

**UNIVERSIDADE ABERTA**



**Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema  
empreendedor  
Um estudo aplicado à cidade do Huambo**

Daniel Luvumba Martinho Nondolo

Mestrado em Gestão / MBA

Lisboa / 2016

**UNIVERSIDADE ABERTA**



**Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema  
empreendedor  
Um estudo aplicado à cidade do Huambo**

Daniel Luvumba Martinho Nondolo

**Nº 1302819**

Mestrado em Gestão / MBA

Dissertação em Gestão de Empresas orientada pela  
Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho  
e co-orientada pelo Professor Doutor Tiago Carrilho  
para obtenção do grau de Mestre.

Lisboa / 2016

*Seja o que a sua mente pode conceber e acreditar,  
ela pode conseguir – Napoleon Hill (1889 – 1970)*

*Ganhar não é tudo, mas querer ganhar é – Vince  
Lombardi (1913 -1970).*

## **Resumo**

Empreendedorismo é hoje um tema discutido em todo mundo devido à sua relevância na promoção do desenvolvimento económico e de riqueza para as nações. Neste âmbito o tema da educação para o empreendedorismo torna-se crucial. O objectivo desta dissertação é estudar as percepções dos jovens quanto ao empreendedorismo na cidade do Huambo. O estudo é do tipo descritivo, tem em parte uma abordagem quantitativa através da aplicação de um questionário aos estudantes e ao tratamento dos dados recolhidos. Aplica uma metodologia qualitativa suportada na recolha de dados através de entrevista. Foi realizado em três instituições de ensino do Huambo, tais como: Instituto Médio de Administração e Gestão, Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau e Faculdade de Economia. Para enriquecer a abordagem foram aplicadas entrevistas às três instituições de formação profissional em empreendedorismo da cidade do Huambo, nomeadamente: Centros Locais de Empreendedorismo e Serviços de Emprego, Instituto Nacional de Apoio as Micro, Pequenas e Médias Empresas e Balcão Único do Empreendedor de modo a perceber as políticas públicas para o apoio às pequenas iniciativas de negócios face ao programa de incentivo ao empreendedorismo em vigor em Angola. A amostra é não probabilística formada por 394 estudantes das três instituições de ensino, seleccionadas por conveniência. Os resultados da presente investigação apontam que a maior parte dos estudantes inqueridos são de idade compreendida entre 18 a 20 anos e do género masculino. Verificou-se que criar um plano de negócio não basta, sendo importante desenvolver a ideia concretizá-la e sustentá-la. Notando-se que muitos estudantes referem dificuldades na criação de ideias de negócio e manter em funcionamento uma empresa. Os directores das escolas, apesar de enfatizarem, que a educação para o Empreendedorismo contribui para o desenvolvimento da qualidade de atitudes pessoais, capacidade de gestão e tomada de decisões, defendem a necessidade de adequar a educação para o empreendedorismo à organização curricular e às políticas públicas relativas ao empreendedorismo como parte fundamental do desenvolvimento sócio económico sustentável num mundo em constantes mudanças. O estudo sugere ainda que as instituições de formação afins devam ser providas de estruturas auxiliares de apoio à formação dos empreendedores tais como laboratórios de ideias e incubadoras de empresas.

**Palavras - chave:** Angola; Empreendedorismo; Educação para o empreendedorismo; Escolas; Formação empreendedora.

## **Abstract**

Entrepreneurship is today a discussed topic around the world due their their importance to promote economic development, income and wealth for nations. The objective of this work is to understand the perceptions of students about entrepreneurship in Huambo - Angola. The study applies a quantitativemethodology to a data collect by inquiriesapplied to the students. Adittionally, uses a qualitative methodology supported in the interviews.

The study was conducted in three educational institutions: Institute of Administration and Management, II High School Xavier Samacau and Faculty of Economics. To enrich the subject approach were applied interviews to the three vocational training institutions in entrepreneurship of Huambo city: Local Centres of Entrepreneurship and Employment Services (CLESE), National Institute of SupportMicro, Small and Medium Enterprises (INAPEM) and Entrepreneur Single Desk (BUE). These interviews allow a better understanding about public policies to support small business initiatives and programs to encourage entrepreneurship in Angola. The sample is not probabilistic and includes 394 students from the three educational institutions. The results suggest that most of the surveyed students are aged between18 to 20 years of age and male gender. Create a business plan is considered not enough to become an entrepreneur and students recognised the important of develop and sustain at long term a business. Directors of the schools studied, despiteto emphasize that education for entrepreneurship contributes to developpersonal attitudes and management skills. However, they considered that entrepreneurial education must be suitable with curriculum and adjusted inside public policies. Moreover, its crucial provide other support to entrepreneurs, such as training and business incubation.

**Keywords:** Angola; Entrepreneurship; Entrepreneurial Education; Entrepreneurial Training; Schools.

## **Dedicatória**

Dedico esta dissertação à todas as pessoas que directa ou indirectamente enveredam-se para a actividade empreendedora.

## **Agradecimentos**

A Deus Todo-poderoso, o criador da vida, Aquele que tornou realidade o que antes foi sonho. Ao Reitor da Universidade Aberta, por ter dado a oportunidade de mais uma etapa de formação.

Agradeço especialmente à Excelentíssima Senhora Professora Doutora Luisa de Carvalho, cujo nome estará escrito de forma indelével nos anais da história da minha vida pela sábia, aturada e incasável orientação prestada que sem a qual esta dissertação seria impossível.

Aos Directores das instituições onde realizei o estudo pela possibilidade que deram de aplicar inquéritos e entrevistas que resultaram na presente investigação. Ao Dr. Víctor Nhime Nuñgulo pelo apoio que prestou-me na organização de dados bem como a formação em manuseamento do programa informático SPSS.

Ao Dr. Seyala por ter me ajudado afincadamente com ideias válidas que enriqueceram o presente trabalho.

À minha mãe, senhora incomparável, soube desde cedo mostrar-me o caminho certo, a formação que tem me transformado sempre num grande homem.

À minha querida esposa e os filhos pelo carinho, nos momentos de muita aflição, e em situações de pressão de tempo, ficaram privados de condições condignas durante o período de formação.

À Direcção do meu local de Serviço por permitir que fizesse esta formação desde o primeiro momento que enderecei tal pedido.

Ao meu colega Amadeu Mande companheiro de luta, a todos os meus irmãos e amigos que directa e indirectamente apoiaram e contribuíram de tal formas que este trabalho fosse hoje um facto.

O meu muito obrigado.

