



Instituto Politécnico de Portalegre

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Portalegre

# Análise à Evolução dos Projetos Premiados do Concurso Poliempreende, a Nível Regional e Nacional

Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME

Discente:

Tânia Peças

Orientador:

Doutor Adriano Pedro

Setembro 2013

## RESUMO

A população abrangida pelo presente estudo de investigação pretendeu envolver todos os promotores-líderes dos projetos que participaram no Concurso Poliempreende, vencedores com o primeiro, segundo e terceiro prémio a nível regional e nacional, de todos os Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes, no total de 19 entidades, desde a 1ª (2003-2004) até à 9ª edição (2011-2012).

O Concurso Poliempreende consiste no desenvolvimento de ideias originais e inovadoras com o objetivo de criação do próprio negócio, com potencial crescimento, contribuindo para o desenvolvimento do empreendedorismo nas regiões de atuação dos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes. O concurso já vai na 10ª edição, a realizar-se em 2013 no Instituto Politécnico da Guarda.

Este estudo de investigação contemplou três vertentes: a revisão da literatura, pesquisa junto dos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes ao Concurso Poliempreende, através de questões via correio eletrónico, e a realização de um questionário dirigido aos promotores-líderes dos projetos Poliempreende.

O tema deste estudo reside na análise da evolução dos projetos do Concurso Poliempreende premiados a nível regional e nacional.

A análise à evolução dos projetos do Concurso Poliempreende premiados a nível regional e nacional permitiu concluir que existem fatores que apresentam um caráter importante na decisão de implementação do projeto Poliempreende, mas que isoladamente os mesmos podem não ser decisivos. Os fatores que poderão influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto, mas que podem não ser decisivos são: a origem da criação do negócio, o setor onde se insere a ideia do negócio, o recurso a apoios e a procura ativa de informação sobre os apoios existentes.

Esta investigação conduziu à elaboração de um guia de apoio ao empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre, com o objetivo de transmitir informações necessárias e práticas para a criação de negócio (empresa).

**Palavras-chave:** Empreendedorismo; Empreendedor; Estudantes; Poliempreende; Politécnico.

## ABSTRACT

The target population of this research included all promoters-leaders of the projects submitted to the Poliempreende contest, winners of the first, second and third regional and national prizes, from participant Polytechnic Institutes and non-integrated Colleges, within a total of 19 organizations, since the 1st (2003-2004) to the 9th edition (2011-2012).

The Poliempreende contest concerns the development of original and innovative ideas for the creation of a business, with potential growth, contributing to the development of entrepreneurship in the regions of the participant Polytechnic Institutes and non-integrated Colleges. The contest is currently in its 10th edition, to be held in 2013 at the Polytechnic Institute of Guarda.

This research focused on three areas: a literature review, research with the Polytechnic Institutes and non-integrated Colleges participating in the Poliempreende contest through questions via email, and the completion of a questionnaire sent to the promoters-leaders of the Poliempreende projects.

The subject of this study is based on the analysis of the evolution of regional and national winner projects.

The analysis of the above mentioned evolution has shown that there are causes which play an important role in the decision to implement the Poliempreende project, but that they alone may not be decisive.

The causes which may influence the entrepreneur of the Poliempreende contest to implement the project, but that may not be decisive are: the origin of the creation of the business, the field which includes the business idea, the resource to supports and the active search for information regarding the existing supports.

This research resulted in the development of a support guide for the entrepreneur of the Polytechnic Institute of Portalegre, in order to convey the information and practices necessary to the creation of a business (company).

**Key words:** Entrepreneurship; Entrepreneur; Students; Poliempreende; Polytechnic.

## ÍNDICE GERAL

<b>Índice de Anexos .....</b>	<b>vi</b>
<b>Índice de Gráficos.....</b>	<b>vii</b>
<b>Índice de Quadros .....</b>	<b>ix</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>ÍNDICE GERAL .....</b>	<b>iv</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....</b>	<b>4</b>
1.1. Empreendedorismo .....	4
1.1.1. Evolução do Conceito de Empreendedor .....	4
1.1.2. Características do Empreendedor .....	7
1.2. Poliempreende.....	12
1.2.1. Conceito e Evolução do Concurso Poliempreende.....	12
1.2.2. Objetivo do Concurso Poliempreende.....	17
<b>CAPÍTULO II – TEMA DE INVESTIGAÇÃO .....</b>	<b>19</b>
2.1. Justificação do Tema.....	19
2.2. Formulação do Problema.....	20
2.3. Objetivos de Investigação.....	21
<b>CAPÍTULO III - METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....</b>	<b>23</b>
3.1. Metodologia.....	23
3.2. Método .....	23
3.3. População.....	24
3.4. Variáveis.....	25
3.5. Técnica de Colheita de Dados .....	27
3.6. Limitações do Estudo.....	31

3.7. Descrição do Tratamento e Análise de Dados .....	31
<b>CAPÍTULO IV – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO SOBRE O CONCURSO POLIEMPREENDE E EMPREENDEDORISMO .....</b>	<b>33</b>
4.1. Resultados do Questionário.....	33
4.2. Resultados por Linhas de Investigação .....	36
<b>CAPITULO V – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>80</b>
5.1. Conclusões .....	80
5.2. Recomendações de Investigações Futuras .....	84
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>88</b>

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1</b> – Quadro 23 - Ponto de Situação das Edições do Concurso Poliempreende .....	89
<b>Anexo 2</b> – Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo .....	90
<b>Anexo 3</b> – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre .....	93

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico 1</b> – Género dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	37
<b>Gráfico 2</b> – Estado Civil dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	37
<b>Gráfico 3</b> – Área de Curso dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	38
<b>Gráfico 4</b> – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	39
<b>Gráfico 5</b> – Perceção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	41
<b>Gráfico 6</b> – Desejo de Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	42
<b>Gráfico 7</b> – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	43
<b>Gráfico 8</b> – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	43
<b>Gráfico 9</b> – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	44
<b>Gráfico 10</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Feminino (Implementou o Projeto) .....	57
<b>Gráfico 11</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Masculino (Implementou o Projeto) .....	58
<b>Gráfico 12</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Condição de Estudante (Implementaram o Projeto) .....	59
<b>Gráfico 13</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Estudante Distribuídos por Género (Implementaram o Projeto) .....	60
<b>Gráfico 14</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante (Implementaram o Projeto).....	60
<b>Gráfico 15</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante por Género (Implementaram o Projeto).....	61
<b>Gráfico 16</b> – Resultados das Influências Empresariais do Género Feminino que Implementou o Projeto.....	64
<b>Gráfico 17</b> – Resultados das Influências Empresariais do Género Masculino que Implementou o Projeto.....	65

<b>Gráfico 18</b> – Implementação do Projeto.....	66
<b>Gráfico 19</b> – Implementação do Projeto Distribuído pelo Estado Civil.....	67
<b>Gráfico 20</b> – Idade dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	67
<b>Gráfico 21</b> – Área de Curso dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	68
<b>Gráfico 22</b> – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto .....	69
<b>Gráfico 23</b> – Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto com Empresários na Família.....	69
<b>Gráfico 24</b> – Perceção de Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto .....	70
<b>Gráfico 25</b> – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	71
<b>Gráfico 26</b> – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	71
<b>Gráfico 27</b> – Setor em que se Inere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	72
<b>Gráfico 28</b> – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Perceção dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto .....	73
<b>Gráfico 29</b> – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	76
<b>Gráfico 30</b> – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que não Implementaram o Projeto.....	76



## Índice de Quadros

<b>Quadro 1</b> – Frequência e Percentagem de Respostas Obtidas no Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo .....	24
<b>Quadro 2</b> – Entidades que Participaram no Concurso Poliempreende .....	33
<b>Quadro 3</b> – Idade dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	36
<b>Quadro 4</b> - Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	38
<b>Quadro 5</b> - Empresários na Família dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	39
<b>Quadro 6</b> – Perceção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende.....	41
<b>Quadro 7</b> – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Perceção dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende .....	45
<b>Quadro 8</b> - Resultados do Autoconceito nos Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende .....	47
<b>Quadro 9</b> – Comparação dos Resultados do Autoconceito – Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende vs Estudantes do Ensino Superior Politécnico .....	49
<b>Quadro 10</b> - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino .....	50
<b>Quadro 11</b> - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino.....	51
<b>Quadro 12</b> - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino que não Implementou o Projeto.....	52
<b>Quadro 13</b> - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino que não Implementou o Projeto.....	53
<b>Quadro 14</b> – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Estudante que Implementou o Projeto.....	53
<b>Quadro 15</b> – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Trabalhador/Estudante que Implementou o Projeto .....	54
<b>Quadro 16</b> – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com Empresários na Família - Implementou o Projeto.....	54
<b>Quadro 17</b> – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder sem Empresários na Família - Implementou o Projeto.....	55
<b>Quadro 18</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes dos Projetos.....	56
<b>Quadro 19</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Empresários na Família (Implementaram o Projeto).....	62

<b>Quadro 20</b> – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes sem Empresários na Família (Implementaram o Projeto).....	62
<b>Quadro 21</b> –Influências Empresariais.....	63
<b>Quadro 22</b> – Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto.....	68

## **INTRODUÇÃO**

O empreendedorismo surgiu na época medieval, mas o conceito de empreendedor surge durante a Revolução Industrial no início do século XVIII, pelo economista irlandês Richard Cantillon, e desde então tem vindo a evoluir até aos dias de hoje (Monteiro, M., 2010).

Atualmente, o empreendedor é visto como sendo um indivíduo que cria o próprio negócio, assume riscos, identifica oportunidades de negócio é inovador, tem capacidade de liderança, cria riqueza, consegue usufruir de todos os recursos materiais e humanos ao seu dispor de forma eficiente e eficaz.

O empreendedorismo em Portugal tem vindo a ganhar destaque desde o ano de 2000, sendo que em 2007 o empreendedorismo ganha expressão, passa a ser considerado um pilar estratégico para a competitividade do país. A partir de 2007, surgem medidas e programas definidos pelo Governo para a adopção de atividades que promovam e desenvolvam o empreendedorismo em Portugal.

Com o objetivo de satisfazer necessidades internas e no âmbito da necessidade de desenvolver estratégias de estímulo à criação do próprio negócio junto da comunidade académica, surge no ano letivo de 2003/2004 no Instituto de Castelo Branco o Concurso Poliempreende.

Hoje em dia, o Concurso Poliempreende consiste no desenvolvimento de ideias originais e inovadoras com o objetivo de criação do próprio negócio, com potencial crescimento, contribuindo para o desenvolvimento do empreendedorismo nas regiões de atuação dos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes. O concurso já vai na 10<sup>a</sup> edição, a realizar-se em 2013 no Instituto Politécnico da Guarda.

A presente investigação visou analisar a evolução dos projetos Poliempreende premiados, a nível regional e nacional.

Com base nessa análise procura-se saber quantos projetos e de que setor são implementados, e dos projetos implementados quantos sobrevivem, durante quanto tempo, quais são os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação desses projetos,

mas para isso é necessário perceber qual o perfil do promotor-líder que implementa o projeto do Concurso Poliempreende.

Com o conhecimento do resultado desta investigação pretende-se criar um guia de apoio ao empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre, com o objetivo de transmitir informações necessárias e práticas para a criação de negócio (empresa).

A população abrangida pelo presente estudo de investigação pretendeu envolver todos os promotores-líderes dos projetos que participaram no Concurso Poliempreende, premiados com o primeiro, segundo e terceiro prémio a nível regional, e nacional, de todos os Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes, no total de 19 entidades, desde a 1ª (2003-2004) até à 9ª edição (2011-2012).

Este estudo de investigação contemplou três vertentes: a revisão da literatura, pesquisa junto dos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes ao Concurso Poliempreende, através de questões via correio eletrónico, e a realização de um questionário dirigido aos promotores-líderes dos projetos Poliempreende.

A escolha do tema de investigação sobre o Concurso Poliempreende foi motivada pelo fato de o empreendedorismo ser o foco do curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME, sendo este tema considerado um pilar estratégico e de extrema importância para o país e sobretudo para o seio académico.

O Poliempreende surge como uma das atividades de resposta à necessidade de estimular e desenvolver atividades que promovam o empreendedorismo na comunidade académica.

A primeira parte do trabalho prende-se com o enquadramento teórico e a contextualização do tema abordado.

Na segunda parte serão focadas as partes essenciais do tema, a definição e a justificação do tema de investigação, assim como a formulação do problema.

A terceira parte incide sobre o método de investigação a utilizar, a definição da população em estudo, a definição das variáveis, a técnica de colheita de dados, as limitações do estudo e a descrição do tratamento e análise de dados.

Para atingir o objetivo proposto a saber quantos projetos e de que setor são implementados, e dos projetos implementados quantos sobrevivem, durante quanto tempo,

quais são os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos, foi utilizado o método quantitativo através de uma abordagem descritiva.

A quarta parte do estudo foca os resultados e a sua discussão.

E por último, na quinta parte far-se-á as conclusões retiradas do presente estudo.

## **CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

### **1.1. Empreendedorismo**

#### **1.1.1. Evolução do Conceito de Empreendedor**

Ao longo dos anos foram surgindo várias definições para o conceito de empreendedor e empreendedorismo.

Roberts (1991) refere que o empreendedorismo surgiu na época medieval (*cit. in* Rosário, A., 2007:4), contudo em termos históricos, segundo McNeil (2004) foi na Revolução Industrial que o conceito de empreendedor se desenvolveu.

O conceito de empreendedor surge durante a Revolução Industrial no início do século XVIII, pelo economista irlandês Richard Cantillon (Monteiro, M., 2010).

Richard Cantillon (1730) define empreendedor como (*cit. in* Rosário, A., 2007: 10):

“O empreendedor é uma pessoa empregada por conta própria de qualquer tipo. Empreendedores compram a um preço certo no presente e vendem a um preço incerto no futuro. Um empreendedor é uma pessoa que suporta a incerteza”.

A Revolução Industrial trouxe as máquinas que substituíram o trabalho manual, esta revolução veio modificar toda a estrutura da empresa, trazendo novos paradigmas para a sociedade (Rosário, A., 2007: 5).

Antes da Revolução Industrial a maioria das empresas eram de cariz familiar e trabalhavam de modo artesanal, onde predominava o conhecimento do Saber-Fazer e existia maior estabilidade em relação ao emprego (Kyrö *cit. in* Rosário, A., 2007:5)

Com a Revolução Industrial as grandes empresas que se capacitaram tecnologicamente, surgiram em grande número, “devido à sua posição dominante no mercado” (Rosário, A., 2007:5).

Contudo, há que ter em conta que atualmente os empresários artesanais ainda subsistem. Hoje em dia, os produtos e os processos artesanais são valorizados no mercado, e considerados elementos diferenciadores.

Nos finais do século XVIII e início do século XIX, Jean-Baptiste Say economista francês, identifica o empreendedor como peça chave no motor da produção, distribuição e consumo (Monteiro, M., *cit. in* Praag, 1999: 16). O empreendedor é um indivíduo capaz de identificar novas oportunidades de mercado e satisfazê-las (Say *cit. in* Etemed *cit. in* Monteiro, M., 2010: 16).

Joseph Schumpeter (1942), economista austríaco, relaciona o empreendedorismo ao “desenvolvimento económico” demonstrando que “as ações inovadoras podem introduzir descontinuidades cíclicas na economia” (Schumpeter *cit. in* Rosário, A., 2007: 6).

Ainda no ano de 1942, Schumpeter define empreendedorismo como destruição criativa, “onde evidenciou o papel do empreendedor enquanto agente responsável pela introdução de novas tecnologias, contribuindo, deste modo, para a substituição de produtos e processos ultrapassados” (Schumpeter *cit. in* Rosário, A., 2007: 7).

Alguns autores, como Richard Cantillon (1730) e Adam Smith (1776), apresentam uma definição simples de empreendedor, como alguém que cria o seu próprio negócio. Outros autores, como Alfred Marshall (1879) e Joseph Schumpeter (1934), apresentam definições mais complexas, para eles o empreendedor não é apenas alguém que cria o seu próprio negócio, é mais do que isso, é alguém que identifica oportunidades de negócio lucrativo, inovador, é alguém que coloca no mercado produtos ou serviços com base na diferenciação e na criação de valor dos processos de produção ou realização.

Os autores Adam Smith (1776) e Jean Baptiste Say (1816) referem que o empreendedor é um agente económico que transforma a procura em oferta, cria um negócio gerador de riqueza (*cit. in* Rosário, A., 2007: 10).

Em 1879, Alfred Marshall economista inglês, introduz o conceito de inovação na definição de empreendedor (*cit. in* Rosário, A., 2007: 10):

“O empreendedor é alguém que se aventura e assume riscos, que reúne capital e o trabalho requerido para o negócio e supervisiona os seus mínimos detalhes, caracterizando-se pela convivência com o risco, a inovação e a gestão do negócio”.

Mais tarde, o economista Joseph Schumpeter (1934) defende que a inovação é o que diferencia uma simples criação de negócio para a criação de empreendedorismo (*cit. in* Rosário, A., 2007: 10).

Em 1985, Peter Drucker reforça a definição de empreendedor de Schumpeter (*cit. in* Rosário, A., 2007: 10): “Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor.”

O empreendedor não é alguém que cria apenas o seu negócio é alguém que cria inovação e que a coloca no mercado à disposição do consumidor, motivando a procura.

A inovação é considerada um fator chave de competitividade, incrementa algo novo ou radicaliza processos, produtos ou serviços (*et al cit. in* Rodrigues, M., 2003: 17, 36, 37).

Com o passar dos anos o conceito de empreendedor e empreendedorismo foi evoluindo, o empreendedorismo deixou de ser apenas visto como a criação comum de um negócio e passou à criação de um negócio altamente inovador, coeso e produtivo.

Atualmente, nos estudos realizados sobre o empreendedorismo e na informação disponível sobre o tema encontra-se definições baseadas nas teorias de Schumpeter:

“Empreendedorismo é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas. É claramente uma noção que incorpora o início e o fim das empresas.” (Corredor Azul, s.d.: 9).

Todos estes conceitos reforçam as características atribuídas aos empreendedores. O empreendedor caracteriza-se como sendo um indivíduo que cria o próprio negócio, assume riscos, identifica oportunidades de negócio, é inovador, tem capacidade de liderança, cria riqueza, consegue usufruir de todos os recursos materiais e humanos ao seu dispor de forma eficiente e eficaz.



### **1.1.2. Características do Empreendedor**

Desde sempre existiu interesse no estudo das características do empreendedor com o objetivo de encontrar características preditivas. Todos estes estudos foram inconclusivos e alvo de controvérsias, pois os resultados não foram totalmente aceites dada à dinâmica de comportamentos e da envolvente que influencia as capacidades empreendedoras do indivíduo, tais como, região, cultura, educação, entre outras.

Nos vários estudos de investigação realizados sobre as características do empreendedor constata-se que existem algumas características comuns entre as diversas definições de empreendedor, sendo a atitude e a motivação empreendedora as mais comuns.

As características estão relacionadas com a personalidade de cada indivíduo, definem atitudes, respostas a várias situações é algo que nos diferencia uns dos outros.

No estudo sobre o empreendedorismo realizado em Portugal, com a designação de GEM Portugal 2010, no âmbito do projeto GEM – Global Entrepreneurship Monitor, foram identificadas três componentes principais do empreendedorismo relacionadas com as características do empreendedor, elas são: “atitude, atividade e aspiração empreendedora”. Estas componentes encontram-se ligadas entre si, cada componente influencia a outra componente (GEM Portugal, 2010: 6).

O estudo refere que “a atitude empreendedora é a postura adotada face ao empreendedorismo”, e que “a atitude empreendedora pode influenciar a atividade empreendedora, mas também pode ser influenciada por esta” (GEM Portugal, 2010: 6).

A atividade empreendedora aparece no estudo sobre o empreendedorismo como sendo um processo:

“A atividade empreendedora deve ser vista como um processo e não como um momento. É por este motivo que o GEM mede, quer as intenções empreendedoras, quer a atividade nascente, a nova e a estabelecida” (GEM Portugal, 2010: 7).

A pretensão e o desejo de ser empreendedor, criar algo marcado pela inovação e diferenciação (aspiração empreendedora), influencia a atividade empreendedora (GEM Portugal, 2010: 7).

No estudo a pretensão, desejo e ambição de ser empreendedor é identificado como aspiração, “a aspiração empreendedora reflete a natureza qualitativa da atividade empreendedora” (GEM Portugal, 2010: 7).

Em 2011, foi editado um estudo realizado aos alunos do Ensino Superior Politécnico a nível nacional, com o objetivo de verificar o espírito empreendedor e as motivações empresariais dos discentes, com o título “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, escrito por Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011).

O estudo teve como objetivo traçar o perfil empreendedor do estudante do Ensino Superior Politécnico, focando alguns pontos, tais como: personalidade, motivação, influencia do meio envolvente, fatores influenciadores do empreendedorismo e capacidade empreendedora (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011).

O presente estudo de investigação tem como objetivo analisar a evolução dos projetos premiados, do Concurso Poliempreende, a nível regional e consequentemente a nível nacional. Com base nessa análise pretende-se encontrar os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos, de forma a permitir encontrar uma solução para a implementação dos mesmos.

Deste modo é importante conhecer as características dos promotores-líderes que implementaram o projeto do Concurso Poliempreende porque podem ser fatores determinantes para o sucesso na implementação dos projetos.

Dada a importância do conhecimento das características dos promotores-líderes que implementaram o projeto, no desenvolvimento do presente estudo irão ser tidos em conta as características e o resultado do estudo realizado aos alunos do Ensino Superior Politécnico “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”.

