduos identificam sistematicamente oportunidades económicas, e respondem, desenvolvendo, produzindo e vendendo bens e serviços.

Já há algum tempo que se reconhece que o emprego para toda a vida não existe, sendo cada vez mais necessário identificar recursos e competências específicas que permitam a criação do próprio negócio e, conseqüentemente, a criação de novos e mais qualificados postos de trabalho. Mas o empreendedorismo não é apenas apanágio de gestores e empresários, o empreendedor pode ser também um trabalhador por conta de outrem ou um funcionário público, desde que demonstre uma atitude sistemática de identificar e resolver desafios, inovando nos processos, procedimentos ou produtos e serviços prestados.

O perfil de um empreendedor compreende habilidades ou competências técnicas e de gestão, para além das características individuais. Algumas das características referenciadas pela bibliografia e webliografia da área são: determinado, enérgico e pro-activo, hábil, flexível, criativo, perceptível, autónomo, independente, impaciente, líder, responsável, optimista, competitivo, versátil (adapta-se à mudança), auto-confiante e transmissor de confiança, capacidade de correr riscos calculados, capacidade de iniciativa, capacidade de tomar decisões, capacidade de interagir com terceiros, capacidade de identificar oportunidades, capacidade de transformar ameaças em oportunidades, orientação para o objectivo (normalmente o lucro), procura a eficácia e eficiência, disposição para aceitar sugestões/críticas, disposição para aprender, necessidade de realização, espírito positivo em relação à mudança, etc (Dornelas, 2005; Bueno, 2005; GesEntrepreneur, 2007).

Actualmente, o empreendedorismo é um campo multifacetado e complexo com várias aplicações: Empreendedorismo do negócio (Empreendedor *start-up*); Empreendedorismo corporativo (Intra-empendedor); Empreendedorismo social (maximizar retornos sociais em vez de maximizar o lucro); Empreendedorismo feminino (fomentar a criação de negócios geridos por mulheres). O empreendedor corporativo (ou intra-empendedor, empreendedor interno ou indivíduo empreendedor no seio de uma organização), o empreendedor de *start-up* (que cria novas empresas ou novos negócios) e outros tipos de empreendedores (sociais, por exemplo) são pessoas que se destacam onde quer que trabalhem e por isso o seu comportamento, bem como as formas de aprender a se comportar como um, devem ser compreendidos e adquiridos (Dornelas, 2003).

Por conseguinte, torna-se necessária a existência de formação que promova e facilite a adopção de atitudes empreendedoras que conduzam, por um lado, à criação de novas unidades de negócio e, pelo outro, à criação de mais, e mais qualificados, postos de trabalho, sendo desejável que os mesmos venham a ser ocupados por pessoas com atitudes e competências intra-empendedoras.

Os analfabetos do futuro não serão aqueles que não sejam capazes de ler ou escrever, mas sim os que não sejam capazes de aprender, desaprender e reaprender (Toffler e Toffler, 1999). De acordo com a Estratégia de Lisboa e integrando as competências de aprendizagem ao longo da vida, o sistema educativo deverá estimular uma cultura mais empreendedora, a desenvolver nos jovens desde o ensino escolar. Não obstante, o fomento do empreendedorismo deverá ser realizado numa perspectiva de igualdade através da integração da perspectiva de género tanto nas estratégias de educação e formação, como no acesso e na participação no mercado de trabalho.

De acordo com o relatório *PORTUGAL GEM 2004 Report* da *Global Entrepreneurship Monitor*, em Portugal assistiu-se a uma redução do número de empreendedores de 7 por 100

adultos (2001) para 4 por 100 adultos (2004). Um dos principais motivos é o facto do Sistema educativo não promover o espírito empreendedor, uma vez que não prepara os alunos para tirarem partido das novas oportunidades de negócio e não promove a criatividade nem o pensamento inovador.