## Índice

Resumo .....	iv
Agradecimentos .....	vii
LISTA DE SIGLAS .....	xii
LISTA DE ABREVIATURAS .....	xii
1- Introdução .....	1
1.1 - Justificativa.....	4
1.1.3- Objectivos específicos .....	5
Os objetivos específicos são os seguintes:.....	5
ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....	6
Capítulo 1.....	7
Empreendedorismo .....	7
1.1 – Empreendedorismo .....	8
1.2 – Empreendedorismo por necessidade.....	13
1.3 – Empreendedorismo por oportunidade.....	15
1.4 – Empreendedor .....	16
1.4.1 - Perfil Empreendedor.....	17
Capítulo 2.....	22
Educação para o empreendedorismo .....	22
2.1- Educação para o empreendedorismo .....	23
2.1.1 - Metodologias de educação para o empreendedorismo .....	27
2.1.2 - Como medir educação para o empreendedorismo?.....	28
2.2 - Educação para o empreendedorismo no mundo .....	32
2.3 - Educação para o empreendedorismo em África .....	37
2.4 - Educação para o empreendedorismo em Angola .....	38
2.5 - Educação para o empreendedorismo no Huambo .....	40
ESTUDO EMPÍRICO .....	41
Capítulo 3.....	42
3.1 - Metodologia.....	43
3.2 - Tipo de estudo .....	43
3.3 - Universo e amostra do estudo.....	43
3.4 – Recolha, análise dos dados e discussão dos resultados .....	45
3.4.1 – Critérios de inclusão e considerações éticas .....	47
3.5 – Caracterização do local de estudo.....	47



3.5.1- Instituto Médio de Administração e Gestão (IMAG).....	47
3.5.2 - Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau.....	48
3.5.3 - Faculdade de Economia.....	48
3.6 - Análise dos resultados relativos à percepção dos estudantes .....	48
4. Análise das entrevistas.....	69
4.1 - Entrevista com as instituições de Formação Profissional.....	72
4.2 - Análise SWOT sobre o estado da educação de empreendedorismo na cidade do Huambo.....	73
5. Conclusão.....	75
6. Limitação do trabalho e sugestões para investigações futuras .....	78
7. Referências bibliográficas.....	79
Apêndices.....	lxxxvii
Apêndice A - glossário .....	lxxxviii
Apêndice B – Questionário aplicado aos estudantes .....	xc
Apêndice C - carta de solicitação dirigida ao Senhor Director Provincial da Educação ..	xciv
Apêndice D -- carta de solicitação dirigida ao Senhor Director do IMAG .....	xcv
Apêndice E -- carta de solicitação dirigida ao Senhor Director do Xavier Samacau .....	xcvi
Apêndice F- carta de solicitação dirigida à Decana da Faculdade de Economia.....	xcvii
Apêndice G - questões aplicadas na realização das entrevistas com os Directores das três Instituições de ensino em estudo .....	xcviii
Apêndice H - carta de solicitação dirigida à Direcção do BUE.....	xcix
Apêndice I - questões aplicadas na realização da entrevista com o Responsável do BUE ...	c
Apêndice J - carta de solicitação dirigida à Direcção do CLESE.....	ci
Apêndice K - carta de solicitação dirigida à Direcção do INAPEM .....	cii
Apêndice L - Questões aplicadas na realização das entrevistas com os Responsáveis das Instituições de Formação Profissional (CLESE e INAPEM) .....	ciii
ANEXOS .....	civ
Anexo 1 – Cidade do Huambo.....	cv
Anexo 2 - Estabelecimento de formação Profissional .....	cv
Anexo 3 - CLESE – pessoal em formação .....	cvi
Anexo 4 - Instituto Médio de Administração e Gestão – Huambo.....	cvi
Anexo 5 - Faculdade de Economia do Huambo .....	cvii
Anexo 6 - Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau .....	cvii

**Índice de tabelas**

Tabela 1 – Diferentes perspectivas sobre empreendedorismo.....	10
Tabela 2 – Empreendedorismo na síntese de vários autores .....	13
Tabela 3 - Principais Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos no Ensino de Empreendedorismo .....	29
Tabela 4 – Informação sobre a recolha de dados - estudantes.....	44
Tabela 5 – Entrevistas aos Directores das escolas .....	45
Tabela 6 – Entrevistas aos Responsáveis das Instituições de Apoio aos empreendedores.	46
Tabela 7 - Análise SWOT do estado da educação para o empreendedorismo na cidade do Huambo.....	74

**Índice de quadros**

Quadro nº 1 – Distribuição de frequências da amostra de acordo com a idade (em anos).	48
Quadro nº 2 – Distribuição de frequência da amostra por género .....	49
Quadro nº 3 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao conhecimento ou não do termo empreendedorismo, por género .....	50
Quadro nº 4 – Distribuição de frequências da amostra quanto à importância de obtenção de informação sobre empreendedorismo por género.....	51
Quadro nº 5 – Distribuição de frequências da amostra do estudo em relação à existência da disciplina de empreendedorismo na escola por género .....	52
Quadro nº 6 – Distribuição de frequências da amostra em relação a vontade de criar uma empresa e mantê-la em funcionamento por género .....	53
Quadro nº 7 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à atratividade pela carreira de empreendedor por género .....	54
Quadro nº 8 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à vontade de intentar um esforço para criar empresa por género.....	55
Quadro nº 9 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à percepção quanto à dificuldade em desenvolver uma ideia de negócio .....	56
Quadro nº 10 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao conhecimento dos detalhes práticos necessários para criar uma empresa por género .....	57
Quadro nº 11 – Distribuição de frequências da amostra quanto ao conhecimento sobre a existência de organismos de apoio ao empreendedorismo por género.....	58
Quadro nº 12 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto às percepções sobre a cultura do país favorável à actividade empreendedora por género .....	59
Quadro nº 13 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à percepção sobre as medidas de formação específica para jovens empreendedores por género .....	61

**Índice de gráficos**

Gráfico nº 1 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao nível de atracção por opção profissional /empregado .....	62
Gráfico nº 2 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao nível de atracção por opção profissional/ empresário .....	63
Gráfico nº 3 – Distribuição de frequências da amostra do estudo em relação a ser empreendedor dar-me-ia grande satisfação .....	64
Gráfico nº 4 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao papel do empreendedor é pouco reconhecido na economia do meu país .....	65
Gráfico nº 5 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao reconhecimento de oportunidades .....	66
Gráfico nº 6 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à criatividade....	67
Gráfico nº7– Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto a questão no meu país considera-se que a actividade empreendedora vale apenas apesar dos riscos.....	68
Gráfico nº 8–Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à entrevista com os Directores das escolas .....	69
Gráfico nº9 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à análise de entrevista dos que afirmaram negativamente a existência de laboratórios de ideias e incubadoras de empresas .....	71

## **LISTA DE SIGLAS**

ANGOP – (Agência Angola Press);  
ASSOMEHUA – (Associação dos Comerciantes do Huambo e Associação dos Agricultores do Huambo);  
BUE – (Balcão Único do Empreendedor);  
CE – (Comissão Europeia);  
CIRIUS – (Centro de Investigações Regionais e Urbanas);  
CLESE – (Centros Locais de Empreendedorismo e Serviços de Emprego);  
EUA – (Estados Unidos de América);  
GEM – (Global Entrepreneurship Monitor);  
IES – (Informação Empresarial Simplificada);  
IMAG – (Instituto Médio de Administração e Gestão);  
INAPEM – (Instituto Nacional de Apoio as Micro, Pequenas e Médias Empresas);  
OECD – (Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico);  
SBI – (Small Business Institute);  
SPSS – (Statistical Package for the Social Sciences);  
SWOT – (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats);  
UNIFEI – (Universidade Federal de Itajubá).