As características mais comuns referenciadas como sendo as características de um empreendedor, indicadas no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino

Superior” pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011), são as seguintes:

- “Abertura e Capacidade de Inovar”: “É sustentada no desejo e interesse em procurar novas formas de agir (Patchen, 1965), orientando a pessoa para a inovação (Heunks, 1998) e sendo considerado por Schumpeter (1934) como conceito central do empreendedorismo” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 81). Esta característica pode-se revelar na criatividade, da necessidade de procurar novos desafios, experiências, e na assunção de riscos.
- “A Personalidade Pró-ativa”: Possuir uma personalidade pró-ativa significa que o indivíduo tem disposição para tomar a iniciativa de fazer algo. “Os estudos têm demonstrado que ser pró-ativo é preditor da intenção de criar uma start-up embora a sua influência decresça no tempo (Crant, 1996; Frank et al., 2007)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “A Tolerância ao Stress”: “Esta capacidade assume-se como importante pois os empreendedores correm riscos pessoais e financeiros em situações de sobrecarga de trabalhos, no qual a pressão e a insegurança são minimizadas pela tolerância ao stress” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82). “Estas personalidades procuram a autonomia e o controle das suas ações, evitando as restrições e regras estabelecidas pela organização (Brandstätter, 1997; Cromie, 2000) (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “Extroversão”: “Característica de quem exterioriza facilmente seus sentimentos e é recetivo ao comportamento dos outros” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82). Indivíduos com esta característica revelam “(...) sensibilidade, sociabilidade e emoções positivas relativamente à recompensa proporcionada ao outro (Ciavarella et al., 2004; Zhao & Seibert, 2006)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “Afabilidade”: “Este traço refere-se à capacidade de estabelecer relações interpessoais, de ser amável nessas relações, apresentando a capacidade de promover consensos, mantendo ao mesmo tempo a preservação do entendimento mútuo e da confiança (Lewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Koe & Shamuganathan, 2010). Inscrevem-se neste traço, características como saber ouvir, ser empático procurando a harmonia nas relações (Caliendo & Kritikos, 2008)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).

- “Consciência”: Esta característica revela “(...) sentido de responsabilidade, necessidade de realização conduzindo a um grande comprometimento com o trabalho (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Ong & Ismail, 2008; Koe & Shamuganathan, 2010)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).
- “Neuroticismo”: “Este traço avalia o grau de estabilidade emocional do indivíduo (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83). Os empreendedores são otimistas e são inteligencialmente emocional.
- “A Eficácia Global”: “Esta medida global assume-se como importante para o empreendedor pois gera um sentido de confiança nas suas competências para antecipar e desempenhar várias ações em situações de incerteza (Baum & Locke, 2004). Esta característica revela um “(...) elevado grau de iniciativa pessoal (Speier & Frese, 1997)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).

“Estudos realizados por vários investigadores (Cools & Van Den Broeck, 2008; Crant, 1996; D’Intino et al., 2007; Rauch & Frese, 2007; Ong & Ismail, 2008) vêm demonstrar que os empreendedores com este traço apresentam níveis elevados de tolerância à ambiguidade, locus de controlo interno, personalidade pró-ativa, autoeficácia e necessidade de realização” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).

Como foi dito anteriormente todos os estudos realizados sobre as características do empreendedor foram inconclusivos, o empreendedor pode ter estas características como pode não as ter, pode ter comportamentos completamente ambíguos em relação à criação do próprio emprego.

O indivíduo tem que ter motivação para que tal aconteça, por isso a motivação é uma componente importante e essencial em todos os estudos realizados a indivíduos que pretendam criar o próprio negócio.

Os estudos indicam que o aumento da criação de novos negócios/empresas aumentam em ambientes e situações de crise económica e social, dada à instabilidade e insegurança no emprego gerados pela crise.

Desta forma, o contexto atual da globalização veio propor novos desafios à tradicional forma organizacional, a todos os níveis, mas principalmente no contexto laboral.

A globalização trouxe mais insegurança no emprego, pois deixou de existir o emprego para toda a vida, tornando-se num fenómeno a nível mundial, trouxe mais mobilidade, precariedade, imprevisibilidade e aumento das desigualdades sociais.

Todo este fenómeno induziu à necessidade de flexibilidade espacial, aumentando a mobilidade geográfica, e o uso das novas tecnologias de informação, fomentando a criação de novas micro e PME's.

O empreendedorismo é considerado por muitos autores e investigadores como sendo um catalisador para a economia e para o desenvolvimento do País, por isso é necessário estimular a criação de novas empresas e estimular o empreendedorismo de oportunidade.

Do Guia Prático do Empreendedor pode-se constatar o seguinte: "Os empreendedores constituem hoje em dia, um elemento vital para a revitalização do tecido económico de diversas formas." (Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação)

Na pesquisa realizada destacou-se a existência de dois tipos de empreendedorismo:

- Empreendedorismo de necessidade;
- Empreendedorismo de oportunidade (cria e gera valor);

No caso do "empreendedorismo de necessidade" ocorre quando criam negócios por falta de alternativas e por necessidade.

No entanto, o "empreendedorismo de oportunidade" acontece quando o empreendedor se sente motivado a criar o seu próprio negócio. Ele consegue identificar as necessidades de mercado, antecipa-se e consegue colmatar essas necessidades, cria produto/serviço inovador e consegue gerar procura. O empreendedor com estas características encontra-se atento às mudanças, consegue transformar dificuldades em oportunidades de negócio.

## **1.2. Poliempreende**

### **1.2.1. Conceito e Evolução do Concurso Poliempreende**

O Concurso Poliempreende é uma atividade realizada e promovida em conjunto com os vários institutos politécnicos do País e com a participação de escolas superiores não integradas, como é o caso das Escolas Politécnicas da Universidade do Algarve, das Escolas Politécnicas da Universidade de Aveiro, da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, e da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

O Concurso Poliempreende visa “avaliar e premiar projetos desenvolvidos e apresentados por alunos, diplomados ou docentes destas instituições, ou outras pessoas, desde que integrem equipas constituídas por estudantes e/ou diplomados” [<http://www.poliempreende.pt/apresenta.htm>].

O concurso realiza-se em duas vertentes, na vertente regional e na vertente nacional. Na vertente regional cada Instituto Politécnico promove várias atividades de forma a selecionar os três melhores projetos apresentados.

O primeiro classificado a nível regional vão apreciação de um júri nacional, desta apreciação sai o resultado dos três melhores projetos a nível nacional.

O Poliempreende consiste no desenvolvimento de ideias originais e inovadoras com o objetivo de criação do próprio negócio, com potencial crescimento, contribuindo para o desenvolvimento do empreendedorismo nas regiões de atuação dos Institutos Politécnicos.

De acordo com o regulamento do Concurso o Poliempreende, o mesmo incorpora cinco fases.

A primeira fase, denominada por “Oficinas de Empreendedorismo”, tem como objetivo o desenvolvimento de várias “ações de formação e o acompanhamento personalizado” aos promotores das ideias de negócio a desenvolver no concurso. Estas ações que são desenvolvidas nesta fase encontram-se divididas em duas oficinas, sendo que uma oficina presta apoio aos

futuros promotores do projeto “antes da apresentação das ideias de negócio”, e outra oficina presta apoio após a apresentação das ideias de negócio. Estas oficinas colaboram em conjunto com acompanhamento personalizado. A participação nesta fase não é obrigatória.

A fase seguinte é a “apresentação das ideias do negócio”, consiste na apresentação da ideia de negócio para o projeto, através do preenchimento no formulário destinado para este fim, sendo esta fase obrigatória.

A próxima fase é o “Concurso Regional”, nesta fase são avaliadas as candidaturas submetidas a concurso a nível regional. Esta avaliação é de responsabilidade de cada instituto politécnico e escolas superiores não integradas. A avaliação é realizada através da análise ao “Plano Sucinto de Negócio e de entrevista ou audição com os promotores”, onde são selecionados os três vencedores regionais, sendo que o primeiro vencedor regional será automaticamente selecionado para participar no concurso nacional.

Por último, encontra-se a fase do “Concurso Nacional”, que se rege pelos critérios de avaliação do Concurso Regional, são avaliados também nesta fase o Plano Sucinto de Negócio e são realizadas entrevistas ou audições com os promotores dos projetos.

Os prémios a atribuir são monetários e são atribuídos aos três primeiros vencedores regionais e aos três primeiros vencedores nacionais. Para além destes prémios, existem prémios complementares que são atribuídos também a nível nacional e regional.

Em relação aos prémios complementares atribuídos a nível regional, são da responsabilidade de cada instituto e “nas condições definidas pelo patrocinador”. O patrocinador pode ser pessoa coletiva ou individual, entidade pública ou privada.

Em relação aos prémios complementares atribuídos a nível nacional, são da responsabilidade do instituto coordenador com as condições específicas definidas pelo patrocinador.

O concurso já vai na 10ª edição, a realizar-se em 2013 no Instituto Politécnico da Guarda. Esta edição estende-se a mais duas escolas: Escola Superior de Enfermagem – Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e Escola Náutica Infante D. Henrique.

As Instituições envolvidas no concurso Poliemprende até à 9ª edição foram as seguintes:

- Instituto Politécnico de Beja
- Instituto Politécnico de Bragança
- Instituto Politécnico de Castelo Branco
- Instituto Politécnico do Cávado e Vale do Ave
- Instituto Politécnico de Coimbra
- Instituto Politécnico da Guarda
- Instituto Politécnico de Leiria
- Instituto Politécnico de Lisboa
- Instituto Politécnico de Portalegre
- Instituto Politécnico do Porto
- Instituto Politécnico de Santarém
- Instituto Politécnico de Setúbal
- Instituto Politécnico de Viana do Castelo
- Instituto Politécnico de Viseu
- Instituto Politécnico de Tomar
- Escola Superior de Enfermagem de Coimbra
- Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Escolas Politécnicas - Universidade Aveiro
- Escolas Politécnicas - Universidade Algarve

O concurso Poliempreende destina-se a “diplomados de qualquer grau, pelas mesmas escolas; docentes do ensino politécnico ou outros interessados, desde que integrando equipas constituídas por estudantes e/ou diplomados”.

O projeto Poliempreende tem como objetivo promover o espírito empreendedor em contexto académico, desenvolvendo neste âmbito competências nos alunos.

A avaliação dos projetos passa pela análise de várias condicionantes, tais como, a originalidade, a inovação e as motivações dos promotores.

O projeto Poliempreende nasce no ano de 2003, no Instituto Politécnico de Castelo Branco. Na primeira (2003-2004) e na segunda (2004-2005) edição, o Instituto Politécnico de Castelo Branco desenvolve atividades de forma isolada.



Na terceira edição (2005-2006), o programa Poliempreende desenvolve-se no âmbito de uma iniciativa comunitária denominada EQUAL, beneficiando do programa dos Fundos Estruturais 2000-2006, cofinanciado pelo Fundo Social Europeu. Nesta edição o Instituto Politécnico de Castelo Branco participa em parceria com o Instituto Politécnico da Guarda.

Esta iniciativa comunitária designada por EQUAL tinha como objetivo a adoção de medidas, de forma a materializar as orientações definidas no Plano de Ação Nacional para o emprego. Estas ações tinham por base as seguintes linhas orientadoras que se encontram definidas na iniciativa EQUAL, no website do Quadro Comunitário de Apoio III (2000-2006):

- Empregabilidade
- Espírito Empresarial
- Adaptabilidade
- Igualdade de Oportunidade
- Requerentes de Asilo

Dentro da iniciativa comunitária EQUAL foram criadas redes temáticas, constituídas por técnicos especializados em cada tema. Estas redes tinham como objetivo a partilha de conhecimento ajudando a descobrir novas soluções para os projetos no âmbito da EQUAL.

Desta forma o concurso Poliempreende nasce na rede temática 4 – “Criação de Empresas”, através do projeto BI Inova, que tinha como principal objetivo o desenvolvimento de atividades que promovessem o espírito empresarial.

Na quarta edição (2006-2007), ainda no âmbito do projeto BI Inova, o programa Poliempreende alarga o seu âmbito a mais quatro Institutos Politécnicos: Beja, Bragança, Portalegre e Tomar, desenvolvendo atividades em parceria.

O projeto BI Inova só prevalece na terceira e na quarta edição.

Em 2007, o empreendedorismo ganha expressão, passa a ser considerado um pilar estratégico para a competitividade do País. Com a entrada do QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional para 2007-2013, surgem medidas e programas definidos pelo Governo para a adoção de atividades que promovam e desenvolvam o empreendedorismo em Portugal, como solução para a coesão económica e social do País. Neste ano, na quinta edição, os restantes Institutos Politécnicos abraçam esta iniciativa.

Em 2008, na sexta edição, o projeto Poliempreende atinge a sua “maturidade”, e por necessidade de resposta ao aumento do grupo que integram o concurso a coordenação do mesmo passou a ser rotativa. Desde 2003 que a coordenação estava a cargo do Instituto Politécnico de Castelo Branco e em 2008 o Instituto Politécnico de Coimbra assume a coordenação do concurso Poliempreende.

Em 2010, o Poliempreende assume-se como uma importante estratégia de desenvolvimento do empreendedorismo sobretudo a nível regional. O Poliempreende aparece como resposta às necessidades de desenvolvimento regional. As suas atividades resultam de iniciativas de transferência de conhecimento e tecnologia, contribuindo para o desenvolvimento regional e nacional.

Inicialmente, o Poliempreende tinha como objetivo satisfazer necessidades internas, desenvolvendo concursos de ideias junto da comunidade académica.

Atualmente, o Concurso Poliempreende é um projeto que pretende estimular o empreendedorismo, a criatividade, a inovação, a criação e o desenvolvimento do próprio negócio junto da comunidade académica, materializando-se em projetos de base tecnológica, contribuindo para o desenvolvimento regional.

Prespetiva-se que o Concurso Poliempreende terá continuidade, pretende-se que tenha uma abrangência internacional com a entrada do Instituto Politécnico de Macau e as organizações congéneres em Cabo Verde, para isso será necessário que todas as escolas incluam o empreendedorismo nas suas estruturas curriculares (*et al cit. in Pedro Parreira, 2011: 28*).

“O Poliempreende tem a visão de ser um marco de referência no empreendedorismo nacional contribuindo deste modo para o desenvolvimento das regiões onde as instituições se inserem e ao nível nacional para a criação de riqueza no País” (*et al cit. in Pedro Parreira, 2011: 29*).

### **1.2.2. Objetivo do Concurso Poliempreende**

Partindo do princípio que o ensino superior ajuda no desenvolvimento de comportamentos e atitudes empreendedoras e inovadoras, é necessário despoletar essas atitudes e comportamentos mitigadores de empreendedorismo e de inovação nos alunos.

O ensino superior deve realizar ações e atividades que estimulem a competitividade e a criação de tecnologia inovadora, assim como o desenvolvimento de competências em empreendedorismo, pois poderá ser igualmente importante como as qualificações, formações e atividades extracurriculares, para o motor da economia nacional.

“O Poliempreende tem como objetivo máximo incutir e estimular o empreendedorismo, bem como proporcionar saídas profissionais de preferência através da criação do próprio emprego”.  
[<http://www.poliempreende.pt/objetivos.htm>].

As promoções das atividades de apoio ao empreendedorismo no ensino superior assumem um carácter importante, com o objetivo de alavancar o desenvolvimento da economia regional, onde as instituições de ensino se encontram inseridas. O ensino superior é detentor de conhecimento científico, investigação e tecnologia que podem auxiliar na dinamização da região, através de transferência de conhecimento e apoio às empresas que laboram no local.

“É um projeto concebido para promover a mudança de atitudes dos atores académicos neles participantes, induzindo-os a incorporar nas suas atividades regulares o desenvolvimento e a aplicação de métodos para a valorização do conhecimento gerado no sentido da assimilação do empreender”  
[<http://www.poliempreende.pt/objetivos.htm>].

As instituições de ensino superior são importantes na qualificação e formação de recursos humanos, criam massa crítica pois tem uma enorme importância para o País. São os jovens que saem do ensino superior que vão “moldando” a competitividade, empreendedorismo e inovação nas empresas, criando e gerando riqueza.

O concurso pretende estimular, criar e desenvolver projetos ou ideias de negócios empreendedoras de base tecnológica, relevante com condições para atrair e gerar investimento, investigação e emprego científico na região.

“Está orientado para dar à sociedade e à economia um forte e sério contributo, através da constituição de empresas de cariz inovador e implantação regional, que possam ser levados à prática e, ainda, para o fomento do empreendedorismo nas regiões de influência das instituições de ensino politécnico e das PME criadas no âmbito do Poliempreende” [<http://www.poliempreende.pt/objetivos.htm>].

Através do estudo e do conhecimento dos fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação do projeto, poder-se-ão encontrar formas de contornar esses pontos críticos, preparando o aluno para o mercado atual.

## **CAPÍTULO II – TEMA DE INVESTIGAÇÃO**

### **2.1. Justificação do Tema**

A escolha do tema de investigação sobre o Concurso Poliempreende foi motivada pelo facto de o empreendedorismo ser o foco do curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME, sendo este tema considerado um pilar estratégico e de extrema importância para o país e sobretudo para o seio académico. O Poliempreende surge como uma das atividades de resposta à necessidade de estimular e desenvolver atividades que promovam o empreendedorismo na comunidade académica.

Assim, dada a importância do tema e pelo facto de não existir, até à data, informação compilada e centrada num único documento sobre o mesmo, foi escolhido o presente tema para investigação.

Em relação ao Concurso Poliempreende não existem registos dos factos históricos da evolução do mesmo, assim como também não existe informação sobre o comportamento dos vencedores dos concursos relativamente à implementação ou não dos seus projetos.

Neste momento, o que existe é uma plataforma acessível apenas aos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas participantes no concurso, de forma a ser alimentada por cada instituto e escola superior com informação sobre os projetos. Esta informação é inserida num formulário por projeto, designado por “Dados da empresa”, onde é contemplada toda a informação sobre todos os projetos que foram a concurso, nomeadamente, a designação do projeto, a área de atividade, a edição em que participou, se foi projeto premiado, se o projeto foi implementado e identificação do líder do projeto. A informação existente na plataforma não está completa, existem entidades que, até á data, não inseriram qualquer tipo de informação.

Desta forma, existiu a necessidade de analisar e perceber a evolução dos projetos vencedores do concurso, assim como a sua implementação.

Com este conhecimento consegue-se identificar quais os fatores críticos de insucesso, que causam dificuldades à implementação dos projetos premiados, permitindo compreender as reais causas para a sua não implementação.

Com o conhecimento para as causas da não implementação dos projetos pretende-se criar um guia de apoio ao empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre, com linhas de orientação de forma a eliminar algumas dessas dificuldades.

## 2.2. Formulação do Problema

Para Cardona Moltó (2002), a definição do problema deve ser a mais específica possível compreendendo os pontos essenciais da investigação, indicando o que se “estuda (objeto de investigação), com quem se vai levar a cabo a investigação (sujeitos) e como se estuda o problema (variáveis)”. (Sousa, M. J. e Baptista, C. S. cit in Cardona Moltó 2011: 23)

O investigador deverá formular questões de investigação específicas que representem as dificuldades possíveis relacionadas com o objeto de investigação em causa.

Fortin (1999) citando Talbot (1995) refere que “as questões de investigação são as premissas sobre as quais se apoiam os resultados de investigação”. (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. cit in Fortin 2013: 40)

De forma a realizar a questão de investigação clara e realista relacionada com o objeto de investigação em causa, e com o objetivo de analisar a evolução dos projetos vencedores do Concurso Poliempreende, a nível regional e conseqüentemente a nível nacional, foi definida a seguinte questão de investigação para a população em estudo: “O que poderá influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto?”

Abaixo seguem-se questões que se prendem com a variável dependente em estudo. O presente estudo também pretende aferir o seguinte:

Perante a implementação do projeto:

- Qual o Sexo que domina?

- Qual o Estado Civil que domina?
- Qual a Idade que domina?
- Qual a Área de Curso que domina?
- Qual a Habilitação Literária que domina?
- Qual a Condição Perante o Ensino que domina?
- Qual a relação existente com ou sem Empresários na Família com influência?
- Qual a Origem da Criação do Negócio predominante?
- Qual o Setor onde se insere a Ideia do Negócio predominante?

### **2.3. Objetivos de Investigação**

O estudo de investigação deve ser claro, conciso e objetivo, de forma a ser perceptível a qualquer leitor.

O estudo deve possuir a indicação do objetivo geral, indicando de uma forma geral o que se pretende atingir, deve possuir também a indicação dos objetivos específicos que irão permitir a avaliação da concretização dos resultados.

A presente investigação prende-se com o levantamento do histórico dos projetos, no âmbito do Concurso Poliempreende, com o objetivo de analisar a evolução dos projetos premiados, a nível regional e consequentemente a nível nacional.

Com base nessa análise procura-se saber quantos projetos e de que setor são implementados, e dos projetos implementados quantos sobrevivem, durante quanto tempo, quais são os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação desses projetos, mas para isso é necessário perceber qual o perfil do promotor-líder que implementa o projeto do Concurso Poliempreende.

Em termos bibliográficos sobre o tema, apenas foi encontrado um livro referente ao projeto de investigação realizado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito, que resultou na publicação do livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, editado em 2011.

Com base nos resultados da presente investigação pretende-se apresentar uma proposta sobre a melhor forma dos projetos, no âmbito do Concurso Poliempreende serem acompanhados, ao nível do Instituto Politécnico de Portalegre, garantindo melhores condições para a sua implementação e para o seu sucesso.



## **CAPÍTULO III - METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO**

### **3.1. Metodologia**

Para Maria José Sousa e Cistina sales Baptista (2011), a metodologia de investigação “consiste num processo de seleção da estratégia de investigação, que condiciona, por si só, a escolha das técnicas de recolha de dados, que devem ser adequadas aos objetivos que se pretendem atingir”.

Para Fortin (1999), “é nesta fase do processo de investigação que são determinados os métodos que serão utilizados para alcançar as respostas às questões formuladas” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Fortin 2013: 43).

Desta forma, neste capítulo encontram-se definidos o método de investigação a utilizar, a definição da população em estudo, a definição das variáveis, a técnica de colheita de dados, a descrição do tratamento e análise de dados.

### **3.2. Método**

De forma a alcançar o objetivo proposto a saber quantos projetos e de que setor são implementados, e dos projetos implementados quantos sobrevivem, durante quanto tempo, quais são os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos, foi utilizado o método quantitativo através de uma abordagem descritiva.

O método quantitativo pretende descrever os dados resultantes do questionário com a possibilidade de serem mensuráveis e objetivos.

Relativamente à natureza dos dados eles são quantitativos pois reúnem informação passível de ser medida (por exemplo: a idade, sexo, habilitações literárias, estado civil, desejo em trabalhar por conta própria).