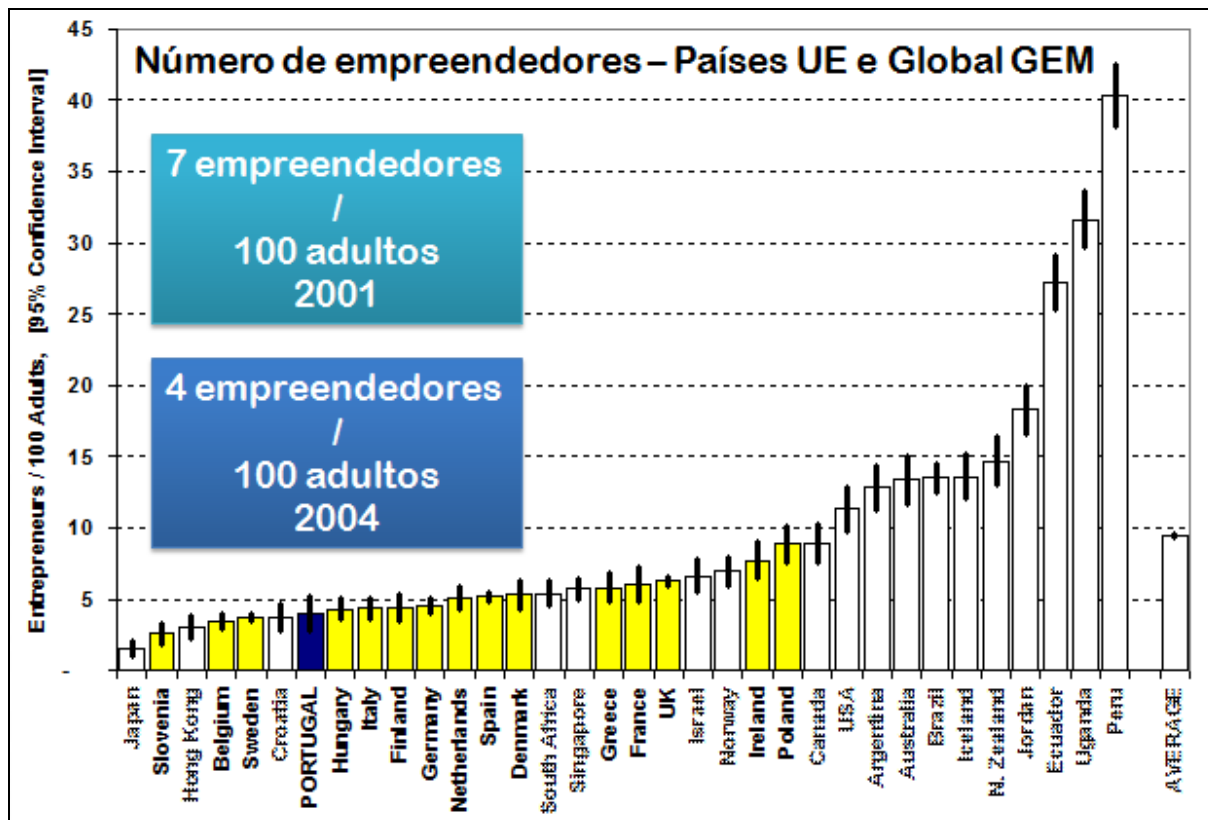


Figura 2 – Número de empreendedores (Portugal GEM 2004 report)

Com vista a inverter esta tendência exige-se uma educação em empreendedorismo, não apenas para os recém-licenciados, mas também para todos os profissionais e demais cidadãos, incluindo as crianças e jovens que serão as gerações do amanhã.

Estará a Escola, nos seus diversos níveis de ensino, ciente desta realidade? Os currículos actuais favorecem a aquisição de competências no âmbito do empreendedorismo? Estarão os professores conscientes destes novos desafios? Que políticas, medidas, projectos e outros incentivos existem para a Educação?

4. Políticas, medidas, projectos e outros incentivos

Em conformidade com a Estratégia de Lisboa (2000), a Europa tem de privilegiar o conhecimento e a inovação; a promoção de uma cultura mais empreendedora; a adopção de atitudes e valores culturais favoráveis à capacidade e iniciativa de empreender; entre outros objectivos.

No contexto português, o QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional) contempla várias medidas, ao nível dos sistemas de incentivo Investigação & Desenvolvimento Tecnológico, Inovação e Qualificação PME, que podem impulsionar o aparecimento de projectos que permitam minimizar os problemas identificados na secção anterior.

No âmbito do Programa Operacional Potencial Humano (POPH) destacam-se as tipologias de intervenção cinco (Apoio ao Empreendedorismo e à Transição para a Vida Activa) e sete (Igualdade de Género). A tipologia 5 visa estimular a criação e a qualidade do emprego, destacando a promoção do empreendedorismo e os mecanismos de apoio à transição para a vida activa. A tipologia 7 tem como objectivo incentivar o aparecimento de projectos de apoio ao empreendedorismo, associativismo e criação de redes empresariais de actividades económicas geridas por mulheres, através da medida 7.6 onde foram já aprovados 54 projectos, representando um valor de investimento na ordem dos 10.000.000 euros (POPH, 2008).