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

FOFA – (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças);  
IE – (Incubadoras de Empresas);  
QPE – (Questionários de Percepções Empreendedoras).

## Introdução

*"A percepção é forte e a visão é fraca. Em estratégia, é importante ver o que está distante como se estivesse próximo e ter uma visão distanciada do que está próximo" Miyamoto Musashi.*

De acordo com Freita (2006) a percepção da importância do empreendedorismo no desenvolvimento económico e social tem provocado o surgimento de um grande número de pesquisas sobre o assunto. A própria educação empreendedora tem sido alvo de instituições de ensino diversas espalhadas pelo mundo, cada uma focada nos seus contextos regionais. Em regiões onde não há uma tradição empreendedora, as escolas enfrentam o desafio de iniciar este processo, encontrar educadores experientes e reunir os recursos necessários para tal; em outras regiões a educação empreendedora é vista como uma ferramenta para estimular o desenvolvimento económico; há também regiões onde a educação empreendedora é recente e está em fase de experimentação.

Neste contexto Bucha (2009) realça a importância de investir na formação de empreendedores de modo a adquirir competências para criar valores para si e para os outros. Generalizando esta ligação, qualquer organização para estar no mercado tem de aprender a criar valor para si e para as outras organizações. O exercício da cidadania pressupõe que a educação da pessoa, e por conseguinte a educação empreendedora façam parte do processo de desenvolvimento do cidadão, começando nos primeiros anos de desenvolvimento e continuando ao longo dos anos de formação.

A formação técnico-profissional é fundamental para aquisição de conhecimentos que garantem o fomento do empreendedorismo, como elemento relevante para a estabilização da economia e para contornar a situação da crise, particularmente no caso de Angola. Neste contexto o empreendedorismo permite o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas com a criação, identificação de oportunidades e sua transformação em novos negócios ou projectos organizacionais.

De acordo com Dornelas, (2001, p. 10)" o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo

se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000. Alguns exemplos são: programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; desenvolvimento de currículos integrados que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis, da educação fundamental à pós-secundária; programas e incentivos governamentais para promover a inovação e a transferência de tecnologia; subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à geração de negócios; programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas; desenvolvimento de instrumentos para fortalecer o reconhecimento da propriedade intelectual, entre outros". Por outro lado, o empreendedorismo estabelece-se como um fenómeno marcante na cultura empresarial da sociedade contemporânea, por ser capaz de impulsionar a criação de pequenas e grandes empresas de carácter inovador. Desta forma, sob essa perspectiva, observa-se o fortalecimento de uma relação entre o empreendedorismo e o auto-emprego.

Ainda assim o empreendedorismo é entendido como o produto da criatividade e inovação que posteriormente pode gerar um negócio. Geralmente tudo começa com uma ideia, que bem desenvolvida se transforma num negócio. Uma outra perspetiva associada à definição de empreendedorismo considera que este se pode caracterizar pela criação de novas empresas, independentemente do grau de inovação associado ao novo negócio (Carvalho e Costa, 2015).

O presente trabalho visa estudar o empreendedorismo na cidade do Huambo – Angola, estudo este inovador pelo tempo de aplicação e pelo seu carácter uma vez que são ainda incipientes e pouco frequentes os estudos sobre este assunto em Angola, havendo um caminho a percorrer neste sentido. Procurou-se assim, buscar as perceções dos estudantes e dos diretores de instituições de ensino e formação do Huambo em relação ao empreendedorismo. Assim os dados para o estudo foram recolhidos através de aplicação de inquéritos e entrevistas nas escolas e instituições de formação profissional seleccionadas nesta cidade.

A dissertação está estruturada em três partes fundamentais: a primeira trata dos principais conceitos de empreendedorismo, a segunda tem como abordagem a educação para o empreendedorismo que constitui o cerne desta investigação, onde se apresentam

diferentes ângulos de abordagem a começar pelo conceito de educação para o empreendedorismo, educação do empreendedorismo no mundo, em África, em Angola e no Huambo. A terceira parte trata da metodologia utilizada, apresenta a descrição dos procedimentos de recolha, análise e discussão de dados que permitiram a obtenção dos resultados que suportam o estudo empírico.

O estudo realizado pressupõe situações que chamam a atenção para a melhoria de metodologias de educação para o ensino do empreendedorismo desde o ensino básico, nomeadamente no que respeita à criatividade, capacidade de iniciativa e de decisão. De igual modo apurou-se a necessidade de se estabelecer uma ligação de sucesso entre a escola e a empresa, que facilite aos estudantes a interacção com o mercado de trabalho, a partilha de conhecimentos e a criação de redes de contacto. Também é importante reforçar nas escolas os programas que venham suprir o vazio que existe quanto ao acesso à informação pelos jovens relativamente ao empreendedorismo e à criação do seu próprio negócio.

## **1.1 - Justificativa**

Nos dias de hoje, realizam-se inúmeros estudos acerca do empreendedorismo e suas múltiplas implicações, devido principalmente às indicações que apontam ser este um dos mais significativos factores promotores do desenvolvimento económico, geração de rendimento e de riqueza para as nações.

No caso de Angola, existem ainda escassos estudos académicos desenvolvidos sobre este assunto. Verifica-se neste país que os jovens, em geral, revelam ansiedade/vontade em conseguir o seu emprego na função pública, mas em paralelo há um crescente número de quadros que sai para o mercado de trabalho, e verifica-se um quase total desconhecimento das ferramentas associadas ao empreendedorismo e criação de auto-emprego por parte destes jovens.