Segundo Fortin (1999), “o método de investigação quantitativo é um processo sistemático de colheita de dados observáveis e quantificáveis. É baseado na observação de factos objetivos, de acontecimentos e de fenómenos que existem independentemente do investigador” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Fortin 2013: 44)

Este método torna-se objetivo e mais assertivo, transformando os resultados em números, de forma a facilitar a sua análise, diminuindo a subjetividade e a possibilidade de erro.

### 3.3. População

Para Fortin (1999) a população define-se “ (...) por uma coleção de elementos ou de sujeitos que partilham características comuns, definidas por um conjunto de critérios” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Fortin 2013: 45).

A população abrangida pelo questionário designado “Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo” pretendeu envolver todos os promotores-líderes dos projetos que participaram no Concurso Poliempreende, premiados com o primeiro, segundo e terceiro prémio a nível regional, e nacional, de todos os Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes, no total de 19 entidades, desde a 1ª até à 9ª edição.

**Quadro 1 – Frequência e Percentagem de Respostas Obtidas no Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo**

	<b>n RESPOSTAS OBTIDAS</b>	<b>PERCENTAGEM DE RESPOSTAS</b>
<b>TOTAL</b>	47	36%

Fonte: Elaboração Própria

A população que respondeu ao questionário designado por “Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo”, foi composta por 132 participantes, de 12 escolas, a nível nacional. A totalidade das respostas obtidas foram de 47 correspondendo a uma percentagem de 36%, representada no “Quadro 1 – Frequência e Percentagem de Respostas Obtidas no Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo”.

### **3.4. Variáveis**

Para Cordeiro (2010), “a variável é uma característica que varia, que se distribui por diferentes valores ou qualidades, constituindo um conjunto de resultados possíveis de um fenómeno”. (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Cordeiro 2013: 46)

De acordo com Fortin (1999), “as variáveis são qualidades, propriedades ou características de objetos, de pessoas ou de situações que são estudadas numa investigação” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Cordeiro 2013: 47).

As variáveis podem-se apresentar como variáveis dependentes e variáveis independentes.

A variável dependente é a variável chave da investigação, é pela qual se procura respostas no estudo, é a variável que cujo resultado depende do comportamento de outras variáveis:

“A variável dependente é aquela que se conota diretamente com as respostas que se procuram na investigação. Toda a investigação tem por objetivo chegar à variável dependente, ou seja, ao resultado obtido com os procedimentos de investigação” (Sousa, M. J. e Cistina sales Baptista, C. S. 2011: 49).

Enquanto a variável independente é a variável que cujo resultado não depende de outras variáveis:

“Este tipo de variável é independente dos procedimentos da investigação (...). O investigador recorre à sua manipulação para observar os efeitos produzidos nas variáveis dependentes”. (Sousa, M. J. e Cistina sales Baptista, C. S. 2011: 49).

No presente estudo de investigação definiu-se as seguintes variáveis:

Variável dependente:

- Implementação do projeto

Variáveis independentes:

- Idade
- Sexo
- Estado Civil
- Área de Curso
- Habilitações Literárias
- Tem empresários na família
- Condição perante o ensino
- Desejo de trabalhar por conta própria
- Origem de criação do negócio
- Mercados a que se destina a ideia de negócio
- Setor em que se insere a ideia de negócio
- O curso prepara-te para trabalhar por conta própria
- Personalidade através do autoconceito
- Motivações empreendedoras
- Influências empresariais
- Barreiras à implementação do projeto
- Recorreu a algum tipo de apoio

### 3.5. Técnica de Colheita de Dados

O instrumento utilizado para a recolha de dados para esta investigação foi o questionário que tendeu a operacionalização dos objetivos definidos nesta investigação.

Para o presente estudo o questionário é o método que mais se adequa, segundo Fortin (1999), “é um dos métodos de colheita de dados que necessita das respostas escritas por parte dos sujeitos. (...) Ajuda a organizar, a normalizar e a controlar os dados, de tal forma que as informações procuradas possam ser colhidas de uma maneira rigorosa.” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Fortin 2013: 48).

Este método irá permitir medir e caracterizar um resultado objetivo, conciso e quantificável, diminuindo a possibilidade de erro na análise dos resultados.

Segundo Fortin (1999), “o questionário é (...) um dos métodos de colheita de dados que necessita de respostas escritas por parte dos sujeitos. (...) É um instrumento de medida que traduz os objetivos de um estudo com variáveis mensuráveis. Ajuda a organizar, a normalizar e a controlar os dados de tal forma que as informações procuradas possam ser colhidas de uma maneira rigorosa” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Fortin 2013: 48).

O questionário foi dirigido à população em estudo e garantiu o anonimato dos inquiridos.

Este questionário permitiu a recolha de dados concretos relativos à criação do negócio, conhecimentos, personalidade, atitudes e comportamentos, através de um conjunto de questões mistas, com respostas abertas e respostas fechadas.

A utilização das respostas abertas permitiu um aprofundamento e uma “maior liberdade de resposta”, por parte do sujeito. Relativamente ao uso das respostas fechadas proporcionou a objetividade das respostas em algumas questões subjetivas que facilitou a sua interpretação, análise e tratamento.

Nas questões de respostas fechadas foram utilizadas no questionário questões de resposta única, múltipla, de escala nominal e ordinal com escala de 5 pontos, onde o 1 é “Nada”, 2 é “Pouco”, 3 é “Suficiente”, 4 é “Mais do que suficiente” e 5 é “Muito”, e questões de filtro.

As questões de filtro foram aplicadas nas questões “4.1. Se respondeu outra área de curso, indique qual?”; “17.1. Se respondeu sim, quais as barreiras à implementação do projeto?”;

“17.2. Se respondeu não, quais as razões para não ter implementado o projeto?”, o seu uso foi aplicado nas questões que sofrem influência das questões anteriores. Aqui excluem-se as questões que não são relevantes para o inquirido, agilizando depois a sua análise.

No tratamento estatístico é importante a escolha adequada das variáveis a utilizar para medir as respostas.

A presente investigação baseia-se em alguns pontos no modelo de investigação que foi aplicado no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”.

O questionário utilizado no presente estudo designa-se “Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo” e teve por base 7 linhas de investigação:

1ª Linha de investigação - Caracterização dos promotores-líderes dos projetos Poliempreende a nível sociodemográfico

2ª Linha de investigação - Avaliação da capacidade empreendedora da população em estudo

3ª Linha de investigação – Perceção da preparação do curso ao nível do empreendedorismo na população em estudo

4ª Linha de investigação - Avaliação da personalidade da população através do autoconceito recorrendo ao “inventário clínico de autoconceito de Vaz Serra (1985)”, citado e utilizado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011)

5ª Linha de investigação - Análise das motivações empresariais da população em estudo

6ª Linha de investigação – Análise das influências empresariais da população em estudo

7ª Linha de investigação – Análise à implementação dos projetos, fatores do meio envolvente e apoios ao nível de negócio (administrativo, jurídico e financeiro) da população em estudo

O questionário possui 20 questões, das quais as primeiras questões se incluem na caracterização sociodemográfica, iniciando na pergunta número 1. “Idade”, 2. “Sexo”, 3. “Estado Civil”, 4. “Área de Curso”, 5. “Habilitações Literárias”, 6. “Tem empresários na família”, e 7. “Condição perante o ensino”, a avaliação foi realizada através de respostas fechadas.

O seguinte conjunto de questões incluiu 2 perguntas, 8. "Capacidade de trabalhar por conta própria" e 9. "Desejo de trabalhar por conta própria", pretende-se avaliar a capacidade empreendedora do indivíduo, a questão 9. Foi avaliada através de uma escala ordinal de 5 pontos, onde 1 é "Nada", 2 é "Pouco", 3 é "Suficiente", 4 é "Mais do que suficiente" e 5 é "Muito".

A "Origem de criação do negócio" também foi avaliada na questão 10., através de questão fechada, "Influência familiar", "Investigação" ou "Mercado".

Na questão 11. pretende-se a indicação dos "Mercados a que se destina a ideia de negócio", avaliada através de questão fechada, "Internacional", "Nacional", "Regional" e/ou "Todos".

Os promotores-líderes do projeto foram também questionados ao nível do "Setor em que se insere a ideia de negócio", na pergunta 12., pergunta fechada, "Agrícola", "Comércio", "Indústria", "Prestação de serviços", "Saúde" e "Turismo".

Na questão número 13. questiona-se os alunos sobre a perceção que eles têm do curso, que frequentou ou que frequentam no Ensino Superior Politécnico e Escolas Superiores não integradas aderentes ao concurso, ao nível do enquadramento dos cursos às necessidades de criação de negócios, "O curso prepara-te para trabalhar por conta própria". Esta questão é avaliada através de pergunta de resposta fechada (Sim/Não).

O autoconceito é um fator muito importante na análise às características dos empreendedores, desta forma a questão 14. avalia a "Personalidade", através do autoconceito definido numa questão fechada de escala de ordinal de 5 pontos, onde 1 é "Nada", 2 é "Pouco", 3 é "Suficiente", 4 é "Mais do que suficiente" e 5 é "Muito".

Na questão 15. avalia-se as "Motivações empreendedoras" através de questão de resposta fechada, "Independência", "Motivos empresariais", "Prestígio", "Realização e oportunidade" e "Segurança familiar".

A questão 16. avalia as "Influências empresariais", através de questão semifechada, permite a indicação da influência empresarial que não pertença entre o conjunto descrito. Esta questão também apresenta filtro referente à opção "outros motivos empresariais", na subquestão 16.1 "Qual?", onde é solicitado ao inquirido que selecionou a opção acima referida, para indicar qual o motivo.

A questão 17. Inquiriu o aluno sobre a implementação do projeto, “Implementou o projeto”, através de questão de resposta fechada (Sim/Não).

Esta questão também possibilita a descrição das barreiras à implementação do projeto, caso o inquirido o tenha implementado e saber quais as razões para não ter implementado o projeto, verificando a resposta nas seguintes questões: 17.1. “Se respondeu sim, quais as barreiras à implementação do projeto” e 17.2. “Se respondeu não, quais as razões para não ter implementado o projeto”. Na resposta a este grupo de questões considera-se a indicação dos fatores críticos de insucesso, com respostas abertas que permitem a indicação precisa do acontecimento.

Após as questões sobre o projeto surgem as questões sobre os apoios financeiros recorridos, como se pode verificar na questão 18. “Recorreu a algum tipo de apoio? Qual? Financeiros, serviços de apoio ao empresário, IEFP, cursos, entre outros apoios”. Trata-se de uma questão de resposta aberta.

Na subquestão seguinte inquiriu-se os promotores-líderes sobre o acesso à informação ao nível dos apoios, 18.1. “Onde obteve essa informação?”, questão de resposta aberta.

Por último, surge a questão 20. “Ainda continua com o seu negócio?”, o objetivo é saber sobre a continuidade do negócio, através de resposta fechada (Sim/Não), e na subquestão 20.1. “Porquê?”, pretende-se que o inquirido desenvolva e explique o porquê de continuar ou não com o negócio, isto se respondeu à questão 20.



### **3.6. Limitações do Estudo**

Em relação às limitações, embora o Concurso Poliempreende seja um concurso a nível nacional e com atividade anual desde 2003 existe falta de histórico e de informação disponível nos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas adentes.

Para o enquadramento teórico sobre o Concurso Poliempreende, o estudo baseou-se sobretudo no único livro editado, até à data, sobre o Concurso Poliempreende, designado “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011). Para o enquadramento teórico também foi realizada pesquisa nos websites dos Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas adentes, e colocadas questões via correio eletrónico para os responsáveis pelo Concurso Poliempreende dessas mesmas entidades.

Neste estudo, as limitações também se prenderam com a pouca experiência na utilização do programa utilizado IBM SPSS – Statistical Package for the Social Science, versão 19, e o pouco conhecimento sobre análise de dados, o que em parte, criou alguma dificuldade na conclusão do presente estudo.

### **3.7. Descrição do Tratamento e Análise de Dados**

O questionário foi dirigido aos promotores-líderes dos projetos participantes no Concurso Poliempreende, através de correio eletrónico.

Os dados resultantes do questionário foram analisados através do programa de análise estatística designado por IBM SPSS – Statistical Package for the Social Science, versão 19.

A análise realizada teve como objetivo observar, descrever, classificar e interpretar os dados.

A análise de dados segue o modelo interativo defendido por Miles e Hurbeman (*et al cit. in* Maria Sousa, 2011:108), que envolveu três componentes:

- Redução de dados
- Apresentação de dados
- Interpretação/verificação de conclusões

As medidas de dados utilizadas no presente estudo foram as medidas numéricas descritivas (medidas de tendência central e medidas de dispersão).

As medidas de tendência central utilizadas são a “média” e a “moda”, que definem o valor numérico das observações em estudo.

“A “média” é definida como sendo o quociente da soma de todos os casos observados pelo número total desses casos, assim, poder-se-á alcançar um valor representativo do conjunto de dados (Espírito Santo, 2011)” (Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. *cit in* Espírito Santo, 2013: 52).

A “moda” é o valor que surge com maior frequência, sendo esse valor a resposta mais escolhida pelos inquiridos.

Relativamente às medidas de dispersão utilizadas no presente estudo são o “desvio padrão” e a “variância”. O “desvio padrão” mostra a variação de valores que a média apresenta, se o resultado do desvio padrão for igual a zero indica que não existe variabilidade nos resultados.

A “variância” é a “média” dos valores ao quadrado, quanto mais perto do zero melhor, menos variabilidade nos resultados.

Em relação à apresentação dos dados, no presente estudo apresentam-se em quadros e gráficos.

## CAPÍTULO IV – RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO SOBRE O CONCURSO POLIEMPREENDE E EMPREENDEDORISMO

### 4.1. Resultados do Questionário

Na presente investigação o resultado pretendido é a análise da evolução dos projetos premiados, do Concurso Poliempreende, a nível regional e nacional, relativamente a:

- Quantos projetos foram implementados?
- Qual o setor de atividade?
- Quantos permanecem?
- Quanto tempo sobrevivem?
- Quais os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos?

Com base na análise dos fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos, pretende-se criar uma proposta de conceção de um guia de apoio ao empreendedor do Poliempreende. Este guia irá servir de apoio ao empreendedor no Instituto Politécnico de Portalegre, com linhas de orientação de forma a ultrapassar esses fatores críticos de insucesso.

**Quadro 2 – Entidades que Participaram no Concurso Poliempreende**

ENTIDADES PARTICIPANTES	<i>n</i> PROJETOS	<i>n</i> PROMOTORES LÍDERES	PRÉMIO REGIONAL			<i>n</i> EDIÇÕES EM QUE PARTICIPARAM
			1º PRÉMIO	2º PRÉMIO	3º PRÉMIO	
IP Beja	9	9	5	2	2	5

IP Bragança	0	0	-	-	-	-
IP Castelo Branco	26	22	9	9	8	9
IP Cávado e Vale do Ave	6	6	2	4	0	2
IP Coimbra	15	15	5	5	5	5
IP Guarda	0	0	-	-	-	-
IP Leiria	15	15	5	5	5	5
IP Lisboa	12	12	4	4	4	4
IP Portalegre	6	3	2	2	2	2
IP Porto	15	15	5	5	5	5
IP Santarém	0	0	-	-	-	-
IP Setúbal	15	15	5	5	5	5
IP Viana do Castelo	13	8	5	4	4	5
IP Viseu	12	11	4	4	4	4
IP Tomar	0	0	-	-	-	-
ESEnf Coimbra	0	0	-	-	-	-
ESHT Estoril	0	0	-	-	-	-
ESTG–Universidade de Aveiro	0	0	-	-	-	-
ESS–Universidade do Algarve	1	1	1	-	-	1
<b>TOTAL</b>	<b>145</b>	<b>132</b>				

Fonte: Elaboração Própria

Relativamente à leitura do “Quadro 2 – Entidades que Participaram no Concurso Poliempreende” o zero implica ausência de resposta e/ou de informação por parte das entidades envolvidas.

Leitura detalhada do Quadro 2 – Entidades que Participaram no Concurso Poliempreende:

IP Beja: Participou em cinco edições, da 5ª à 9ª edição do Concurso Poliempreende, com 9 projetos distribuídos por cinco primeiros prémios, dois segundos e terceiros prémios. Relativamente à informação do segundo e terceiro prémio da 7ª, 8ª e 9ª edição não se encontra disponível.

IP Castelo Branco: Participou nas nove edições com 26 projetos distribuídos por 9 primeiros e segundos prémios, e 8 terceiros prémios. O terceiro prémio da 5ª edição não foi atribuído.

IP Cávado e Vale do Ave: Participou em duas edições, 8ª e 9ª edição com 6 projetos distribuídos por 2 primeiros prémios e 4 projetos com o segundo prémio. Na 8ª edição do concurso o instituto apresenta 3 segundos prémios sem indicação do terceiro prémio. Na 9ª edição não existe informação sobre o terceiro prémio.

IP Coimbra, IP Leiria, IP Porto e IP Setúbal: Participaram em cinco edições, da 5ª à 9ª edição do Concurso Poliempreende, com 15 projetos distribuídos por 5 primeiros, segundos e terceiros prémios.

IP Lisboa: Participou em quatro edições com 12 projetos distribuídos por 4 primeiros, segundos e terceiros prémios.

IP Portalegre: Participou em duas edições com 6 projetos distribuídos por 2 primeiros, segundos e terceiros prémios.

IP Viana do Castelo: Participou em cinco edições com 13 projetos distribuídos por 5 primeiros prémios, 4 projetos com o segundo e terceiro prémio.

IP Viseu: Participou em quatro edições com 12 projetos distribuídos por 4 projetos com primeiro, segundo e terceiro prémio. O promotor-líder vencedor do primeiro prémio da 6ª edição participou também na 9ª edição e foi igualmente vencedor regional.

ESS-Universidade do Algarve: Participou na 7ª edição com 1 projeto com o primeiro prémio. Relativamente à restante informação não se encontra disponível.

Relativamente à 4ª edição, o IP Castelo Branco participou em conjunto com IP Guarda, IP Beja, IP Bragança, IP Portalegre e IP Tomar, levando a concurso três projetos, segundo indicações do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

## 4.2. Resultados por Linhas de Investigação

Com o presente estudo de investigação realizado aos promotores-líderes dos projetos do Concurso Poliempreende a nível regional e a nível nacional, verificou-se a seguinte caracterização, distribuídas por linhas de investigação.

1ª Linha de investigação - Caracterização dos promotores-líderes dos projetos Poliempreende a nível sociodemográfico

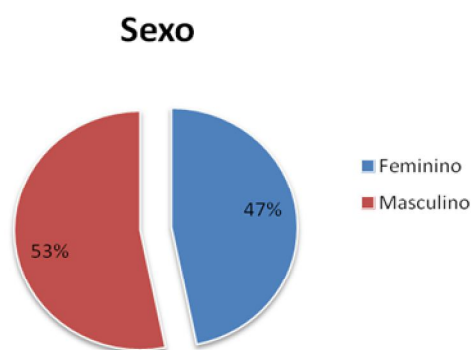
**Quadro 3 – Idade dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

		<b>Frequência</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Idade</b>	20 - 30 anos	30	64
	30 - 40 anos	10	21
	40 - 50 anos	7	15
	50 – 60 anos	0	0
	<b>TOTAL</b>	47	100

**Fonte: Elaboração Própria**

De acordo com a informação do “Quadro 3 – Idade dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”, 64% dos inquiridos possuem idades compreendidas entre os 20 e 30 anos, 21% entre 30 a 40 anos e 15% entre 40 a 50 anos.

**Gráfico 1 – Género dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



Fonte: Elaboração Própria

Quanto ao género os inquiridos apresentam uma taxa de 53% do sexo masculino e 47% do sexo feminino, de acordo com o “Gráfico 1 – Género dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

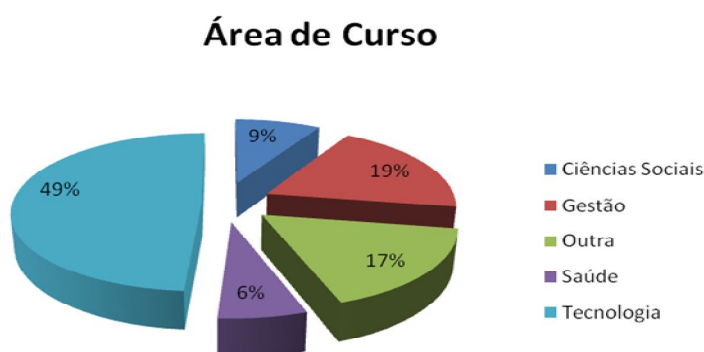
**Gráfico 2 – Estado Civil dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



Fonte: Elaboração Própria

A maioria dos inquiridos são solteiros (72%) e os restantes são casados (28%), de acordo com o “Gráfico 2 – Estado Civil dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

**Gráfico 3 – Área de Curso dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



Fonte: Elaboração Própria

Na população em estudo, a área de curso com maior incidência é a área de tecnologias (49%), seguida de gestão (19%), outra (17%), ciências sociais (9%) e saúde (6%), de acordo com o “Gráfico 3 – Área de Curso dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

A “outra” área de curso frequentada apresenta-se nesta investigação com uma percentagem de 17%, superior à percentagem de frequência na área de ciências sociais e de saúde. Esta “outra” área de curso refere-se maioritariamente à área do design onde foram obtidas 50% das respostas, seguida de 13% na área da Indústria Alimentar, 13% Marketing e Publicidade, 12% Empreendedorismo e 12% Química.