No âmbito do Programa Operacional Factores de Competitividade (POFC) destaca-se o Eixo II - Inovação e Renovação do Modelo Empresarial e do Padrão de Especialização cuja finalidade é a promoção de uma economia baseada no conhecimento e na inovação, por via do estímulo ao desenvolvimento científico e tecnológico e do fomento do empreendedorismo.

No contexto europeu, destacam-se o Programa Operacional de Cooperação Transnacional Espaço Atlântico, dando continuidade às iniciativas comunitárias INTERREG B de 1990-1993, 1994-1999 e 2000-2006, nomeadamente através da prioridade 1: Promover redes de empreendedorismo e de inovação transnacionais e o Programa Operacional de Cooperação Inter-regional INTERREG IVC, mais concretamente no que diz respeito à prioridade 1: Inovação e economia do conhecimento, sub-tema: Empreendedorismo e PME's.

A estas políticas, medidas e incentivos juntam-se-lhe diversos projectos e serviços de Centros de Apoio à Criação de Empresas; Associações empresariais e industriais; Centros de incubação de empresas; Redes de fomento da inovação e do empreendedorismo, das quais se destaca a Rede de BICs (*Business Innovation Centers*); bem como de Núcleos e Gabinetes de Inovação, Empreendedorismo e Empregabilidade sediados nas universidades e Institutos Politécnicos.

No âmbito do Ensino Superior, o programa que mais se destaca é o Concurso Poliempreende. Este é o modelo escolhido para fomentar uma cultura empreendedorística no Ensino Superior Politécnico, com vista a mudar atitudes dos actores académicos: sensibilizando alunos, docentes e diplomados; aprofundando competências pessoais e empresariais; estimular a criação de empresas de base tecnológica: explorando, economicamente, conhecimentos, competências e resultados de investigação; fixando quadros qualificados nas regiões; potenciar o aproveitamento dos recursos endógenos de cada região onde os politécnicos actuam: explorando oportunidades que os territórios possuem; desenvolvendo a economia local.

No âmbito do Ensino Básico e Secundário, no ano lectivo de 2006/2007, surgiu o projecto piloto de Educação para o Empreendedorismo, envolvendo 23 escolas. No ano lectivo de 2007/2008, foi lançado o Projecto Nacional de Educação para o Empreendedorismo, envolvendo 99 escolas. Em 2008/2009, o projecto foi mantido nas mesmas escolas, mas prevendo um alargamento do número de alunos, turmas, projectos ou grupos. O Projecto Nacional de Educação para o Empreendedorismo (PNEE) apresenta-se como um convite para que as escolas desenvolvam um conjunto de iniciativas conducentes à criação, na sua comunidade educativa, de competências e atitudes que permitam empreender...

Serão estas iniciativas suficientes? Obviamente que nos últimos anos foram dados passos importantes que, actualmente, permitirão dar uma salto significativo rumo a uma política educativa centrada na inovação e no empreendedorismo.

Através da educação para o empreendedorismo, os alunos têm a oportunidade de explorar uma abordagem mais motivante, dinâmica e compensadora que eles poderão aplicar no seu próprio negócio, no local de trabalho e/ou no seu quotidiano. A sociedade actual necessita de cidadãos capazes de actuar numa economia global e competitiva. Para tal, a educação em

empreendedorismo deve permitir a aquisição de conhecimentos específicos que lhes permitam desenvolver não só capacidades técnicas, mas também um conhecimento muito mais abrangente das operações de um negócio e um bom uso de capacidades interpessoais, ou seja, aquisição de competências em empreendedorismo (GesEntrepreneur, 2007).

Por conseguinte, é fundamental integrar o Empreendedorismo nos currículos do Ensino básico ao Ensino Superior, numa perspectiva transversal e interdisciplinar, tal como aconteceu com a integração curricular das TIC.