O Estado angolano tem aberto concursos públicos nos sectores de educação e saúde, porém face ao aumento de quadros com formação nem todos conseguem trabalhar no setor público, uma vez que existe uma crescente desproporcionalidade entre o número de vagas oferecidas pelo setor público e o número de candidatos. Por outro lado, as instituições privadas, exigem alguns requisitos tais como a experiência, que os jovens, por razões óbvias, não possuem em regra. Em resultado, deste fenómeno, geram-se situações sociais de desvio e delinquência com riscos para a sociedade em geral.

Neste contexto o estudo foi oportuno e essencial, pois procurou compreender, se os jovens revelam potencial empreendedor ou vontade em criarem o seu auto-emprego. Esta investigação verificou quais os recursos de suporte ao empreendedorismo e avaliou as percepções dos directores das instituições de ensino sobre este assunto. Por último, também se fez uma inventariação dos recursos disponíveis para suportar o processo empreendedor no Huambo.



### **1.1.2 - Objectivo geral**

Este trabalho tem por objetivo geral:

- Compreender as percepções dos estudantes quanto ao empreendedorismo na cidade do Huambo.

### **1.1.3 - Objectivos específicos**

Os objetivos específicos são os seguintes:

- Caracterizar o perfil dos estudantes. Nomeadamente, identificar o género, a idade e a proveniência escolar dos estudantes do IMAG, Xavier Samacau e Faculdade de Economia do Huambo;
- Identificar os programas e infra-estruturas de apoio ao empreendedorismo juvenil (ecossistema empreendedor) na cidade do Huambo;
- Inventariar a percepção dos diretores das escolas sobre a educação para o empreendedorismo na cidade do Huambo.

## **PARTE 1**

### **ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

# Capítulo 1

## Empreendedorismo

## 1.1 – Empreendedorismo

Este capítulo visa apresentar os conceitos principais que sustentam esta investigação, os quais são fundamentais para a percepção das secções subsequentes e o enquadramento do tema. Daí a relevância da abordagem deste assunto tendo em conta o contexto atual de Angola.

Existem várias definições para empreendedorismo, mas até agora não se encontra uma definição única ou consensual (Carvalho e Costa, 2015), pois cada autor tem sua visão sobre o assunto. Porém existe em comum a convergência de ideias sobre o que se entende por empreendedorismo. Empreendedorismo é um neologismo derivado da livre tradução da palavra *entrepreneurship*, utilizado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, origens, sistema de actividades e universo de actuação ou função social. (Trevisan et al, 2011).

O empreendedorismo é muitas vezes considerado como a mola impulsionadora na estabilização e promoção do crescimento da economia num determinado país, pois impulsiona as pessoas a criarem e implementarem negócios que por vezes se transformam em grandes empresas.

Nos dias de hoje o empreendedorismo é tido como um processo decisivo, pois permite a geração de rendimentos para uma grande parte das populações no mundo ajudando na sua sobrevivência, visto que nenhum Estado internacionalmente tem a capacidade de dar emprego a todos os cidadãos.

De acordo com Dornelas:

o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000. Alguns exemplos são: programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; desenvolvimento de currículos integrados que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis, da educação fundamental à pós-secundária; programas e incentivos governamentais para promover a inovação e a transferência de tecnologia; subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas; criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à geração de negócios; programas de

desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas; desenvolvimento de instrumentos para fortalecer o reconhecimento da propriedade intelectual, entre outros.

(Dornelas 2001:10)

O empreendedorismo pode assim ser entendido como o produto da criatividade e inovação que posteriormente gera um negócio. Geralmente tudo começa com uma ideia, que bem desenvolvida se transforma num negócio. Uma outra perspetiva associada à definição de empreendedorismo considera que "este se pode caracterizar pela criação de novas empresas, independentemente do grau de inovação associado ao novo negócio" (Carvalho e Costa, 2015).

Conforme o referido por Sentanin e Barbosa (2005) "empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades, e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso".

Numa perspetiva histórica a utilização do termo “empreendedorismo” é atribuído a Richard Cantillon (1755) e a Jean-Baptiste Say (1800). Ambos definiam os empreendedores “como pessoas que correm riscos porque investem o seu próprio dinheiro em empreendimentos” (Rodrigues, 2008, p.5). Mais tarde diversos autores, associaram o termo a inovação (Schumpeter), a oportunidade (Kizner) à criação de empresas (Gartner) a inovação e oportunidade (Drucker), para além das definições que o associam a necessidade e oportunidade (GEM) ou ao social e organizacional (Carvalho e Costa, 2015).

A Tabela 1 apresenta as diferentes perspetivas de empreendedorismo.

**Tabela 1 – Diferentes perspectivas sobre empreendedorismo**

<b>Pespetivas de empreendedorismo</b>	<b>Autores</b>
Empreendedorismo e inovação	Schumpeter (1934)
Empreendedorismo como processo de criação de novas empresas	Gartner (1989, 1990); Katz e Gartner (1988); Low e MacMillan (1988)
Expressão Organizacional do Projeto Empreendedor (empresas maduras)	Stevensen e Jarillo (1990); Stevenson et al. (1985)
Identificação e exploração de oportunidades	Kizner (1973); Venkataraman (1997); Shane e Venkataraman (2000); Shane (2003)
Empreendedor características e comportamento	McClelland (1961, 1972)

*Fonte: Carvalho e Costa (2015), adaptado em Wiklund, et al., 2003*

Muitos autores já tinham diferentes perspectivas sobre o empreendedorismo conforme demonstrado na tabela acima, o tema tem vindo a ser discutido desde tempos remotos. Hoje apenas se está a dar sequência ao assunto, tendo em conta a mudança de contextos.

Podemos assim entender que o empreendedorismo é o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas com a criação de um projecto (técnico, científico, empresarial). Tem origem no "termo empreender que significa realizar, fazer ou executar" (António, 2014, p.107).

Em suma, de acordo com Malheiro (2005, p. 17) "empreendedorismo é definido como um comportamento e não como um traço de personalidade. Segundo esse ponto de vista, as pessoas podem aprender a agir como empreendedores, usando para isso ferramentas baseadas no interesse em buscar mudanças, reagir a elas e explorá-las como oportunidade de negócios. Como consequência, uma cultura empreendedora gera prosperidade económica ao proporcionar altas taxas de criação de novas empresas. Por se tratar de um fenómeno social e cultural, existem famílias, cidades, regiões e países mais empreendedores que outros".

Muitas nações estão preocupadas a investir na formação em empreendedorismo, no sentido de desenvolver competências no ser humano e ao mesmo tempo incentivar o espírito empreendedor para de uma ou de outra forma adquirir competências de realizar projectos que possam dar lugar à criação de emprego. Como refere Kiesner (2010, p.7) "Empreendedorismo é o futuro! Ele pode realmente resolver os males do mundo, se ajudarmos a cumprir com o seu pleno potencial".