**Quadro 4 - Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

		Frequência	Percentagem
<b>Habilitações Literárias</b>	Bacharelato	2	4
	Licenciatura	34	72
	Mestrado	9	19
	Doutoramento	2	4
	<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

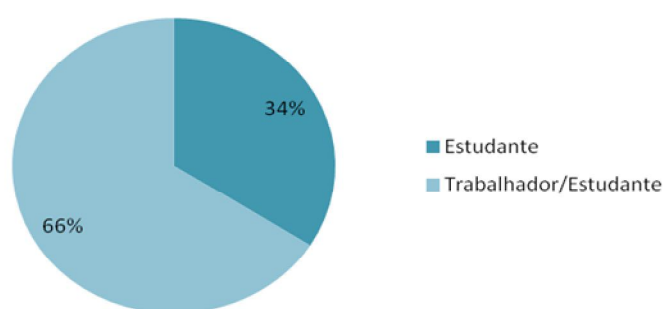
Fonte: Elaboração Própria



A maioria dos inquiridos tem como habilitações literárias a licenciatura (72%), seguido de mestrado (19%), bacharelato (4%) e doutoramento (4%)., de acordo com o “Quadro 4 - Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

**Gráfico 4 – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

### Condição Perante o Ensino



Fonte: Elaboração Própria

Em relação à condição perante o ensino, 66% dos inquiridos responderam que possuem uma condição de trabalhador/estudante e 34% responderam que são estudante, de acordo com o “Gráfico 4 – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

**Quadro 5 - Empresários na Família dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

		Frequência	Porcentagem
Empresários na Família	Não	22	47
	Sim	25	53
	<b>TOTAL</b>	47	100

Fonte: Elaboração Própria

Relativamente à questão se possuem empresários na família, 53% responderam que sim e 47% responderam que não, de acordo com o “Quadro 5 - Empresários na Família dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

Na análise dos dados verificou-se que existiam algumas diferenças entre os promotores-líderes do sexo feminino e masculino.

Analisando a investigação realizada pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito aos alunos do Ensino Superior Politécnico a nível nacional, com o objetivo de traçar o perfil empreendedor do estudante do Ensino Superior Politécnico, verificou-se o seguinte perfil traçado pelos mesmos (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011:52):

“Que os estudantes do Ensino Superior Politécnico revelam ter muitas ideias de negócio com uma forte incidência na prestação de serviços. Sobre este perfil verificamos que o género masculino possui mais ideias que o feminino, que os trabalhadores estudantes possuem mais ideias do que os que apenas estudam e os que já possuem responsabilidades familiares também possuem mais ideias do que os solteiros”.

Na análise dos resultados ao “Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo” aplicado aos promotores-líderes dos projetos do Concurso Poliempreende, verifica-se que os inquiridos do sexo masculino apresentam o seguinte perfil: 56% possuem idades compreendidas entre os 20 e 30 anos, solteiros (64%), licenciados (72%), na área de tecnologias (72%) e gestão (16%), com a condição perante o ensino de trabalhador/estudante (60%) e com empresários na família (64%).

Os inquiridos do sexo feminino possuem idades compreendidas entre os 20 e 30 anos (73%), solteiras (82%), maioritariamente licenciadas (73%), com uma distribuição homogénea nas áreas de curso frequentadas, entre o design (27%), gestão (23%), tecnologias (23%), ciências sociais (14%) e saúde (14%), com o estatuto de trabalhador/estudante (73%) e sem empresários na família (59%).

Confrontando o presente estudo com o trabalho realizado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito aos alunos do Ensino Superior Politécnico, confirma-se o perfil do empreendedor, sendo que a maioria são do sexo masculino, com o estatuto de trabalhador/estudante e solteiros.

2ª Linha de investigação - Avaliação da capacidade empreendedora da população em estudo

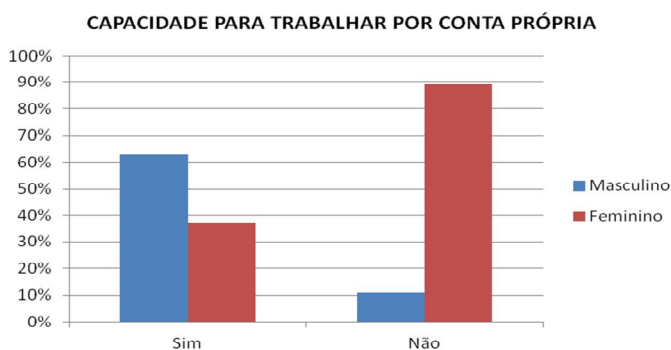
**Quadro 6 – Perceção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

		Frequência	Percentagem
Capacidade de Trabalhar por Conta Própria	Não	9	19
	Sim	38	81
	<b>TOTAL</b>	47	100

Fonte: Elaboração Própria

O resultado do quadro acima indica que 81% dos promotores-líderes dos projeto Poliempreende dizem possuir capacidade para trabalhar por conta própria, de acordo com o “Quadro 6 – Perceção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

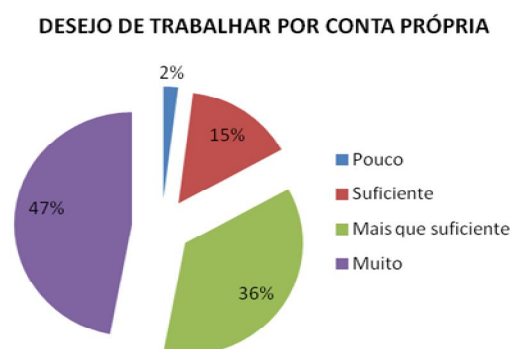
**Gráfico 5 – Perceção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



Fonte: Elaboração Própria

Desses 81% dos promotores-líderes dos projetos Poliempreende, que dizem possuir capacidade de trabalhar por conta própria, 63% corresponde aos inquiridos do sexo masculino e 37% do sexo feminino, conforme mostra o resultado do “Gráfico 5 – Percepção da Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

**Gráfico 6 – Desejo de Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



**Fonte: Elaboração Própria**

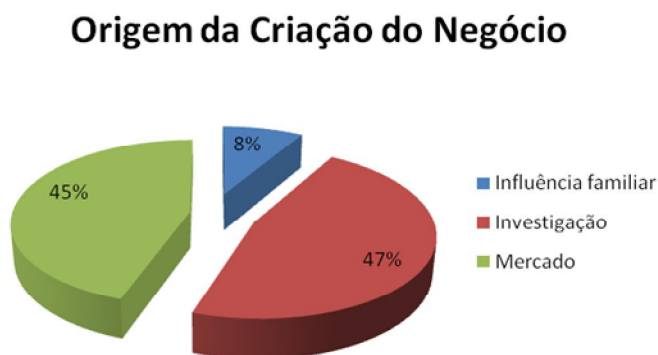
Em relação à questão sobre o desejo de trabalhar por conta própria, 47% dos inquiridos responderam que desejavam muito trabalhar por conta própria, 36% desejavam mais do que suficiente, e 15% o suficiente, de acordo com o “Gráfico 6 – Desejo de Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

A pretensão de trabalhar por conta própria foi uma das três principais componentes identificadas no estudo GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2010) como uma característica comum do empreendedor, a qual se veio a confirmar neste estudo.

No início deste estudo, no “Capítulo I – Enquadramento Teórico, ponto 1.1.2. Características do Empreendedor” foram indicadas características comuns ao empreendedor, onde a personalidade pró-ativa aparece como uma delas, traduzindo-se na pretensão de trabalhar por conta própria.

Desta forma, os resultados acima sobre a percepção de possuir capacidade para trabalhar por conta própria e o desejo de trabalhar por conta própria, mostra que a população em estudo possui personalidade pró ativa, característica comum do empreendedor.

Gráfico 7 – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende



Fonte: Elaboração Própria

Os resultados do “Gráfico 7 – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende” mostram que 47% dos promotores-líderes indicam que a origem da criação do negócio foi através de investigação, 45% teve origem no mercado e 8% em influência familiar.

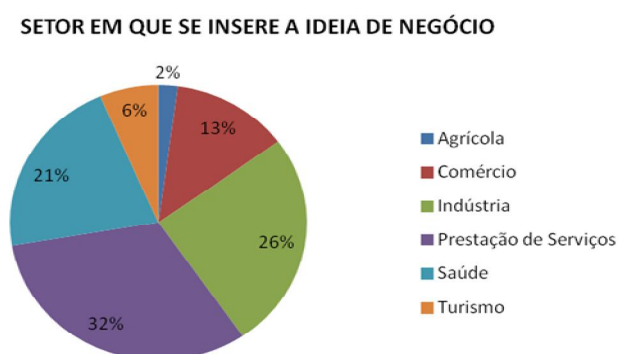
Gráfico 8 – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende



Fonte: Elaboração Própria

Relativamente aos mercados a que se destina a ideia de negócio 49% responderam todos, 23% internacional, 19% nacional e 8% regional, de acordo com o “Gráfico 8 – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

**Gráfico 9 – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**



Fonte: Elaboração Própria

Os resultados do “Gráfico 9 – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende” mostram que 32% dos projetos destinam-se ao setor da prestação de serviços, 26% ao setor industrial com a apresentação de projetos de base tecnológica, 21% ao setor da saúde abrangendo o apoio ao domicílio, 13% comércio, 6% turismo e 2% agrícola.

De acordo com o resultado do “Gráfico 9 – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende” e com o resultado do estudo realizado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito, confirma-se a verificação de uma maior incidência no negócio da prestação de serviços, na presente população em estudo.

3ª Linha de investigação – Perceção da preparação do curso ao nível do empreendedorismo na população em estudo

**Quadro 7 – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Perceção dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende**

		<b>Frequência</b>	<b>Percentagem</b>
<b>O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria</b>	Não	35	74
	Sim	12	26
	<b>TOTAL</b>	47	100

**Fonte: Elaboração Própria**

Os resultados revelam que 74% dos inquiridos tem a perceção que o curso superior não fornece a preparação adequada para trabalhar por conta própria, enquanto 26% acham que o curso os prepara para trabalhar por conta própria, de acordo com o “Quadro 7 – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Perceção dos Promotores-Líderes dos Projetos Poliempreende”.

4ª Linha de investigação - Avaliação da personalidade da população através do autoconceito recorrendo ao “inventário clínico de autoconceito de Vaz Serra (1985)”, citado e utilizado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011)

A avaliação da personalidade da população em estudo através do auto conceito assume um carácter importante, pois “o auto conceito é definido como as imagens que o indivíduo tem de si, isto é a perceção que efetua sobre si e como a representa na sua mente” (Parreira, P., Brito, N., e Pereira, F. *cit in* Shavelson, Hubner & Stanton, Harter, 2011: 69).

O auto conceito é a perceção que o indivíduo tem de si próprio, revelando a sua autoestima.

Segundo Faria (2005), citado pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011: 70), “considera que o auto conceito tem uma importância fundamental, dado o seu carácter preditivo para o desempenho dos indivíduos nos diversos domínios, seja académico, físico ou social.” Sendo assim, é importante que o indivíduo possua um auto conceito positivo,

pois “ (...), levará a que o indivíduo possa estar mais apto a resistir a ameaças. Por sua vez, indivíduos com um auto conceito negativo, poderão demonstrar um baixo nível de bem-estar emocional (Curbow et al., 1990) estando mais susceptíveis a respostas emocionais negativas, desenvolvendo por isso comportamentos de maior proteção (Baumeister, 1998)”.

“O autoconceito permite também prever a sua capacidade de integração social e o bem-estar psicológico global dos sujeitos (Byrne, 1986; Marsh, 1990) associando-se a um maior desenvolvimento da capacidade empreendedora (Poon et al., 2006; Nga & Shamuganathan, 2010 Chen & Lai, 2010)” (Parreira, P., Brito, N., e Pereira, F. 2011: 70).

Nesta linha de investigação foi avaliada a personalidade dos promotores-líderes dos projetos Poliempreende através do autoconceito. A avaliação ao auto conceito foi realizada através de alguns itens do “inventário clínico de autoconceito de Vaz Serra (1985)”, utilizado pelos autores supra citados.

Os itens do questionário foram agrupados em fatores: “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”, “Rejeição, Aceitação Social” e “Ineficácia, eficácia”.

O fator “Impulsividade” relaciona-se com as questões relativas à “capacidade de por ideias em prática”. (Parreira, P., Brito, N., e Pereira, F. 2011: 71).

O segundo fator “Maturidade Psicológica” refere-se a questões de “franqueza, honestidade, tolerância e assunção de responsabilidade”.

A “Autoeficácia” revela “aspetos relativos à capacidade em enfrentar e resolver problemas e dificuldades.” Esta definição também se aplica ao fator “Ineficácia, eficácia”.

O fator “Rejeição, Aceitação Social” indica “aceitação ou agrado social, podendo manifesta-se de forma positiva ou negativa”.

Interpretação da análise dos resultados por fator:

Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia – valores altos mostram resultado positivo, pois neste fator significa que possuem capacidade para resolverem problemas, colocar ideias em prática, são indivíduos honestos, francos, tolerantes e assumem as suas responsabilidades.



Rejeição, Aceitação Social – valores altos revelam aceitação, enquanto valores baixos revelam rejeição social.

Ineficácia, eficácia – valores altos mostram indivíduos eficazes e valores baixos revelam indivíduos ineficazes com dificuldades em resolverem problemas sozinhos.

Escala de medida do autoconceito:

1 = Nada

2 = Pouco

3 = Suficiente

4 = Mais que

suficiente

5 = Muito

**Quadro 8 - Resultados do Autoconceito nos Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende**

Fatores	Item n°	Personalidade	n	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
<b>Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia</b>	14.1	De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas	47	3	5	4,49	0,621	0,386
	14.2	Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades	47	3	5	4,28	0,615	0,378
	14.3	Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis	47	2	5	4,45	0,686	0,47
	14.4	Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades	47	3	5	4,19	0,711	0,506
	14.5	Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática	47	3	5	4,23	0,633	0,401
	14.6	Quando me interrogam sobre questões importantes conto sempre a verdade	47	3	5	4,06	0,639	0,409

	14.7	Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço	47	3	5	4,6	0,614	0,377
	14.8	Considero-me tolerante para com as outras pessoas	47	1	5	3,81	0,876	0,767
	14.9	Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer	47	3	5	4,09	0,686	0,471
<b>Rejeição, Aceitação Social</b>	14.10	Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros	47	2	5	4,09	0,654	0,427
	14.11	Sou uma pessoa simpática	47	3	5	4,19	0,576	0,332
	14.12	Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros	47	2	5	3,87	0,711	0,505
<b>Ineficácia, eficácia</b>	14.13	Não sei porquê a maior parte das pessoas embirra comigo	47	1	5	2,21	1,122	1,258
	14.14	Quando tenho um problema que me aflige não consigo resolver sem o auxílio dos outros	47	1	5	2,83	1,204	1,449

Fonte: Elaboração Própria

Com a análise ao “Quadro 8 - Resultados do Autoconceito nos Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende”, verifica-se que as respostas com uma pontuação mais elevada foram as questões: «Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço» (4,60); «De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas» (4,49); «Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis» (4,45); «Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades» (4,28).

As respostas com uma pontuação mais baixa foram as questões: «Não sei porquê a maior parte das pessoas embirra comigo» (2,21); «Quando tenho um problema que me aflige não consigo resolver sem o auxílio dos outros» (2,83); «Considero-me tolerante para com as outras pessoas» (3,81); «Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros» (3,87).

Confrontando a presente investigação com o resultado do livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011), verifica-se a seguinte análise:

**Quadro 9 – Comparação dos Resultados do Autoconceito – Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende vs Estudantes do Ensino Superior Politécnico**

<b>Presente investigação Valores mais elevados</b>	<b>Estudo dos autores Parreira, Pereira e Brito Valores mais elevados</b>	<b>Presente investigação Valores mais baixos</b>	<b>Estudo dos autores Parreira, Pereira e Brito Valores mais baixos</b>
«Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço» (4,60)	«Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço» (4,35)	«Não sei porquê a maior parte das pessoas embirra comigo» (2,21)	«Quando tenho um problema que me aflige não consigo resolver sem o auxílio dos outros» (3,29)
«De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas» (4,49)	«Sou uma pessoa simpática» (4,17)	«Quando tenho um problema que me aflige não consigo resolver sem o auxílio dos outros» (2,83)	«Tenho o hábito de desistir das minhas tarefas quando encontro dificuldades» (3,42)
«Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis» (4,45)	«De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas» (4,10)	«Considero-me tolerante para com as outras pessoas» (3,81)	«Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer» (3,56)
«Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades» (4,28)	«Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis» (4,07)	«Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros» (3,87)	«No contacto com os outros costumo ser um indivíduo falador» (3,56)

Fonte: Elaboração Própria

Numa análise genérica aos resultados do “Quadro 9 – Comparação dos Resultados do Autoconceito – Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende vs Estudantes do Ensino Superior Politécnico” verifica-se que, não existe grande diferença nas respostas quando confrontado com os resultados do estudo de investigação realizados pelos autores supra citados. Na presente investigação as primeiras quatro respostas com valores mais elevados encontram-se inseridas nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”, enquanto nos resultados do livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, pode-se verificar que a segunda resposta com mais valor corresponde ao fator de “Aceitação Social”, mas as restantes respostas enquadram-se nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”.

A primeira resposta com valor mais elevado coincide com o resultado do livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” «Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço».

Em relação às respostas com menos valor, tanto na presente investigação como no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, as duas primeiras respostas encontram-se nos fatores de “Ineficácia, eficácia”, seguida da terceira resposta com menos valor que se enquadra nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”, e a quarta resposta enquadra-se nos fatores de “Aceitação Social”.

Relativamente à análise do “Quadro 8 - Resultados do Autoconceito nos Promotores-Líderes do Concurso Poliempreende” verifica-se que, no geral, as respostas apresentam consistência, dado ao resultado baixo da variância explicativa com exceção dos resultados dos fatores “Ineficácia, eficácia”.

Devido ao resultado elevado da variância dos fatores “Ineficácia, eficácia”, estes serão retirados do estudo porque não apresentam consistência. Esta situação também se verificou no estudo realizado pelos autores supra citados.

**Quadro 10 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,47	0,28	0,08
Rejeição, Aceitação Social	4,53	0,12	0,01

**Fonte: Elaboração Própria**

O “Quadro 10 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino” apresenta os resultados relativos ao autoconceito do sexo feminino, que implementou o projeto, possuindo uma média de respostas positivas, perto do valor máximo (valor 5). Esta média equivale a 89% de respostas entre o valor 4 e o valor 5 nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” com 4,47, e 91% da média das respostas positivas nos fatores de “Aceitação Social” com 4,53.

Estes resultados significam que, os promotores-líderes do sexo feminino que implementaram o projeto consideram-se “impulsivas”, agindo quando tem que agir, consideram-se capazes de fazer o que pretendem sozinhas sem ajuda de terceiros, com maturidade psicológica alta e consideram-se autoeficazes.

**Quadro 11 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,13	0,43	0,19
Rejeição, Aceitação Social	3,67	0,44	0,19

**Fonte: Elaboração Própria**

Em relação aos resultados do “Quadro 11 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino” dos promotores-líderes do sexo masculino que implementaram o projeto, verifica-se que a média das respostas ficaram um pouco abaixo da média das respostas do sexo feminino.

Os fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” apresentam uma média positiva de 4,13, correspondendo a 84% de respostas entre o valor 4 e o valor 5.

A média das respostas nos fatores de “Aceitação Social” é de 3,67, representando 79% das respostas entre o valor 4 e o valor 5.

Relativamente aos resultados do fator de “Rejeição, Aceitação Social”, os inquiridos do sexo feminino apresentam um nível elevado de aceitação social, enquanto os inquiridos do sexo masculino apresentam um nível médio de aceitação social.

Este resultado também se verificou no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno

Vieira e Brito (2011: 78): “O género feminino possui um auto conceito mais positivo que o masculino (...)”.

**Quadro 12 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino que não Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,22	0,27	0,07
Rejeição, Aceitação Social	3,96	0,18	0,03

**Fonte: Elaboração Própria**

O “Quadro 12 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Feminino que não Implementou o Projeto” apresenta os resultados relativos ao autoconceito do sexo feminino, que não implementou o projeto, possuindo uma média de respostas positivas, perto do valor máximo (valor 5).

Esta média equivale a 84% de respostas entre o valor 4 e o valor 5 nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” com 4,22, e 79% da média das respostas positivas nos fatores de “Aceitação Social” com 3,96. Estes resultados são semelhantes aos resultados dos promotores-líderes do sexo masculino que implementaram o projeto.

**Quadro 13 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino que não Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,26	0,20	0,04
Rejeição, Aceitação Social	4,18	0,06	0,00

**Fonte: Elaboração Própria**

Em relação aos resultados dos promotores-líderes do sexo masculino que não implementaram o projeto, verifica-se que a média das respostas ficam ligeiramente acima da

média das respostas do sexo masculino que implementou o projeto, de acordo com o resultado do “Quadro 13 - Resultados Relativos ao Autoconceito do Género Masculino que não Implementou o Projeto”.

Os fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” apresentam uma média positiva de 4,26, correspondendo a 85% de respostas entre o valor 4 e o valor 5.

A média das respostas nos fatores de “Aceitação Social” é de 4,18, representando 84% das respostas entre o valor 4 e o valor 5.

Os resultados abaixo apresentados incidem sobre o perfil do promotor-líder que implementou o projeto.

**Quadro 14 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Estudante que Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,15	0,24	0,06
Rejeição, Aceitação Social	3,78	0,39	0,15

**Fonte: Elaboração Própria**

Os inquiridos com o estatuto de estudante apresentam um fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” positivo com um valor médio de 4,15. Enquanto o fator de “Rejeição, Aceitação Social” apresenta um valor médio mais baixo de 3,78, de acordo com os resultados do “Quadro 14 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Estudante que Implementou o Projeto”.

**Quadro 15 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Trabalhador/Estudante que Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,29	0,39	0,15
Rejeição, Aceitação Social	4,07	0,31	0,09

**Fonte: Elaboração Própria**

Os inquiridos com o estatuto de trabalhador/estudante apresentam um fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” positivo com um valor médio de 4,29. Enquanto o fator de “Rejeição, Aceitação Social” apresenta um valor de 4,07, de acordo com os resultados do “Quadro 15 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com o Estatuto de Trabalhador/Estudante que Implementou o Projeto”.

O inquirido que possui estatuto de trabalhador/estudante apresenta valores superiores ao inquirido com o estatuto de estudante, nos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” e de “Rejeição, Aceitação Social”.

A apresentação deste valor elevado, nos inquiridos com estatuto de trabalhador/estudante, ao nível do fator “Rejeição, Aceitação Social” (4,07), pode representar uma maior maturidade e confiança, pelo facto de o inquirido conhecer o mercado de trabalho e toda a sua envolvente.

Este resultado também se verificou no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011), onde revelam que os trabalhadores/estudantes possuem um auto conceito mais positivo em relação aos apenas estudantes.