5. Considerações finais

Tal como referiu o Secretário de Estado Adjunto, da Indústria e da Inovação, em Maio 2005, na sua intervenção sobre Empreendedorismo e Políticas Públicas, a importância do empreendedorismo, seja numa comunidade, num país, ou a nível mundial, é inquestionável, pois é um forte contribuinte para mobilizar os recursos necessários ao desenvolvimento de uma economia, ao fomento de emprego e, é um factor de participação da sociedade civil, para além da promoção da inovação nos produtos, serviços e técnicas e de dinamização carreiras profissionais, associadas a uma mobilidade social, que cruza diversos protagonistas como é o caso das universidades e as empresas. A promoção de um ambiente favorável ao empreendedorismo é uma realidade complexa que envolve desde o sistema de apoio social e familiar, o acesso a fontes de financiamento, o desempenho da comunidade local e das agências públicas e, naturalmente, a envolvente cultural, política e económica. Não obstante, a sociedade portuguesa carece de uma cultura empreendedora pelo que se exige uma verdadeira aposta na educação para o empreendedorismo.

Para competir, e ter sucesso neste novo mundo não basta estar-se dotado de uma boa formação e cultura técnico-científica. Hoje, mais do que tudo, as empresas esperam dos seus colaboradores uma postura empreendedora e dinamizadora de novas práticas e estratégias, com retorno para as organizações. O conjunto de acções desenvolvidas pelo sistema educativo com o objectivo de valorizar o papel do empreendedor, disseminar a cultura empreendedora e despertar vocações empresariais tem-se mostrado insuficiente face aos requisitos e desafios com que as empresas da actual sociedade da informação e do conhecimento se deparam.

Este artigo procurou esclarecer e clarificar a importância do empreendedorismo, alertando para a necessidade de criar na escola, qualquer que seja o nível de ensino, e na sociedade em geral, uma mentalidade empreendedora, resultante de uma educação para o empreendedorismo, tanto ao nível do estímulo à criação de negócios, como do fomento do intra-empreendedorismo, envolvendo os recursos humanos nos negócios criados.

Em suma, se a essência do empreendedorismo é a acção (GesEntrepreneur, 2007), então é fundamental integrar o Empreendedorismo nos currículos, numa perspectiva transversal e interdisciplinar, tal como aconteceu com a educação para as TIC.

6. Referências Bibliográficas

Baganha, M. et al. (2005). PORTUGAL GEM 2004 Report. Lisboa: GEM - Global Entrepreneurship Monitor.

Bueno, José (2005). O empreendedorismo como superação do estado de alienação do trabalhador. Tese de doutoramento. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.

Bornstein, David (2005). Como mudar o mundo: empreendedorismo social e o poder de novas ideias. Record.

Cantillon, Richard (1759). Essai sur la Nature du Commerce in Général.

Crompton, R. (2006). Gender and Work in Davis, K; Evans, M. and Lorber, J. (ed.) Handbook of Gender and Women`s Studies, London: Sage Publications, pp 253-271.

Dornelas, José (2003). Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e ser diferente em organizações estabelecidas. Rio de Janeiro: Elsevier.

Dornelas, José (2005). Empreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier.

Drucker, Peter (1970). Entrepreneurship in Business Enterprise. JOURNAL OF BUSINESS POLICY, vol. 1.

EC, European Comission (1998). Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future. Brussels. COM(98) 222 final.

Gerber, Michael (2004). Empreender fazendo a diferença. São Paulo. Fundamento Educacional.

GesEntrepreneur (2007). Guia do Facilitador – Formação de Formadores e Facilitadores em Empreendedorismo, Lisboa: GesEntrepreneur.

Knight, Kenneth (1967). A descriptive model of the intra-firm innovation process, JOURNAL OF BUSINESS OF THE UNIVERSITY OF CHICAGO, vol 40.

Pinchot, Gifford (1985). Intrapreneuring. New York. Harper and Row.

POPH (2008). Relatório de Execução 2007. Programa Operacional Potencial Humano. Lisboa: Observatório do QREN.

QREN (2008). O QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional. Lisboa: Observatório do QREN

Schumpeter, Joseph (1950). Capitalism, Socialism, and Democracy. New York. Harper and Row. 3rd edition.

Toffler, Alvin (1999). A Terceira Vaga, Vida e Cultura – N.º 104. Lisboa: Livros do Brasil, tradução de “The Third Wave” (1980).

Toffler, Alvin e Toffler, Heidi (1999). Criando uma nova civilização. Lisboa: Livros do Brasil, tradução de “Creating a New Civilization” (1995).

UNE, Universidade Nova Economia (2001). PORTUGAL GEM 2001 Report. Lisbon: GEM - Global Entrepreneurship Monitor.