O meio geralmente tem um papel preponderante na mudança de atitudes, acreditando-se que os indivíduos se podem tornar empreendedores através da educação e outros efeitos do meio, ou seja, o empreendedorismo não é algo que seja de nascença, mas pode aprender-se ao longo do tempo. Silva (2010, p.2) defende que "o empreendedorismo é um fenómeno cultural, ou seja, por ser um ser social o empreendedor sofre a influência do meio em que vive. Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, terá motivação para criar seu próprio negócio".

A economia das nações no mundo pode ser promovida através de programas e de políticas públicas que visam a inserção e desenvolvimento de inovações e de projectos sustentáveis que contribuem para a reestruturação dos mercados. Alguns autores afirmam que "o empreendedorismo, enquanto meio privilegiado de introdução de inovações significativas na economia e de instigar processos de reestruturação dos mercados, assume particular importância na geração de crescimento económico e emprego, ao potenciar o aproveitamento económico de oportunidades de negócio" (Cirius, 2012, p. 6).

Neste sentido Santos, (2009, p. 2) afirma que "o empreendedorismo associa-se às ciências económicas, por ser um factor estratégico para as economias, decorrente da sua capacidade para gerar riqueza e emprego, introduz uma nova dinâmica nos mercados, que permite um desenvolvimento e bem-estar social".

O empreendedorismo é uma forma que as sociedades encontram para desenvolver negócios e atitudes destinados à subsistência ou ao desenvolvimento de novos projetos. Conforme refere Morais (2012, p.2) "na prática o empreendedorismo costuma ser definido como o processo pelo qual as pessoas iniciam e desenvolvem seus negócios. É um

fenómeno complexo, no qual envolve o empreendedor, a empresa e o cliente, que fazem parte deste processo”.

Perante situações de crise, o empreendedorismo surge como uma das soluções para a diversificação das economias, quer a população, quanto o Governo criam esforços de tornar estável e de promover o crescimento da economia. Nesta perspectiva Castro (2010, p.10) também cita a visão de Dornelas (2008. p.9) "na qual o empreendedorismo é o combustível para o crescimento económico, criando emprego e prosperidade. Economistas e especialistas americanos são unânimes em dizer que a resposta para a saída da crise continua a ser a mesma: estimular e desenvolver o empreendedorismo em todos os níveis".

De acordo com Baggio:

O empreendedorismo pode ser compreendido como a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação. Consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos. É assumir um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. O empreendedorismo é o despertar do indivíduo para o aproveitamento integral de suas potencialidades racionais e intuitivas. É a busca do auto-conhecimento em processo de aprendizado permanente, em atitude de abertura para novas experiências e novos paradigmas”.

Baggio (2014:26)



Como se pode constatar, os ângulos de abordagem acerca do empreendedorismo são vários, e como tal cada autor tem sua visão sobre o assunto conforme espelha a tabela 2.

**Tabela 2 – Empreendedorismo na síntese de vários autores**

Autor	Especificação
McClelland (1962)	O empreendedorismo é uma qualidade pessoal, em que os indivíduos são guiados por necessidades psicológicas. Quanto mais os valores de uma sociedade distinguir positivamente a actividade empreendedora, maior será o número de pessoas a optar por empreendedorismo.
Schumpeter (1984)	É a criação de novos produtos e novos mercados, a sua essência está na percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios.
Drucker (2002)	O empreendedorismo é um comportamento e não um traço de personalidade. Trata-se da inovação e do empreendimento como parte integrante do trabalho do executivo.
Dolabela (2002)	É utilizado para designar estudos relativos ao empreendimento, seu perfil, suas origens, seu sistema de actividades, seu universo de actuação e a formação de um empreendimento somado às características ambientais de acordo com os diversos ramos de actividade (industrial, comercial ou prestador de serviço).
Dornelas (2003)	Trata-se de um comportamento que envolve processos organizacionais que permite à empresa toda trabalhar em busca de um objectivo comum, que é a identificação de novas oportunidades de negócios, por meio de sistematização de acções internas focadas na inovação.

**Fonte:** Fuzetti e Salazar (2007, p.4), adaptado

## 1.2 – Empreendedorismo por necessidade

O empreendedorismo por necessidade é vulgar, sobretudo nos países menos desenvolvidos (Carvalho e Costa, 2015), na medida em que muitos optam por essa via não por inspiração ou gosto, mas sim porque as dificuldades do momento os obrigam a realizar alguma actividade económica ou iniciativa empreendedora para suprir as necessidades básicas devido ao sustento das famílias. "Os empreendedores que abrem seu próprio negócio por

necessidade são aqueles que, na sua visão, não possuem opções de trabalho, estão desempregados, e para continuar com o seu sustento e sustento de sua família, se aventuram em abrir um negócio próprio, na maioria das vezes sem nenhum plano" Santana (2014, s.p).

Quanto ao empreendedorismo por necessidade pode ser entendido como a "situação de alguém que está desempregado, sem atividades remuneradas e não consegue recolocar-se no mercado. Pela falta de opção, torna-se obrigado a desenvolver alguma forma de obtenção de renda para contornar seus problemas financeiros". (Lopes, nd).

Quando existe um decréscimo na actividade económica, a probabilidade de haver desemprego é maior, diminui a capacidade de empregar pessoas, logo este fator faz com que as pessoas concorram a outras alternativas de trabalho, que é o empreendedorismo por necessidade, no qual o objectivo primordial é a criação do autoemprego. Desta forma “o empreendedorismo por necessidade tem sido associado às condições de queda de actividade económica que gera desemprego e diminui a oferta de emprego. A ocorrência desse cenário tem impulsionado pessoas a iniciarem uma actividade económica que possibilite sua sobrevivência económica” (Rocha,2014, p.35).

Assim, o empreendedor por necessidade procura alcançar algum rendimento da sua actividade, de acordo com Santos, et al (2007, p.4) “define-se operacionalmente, o empreender por necessidade como uma necessidade de segurança ou ainda de sobrevivência. Portanto, empreendedores por necessidade consistem naqueles que iniciam negócios motivados pela falta de alternativa satisfatória de ocupação e renda. Já os empreendedores por oportunidade, são motivados pela percepção de um nicho de mercado em potencial”.

Em situações em que o indivíduo perde emprego involuntariamente, este é muitas vezes direccionado para a criação do autoemprego, porém este por vezes não planeou tal situação, podendo-se interpretar que o individuo foi “empurrado” para o empreendedorismo devido a fatores externos como o desemprego (Antunes, 2013).