**Quadro 16 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com Empresários na Família - Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,25	0,45	0,21
Rejeição, Aceitação Social	4,04	0,40	0,16

**Fonte: Elaboração Própria**



Os inquiridos com empresários na família apresentam um fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” positivo com um valor médio de 4,25. Enquanto o fator de “Rejeição, Aceitação Social” apresenta um valor médio de 4,04, de acordo com os resultados do “Quadro 16 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder com Empresários na Família - Implementou o Projeto”.

**Quadro 17 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder sem Empresários na Família - Implementou o Projeto**

	<b>Média</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia	4,27	0,26	0,07
Rejeição, Aceitação Social	3,93	0,31	0,09

**Fonte: Elaboração Própria**

Os inquiridos com a condição de não ter empresários na família apresentam um fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” positivo com um valor médio de 4,27. O fator de “Rejeição, Aceitação Social” apresenta um valor médio de 3,93, de acordo com os resultados do “Quadro 17 – Resultados Relativos ao Autoconceito do Promotor-Líder sem Empresários na Família - Implementou o Projeto”.

A apresentação do resultado elevado no fator de “Aceitação Social”, nos inquiridos que possuem empresários na família poderá significar que, se sentem mais apoiados que os inquiridos sem empresários na família.

Este resultado também se verificou no livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011:78): “Quem possui empresários na família parece também ter um autoconceito mais positivo”.

No início deste estudo, no “Capítulo I – Enquadramento Teórico”, no ponto “1.1.2. Características do Empreendedor” foram indicadas características comuns ao empreendedor, onde a personalidade pró-ativa aparece como uma delas, traduzindo-se na pretensão de trabalhar por conta própria.

Confrontando estes resultados com as características comuns do empreendedor indicado no Capítulo I – Enquadramento Teórico, no ponto “1.1.2. Características do Empreendedor” verifica-se que os promotores-líderes, tanto do sexo feminino como do sexo masculino, que implementaram o projeto, possuem as seguintes características comuns ao empreendedor:

Abertura e Capacidade de Inovar: Esta característica revela-se nos resultados positivos do fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”;

A Tolerância ao Stress: Esta característica revela-se nos resultados positivos do fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”;

Extroversão: Esta característica revela-se nos resultados positivos dos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” e “Aceitação Social”;

Afabilidade: Esta característica revela-se nos resultados positivos do fator de “Aceitação Social”;

Consciência: Esta característica revela-se nos resultados positivos do fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”;

Neurotismo: Esta característica revela-se nos resultados positivos do fator de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia”;

A Eficácia Global: Esta característica revela-se nos resultados positivos dos fatores de “Impulsividade, Maturidade Psicológica e Autoeficácia” e “Aceitação Social”.

5ª Linha de investigação - Análise das motivações empresariais da população em estudo

**Quadro 18 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes dos Projetos**

		<b>Frequência</b>	<b>Porcentagem</b>
<b>Motivações Empreendedoras</b>	Independência	10	21
	Motivos Empresariais	2	4
	Realização e Oportunidade	34	73
	Segurança Familiar	1	2
	<b>TOTAL</b>	47	100

Fonte: Elaboração Própria

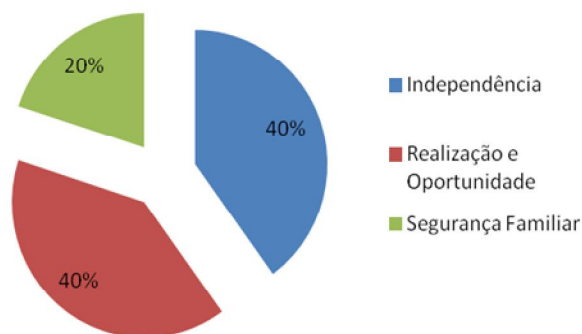
No “Quadro 18 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes dos Projetos” pode-se constatar que a motivação “Realização e a Oportunidade” possuem a maior percentagem de resposta das motivações empreendedoras com 73%, revelando um dado positivo pelo conhecimento que o empreendedor com motivação de criar o próprio negócio, por questões de realização e oportunidade, é alguém que se encontra atento às mudanças, consegue transformar dificuldades em oportunidades de negócio, apresenta resultados de sucesso e sustentabilidade do negócio, na sua implementação.

Em relação aos restantes resultados, a independência surge com um resultado de 21%, motivos empresariais 4% e segurança familiar 2%.

Abaixo encontram-se os resultados relativos às “Motivações Empreendedoras” dos inquiridos que implementaram o projeto.

**Gráfico 10 – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Feminino (Implementou o Projeto)**

**MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS - SEXO FEMININO**



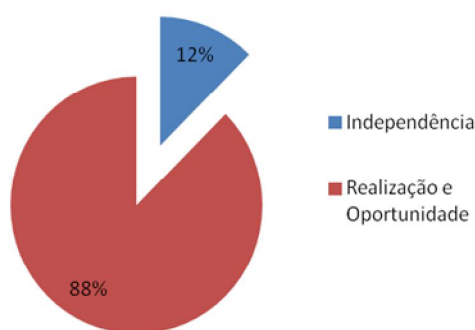
**Fonte: Elaboração Própria**

Na análise do “Gráfico 10 – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Feminino (Implementou o Projeto)” verifica-se que os inquiridos do sexo feminino apresentam

uma percentagem de resposta de 40% na opção “Independência” e na opção “Realização e Oportunidade”, enquanto a opção “Segurança Familiar” apresenta uma percentagem de 20%.

**Gráfico 11 – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Masculino (Implementou o Projeto)**

**MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS - SEXO MASCULINO**



**Fonte: Elaboração Própria**

Através da análise do “Gráfico 11 – Resultados das Motivações Empreendedoras do Género Masculino (Implementou o Projeto)” pode-se constatar que os inquiridos do sexo masculino apresentam uma maior percentagem de respostas na opção “Realização e Oportunidade” com 88%, sendo que a “Independência” apresenta apenas 12%.

Analisando o resultado das motivações empreendedoras do sexo feminino, que implementou o projeto, e do sexo masculino, que implementou o projeto, pode-se constatar que os inquiridos do sexo feminino apresentam dois tipos de motivações empreendedoras, “Independência” e “Realização e Oportunidade”, com igual importância.

Enquanto o resultado dos inquiridos do sexo masculino apresentam a opção “Realização e Oportunidade” (88%) como a opção mais escolhida.

Contrapondo o livro “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior” dos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011:95), verifica-se que as respostas mais escolhidas para os motivos empresariais dos estudantes do Ensino Superior

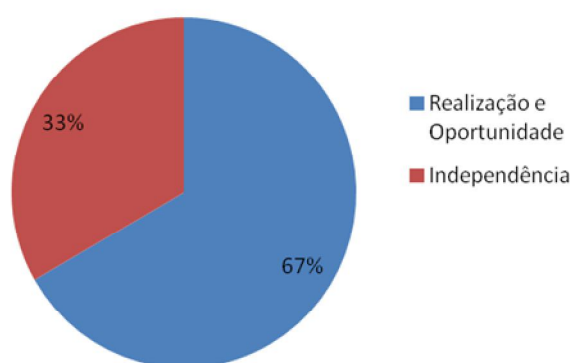
Politécnico são a Realização e a Segurança Familiar, enquanto na presente investigação constatou-se que as respostas mais escolhidas, pelos promotores-líderes do Poliempreende que implementaram o projeto, foram a “Realização e Oportunidade”, e a “Independência”.

Em relação à opção “Segurança Familiar apenas surge, com uma percentagem reduzida (20%), nas opções de escolha dos promotores-líderes do sexo feminino.

A motivação baseada na “Realização e Oportunidade” demonstra uma das características comuns do empreendedor: Abertura e Capacidade de Inovar.

**Gráfico 12 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Condição de Estudante (Implementaram o Projeto)**

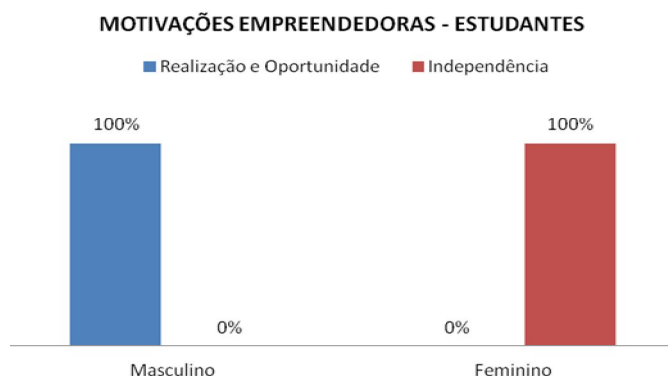
**MOTIVAÇÕES EMPREENDEDORAS - ESTUDANTES**



**Fonte: Elaboração Própria**

Os inquiridos que possuem a condição de estudante apresentam uma maior percentagem de resposta na motivação “Realização e Oportunidade” (67%), sendo que a motivação “Independência” aparece com uma percentagem reduzida (35%), de acordo com os resultados do “Gráfico 12 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Condição de Estudante (Implementaram o Projeto)”.

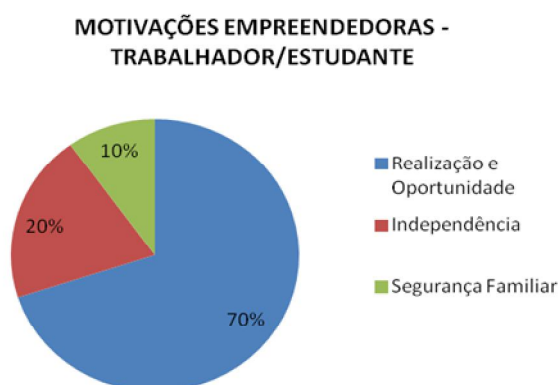
**Gráfico 13 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Estudante Distribuídos por Género (Implementaram o Projeto)**



Fonte: Elaboração Própria

O “Gráfico 13 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Estudante Distribuídos por Género (Implementaram o Projeto)” revela que os inquiridos do sexo masculino, na condição de estudante encontram-se motivados para implementar o projeto devido a questões, maioritariamente (100%), de realização e oportunidade. Enquanto os inquiridos do sexo feminino, na condição de estudante encontram-se motivados para implementar o projeto devido a questões, maioritariamente (100%), de independência.

**Gráfico 14 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante (Implementaram o Projeto)**

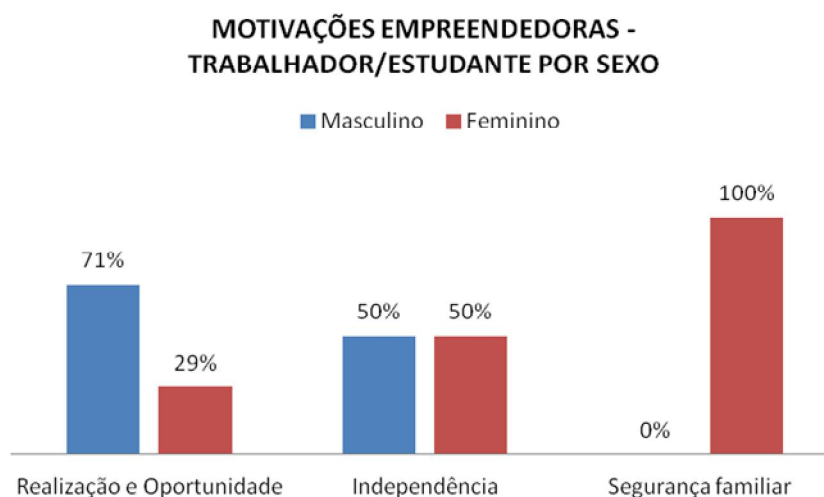


Fonte: Elaboração Própria

Os resultados das Motivações Empreendedoras dos inquiridos com a condição de trabalhador/estudante mostram que 70% das motivações empreendedoras tem por base a “Realização e Oportunidade”, diz respeito a 20% a “Independência” e 10% a “Segurança Familiar”, de acordo com os resultados do “Gráfico 14 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante (Implementaram o Projeto)”.

Os resultados do “Gráfico 14 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante (Implementaram o Projeto)” foram distribuídos por género da seguinte forma:

**Gráfico 15 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante por Género (Implementaram o Projeto)**



Fonte: Elaboração Própria

O “Gráfico 15 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes na Condição de Trabalhador/Estudante por Género (Implementaram o Projeto)” mostra que os resultados da motivação “Realização e Oportunidade” encontram-se distribuídos da seguinte forma, 71% das respostas correspondem aos inquiridos do sexo masculino e 29% aos inquiridos do sexo feminino.

Em relação à motivação “Independência”, verifica-se que 50% das respostas refere-se aos inquiridos do sexo masculino e 50% aos inquiridos do sexo feminino.

Relativamente à opção da motivação baseada na “Segurança Familiar”, os resultados apenas correspondem às escolhas dos inquiridos do sexo feminino com 100% de resposta.

**Quadro 19 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Empresários na Família (Implementaram o Projeto)**

<b>Motivações Empreendedoras</b>	<b>Percentagem</b>
Independência	25
Realização e Oportunidade	63
Segurança Familiar	13
<b>Total</b>	<b>100</b>

**Fonte: Elaboração Própria**

Os resultados das Motivações Empreendedoras dos inquiridos com empresários na família apresentam um maior número de respostas nas motivações “Realização e Oportunidade” com 63%, a “Independência” apresenta 25% e a “Segurança Familiar” com 13%, de acordo com os resultados do “Quadro 19 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes com Empresários na Família (Implementaram o Projeto)”.

**Quadro 20 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes sem Empresários na Família (Implementaram o Projeto)**

<b>Motivações Empreendedoras</b>	<b>Percentagem</b>
Independência	20
Realização e Oportunidade	80
<b>Total</b>	<b>100</b>

**Fonte: Elaboração Própria**



Os resultados do “Quadro 20 – Resultados das Motivações Empreendedoras dos Promotores-Líderes sem Empresários na Família (Implementaram o Projeto)” revelam que 80% dos inquiridos sem empresários na família possuem motivações empreendedoras com base na realização e oportunidade, enquanto 20% dos inquiridos possuem como motivações empreendedoras a Independência.

6ª Linha de investigação – Análise das influências empresariais da população em estudo

**Quadro 21 –Influências Empresariais**

<b>Influências Empresariais</b>	<b>Percentagem</b>
Disponibilidade de capitais nas instituições financeiras	2
Existência de clientes interessados no produto/serviço	51
Existência de grandes incentivos para encorajar o negócio	2
Expansão da economia local	2
Facilidade em identificar o cliente tipo	4
Outros motivos empresariais	36
Vendas do Sector pretendido serem estáveis	2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

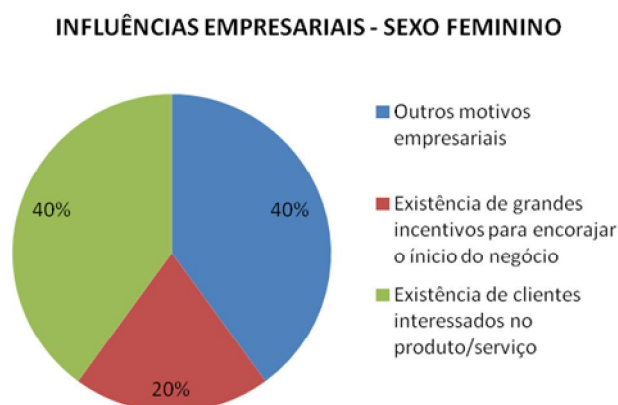
**Fonte: Elaboração Própria**

Na análise geral do resultado desta linha de investigação verificou-se que 51% dos inquiridos responderam que as influências empresariais provinham de conhecimento da

existência de clientes interessados no produto ou serviço, 36% referiram ter outros motivos empresariais, 4% facilidade em identificar o cliente tipo, 2% responderam expansão da economia local, 2% vendas do setor pretendido serem estáveis, 2% disponibilidade de capitais nas instituições financeiras e 2% existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio, de acordo com os resultados do “Quadro 21 –Influências Empresariais”.

Os “Outros motivos empresariais” não foram referidos pelos inquiridos.

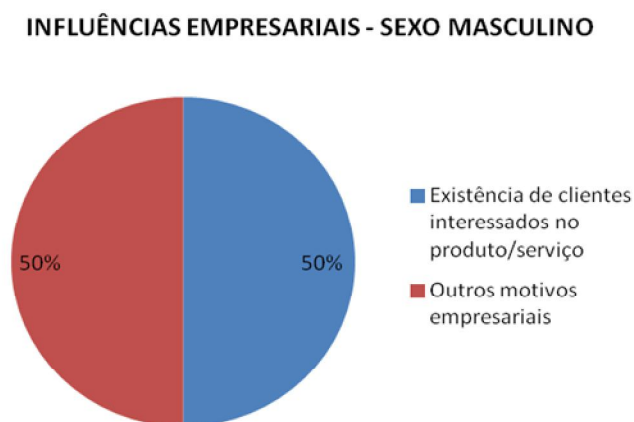
**Gráfico 16 – Resultados das Influências Empresariais do Género Feminino que Implementou o Projeto**



**Fonte: Elaboração Própria**

Os resultados do “Gráfico 16 – Resultados das Influências Empresariais do Género Feminino que Implementou o Projeto” mostram que as respostas mais escolhidas pelos inquiridos do sexo feminino que implementaram o projeto são “Outros motivos empresariais” (40%) e “Existência de clientes interessados no produto/serviço” (40%). Os restantes 20% correspondem à influência “Existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio”.

**Gráfico 17 – Resultados das Influências Empresariais do Género Masculino que Implementou o Projeto**



**Fonte: Elaboração Própria**

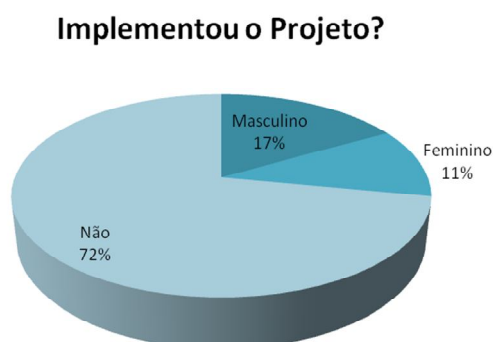
Os resultados do “Gráfico 17 – Resultados das Influências Empresariais do Género Masculino que Implementou o Projeto” mostram que 50% das respostas dizem respeito à “Existência de clientes interessados no produto/serviço” e os restantes 50% dizem respeito a “Outros motivos empresarias”.

Na análise dos resultados verifica-se que tantos os inquiridos do sexo masculino como do sexo feminino possuem influências significativa ao nível da “Existência de clientes interessados no produto/serviço”.

7ª Linha de investigação – Análise à implementação dos projetos, fatores do meio envolvente e apoios ao nível de negócio (administrativo, jurídico e financeiro) da população em estudo

A análise que se segue é uma análise ao perfil do promotor-líder do Concurso Poliempreende que implementou o projeto.

**Gráfico 18 – Implementação do Projeto**



**Fonte: Elaboração Própria**

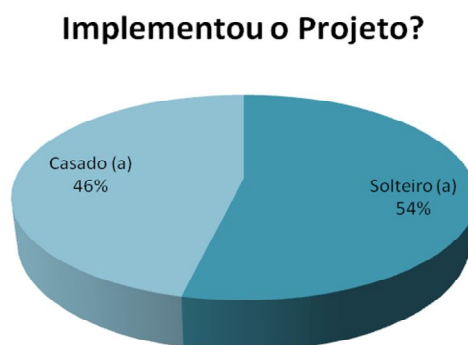
Relativamente à análise do “Gráfico 18 – Implementação do Projeto” pode-se constatar que 72% dos inquiridos não implementaram o projeto.

Os projetos resultantes do Concurso Poliempreende obtiveram uma taxa de implementação reduzida de 28%. Destes 28% dos inquiridos que implementaram o projeto, 17% das respostas dizem respeito aos promotores-líderes do sexo masculino e 11% dizem respeito aos promotores-líderes do sexo feminino.

Relativamente aos 72% dos inquiridos que não implementaram o projeto, 36% dizem respeito aos inquiridos do sexo feminino e 36% são do sexo masculino.

Importa referir que na criação dos projetos do Concurso Poliempreende encontram-se criadas parceria entre vários indivíduos e não correspondem apenas a um indivíduo isolado, e que o questionário foi dirigido aos promotores-líderes de cada projeto premiado com primeiro, segundo e terceiro prémio a nível regional, e no âmbito nacional.

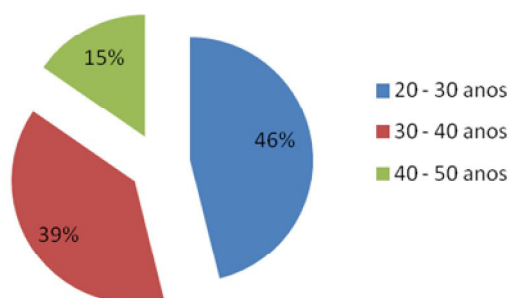
**Gráfico 19 – Implementação do Projeto Distribuído pelo Estado Civil**



Fonte: Elaboração Própria

Ainda na análise sobre a implementação do projeto verificou-se que 54% dos inquiridos são solteiros e 46% são casados, com responsabilidades familiares, de acordo com os resultados do “Gráfico 19 – Implementação do Projeto Distribuído pelo Estado Civil”.

**Gráfico 20 – Idade dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**

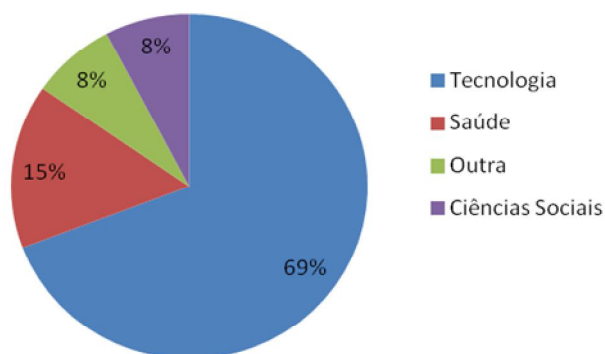


Fonte: Elaboração Própria

Na análise sobre a idade dos inquiridos que implementaram o projeto verificou-se que 46% dos inquiridos possuem idades compreendidas entre os 20 e 30 anos, 39% entre 30 e 40 anos

e 15% entre 40 e 50 anos, de acordo com o “Gráfico 20 – Idade dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”.