### 1.3 – Empreendedorismo por oportunidade

O empreendedorismo por oportunidade contribui positivamente para o crescimento económico duma região ou país. Este perfil de empreendedor é um pouco diferente do anterior, pois por vezes estes empreendedores são financeiramente mais estáveis e atuam sobre uma oportunidade detetada no mercado. Nestes casos o empreendedor pode ainda estar dotado de formação em gestão, onde toma conhecimento de como elaborar um plano de negócios, criação de estratégias, visão e missão, para que não haja dificuldades ao longo da implementação do projecto. De acordo com Sherma (nd, p.4) “vale lembrar que o empreendedorismo por oportunidade é mais benéfico para a economia dos países, onde os empreendedores que iniciam o seu negócio por vislumbrarem uma oportunidade no mercado para empreender e como forma de melhorar sua condição de vida têm maior chance de sobrevivência e sucesso”.

O empreendedorismo por oportunidade, exige do empreendedor uma visão mais ampla e a capacidade para analisar contextos e ter a capacidade de identificar oportunidades que por sua vez se podem transformar em grandes negócios. Segundo diversos autores (Johannisson, 1998; Lindgren e Packendorff, 2003) citado por Simões e Dominginhos (n.d., p.10) "a identificação de oportunidades ou a decisão de agir, realça a importância do contexto e da experiência prévia. Não basta, por isso, analisar o empreendedor enquanto 'ilha' ou sujeito isolado, mas sim compreende-lo na sua interacção com outros actores e com o contexto em que se insere".

Empreender por oportunidade exige a autoconfiança, quebra de medo, visualizar o futuro como se fosse o presente, bem como estar seguro sobre o negócio a desenvolver. O empreendedor de oportunidade é propenso ao risco, está disposto a aceitar alguns riscos que o início da atividade implica, nomeadamente o risco do negócio falhar. Tem um elevado autocontrolo tendo a certeza que pode controlar os acontecimentos que o afetam, e ao se tornar empreendedor considera que os seus comportamentos afetam o desempenho do negócio. "É um indivíduo com extrema autoconfiança nas suas capacidades. Tem uma boa capacidade de reação aos problemas e tenta sempre resolvê-los procurando constantemente alternativas" (Antunes, 2013a).

De acordo com Amaro (2015 p.3) "os empreendedores de oportunidade são levados por uma dinâmica, ou seja, são puxados para o empreendedorismo para aproveitar uma oportunidade de negócio".

#### **1.4 – Empreendedor**

Nesta secção pretende-se definir empreendedor. Podemos encontrar várias definições sobre este termo e vários perfis de empreendedor. Para Dornelas (2003, p.13) "O empreendedor é aquele que percebe uma oportunidade e cria meios (nova empresa, área de negócio) para persegui-la. O processo empreendedor envolve todas as funções, acções e actividades associadas com a percepção de oportunidades e criação de meios para persegui-la". De acordo com Chiavenato (2012, p.9) "o termo empreendedor do francês entrepreneur significa aquele que assume riscos e começa algo inteiramente novo. O empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projecto pessoal assumindo riscos, responsabilidades e inovando continuamente".

O empreendedor assemelha-se a um combatente corajoso que persegue um objectivo, o qual enquanto não for alcançado ele persiste até o conseguir, por isso Chiavenato (2012, p.12) associa o termo empreendedor a herói referindo que "os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. Fornece emprego, introduzem inovações e incentivam o crescimento económico da região ou do país. Não são simplesmente provedores de mercadoria, serviços, informação ou entretenimento, mas poderosas fontes de energia, que assumem riscos inerentes em uma economia em mudança, transformação e crescimento".

Ser empreendedor é ter um olhar mais amplo, ver o futuro, imaginar sobre algo invisível, mas que seja possível transformar numa realidade. Sobre esta questão Santos, et al (2012, p. 6) refere que "o empreendedor é, acima de tudo, um visionário, que visualiza as oportunidades e traça estratégias para a implantação do seu negócio".

No pensamento de Tiago (2014 p.109) "empreendedor transforma a situação mais trivial numa oportunidade excepcional; é visionário, sonhador; o fogo que alimenta o futuro; vive no futuro, nunca no passado e raramente no presente; nos negócios é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar nos novos mercados".

Uma pessoa empreendedora precisa de ter características diferenciadas como a originalidade, flexibilidade e facilidade nas negociações, tolerar erros, ter iniciativa, ser otimista, ter autoconfiança, ter intuição e ser visionário para negócios futuros. Um empreendedor é também um gestor por isso pode ser útil ter conhecimentos de gestão. Cancelier. et. al (2015, p.50) "associa empreendedor a inovador e referem que empreender significa se dedicar em um projeto para criar algo inovador que tenha um valor comercial, assumindo os riscos de uma falha de projeto que pode acarretar perdas financeiras, psicológicas e sociais".

O empreendedor preocupa-se em gerar mais-valias que proporcionem desenvolvimento sustentável. Quando o empreendedor cria um posto de trabalho para si ou para outra pessoa. De acordo com (Bucha, 2009) "está a assumir responsabilidades e cria expectativas que se vão traduzir em objectivos, em sinal de evolução e continuidade, como alcançar sempre mais e melhor, pensando sempre na conciliação de interesses individuais com colectivos."

Bruneau e Machado afirmam:

O empreendedor de sucesso procura novas oportunidades de negócios, descobrindo nichos de mercado e compreendendo o seu meio como um manancial de possibilidades de negócios. Esta habilidade vai ser útil para ele descobrir novos produtos, definir mercados e incorporar novas tecnologias.

(Bruneau e Machado, 2006:19).

#### **1.4.1 - Perfil Empreendedor**

O perfil empreendedor são as características, ou seja, os requisitos de um indivíduo no que concerne ao empreendedorismo. De acordo com Greatti (2005, pp. 70-71) os perfis empreendedores segundo McClelland são os seguintes:

**1. Procura de oportunidades e de iniciativas,** envolvem certas atitudes do empreendedor, como fazer as coisas antes do solicitado, atuar para expandir o negócio e aproveitar oportunidades fora do comum para iniciar um negócio;

**2. Capacidade de reação a frustrações e situações de tensão (persistência).** Os empreendedores convivem com aspectos que são inerentes à sua atuação, tais como

a imprevisibilidade, tolerância ao risco e a instabilidade financeira e social, que possibilitam caracterizar esta ocupação como de alto potencial de stress. Ser persistente, segundo McClelland, significa agir diante de um obstáculo significativo; agir repetidamente ou mudar de estratégia, a fim de enfrentar um desafio ou superar um obstáculo; e assumir responsabilidade pessoal pelo desempenho necessário ao alcance de metas e objetivos;

**3. Exigência de qualidade e eficiência**, significa encontrar maneiras de fazer as coisas melhor, mais rápido, ou mais barato; agir de maneira a fazer as coisas que satisfazem ou excedem padrões de excelência; e desenvolver ou utilizar procedimentos para assegurar que o trabalho seja terminado a tempo ou que o trabalho atenda padrões de qualidade previamente combinados;

**4. Comprometimento** consiste em assumir responsabilidades com o empreendimento, dedicando-se quase que exclusivamente a ele;

**5. Procura de informação**, uma ferramenta muito utilizada para sobressair-se no mercado e o empreendedor, para McClelland, dedica-se pessoalmente a obter informações de clientes, fornecedores e concorrentes; investiga pessoalmente como fabricar um produto ou proporcionar um serviço; e consulta especialistas para obter assessoria técnica ou comercial;

**6. Estabelecimento de metas**, o que, envolve certas atitudes do empreendedor, como: estabelecer metas e objetivos que são desafiantes e que têm significado pessoal; definir metas de longo prazo, claras e específicas; e estabelecer objetivos de curto prazo mensuráveis;

**7. Planejamento e monitorização sistemática**, pois, através desta característica, o empreendedor é capaz de dividir tarefas de grande porte em sub-tarefas com prazos definidos; rever os seus planos constantemente, tendo em conta os resultados obtidos e as mudanças circunstanciais; e mantém registos financeiros, utilizando-os para tomar decisões;

**8. Inovação**, instrumento pelo qual os empreendedores exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente, podendo ser apresentada como uma disciplina, ser aprendida e ser praticada. É a introdução de algo novo e diferente que faz com que um empreendimento se diferencie dos demais e agregue valor;

**9. Independência, liberdade e autoconfiança**, capacidade de buscar autonomia em relação a normas e controles de outros; manter seu ponto de vista mesmo diante da

oposição ou de resultados desanimadores; e expressar confiança na própria capacidade de completar uma tarefa difícil ou de enfrentar um desafio;

**10. Conhecimento do ramo**, uma vez conhecido o mercado e o ramo em que se pretende atuar é essencial perceber as possibilidades de sucesso e prevenir-se em relação aos imprevistos. Este conhecimento pode ser adquirido pela própria experiência do empreendedor no negócio, pelo contato com outros empreendedores do ramo, bem como por informações procuradas em revistas, associações, sindicatos, cursos, palestras, feiras, etc;

**11. Ambiente de relação do empreendedor**, que consiste no nível primário de relação, ou seja, são as pessoas com as quais o indivíduo mantém ligações em torno de mais de uma atividade. Geralmente, são os familiares e amigos próximos. Segundo Dolabela (1999a), este nível de relações é a principal fonte de formação de empreendedores e, assim, se há na família pessoas que trabalham de forma autônoma ou que possuem seu próprio negócio, a tendência de surgir novos empreendedores é maior do que em famílias cujos membros sempre assumiram cargos de empregados;

**12. Habilidade empresarial**, o empreendedor, além de ter imaginação para conceber ideias, criatividade para transformá-las em oportunidades, tem de ter capacidade de iniciativa para montar um negócio, motivação para conduzi-lo, capacidade para perceber a mudança como uma oportunidade e flexibilidade para se adaptar às mudanças, deve possuir experiências que possibilitem o bom funcionamento do seu empreendimento, tornando-o lucrativo.

**13. Necessidade de realização**, pois uma das características do empreendedor é estar disposto a dispensar o seu emprego seguro, o seu salário e a sua vida confortável em busca da sua realização pessoal. Para ele, fazer o que gosta é o melhor retorno que pode obter, pois considera o dinheiro como uma consequência do seu desempenho. O segredo do empreendedorismo é fazer o que gosta, fazer bem feito e naturalmente que daí virão os resultados financeiros e os reconhecimentos;

**14. Capacidade de delegação**, uma vez que, delegar implica em dividir responsabilidades com os outros membros da equipa. O empreendedor deve ser capaz de confiar na capacidade do outro e de delegar responsabilidades aos membros de sua equipa, evitando trazer responsabilidade de qualquer trabalho individual para si, sobrecarregando-se de pequenas coisas e não tendo tempo e disponibilidade para o que é realmente importante.

Delegar não significa abdicar, mas transferir decisões e ações a pessoas capacitadas a desenvolvê-las, motivando-as a alcançarem os resultados esperados;

**15. Persuasão e rede de contatos**, o empreendedor utiliza estratégias deliberadas para influenciar ou persuadir os outros; utiliza pessoas-chave como agentes para atingir os seus próprios objetivos; e age para desenvolver e manter as relações comerciais.

De acordo com esta análise encontramos diversas características que se podem rever nos empreendedores e de alguma forma distingui-los dos demais.





## **Capítulo 2**

### **Educação para o empreendedorismo**

## 2.1- Educação para o empreendedorismo

A escola desempenha um papel muito importante na educação para o empreendedorismo, pois ser empreendedor exige uma orientação para que haja sucesso no exercício da mesma tarefa. Neste capítulo faz-se a abordagem sobre a educação para o empreendedorismo, olhando especialmente para o papel da escola em relação a este processo.

Na visão de Fonseca e Peixoto (2015 s.p.) "a educação empreendedora não visa a preparação de futuros empresários, mas sim o desenvolvimento de capacidades empreendedoras, em todas as crianças, capacidades consideradas necessárias para uma cidadania ativa, participativa e crítica". Para os mesmos autores, esta educação diz respeito ao desenvolvimento da capacidade de agir como empreendedor e de valorizar atitudes e comportamentos em vez de conhecimentos e modos de como gerir um negócio, assim a mesma tem implicações nas abordagens educativas adotadas.

A educação empreendedora considera-se um processo dinâmico, na medida em que o aluno deve aparecer como um ativo e não um sujeito passivo.

Ainda segundo Fonseca e Peixoto:

As capacidades empreendedoras não se desenvolvem através de um ensino e aprendizagem em que à criança ou ao aluno esteja destinado um papel passivo e lhe sejam propostas tarefas rotineiras, mas necessitam de ambientes de aprendizagem dinâmicos, onde sejam confrontados com propostas/tarefas desafiadoras de modo a serem ativos, reflexivos, críticos, proactivos, sendo desejável a realização de experiências em contextos variados, que implique a partilha e discussão de diferentes ideias emergentes.

(Fonseca e Peixoto 2015b, s.p.)