**Gráfico 21 – Área de Curso dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Com o resultado do “Gráfico 21 – Área de Curso dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto” pode-se constatar que a área de curso com maior incidência é a área de tecnologia que representa 69% das respostas dos promotores-líderes que implementaram o projeto.

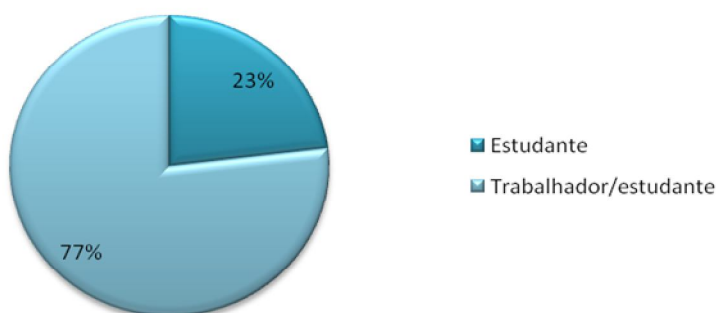
**Quadro 22 – Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**

Habilitações Literárias	Porcentagem
Bacharelato	15
Licenciatura	77
Mestrado	8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração Própria

A maioria dos inquiridos que implementaram o projeto possui licenciatura (77%), bacharelato (15%) e Mestrado (8%), de acordo com os resultados do “Quadro 22 – Habilitações Literárias dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”.

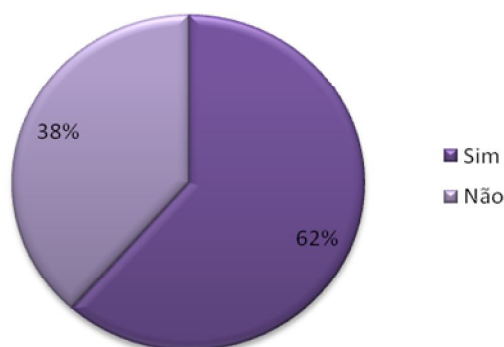
**Gráfico 22 – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Os resultados do “Gráfico 22 – Condição perante o Ensino dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto” revelam que 77% dos inquiridos que implementaram o projeto possuem a condição de trabalhador/estudante, sendo que os restantes 23% são apenas estudantes.

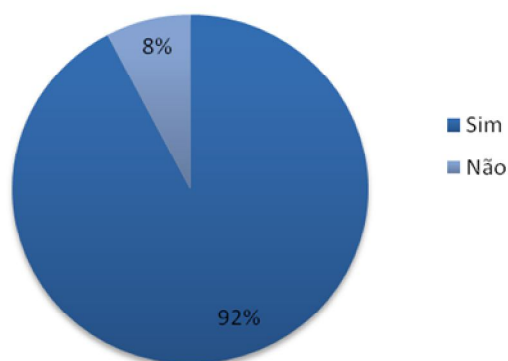
**Gráfico 23 – Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto com Empresários na Família**



Fonte: Elaboração Própria

Os resultados do “Gráfico 23 – Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto com Empresários na Família” relativamente à condição de possuir ou não empresários na família, verifica-se que 62% dos inquiridos têm empresários na família, e 38% responderam que não tinham empresários na família.

**Gráfico 24 – Perceção de Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**

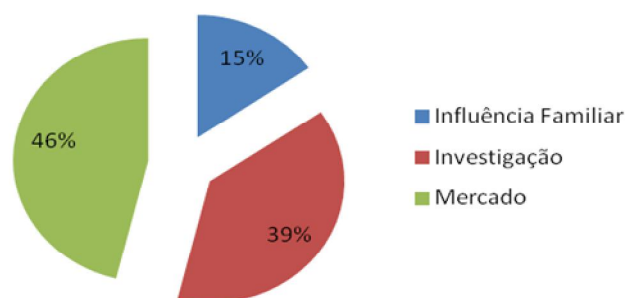


**Fonte: Elaboração Própria**

Em relação à questão se possui capacidade para trabalhar por conta própria, 92% dos promotores-líderes que implementaram o projeto responderam que sim, em contrapartida de 8% que responderam que não, de acordo com “Gráfico 24 – Perceção de Capacidade para Trabalhar por Conta Própria dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”.



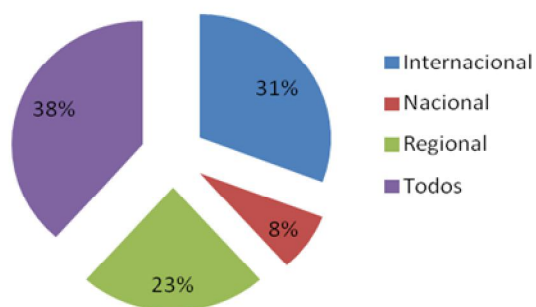
**Gráfico 25 – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Em relação à análise do “Gráfico 25 – Origem da Criação do Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto” verifica-se que 46% dos inquiridos responderam que a origem do negócio provinha do mercado, 39% da investigação e 15% de influências familiares.

**Gráfico 26 – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**

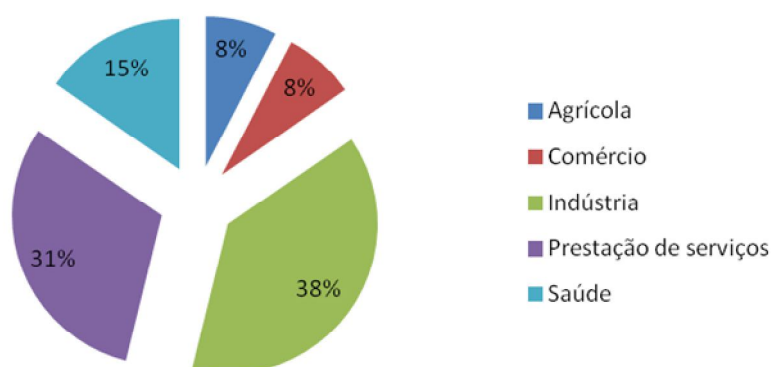


Fonte: Elaboração Própria

Relativamente aos mercados a que se destina a ideia de negócio dos inquiridos que implementaram o projeto, verifica-se que 38% responderam todos, 31% internacional, 23%

regional e 8% nacional, de acordo com os resultados do “Gráfico 26 – Mercados a que se Destina a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”.

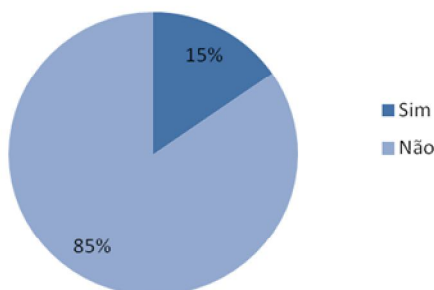
**Gráfico 27 – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Em relação ao setor em que se insere a ideia de negócio verifica-se que, a resposta mais escolhida pelos promotores-líderes que implementaram o projeto foi a opção “Indústria” com 38%. Enquanto o resultado geral apresentado pela população em estudo foi a prestação de serviços com 31% das respostas, como se pode constatar no “Gráfico 27 – Setor em que se Insere a Ideia de Negócio dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”.

**Gráfico 28 – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Percepção dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



**Fonte: Elaboração Própria**

De acordo com o “Gráfico 28 – O Curso Prepara-te para Trabalhar por Conta Própria – Percepção dos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto” os resultados revelam que 85% dos inquiridos tem a percepção que o curso superior, não fornece a preparação adequada para trabalhar por conta própria, enquanto 15% acham que o curso os prepara para trabalhar por conta própria.

Em suma, o perfil do promotor-líder que implementa o projeto do Concurso Poliempreende corresponde ao indivíduo do sexo masculino, solteiro, com idade compreendida entre os 20 e 30 anos, na área de curso de tecnologia, com licenciatura, estatuto de trabalhador/estudante, com empresários na família, com a percepção que possui capacidade para trabalhar por conta própria. A origem da criação do negócio focada no mercado, no setor da indústria e com a percepção que o curso não o prepara para trabalhar por conta própria.

A análise dos fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos tornou-se pertinente porque tanto os promotores-líderes que referiram ter implementado o projeto como os que não implementaram indicaram as mesmas dificuldades.

Essas dificuldades encontram-se relacionadas sobretudo com questões financeiras, burocráticas e desconhecimento dos trâmites administrativos para a implementação dos projetos.

Abaixo encontram-se enunciadas as respostas sobre as dificuldades na implementação dos projetos, referidas pelos promotores-líderes:

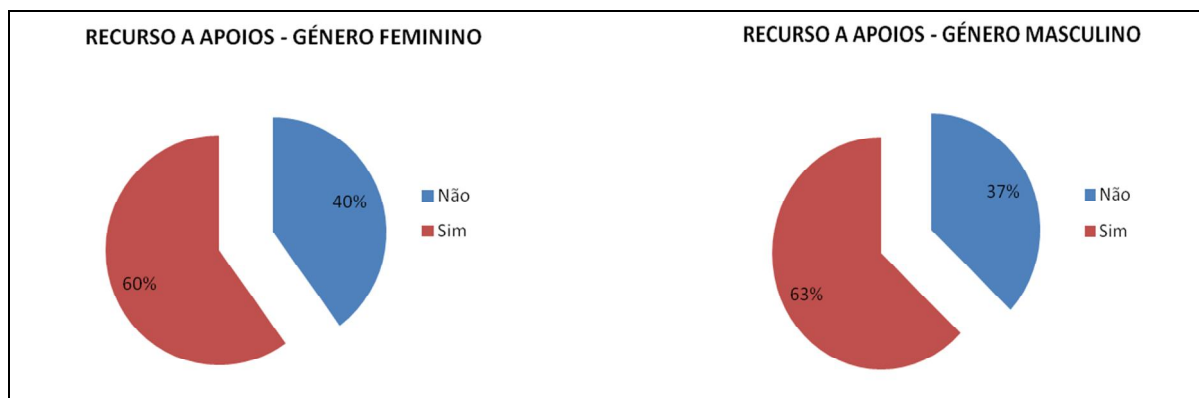
- Burocracias (muito complexas)
- Contactos a realizar após concurso e viabilidade do projeto
- Desconhecimento técnico dos requisitos legais
- Falta de apoio e acompanhamento a todos os níveis
- Falta de credibilidade do novo produto/serviço no mercado
- Falta de financiamento
- Falta de investimento
- Marketing e comunicação (divulgação do produto no mercado)

Em relação à questão “Recorreu a algum tipo de apoio? Qual?”, a maioria dos promotores-líderes que implementaram o projeto responderam o seguinte:

- ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários: “é uma associação de direito privado e utilidade pública que, desde 1986, representa institucionalmente os jovens empresários portugueses e os apoia na sua atividade empresarial. Foi, aliás, pioneira na promoção do empreendedorismo jovem no nosso país e, mais recentemente, notabilizou-se no incentivo à adoção de modelos empresariais baseados na inovação, investigação e desenvolvimento.” (<http://www.anje.pt/portal/anje-apresentacao>)
- Banca
- Bolsa do +E+I: O +E+I é o Programa Estratégico para o Empreendedorismo e a Inovação. Este programa “é um programa aberto à sociedade civil. O +e+i ambiciona uma sociedade mais empreendedora, uma base alargada de empresas inovadoras e com forte componente exportadora, um país em rede e inserido nas redes internacionais de empreendedorismo, conhecimento e inovação, e orientado a resultados.” (<http://www.ei.gov.pt/index/>)
- Capitais próprios

- EdP Ventures: “A EDP Ventures foi criada como instrumento para reforçar a estratégia de inovação aberta que o Grupo prossegue. A EDP Ventures é uma sociedade gestora de participações sociais criada em Julho de 2008, que atua como holding para os investimentos da EDP Inovação na área de capital de risco.” (<http://beta-i.pt/edp/>)
- IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento: É uma instituição que tem “por missão promover a competitividade e o crescimento empresarial, visando o reforço da inovação, do empreendedorismo e do investimento empresarial, nas empresas que exerçam a sua atividade nas áreas sob tutela do Ministério da Economia, com exceção do setor do turismo, designadamente das empresas de pequena e média dimensão.” ([http://www.iapmei.pt/iapmei-ins-01.php?tema\\_id=7](http://www.iapmei.pt/iapmei-ins-01.php?tema_id=7))
- IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional (linha de crédito microinvest): É um instituto que disponibiliza “serviço público de emprego nacional e tem como missão promover a criação e a qualidade do emprego e combater o desemprego, através da execução das políticas ativas de emprego, nomeadamente de formação profissional.” (<http://www.iefp.pt/IEFP/Paginas/Home.aspx>)
- IFAP – Instituto de Financiamento de Agricultura e Pescas, I.P.: O instituto “tem por missão, proceder à validação e ao pagamento decorrente do financiamento da aplicação de diversas medidas definidas a nível nacional e comunitário, no âmbito da agricultura, desenvolvimento rural, pescas e setores conexos, bem como propor as políticas e estratégias de tecnologias de informação e comunicação no âmbito da agricultura e pescas.” ([http://www.ifap.min-agricultura.pt/portal/page/portal/ifap\\_publico/GC\\_oifap](http://www.ifap.min-agricultura.pt/portal/page/portal/ifap_publico/GC_oifap))
- Incubadoras de empresas
- Investidores privados

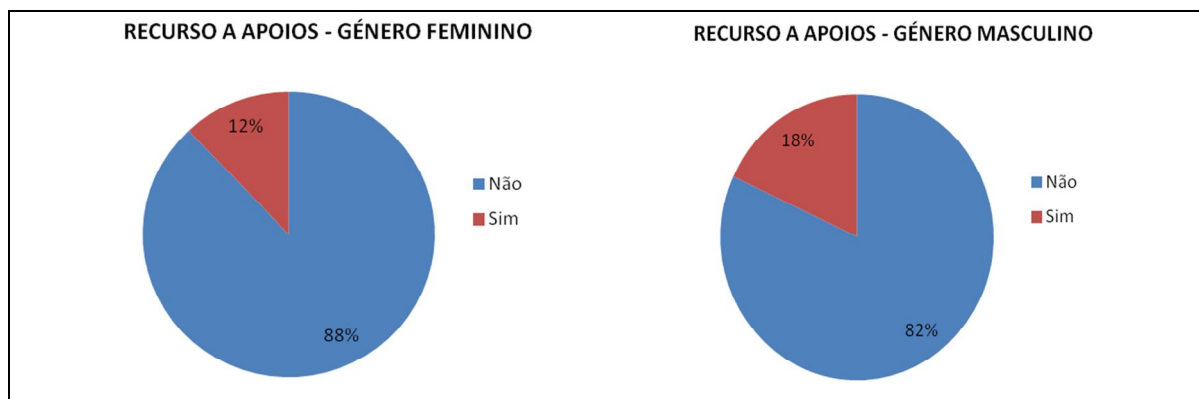
**Gráfico 29 – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Relativamente à análise dos resultados do “Gráfico 29 – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que Implementaram o Projeto”, para a obtenção de apoios verificou-se que 60% dos inquiridos do sexo feminino responderam ter recorrido a apoios e 63% dos inquiridos do sexo masculino também responderam ter recorrido a apoios.

**Gráfico 30 – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que não Implementaram o Projeto**



Fonte: Elaboração Própria

Confrontando os resultados do “Gráfico 30 – Recurso a Apoios Distribuídos por Género nos Promotores-Líderes que não Implementaram o Projeto” com os resultados dos inquiridos que implementaram o projeto verificou-se que 12% dos inquiridos do sexo feminino responderam ter recorrido a apoios e 18% dos inquiridos do sexo masculino também responderam ter recorrido a apoios.

Em relação à procura ativa de informação sobre os apoios existentes verificou-se o seguinte resultado:

- 40% dos inquiridos do sexo feminino que implementaram o projeto responderam ter recorrido à obtenção de informação sobre os apoios existentes;
- 50% dos inquiridos do sexo masculino que implementaram o projeto responderam ter recorrido à obtenção de informação sobre os apoios existentes.

Em relação aos indivíduos que não implementaram o projeto verificou-se uma fraca atividade na procura de informação sobre os apoios, ambos os inquiridos, sexo feminino e sexo masculino, apresentaram um resultado de apenas 12% na procura de informação sobre os apoios existentes.

Em resposta aos objetivos gerais de investigação neste estudo verificou-se o seguinte resultado:

- Quantos projetos foram implementados?

Desde a primeira edição até ao momento, do Concurso Poliempreende resultaram na implementação de 13 projetos.

- Qual o setor de atividade?

Os 13 projetos implementados encontram-se distribuídos pelos seguintes setores de atividade: 5 projetos na Indústria, 4 projetos na Prestação de Serviços, 2 projetos na Saúde, 1 projeto na Agricultura e 1 projeto direcionado para o Comércio.

- Quantos permanecem?

Dos 13 projetos implementados resultantes do Concurso Poliemprrreende sobrevivem até hoje todos, sendo que o primeiro foi implementado em 2006, seguido de outro projeto

implementado em 2009, dois projetos em 2010, três projetos em 2011, três projetos em 2012 e três projetos implementados em 2013.

- Quanto tempo sobrevivem?

O projeto com mais tempo de duração tem aproximadamente 7 anos, e refere-se à Quinta Pedagógica de Castelo Branco. Os restantes projetos tem menos de 4 anos de existência.

- Quais os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos?

Os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos considerados pelos inquiridos tem por base, a falta de financiamento, investimento, credibilidade do novo produto/serviço no mercado, de apoio e acompanhamento a todos os níveis, desconhecimento técnico dos requisitos legais, burocracias muito complexas, falta de conhecimento do setor para realizar contatos após concurso e viabilidade do projeto, falta de conhecimentos de marketing e comunicação para a divulgação do produto/serviço no mercado.

Relativamente à questão de investigação: “O que poderá influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto?”, verifica-se que na comparação dos resultados gerais do presente estudo com os resultados dos promotores-líderes que implementaram o projeto pode-se concluir que, existem fatores importantes que podem condicionar a implementação do projeto, mas que isoladamente podem não ser decisivos para a implementação dos mesmos.

Os fatores que poderão influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto, mas que podem não ser decisivos são: a origem da criação do negócio, o setor onde se insere a ideia do negócio, o recurso a apoios e a procura ativa de informação sobre os apoios existentes.

Em relação ao autoconceito a população em estudo apresenta características comuns do empreendedor: Abertura e capacidade de inovar, personalidade pró-ativa, tolerância ao stress, extroversão, afabilidade, consciência, neuroticismo e eficácia global.

Analisando os resultados gerais do autoconceito e os resultados do autoconceito dos promotores-líderes que implementaram o projeto, verifica-se que não revelam alterações significativas passíveis de influenciar a implementação do projeto.



Confrontando os resultados gerais do presente estudo com os resultados dos inquiridos que implementaram o projeto, verificou-se algumas diferenças. Os inquiridos que implementaram o projeto optaram pelo “mercado” como origem da criação de negócio, enquanto os resultados gerais mostram que a opção mais escolhida para a origem da criação de negócio foi a “investigação”.

Em relação à escolha do setor onde se insere a ideia de negócio, os inquiridos que implementaram o projeto optaram pela indústria, enquanto os resultados gerais mostram que a opção mais escolhida foi a prestação de serviço.

O recurso a apoios e a procura de informação sobre a existência dos mesmos é um fator importante e pode ser decisivo na decisão de implementação do projeto, pois os resultados mostram que a maioria dos inquiridos que implementaram o projeto procurou informação (entre 40% a 50%), e recorreram a apoios (entre 60% a 63%). Enquanto os inquiridos que não implementaram o projeto apenas 12% procuraram informação e entre 12% a 18% dos inquiridos dizem ter recorrido a apoios.

## **CAPITULO V – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES**

### **5.1. Conclusões**

Uma das atividades mais importantes praticadas em Portugal é a criação das micro e PME's, pois geram emprego e dinamizam, em termos, económicos, financeiros e sociais as regiões onde se encontram inseridas. A criação destes pequenos negócios é muito importante, considerado o motor de desenvolvimento económico a nível nacional e regional.

A proposta aqui apresentada adquire total pertinência nos aspetos já focados anteriormente, ao longo do trabalho, ainda mais porque os tempos de mudança, são atualmente também tempos de crise, e em que é emergente ter conhecimento das iniciativas que promovem e disseminam atividades empreendedoras, em todo o contexto nacional e regional.

A escolha do tema de investigação sobre o Concurso Poliempreende foi motivada pelo facto de o empreendedorismo ser o foco do curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME, sendo este tema considerado um pilar estratégico e de extrema importância para o país e sobretudo para o seio académico. O Poliempreende surge como uma das atividades de resposta à necessidade de estimular e desenvolver atividades que promovam o empreendedorismo na comunidade académica.

Relativamente ao Concurso Poliempreende é necessário tentar colocar os projetos vencedores no mercado e garantir a sua sobrevivência, mas para isso é necessário perceber qual a evolução dos projetos premiados do Poliempreende e saber quais os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos mesmos.

Desta forma, tornou-se pertinente saber qual o perfil do promotor-líder que implementou o projeto do Concurso Poliempreende, e os fatores que poderão ter influência na implementação do mesmo.

Para a análise da evolução dos projetos do Concurso Poliempreende e para verificar qual o perfil do promotor-líder que implementou o projeto, foi utilizado o questionário designado por “Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo”.

A população abrangida pelo questionário pretendeu envolver todos os promotores-líderes dos projetos que participaram no Concurso Poliempreende, vencedores com o primeiro, segundo e terceiro prémio a nível regional, e nacional, de todos os Institutos Politécnicos e Escolas Superiores não integradas aderentes, no total de 19 entidades, desde a 1ª até à 9ª edição. Neste estudo, foi obtida a totalidade de respostas de 36%. Este questionário foi dirigido aos promotores-líderes dos projetos, via correio eletrónico.

O método utilizado foi o método quantitativo através de uma abordagem descritiva. Este método pretendeu descrever os dados resultantes do questionário com a possibilidade de serem mensuráveis e objetivos.

Com este estudo concluiu-se que o perfil do promotor-líder que implementa o projeto do Concurso Poliempreende corresponde ao indivíduo do sexo masculino, solteiro, com idade compreendida entre os 20 e 30 anos, na área de curso de tecnologia, com licenciatura, estatuto de trabalhador/estudante, com empresários na família, com a perceção que possui capacidade para trabalhar por conta própria. A origem da criação do negócio é focada no mercado e no setor da indústria. O promotor-líder com este perfil possui a perceção que o curso não o prepara para trabalhar por conta própria.

Para além das conclusões acima referidas, com o presente estudo conseguiu-se apurar o resultado pretendido sobre a análise da evolução dos projetos premiados do Concurso Poliempreende, a nível regional e nacional, desta forma constata-se o seguinte resultado:

- Quantos projetos foram implementados?

Desde a primeira edição até ao momento, do Concurso Poliempreende resultaram na implementação de 13 projetos.

- Qual o setor de atividade?

Os 13 projetos implementados encontram-se distribuídos pelos seguintes setores de atividade: 5 projetos na Indústria, 4 projetos na Prestação de Serviços, 2 projetos na Saúde, 1 projeto na Agricultura e 1 projeto direcionado para o Comércio.

- Quantos permanecem?

Dos 13 projetos implementados resultantes do Concurso Poliempreende sobrevivem até hoje todos, sendo que o primeiro foi implementado em 2006, seguido de outro projeto

implementado em 2009, dois projetos em 2010, três projetos em 2011, três projetos em 2012 e três projetos implementados em 2013.

- Quanto tempo sobrevivem?

O projeto com mais tempo de duração tem aproximadamente 7 anos, e refere-se à Quinta Pedagógica de Castelo Branco. Os restantes projetos tem menos de 4 anos de existência.

- Quais os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos?

Os fatores críticos de insucesso que causam barreiras à implementação dos projetos considerados pelos inquiridos tem por base, a falta de financiamento, falta de investimento, credibilidade do novo produto/serviço no mercado, falta de apoio e acompanhamento a todos os níveis, desconhecimento técnico dos requisitos legais, burocracias muito complexas, falta de conhecimento do setor para realizar contatos após concurso e viabilidade do projeto, falta de conhecimentos de marketing e comunicação para a divulgação do produto/serviço no mercado.

Relativamente à questão de investigação: “O que poderá influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto?”, verifica-se que na comparação dos resultados gerais do presente estudo com os resultados dos promotores-líderes que implementaram o projeto, existem fatores importantes que podem condicionar a implementação do projeto, mas que isoladamente podem não ser decisivos para a implementação dos mesmos.

Os fatores que poderão influenciar o empreendedor do Concurso Poliempreende a implementar o projeto, mas que podem não ser decisivos são: a origem da criação do negócio, o setor onde se insere a ideia do negócio, o recurso a apoios e a procura ativa de informação sobre os apoios existentes.

Os inquiridos que implementaram o projeto optaram pelo “mercado” como origem da criação de negócio, enquanto os resultados gerais mostram que a opção mais escolhida para a origem da criação de negócio foi a “investigação”.

Em relação à escolha do setor onde se insere a ideia de negócio, os inquiridos que implementaram o projeto optaram pela indústria, enquanto os resultados gerais mostram que a opção mais escolhida foi a prestação de serviço.

O recurso a apoios e a procura de informação sobre a existência dos mesmos é um fator importante e pode ser decisivo na decisão de implementação do projeto, pois os resultados mostram que a maioria dos inquiridos que implementaram o projeto procurou informação (entre 40% a 50%), e recorreram a apoios (entre 60% a 63%). Enquanto os inquiridos que não implementaram o projeto apenas 12% procuraram informação, e entre 12% a 18% dos inquiridos dizem ter recorrido a apoios.

Os inquiridos que não implementaram o projeto apresentam uma procura de informação sobre os apoios muito baixa. Esta pouca atividade na procura de informação sobre os apoios existentes pode condicionar o recurso aos apoios, pelo desconhecimento dos mesmos, que por sua vez poderá condicionar a implementação do projeto.

Em relação ao autoconceito a população em estudo apresenta características comuns do perfil do empreendedor: Abertura e capacidade de inovar, personalidade pró-ativa, tolerância ao stress, extroversão, afabilidade, consciência, neuroticismo e eficácia global. Este perfil foi definido anteriormente nas características do empreendedor.

Analisando os resultados gerais do autoconceito e os resultados do autoconceito dos promotores-líderes que implementaram o projeto, verifica-se que não revelam alterações significativas passíveis de influenciar a implementação do projeto.

Este estudo veio evidenciar a necessidade de delinear estratégias, para o desenvolvimento de atividades que estimulem a procura de informação sobre os apoios existentes neste âmbito. Estas atividades deverão ser promovidas de forma transversal a todas as áreas de curso.

As sugestões deste estudo vão no sentido da necessidade de criar atividades multidisciplinares, conduzidas por grupos de alunos de várias áreas de curso, no sentido de promover a partilha de informação e de conhecimento, com o objetivo de estimular a produção de novos projetos que promovam o empreendedorismo qualificado na região.

Para isso é necessário criar uma estrutura que complemente o Concurso Poliempreende, que sustente e consolide as atividades de empreendedorismo, como por exemplo, a criação do "Clube do Empreendedor".

## **5.2. Recomendações de Investigações Futuras**

Relativamente a investigações futuras poder-se-á realizar análise à evolução dos projetos do Concurso Poliempreende por regiões, de forma a verificar qual a zona com maior implementação dos projetos do Concurso Poliempreende e tentar perceber o que poderá influenciar a implementação dos mesmos de região para região.

Com esse resultado poder-se-á criar um manual de Benchmarking para o apoio e implementação dos projetos do Concurso Poliempreende.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Corredor Azul (s.d.). *Guia de Apoio ao Empreendedor*. (pp. 9), não publicado.

Correira, A., Rosário, C., Toscano, D., Queirós, S. (2013) *Úlceras por pressão no norte alentejano: Um estudo de prevalência, nos utentes internados em ECCL e seguidos em cuidados de saúde primários* (pp. 43-48). Trabalho de Licenciatura não publicada, em saúde. Portalegre: ESSP.

GEM Portugal (2010). *Estudo sobre o Empreendedor*. Projeto Global Entrepreneurship Monitor não publicado (pp. 6, 7).

Jornal Online: O Mirante.PT. Diário Online

<http://www.omirante.pt/?idEdicao=213&id=21977&idSeccao=2816&Action=noticia> [Consultado em 23 de maio de 2013].

Jornal Online: O Ribatejo.

<http://www.oribatejo.pt/politecnico-de-tomar-escolheu-projectos-empreendedores-fotos/>  
[Consultado em 25 de maio de 2013].

Instituto Politécnico de Castelo Branco. *POLINFOR* (Jan-2007). Boletim Informativo.

Monteiro, M. (2010) *O empreendedorismo e a criação de negócios: O caso da empresa ...*. Dissertação de Mestrado não publicada, em Gestão (pp. 16 ). Coimbra: FEUC.

Parreira, P., Brito, N., e Pereira, F. (2011). *Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior*. Lisboa: Edições Sílabo.

Pestana, M. H., Gageiro, J. N., (s.d.). *Análise de dados para ciências sociais – A Complementaridade do SPSS* (4ª ed. – revista e aumentada). [S.l.]: Edições Sílabos.

Rodrigues, M. J., Neves, A., Godinho, M. M., (s.d.). *Para uma Política de Inovação em Portugal* (pp. 17, 36, 37). Lisboa: Edição Dom Quixote.

Rosário, André E. M. (2007). *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas de Universidade do Porto*. Dissertação de Mestrado não publicada, em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico (pp. 5, 6, 7, 10). Porto: FEUP.

Sousa, M. J., Batista, C. Sales, (s.d.). *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios* (pp. 23-117). [S.l.]: Edição Pactor.

#### **Sites Consultados:**

<http://beta-i.pt/edp/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.anje.pt/porta/anje-apresentacao> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.ei.gov.pt/guia-empendedor/> [consultado a 18 de agosto de 2013]

<http://www.ei.gov.pt/index/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

[http://www.iapmei.pt/iapmei-ins-01.php?tema\\_id=7](http://www.iapmei.pt/iapmei-ins-01.php?tema_id=7) [Consultado a 2 de setembro de 2013]



<http://www.iefp.pt/IEFP/Paginas/Home.aspx> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

[http://www.ifap.min-agricultura.pt/portal/page/portal/ifap\\_publico/GC\\_oifap](http://www.ifap.min-agricultura.pt/portal/page/portal/ifap_publico/GC_oifap) [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.poliemprende.pt/apresenta.htm> [Consultado a 14 de março de 2013]

[http://www.qca.pt/n\\_qca/texto.asp](http://www.qca.pt/n_qca/texto.asp) [Consultado a 14 de março de 2013]

## **ANEXOS**

**Anexo 1 – Quadro 23 - Ponto de Situação das Edições do Concurso Poliempreende**

<b>Edições do Concurso Poliempreende</b>	<b>Onde Decorreu?</b>	<b>Ano Lectivo da Edição</b>	<b>Título do Projeto Vencedor Nacional</b>	<b>Nome da Instituição</b>	<b>Politécnicos Envolvidos</b>
<b>1ª Edição</b>	IPCB	2003-2004	Quinta Vale das Escusas	Escola Superior de Gestão - IPCB	Apenas o IPCB
<b>2ª Edição</b>	IPCB	2004-2005	Domotécnica	Escola Superior de Tecnologia - IPCB	Apenas o IPCB
<b>3ª Edição</b>	IPCB	2005-2006	Eco- Albi	Escola Superior de Tecnologia - IPCB	Parceria IPCB e IPGuarda
<b>4ª Edição</b>	IPCB	2006-2007	IMS – Innovation Mobile Solutions	Parceria – Área de Tecnologia	Parceria IPCB, IPGuarda, IPBeja, IPBragança, IPPortalegre, IPTomar
<b>5ª Edição</b>	IPCB	2007-2008	BMM - BioMedical Modeling	Instituto Superior de Engenharia de Coimbra - IPC	Edição alargada a todos os Politécnicos
<b>6ª Edição</b>	IPC	2008-2009	Virtual Instrumentation	Instituto Superior de Engenharia de Coimbra - IPC	
<b>7ª Edição</b>	IPVC	2009-2010	Smartpaint	Escola Superior de Tecnologia – IPS e docente do ISEL - IPL	
<b>8ª Edição</b>	IPL	2010-2011	Agro & Biotec, solutions and training	Instituto Superior de Agrária de Coimbra - IPC	
<b>9ª Edição</b>	IPV	2011-2012	eSwitch	Instituto Superior de Engenharia de Coimbra - IPC	

Fonte: Elaboração Própria

## Anexo 2 – Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo

### Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo

O meu nome é Tânia Peças sou aluna do 2º ano do curso de Mestrado em Empreendedorismo e Gestão de PME, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão, do Instituto Politécnico de Portalegre. O presente questionário pretende analisar as características dos premiados do concurso Poliempreende, a capacidade e motivação empreendedora, assim como as dificuldades na concretização do projeto/negócio a vários níveis. Grata pela V/ colaboração.

#### 1. Idade \*

- 20 - 30 anos
- 30 - 40 anos
- 40 - 50 anos
- 50 - 60 anos

#### 2. Sexo \*

- Feminino
- Masculino

#### 3. Estado Civil \*

- Casado (a)
- Solteiro (a)
- Viúvo (a)
- Divorciado (a)

#### 4. Área de Curso \*

- Ciências Sociais
- Gestão
- Saúde
- Tecnologia
- Outra

#### 4.1. Se respondeu outra área de curso, indique qual?

#### 5. Habilitações Literárias \*

- Bacharelato
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

#### 6. Tem empresários na família? \*

- Sim
- Não

#### 7. Condição perante o ensino: \*

- Estudante
- Trabalhador/estudante

#### 8. Capacidade de trabalhar por conta própria \*

- Sim
- Não

#### 9. Desejo trabalhar por conta própria \*

- 1 2 3 4 5
- Nada      Muito

#### 10. Origem da criação do negócio \*

- Influência familiar
- Investigação
- Mercado

#### 11. Mercados a que se destina a ideia de negócio

- Internacional
- Nacional
- Regional
- Todos

## Anexo 2 – Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo

### 12. Setor em que se insere a ideia de negócio \*

- Agrícola
- Comércio
- Indústria
- Prestação de serviços
- Saúde
- Turismo

### 13. O curso prepara-te para trabalhar por conta própria? \*

- Sim
- Não

### 14. Personalidade \*

1=Nada e 5=Muito

	1	2	3	4	5
Sou uma pessoa simpática	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costumo ser rápido na execução das tarefas que tenho para fazer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero-me tolerante para com as outras pessoas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou capaz de assumir uma responsabilidade até ao fim, mesmo que isso me traga consequências desagradáveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De modo geral tenho por hábito enfrentar e resolver os meus problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sou uma pessoa usualmente bem aceite pelos outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando tenho uma ideia que me parece válida, gosto de a pôr em prática	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho por hábito ser persistente na resolução das minhas dificuldades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não sei porque a maior parte das pessoas embirra comigo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando me interrogam sobre questões importantes conto sempre a verdade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero-me uma pessoa agradável no contacto com os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quando tenho um problema que me aflige não consigo resolver sem o auxílio dos outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gosto sempre de me sair bem nas coisas que faço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontro sempre energia para vencer as minhas dificuldades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 15. Motivações empreendedoras: \*

- Independência
- Motivos empresariais
- Prestígio
- Realização e oportunidade
- Segurança familiar

### 16. Influências empresariais \*

- Motivos empresariais
- Existência de clientes interessados no produto/serviço
- Existência de grandes incentivos para encorajar o início do negócio
- A expansão da economia local
- Disponibilidade de capital nas instituições financeiras
- As vendas do setor pretendido serem estáveis
- Facilidade em identificar o cliente tipo
- Existir um grande número de negócios falidos no setor pretendido
- Outra

## Anexo 2 – Questionário sobre o Concurso Poliempreende e Empreendedorismo

16.1. Qual?

17. Implementou o projeto? \*

- Sim  
 Não

17.1. Se respondeu sim, quais as barreiras à implementação do projecto?

17.2. Se respondeu não, quais as razões para não ter implementado o projecto?

18. Recorreu a algum tipo de apoio? Qual?

Financeiros, serviços de apoio ao empresário, IEFPP, cursos, entre outros apoios.

18.1. Onde obteve essa informação?

19. Em que ano implementou o seu projeto?

20. Ainda continua com o seu negócio?

- Sim  
 Não

20.1. Porquê?

**GUIA DE ACOMPANHAMENTO AO EMPREENDEDOR DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE  
PORTALEGRE**

## ÍNDICE

1. EMPREENDEDORISMO.....	3
2. CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR.....	4
3. ETAPAS A TER EM CONTA PARA UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO.....	7
4. CONTEXTO PRÁTICO.....	8
4.1. PASSOS GERAIS NA CRIAÇÃO DE EMPRESAS.....	8
4.1.1. Ter a ideia do negócio a criar.....	8
4.1.2. Estruturar e testar a Ideia:.....	8
4.1.3. Encontrar o Local Ideal.....	9
4.1.4. Elaboração do Plano de Negócios.....	9
4.1.5. Conseguir Financiamento e Apoio para Iniciar a Empresa.....	10
4.1.6. Formalização da Constituição da Empresa.....	12
4.1.7. Definição dos corpos diretivos e recrutamento de colaboradores.....	13
4.1.8. Iniciar a atividade da empresa.....	13
4.2. LICENCIAMENTO EMPRESARIAL – PROCESSOS LEGAIS.....	15
4.3. EMPRESA NA HORA E MARCA NA HORA.....	16
BIBLIOGRAFIA.....	19



## **1. EMPREENDEDORISMO**

Os autores Adam Smith (1776) e Jean Baptiste Say (1816) referiam que o empreendedor é um agente económico que transforma a procura em oferta, cria um negócio que gera riqueza (*cit. in Rosário, A., 2007: 10*).

Em 1879, Alfred Marshall economista inglês, introduz o conceito de inovação na definição de empreendedor (*cit. in Rosário, A., 2007: 10*):

“O empreendedor é alguém que se aventura e assume riscos, que reúne capital e o trabalho requerido para o negócio e supervisiona os seus mínimos detalhes, caracterizando-se pela convivência com o risco, a inovação e a gestão do negócio”.

Mais tarde, o economista Joseph Schumpeter (1934) defende que a inovação é o que diferencia uma simples criação de negócio para a criação de empreendedorismo (*cit. in Rosário, A., 2007: 10*).

Em 1985, Peter Drucker reforça a definição de empreendedor de Schumpeter (*cit. in Rosário, A., 2007: 10*): “Os empreendedores inovam. A inovação é o instrumento específico do espírito empreendedor.”

O empreendedor não é alguém que cria apenas o seu negócio é alguém que cria inovação e que a coloca no mercado á disposição do consumidor, motivando a procura.

A inovação é considerada um fator chave de competitividade, incrementa algo novo ou radicaliza processos, produtos ou serviços (*et al cit. in Rodrigues, M., 2003*).

Com o passar dos anos o conceito de empreendedor e empreendedorismo foi evoluindo, deixou de ser apenas visto como a criação comum de negócio e passou à criação de um negócio altamente inovador, coeso e produtivo.

Todos estes conceitos reforçam as características atribuídas aos empreendedores, o empreendedor caracteriza-se como sendo um indivíduo que cria o próprio negócio, assume riscos, identifica oportunidades de negócio, é inovador, tem capacidade de liderança, cria riqueza, consegue usufruir de todos os recursos materiais e humanos ao seu dispor de forma eficiente e eficaz.

## 2. CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR

Desde sempre existiu interesse no estudo das características do empreendedor com o objetivo de encontrar características preditivas. Todos estes estudos foram inconclusivos e alvo de controvérsias, pois os resultados não foram totalmente aceites dada à dinâmica de comportamentos e da envolvente que influencia as capacidades empreendedoras do indivíduo, tais como, região, cultura, educação, entre outras.

Nos vários estudos de investigação realizados sobre as características do empreendedor constata-se que existem algumas características comuns entre as diversas definições de empreendedor, sendo a atitude e a motivação empreendedora as mais comuns.

Para além das características mais comuns o presente guia de apoio conta com as características indicadas no estudo realizado aos alunos do Ensino Superior Politécnico “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011).

As características mais comuns, entre os empreendedores, indicadas pelos autores Pedro Parreira, Francisco Costa Pereira e Nuno Vieira e Brito (2011), no seu estudo “Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior”, são:

- “Abertura e Capacidade de Inovar”: “É sustentada no desejo e interesse em procurar novas formas de agir (Patchen, 1965), orientando a pessoa para a inovação (Heunks, 1998) e sendo considerado por Schumpeter (1934) como conceito central do empreendedorismo” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011:81). Esta característica pode-se revelar na criatividade, da necessidade de procurar novos desafios, experiências, e na assunção de riscos.
- “A Personalidade pró-ativa”: Possuir uma personalidade pró-ativa significa que o indivíduo tem disposição para tomar a iniciativa de fazer algo. “Os estudos têm demonstrado que ser pró-ativo é preditor da intenção de criar uma start-up embora a sua influência decresça no tempo (Crant, 1996; Frank et al., 2007)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “A Tolerância ao Stress”: “Esta capacidade assume-se como importante pois os empreendedores correm riscos pessoais e financeiros em situações de sobrecarga de trabalhos, no qual a pressão e a insegurança são minimizadas pela tolerância ao stress” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82). “Estas personalidades procuram a autonomia e o controle das suas ações, evitando as restrições e regras

estabelecidas pela organização (Brandstätter, 1997; Cromie, 2000) (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).

- “Extroversão”: “Característica de quem exterioriza facilmente seus sentimentos e é recetivo ao comportamento dos outros” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82). Indivíduos com esta característica revelam “(...) sensibilidade, sociabilidade e emoções positivas relativamente à recompensa proporcionada ao outro (Ciavarella et al., 2004; Zhao & Seibert, 2006)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “Afabilidade”: “Este traço refere-se à capacidade de estabelecer relações interpessoais, de ser amável nessas relações, apresentando a capacidade de promover consensos, mantendo ao mesmo tempo a preservação do entendimento mútuo e da confiança (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Koe & Shamuganathan, 2010). Inscrevem-se neste traço, características como saber ouvir, ser empático procurando a harmonia nas relações (Caliendo & Kritikos, 2008)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 82).
- “Consciência”: Esta característica revela “(...) sentido de responsabilidade, necessidade de realização conduzindo a um grande comprometimento com o trabalho (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007; Ong & Ismail, 208; Koe & Shamuganathan, 2010)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).
- “Neuroticismo”: “Este traço avalia o grau de estabilidade emocional do individuo (Llewellyn & Wilson, 2003; Yong, 2007)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83). Os empreendedores são otimistas e são inteligencialmente emocional.
- “A Eficácia Global”: “Esta medida global assume-se como importante para o empreendedor pois gera um sentido de confiança nas suas competências para antecipar e desempenhar várias ações em situações de incerteza (Baum & Locke, 2004). Esta característica revela um “(...) elevado grau de iniciativa pessoal (Speier & Frese, 1997)” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).  
“Estudos realizados por vários investigadores (Cools & Van Den Broeck, 2008; Crant, 1996; D’Intino et al., 2007; Rauch & Frese, 2007; Ong & Ismail, 2008) vêm demonstrar que os empreendedores com este traço apresentam níveis elevados de tolerância à ambiguidade, locus de controlo interno, personalidade pró-ativa, autoeficácia e necessidade de realização” (*et al cit. in* Pedro Parreira, 2011: 83).

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

Com a análise ao resultado do estudo de investigação realizado aos promotores-líderes do Concurso Poliempreende que implementaram o projeto, designado por: “Análise à evolução dos projetos premiados no Concurso Poliempreende, a nível nacional”, verifica-se que os mesmos possuem as características acima enunciadas.

### **3. ETAPAS A TER EM CONTA PARA UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO**

De acordo com o “Guia de Apoio ao Empreendedor” do Corredor Azul (s.d.: 13), o empreendedor deve ter em conta dez linhas de orientação para o sucesso da implementação do seu negócio:

- “Atuar consciente que o dinheiro não faz o empresário. Usualmente o criador de uma empresa é alguém que não tem grande capacidade financeira, mas tem outros recursos como a determinação, a persistência e a criatividade que o levam a triunfar.”
- “Ter conhecimento que a sua riqueza é resultado da persistência, atividade e tempo, sabendo que existem dissemelhanças entre persistência e teimosia. A pessoa teimosa responde aos problemas sempre da mesma maneira enquanto a pessoa persistente não desiste de encontrar novas alternativas para controlar o problema.”
- “Ter visão para reconhecer os clientes e as suas carências procurando saber se existe um mercado suficientemente grande para gerar lucros, permitir crescimento e diversificação.”
- “Atenuar os investimentos iniciais ao fundamental e não gastar recursos em equipamentos supérfluos.”
- “Diminuir os custos fixos, nomeadamente optando por gerir os recursos humanos em função do crescimento da empresa.”
- “Preparar as negociações com fornecedores e investidores.”
- “Saber negociar bem o valor das quotas.”
- “Determinar as parcerias essenciais para o seu negócio, abdicando de exclusivismos que podem comprometer o crescimento da empresa.”
- “Encarar o cliente como se fosse o empregador.”
- “Elaborar um Plano de Negócio adequado e consistente.”

#### **4. CONTEXTO PRÁTICO**

##### **4.1. PASSOS GERAIS NA CRIAÇÃO DE EMPRESAS**

Os passos gerais na criação de empresas indicados no presente guia de apoio têm por base os passos do “Guia de Apoio ao Empreendedor” do Corredor Azul (s.d.: 27 - 32).

###### **4.1.1. Ter a ideia do negócio a criar**

Como forma de ajudar a testar o perfil empreendedor e a viabilidade da ideia de negócio é importante responder às seguintes questões:

- Tem perfil de empreendedor?
- Qual o destinatário do produto?
- O mercado necessita do produto?
- Que serviço presta?
- Quais os benefícios do serviço?
- Qual a concorrência?
- Como se diferencia da concorrência?
- Que preço cobra pelos serviços prestados?
- Qual o investimento inicial necessário?
- Quais as opções de financiamento utilizadas?
- Qual é a melhor localização da empresa?
- A atividade precisa de algum licenciamento especial?
- Qual o capital social necessário?
- Existem algum apoio à atividade desenvolvida?
- Como escolhe os seus sócios e qual o número de sócios ideal para o projeto?

###### **4.1.2. Estruturar e testar a ideia:**

“Os aspetos a considerar nesta fase são: a singularidade do produto/serviço; o perfil do cliente-tipo; a dimensão do mercado; a concorrência e quotas de mercado e as potencialidades de

crescimento do negócio. É também o momento em que se deverá elaborar o Plano de Marketing descrevendo produtos/serviços, escolhendo políticas de distribuição, preços e formas de promoção, tudo com orçamentos previsíveis”. Corredor Azul (s.d.: 28)

Nesta fase o empreendedor deve:

- Rodear-se de pessoas da sua confiança, contar-lhes o seu projeto e procurar avaliar as potencialidades do mesmo.
- Procurar informação sobre aquilo que vai necessitar para concretizar o projeto, fazer um levantamento das etapas legais que vai ter de cumprir, consultando um advogado se necessário.
- Analisar de forma rigorosa – com base em levantamentos e estudos concretos – as reais condicionantes do mercado.

#### **4.1.3. Encontrar o Local Ideal**

É necessário ter em conta o local onde se irá inserir o negócio.

A escolha do local é bastante importante pois irá ser a imagem da empresa e deverá estar de acordo com a atividade a desenvolver pela empresa.

#### **4.1.4. Elaboração do Plano de Negócios**

Em relação ao Plano de Negócios, antes da criação da empresa deverão ser discutidas as “estratégias, definir prioridades, descartar ideias menos boas. É nesta fase que se elabora aquele que será o cartão-de-visita da empresa junto de potenciais investidores e financiadores externos.” (s.d.: 29). Aqui se o empreendedor não se sentir à vontade deverá recorrer ao **Gabinete de Empreendedorismo e Emprego** do Instituto Politécnico de Portalegre, para obter apoio.

Uma estrutura possível de um Plano de Negócios será:

1. Índice;
2. Sumário Executivo (resumo do Plano);
3. Objetivos;
4. Identificação da Empresa e dos promotores;

5. O produto e/ou Serviço;
6. Mercado;
7. Plano de Marketing;
8. Industrialização e Tecnologia;
9. Organização e Formação;
10. Plano de Investimento;
11. Localização da Empresa;
12. Plano de Financiamento;
13. Análise da viabilidade económico-financeira;
14. Avaliação do Negócio;
15. Principais riscos e condicionantes.

#### **4.1.5. Conseguir Financiamento e Apoio para Iniciar a Empresa**

O ideal é conseguir financiar-se com capitais próprios (Corredor Azul, s.d.: 30), nessa impossibilidade é necessário recorrer à banca, a investidores privados ou a entidades de capital de risco. Para obter financiamento e investimento junto destas entidades é necessário estar preparado para defender bem o seu projeto (Corredor Azul, s.d.: 30).

Quando se obtém o investimento ou financiamento é necessário “conseguir um compromisso de financiamento que assegure a criação da empresa. Depois de assumido esse compromisso, é necessário recorrer a um advogado para fechar o negócio com as fontes de financiamento” (Corredor Azul, s.d.: 30).

Medidas de apoio ao empreendedorismo:

- Empreendedorismo - Programa Impulso Jovem:
  - Passaporte para o Empreendedorismo (<http://www.impulsojovempportugal.pt/passaporte-para-o-empreendedorismo/201.htm>)
  - Rede de Perceção e Gestão de Negócios (<http://www.impulsojovempportugal.pt/rede-de-percepcao-e-gestao-de-negocios/203.htm>)
  - COOPJOVEM (<http://www.impulsojovempportugal.pt/coopjovem/204.htm>)



### Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre

- Programa Nacional de Microcrédito  
(<http://www.impulsojovempportugal.pt/programa-nacional-de-microcredito/205.htm>)
- Apoios à Contratação - Programa Impulso Jovem:
  - Reembolso da Taxa Social Única  
(<http://www.impulsojovempportugal.pt/reembolso-taxa-social-unica/195.htm>)
  - Estímulo 2013 (<http://www.impulsojovempportugal.pt/estimulo-2013/198.htm>)
- Programa de apoio ao empreendedorismo e à criação do próprio emprego - Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. (IEFP):
  - Apoios à Criação de Empresas  
([http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios\\_Criacao\\_Empresas.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios_Criacao_Empresas.aspx))
  - Programa Nacional de Microcrédito  
(<http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/PlanoNacionaldeMicrocr%C3%A9dito.aspx>)
  - Apoios à Criação de Emprego por Beneficiários de Prestações de Desemprego  
([http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios\\_Criacao\\_Proprio\\_Emprego\\_Beneficiarios\\_Prestacoes\\_Desemprego.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios_Criacao_Proprio_Emprego_Beneficiarios_Prestacoes_Desemprego.aspx))
  - Apoio à Contratação de Trabalhadores por Empresas Startups  
([http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/Paginas/Apoio\\_Contratacao\\_Trabalhadores\\_por\\_Startups.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/Paginas/Apoio_Contratacao_Trabalhadores_por_Startups.aspx))
  - Ninho de Empresas de Portalegre e Elvas  
(<http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/NinhoEmpresas.aspx>)
- Microcrédito ([www.microcredito.com.pt](http://www.microcredito.com.pt))
- Programa FINICIA ([www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php?msid=12](http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php?msid=12))
- Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN 2007-2013):
  - Programa Operacional Regional In Alentejo ([www.inalentejo.qren.pt](http://www.inalentejo.qren.pt))
  - Programa Operacional Fatores de Competitividade ([www.pofc.qren.pt](http://www.pofc.qren.pt))
  - Programa Valorizar Território – Criar Valor com o Território  
(<http://www.qren.pt/np4/3251.html>)
- ADER-AL - Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejo  
(<http://ader-al.pt/proder-subprograma/>)

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

- ADRAL - Agência de Desenvolvimento Regional do Alentejo, S.A. Pólo do Norte Alentejano (<http://www.adral.pt/>)
- Apoio ao Empresário - Câmara Municipal de Elvas (<http://www.cm-elvas.pt/pt/apoio-ao-empresario/apoio-ao-empresario-contactos>)
- Associação Empresarial de Elvas (<http://www.aeelvas.com/>)
- Balcão Único – Câmara Municipal de Portalegre (<http://www.cm-portalegre.pt/page.php?topic=329>)
- Business Angels ([www.apba.pt](http://www.apba.pt))
- Enove + - Feira de Emprego e Empreendedorismo (<http://www.enovemais.com/>)
- Entidades de Capital de Risco ([http://www.iapmei.pt/iapmei-epa-02.php?ep\\_area\\_id=1](http://www.iapmei.pt/iapmei-epa-02.php?ep_area_id=1))
- Gabinete de Apoio ao Aluno e Inserção na Vida Ativa – Escola Superior Agrária de Elvas (<http://www.esaelvas.pt/index.asp?item=gaaiva>)
- Gabinete de Empreendedorismo e Emprego (<http://www.ipportalegre.pt/html1/home/mostrar/mostrar.aspx?ne=0&cod=684>)
- Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. (IEFP) Elvas (<http://www.iefp.pt/iefp/rede/listagem/Paginas/99.aspx>)
- Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P. (IEFP) Portalegre (<http://www.iefp.pt/iefp/rede/listagem/Paginas/100.aspx>)
- Núcleo Empresarial da Região de Portalegre – Associação Empresarial (<http://www.nerpor.pt/portal/main.asp>)
- Simplex Autárquico – Câmara Municipal de Elvas ([http://www.simplex.pt/autarquico/02\\_programa\\_06Medidas\\_04Elvas.html](http://www.simplex.pt/autarquico/02_programa_06Medidas_04Elvas.html))
- Simplex Autárquico – Câmara Municipal de Portalegre ([http://www.simplex.pt/autarquico/02\\_programa\\_06Medidas\\_04Portalegre.html](http://www.simplex.pt/autarquico/02_programa_06Medidas_04Portalegre.html))

#### **4.1.6. Formalização da Constituição da Empresa**

Esta fase é caracterizada por uma enorme carga burocrática (Corredor Azul, s.d.: 31). Deve começar-se por escolher a forma jurídica ideal para o caso da empresa (Corredor Azul, s.d.: 31). A partir daqui o empreendedor poderá dirigir-se a um Posto de Atendimento Empresa na Hora para cumprir as seguintes tarefas (Corredor Azul, s.d.: 31):

- Pedido do Certificado de Admissibilidade de Firma ou Denominação de Pessoa Coletiva;

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

- Pedido do Cartão Provisório de Pessoa Coletiva;
- Marcação de Escritura Pública;
- Celebração de Escritura Pública;
- Declaração de início de atividade;
- Requisição do Registo Comercial, publicação no DR e inscrição no Registo Nacional de Pessoas Coletivas;
- Inscrição na Segurança Social;
- Pedido de inscrição no cadastro Comercial ou Industrial.

#### **4.1.7. Definição dos corpos diretivos e recrutamento de colaboradores**

Aqui nesta etapa é necessário definir o número e perfil de colaboradores necessários para colocar a empresa a funcionar, é altura de iniciar o processo de recrutamento (Corredor Azul, s.d.: 31). Deve ter como colaboradores indivíduos com postura de empreendedor (Corredor Azul, s.d.: 31). O IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional dispõe de serviços, gratuitos, de recrutamento e seleção de pessoal dirigido às necessidades das empresas (Corredor Azul, s.d.: 31).

Consulte também os CVs disponíveis no NETemprego: [www.netemprego.gov.pt](http://www.netemprego.gov.pt) (Corredor Azul, s.d.: 31). Se pretender recrutar trabalhadores no espaço económico europeu, poderá utilizar o serviço Rede EURES (Corredor Azul, s.d.: 31).

#### **4.1.8. Iniciar a atividade da empresa**

Este é o momento de iniciar a atividade da empresa (Corredor Azul, s.d.: 32). Devem estar assegurados todos os pormenores operacionais para receber o cliente desde as instalações, aos recursos humanos, às estruturas de comunicação (telefones, faxes, emails) (Corredor Azul, s.d.: 32).

Nesta fase deve estabelecer-se os principais sistemas de gestão e definir áreas de contabilidade, logística, controlo de qualidade e outras (Corredor Azul, s.d.: 32). É também importante definir e iniciar o processo de promoção da empresa (Corredor Azul, s.d.: 32). Pode apostar-se em campanhas de publicidade, envio de correio eletrónico para o seu público-alvo, 'press releases' e

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

outros meios (Corredor Azul, s.d.: 32). Deve-se ainda motivar os colaboradores para o início de atividade, dar-lhes indicações precisas daquilo que se espera e dos objetivos a atingir (Corredor Azul, s.d.: 32). É também o momento de contactar os fornecedores e definir prazos (Corredor Azul, s.d.: 32).

Informações úteis em:

[www.portaldaempresa.pt/CVE/pt](http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt)

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

## **4.2. LICENCIAMENTO EMPRESARIAL – PROCESSOS LEGAIS**

Após a criação da empresa é necessário ter em consideração todos os processos legais inerentes ao licenciamento, o qual para algumas atividades económicas se reveste de especificidades, dependentes de organismos públicos (Corredor Azul, s.d.: 41). Neste âmbito, as seguintes atividades estão sujeitas a processos de licenciamento (Corredor Azul, s.d.: 41):

- CAE 45 – Construção Civil e Obras Públicas – CAE-REV3 Secção F, Divisão 41 a 43;
- CAE 45330 – Instalação de Redes e Montagem de Aparelhos de Gás – CAE-REV3 43221;
- CAE 6021 A CAE 60230 – Transporte Rodoviário de Passageiros – CAE-REV3 49100 a 49392;
- CAE 60240-Transporte Rodoviário de Mercadorias – CAE-REV3 49410;
- CAE 80101 – Jardins-de-Infância – CAE-REV3 85100;
- CAE 80421 – Escolas de Formação Profissional – CAE-REV3 85591;
- CAE 85311/2/3 – Lares para Crianças/ Deficientes/ Idosos – CAE-REV3 87901.
- CAE 8532 – Serviços de Apoio Domiciliário – CAE-REV3 8810;
- CAE 85321 – Centros de Atividades de Tempos Livres – CAE-REV3 88990;
- CAE 85321 – Creches – CAE-REV3 88910;
- CAE 85323 – Centros de Dia – CAE-REV3 88101;

Existem os seguintes licenciamentos (Corredor Azul, s.d.: 41):

- Licenciamento Ambiental
- Licenciamento Comercial
- Licenciamento Industrial
- Licenciamento Turístico

A informação sobre estes processos de licenciamento encontra-se permanentemente atualizada no <http://www.portaldaempresa.pt> (Corredor Azul, s.d.: 41).

### **4.3. EMPRESA NA HORA E MARCA NA HORA**

O processo de constituição de sociedades através desta iniciativa do governo nacional é elementar (Corredor Azul, s.d.: 35):

Selecionar um nome e um pacto social pré aprovado, através da consulta do website: [www.empresanahora.mj.pt](http://www.empresanahora.mj.pt), onde poderá ver a lista de firmas pré-aprovadas que se encontra disponível (Corredor Azul, s.d.: 35);

Constituir a sociedade em qualquer balcão “Empresa na Hora”, sendo necessário os seguintes elementos (Corredor Azul, s.d.: 35):

- Se os sócios da sociedade a constituir forem pessoas singulares, deverão levar consigo:
  - Cartão de contribuinte;
  - Documento de identificação (bilhete de identidade, passaporte ou carta de condução);
  - Cartão de beneficiário da Segurança Social (facultativo).
- No caso de se tratar de pessoas coletivas:
  - Cartão de contribuinte de pessoa coletiva ou cartão de identificação de pessoa coletiva;
  - Certidão de Registo Comercial atualizada;
- Ata da Assembleia Geral que confere poderes para a Constituição de Sociedade;

Depositar o capital social em qualquer instituição bancária;

Nomear um Técnico Oficial de Contas (TOC) ou eleger um da Bolsa de TOC’s disponibilizada, ou ainda, entregar a declaração de início de atividade no serviço da “Empresa na Hora” ou no serviço de Finanças.

Ao criar a sua “Empresa na Hora” pode adquirir uma marca registada (nome que identifica o produto) equivalente à designação da firma (nome que identifica a empresa), a partir de uma bolsa de firmas e marcas (Corredor Azul, s.d.: 35).

A bolsa contempla cerca de 200 firmas e marcas, disponíveis para as áreas de negócio mais representativas da atividade empresarial (Corredor Azul, s.d.: 35). Pode ser adquirido por qualquer sociedade comercial ou civil sob a forma comercial do tipo por quotas, unipessoal por quotas ou anónima (Corredor Azul, s.d.: 35).

Mais informações (Corredor Azul, s.d.: 35):

[www.ucma.gov.pt](http://www.ucma.gov.pt)

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

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

Os serviços de ‘Empresa na Hora’ na região de Portalegre e Elvas:

Conservatória do Registo Comercial de Portalegre

Avenida da Liberdade, Bloco 4

7300-065 PORTALEGRE

Tel: 245 301 420

Fax: 245 301 429

E-mail: [crpcom.portalegre@dgrn.mj.pt](mailto:crpcom.portalegre@dgrn.mj.pt)

Conservatória do Registo Predial e Comercial de Elvas

Rossio do Calvário – Palácio da Justiça

7350-134 Elvas

Tel: 268 637 400

Fax: 268 637 409

E-mail: [crpcom.elvas@dgrn.mj.pt](mailto:crpcom.elvas@dgrn.mj.pt)

Paralelamente existem os Centros de Formalidades das Empresas (CFE), os quais são serviços de atendimento e de prestação de informações aos utentes que têm por finalidade facilitar os processos de constituição, alteração ou extinção de empresas e atos afins (Corredor Azul, s.d.: 37). Os CFE’s têm competência para constituir sociedades comerciais dos seguintes tipos (Corredor Azul, s.d.: 37):

- Sociedades por quotas
- Sociedades unipessoais por quotas
- Sociedades anónimas
- Sociedades em comandita
- Sociedades em nome coletivo
- Alteração de pactos sociais de empresas existentes
- Extinção de Sociedades

Em cada CFE, existe (Corredor Azul, s.d.: 37):

- Um corpo de atendimento do IAPMEI
- Uma delegação do Registo Nacional de Pessoas Coletivas
- Um Cartório Notarial

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

- Uma extensão da Direção Geral de Contribuição e Impostos
- Uma extensão do Centro Regional de Segurança Social
- Um balcão de apoio ao Registo Comercial
- Um balcão da Caixa Geral de Depósitos

Para mais informações consultar: <http://www.cfe.iapmei.pt/>



**BIBLIOGRAFIA**

Corredor Azul (s.d.). *Guia de Apoio ao Empreendedor*. Não publicado.

Parreira, P., Brito, N., e Pereira, F. (2011). *Empreendedorismo e Motivações Empresariais no Ensino Superior* (pp. 81, 82, 83). Lisboa: Edições Sílabo.

Rodrigues, M. J., Neves, A., Godinho, M. M., (s.d.). *Para uma Política de Inovação em Portugal* (pp. 17, 36, 37). Lisboa: Edição Dom Quixote.

Rosário, André E. M. (2007). *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas de Universidade do Porto*. Dissertação de Mestrado não publicada, em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico (pp. 5, 6, 7, 10). Porto: FEUP.

**Sites Consultados:**

<http://ader-al.pt/proder-subprograma/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://conservatorias.com/conservatorias-do-registo-comercial-em-portalegre> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.adral.pt/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.aelvas.com/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

### Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre

<http://www.apba.pt/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.cfe.iapmei.pt/> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.cm-elvas.pt/pt/apoio-ao-empresario/apoio-ao-empresario-contactos> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.enovemais.com/> [Consultado a 3 de setembro de 2013]

<http://www.esaelvas.pt/index.asp?item=gaaiva> [Consultado a 3 de setembro de 2013]

[http://www.iapmei.pt/iapmei-epa-02.php?ep\\_area\\_id=1](http://www.iapmei.pt/iapmei-epa-02.php?ep_area_id=1) [Consultado a 3 de setembro de 2013]

<http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php?msid=12> [Consultado a 3 de setembro de 2013]

[http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Prog\\_apoio\\_Emp\\_Cria\\_prop\\_emp.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Prog_apoio_Emp_Cria_prop_emp.aspx) [Consultado a 3 de setembro de 2013]

[http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios\\_Criacao\\_Empresas.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios_Criacao_Empresas.aspx) [Consultado a 3 de setembro de 2013]

<http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/PlanoNacionaldeMicrocr%C3%A9dito.aspx> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

### Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre

[http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios\\_Criacao\\_Proprio\\_Emprego\\_Beneficiarios\\_Prestacoes\\_Desemprego.aspx](http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/Apoios_Criacao_Proprio_Emprego_Beneficiarios_Prestacoes_Desemprego.aspx) [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.iefp.pt/apoios/candidatos/CriacaoEmpregoEmpresa/Paginas/NinhoEmpresas.aspx>  
[Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.iefp.pt/iefp/rede/listagem/Paginas/100.aspx> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.iefp.pt/iefp/rede/listagem/Paginas/99.aspx> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.impulsojovempportugal.pt/apoios-a-contratacao/191.htm> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.impulsojovempportugal.pt/empreendedorismo/192.htm> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.ipportalegre.pt/html1/home/mostrar/mostrar.aspx?ne=0&cod=684> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.microcredito.com.pt/#conteudos/home.htm> [Consultado a 1 de setembro de 2013]

<http://www.nerpor.pt/portal/main.asp> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

<http://www.qren.pt/np4/3251.html> [Consultado a 2 de setembro de 2013]

### **Anexo 3 – Guia de Acompanhamento ao Empreendedor do Instituto Politécnico de Portalegre**

[http://www.simplex.pt/autarquico/02\\_programa\\_06Medidas\\_04Elvas.html](http://www.simplex.pt/autarquico/02_programa_06Medidas_04Elvas.html) [Consultado a 2 de setembro de 2013]

[http://www.simplex.pt/autarquico/02\\_programa\\_06Medidas\\_04Portalegre.html](http://www.simplex.pt/autarquico/02_programa_06Medidas_04Portalegre.html) [Consultado a 2 de setembro de 2013]