Esta aprendizagem pode, contudo, ser realizada em diferentes “graus”, existindo assim uma variação consoante os seus beneficiários (Teixeira, 2012, p.35). Educar para o empreendedorismo pode ser uma das melhores vias para fomentar a cultura empreendedora e ao mesmo tempo para promover o bem-estar sócio-económico das famílias num determinado país e/ou região, para tal é necessário que as instituições escolares se organizem adoptando políticas que procurem criar habilidades e capacidades empreendedoras nos alunos. Nesta perspectiva Teixeira (2012a) diz "não é só a Escola, como instituição, que precisa de sofrer alterações, a atuação dos professores deve, também, ser alvo de adaptações. Para criar ambientes promotores de empreendedorismo é necessário, antes de mais, motivar e envolver os professores".

Faria sustenta:

Uma atitude empreendedora constrói-se em ambientes que estimulam à aprendizagem activa, à autonomia, à crítica construtiva, à prática, à investigação, à produção de conhecimento e através da partilha de experiências e iniciativas que contribuam para o desenvolvimento de competências transversais de auto-confiança, auto-motivação, criatividade, inovação, sentido de responsabilidade, solidariedade, espírito de iniciativa, perseverança e determinação.

(Faria, 2009, p. 4213).

A escola tem de servir de elo de ligação entre o aluno e o mercado de trabalho, numa visão de que a responsabilidade do professor seja a de moldar o aluno com conhecimentos que lhe permitam um enquadramento célere na vida activa ou nos negócios.

Ainda para Faria:

A promoção de uma cultura mais empreendedora só é possível se a escola se implicar e preparar as novas gerações para a valorização do conhecimento e da inovação. As orientações a serem dadas para que se possa manter a rota da energia do empreendedorismo implicam o desenvolvimento de um conjunto multidisciplinar e transversal de competências (conhecimentos, capacidades e atitudes) do foro pessoal, académico, profissional e social.

(2009, p. 4213)

Há então uma questão que se coloca em diversos contextos e estudos: Porquê falar de educação para o empreendedorismo? Certamente a maior parte das nações estão preocupadas com a estabilidade das economias, tarefa que não é apenas do Estado, mas também dos cidadãos. Um outro facto, é que o Estado algumas vezes vê-se incapacitado em garantir emprego para todos, daí a adopção de políticas de implementação do empreendedorismo nas escolas para que os alunos não estudem apenas para serem enquadrados nas instituições do Estado ou por conta de outrem. "Mas também para adquirirem conhecimentos para que de forma independente consigam criar os seus negócios ou mesmo para que sejam empreendedores corporativos" (Carvalho e Costa, 2015).

Neste contexto Bucha, realça:

A importância de investir na formação de empreendedores de modo a adquirir competências para criar valores para si e para os outros. Generalizando esta ligação, qualquer organização para estar no mercado, tem de aprender a criar valor para si e para as outras organizações. O exercício da cidadania pressupõe que a educação da pessoa, e por conseguinte a educação empreendedora façam parte do processo de desenvolvimento do cidadão, começando nos primeiros anos de desenvolvimento e continuando ao longo dos anos de formação.

Bucha (2009:15)

Educação empreendedora é a chave do sucesso, por isso é importante que haja mais trabalho neste contexto, que os governantes cada dia pensem mais em implementar estratégias que venham dar um impulso neste processo.

No ponto de vista de Emanuel e Ericê :

Apesar da visão de uma educação empreendedora ser algo importante para uma opção viável para o desenvolvimento da economia, a sua valorização nos mais diferentes setores governamentais não é muito elevada, contudo com a educação empreendedora espera-se uma mudança nessa percepção. Atualmente a “educação empreendedora”, para além de sua importância em termos económicos e sociais tem, sobretudo, relevância como fator de desenvolvimento económico, social e cultural em uma sociedade que precisa muito mais de pessoas que estejam a correr riscos ao criar seu próprio empreendimento do que correr em busca de um emprego.

(Emanuel e Ericê 2014:52)

A educação para o empreendedorismo embora seja um processo e formalmente adotado caminha ainda na maioria dos países a passos lentos e por vezes baseada num conjunto de projetos e ações não articuladas entre si (Carvalho e Costa, 2015). Como tal tem de haver esforços conjugados, para que as instituições escolares implementem formalmente e de forma articulada com o currículo, objetivos estratégicos da escola e programas de educação para o empreendedorismo. De acordo com os mesmos autores a cultura empreendedora poderá alavancar o processo de desenvolvimento económico dos países. Neste sentido, a educação empreendedora não só deve fazer parte das políticas públicas educacionais, como deve ser definitivamente inserida nos programas curriculares do ensino básico ao superior.

A educação para o empreendedorismo pode ser integrada na educação básica e secundária de diferentes formas, nomeadamente, através de uma integração transversal no currículo ou pela integração numa disciplina em concreto, e, neste caso pode ainda ser numa

disciplina opcional ou extracurricular. A educação para o empreendedorismo no ensino secundário, está ainda muito associada aos cursos tecnológicos que apelam a uma maior aplicação dos conhecimentos ou ser transversal a apelar ao desenvolvimento de competências empreendedoras fundamentais e relevantes para a inserção no mercado de trabalho.

Segundo Canever et al (2011, p. sp) tem-se observado que os estudantes do género masculino têm maior aspiração em se tornarem empreendedores do que estudantes do género feminino, sendo esta tendência mais evidente nos países menos desenvolvidos. Tradicionalmente tem-se o autoemprego como domínio dos homens e este fato foi associado à menor propensão das mulheres a tomar decisões que envolvam risco.

Os cursos de educação para o empreendedorismo podem incluir um conjunto de tópicos, tais como, gestão financeira, recursos humanos, desenvolvimento de novos produtos, criatividade, análise do mercado, plano de negócios, mas também conteúdos que apelem à mudança de comportamentos e de atitudes perante o risco, a cultura instalada e mesmo o desenvolvimento pessoal (empatia, autoconfiança, assertividade etc.) entre outros. Neste contexto, o objetivo final da educação para o empreendedorismo será providenciar aos estudantes um conjunto de competências e atitudes que lhes permitam atuar ou desenvolver um comportamento empreendedor. De acordo com o modelo de Heinonen e Poikkijoki (2006) os resultados da educação para o empreendedorismo dos mais jovens podem ser medidos considerando três dimensões:

- Atitudes (autoconfiança, iniciativa, tomada de risco, criatividade, capacidade para resolver problemas);
- Conhecimento (conhecimentos técnicos, literacia económica e financeira, conhecimentos de gestão);
- Competências (comunicação, apresentação e transmissão de ideias, trabalho em equipa, capacidade de explorar oportunidades nos vários estádios do processo empreendedor, nomeadamente, avaliação da oportunidade, implementação e plano de negócios) (Mares, et al, 2014).

De acordo com Ceiti (2006, p. 25) "a noção de competências como um conjunto de saberes ou de domínios de execução técnica as pessoas poderão adquirir, seja por via do sistema formal de ensino, seja por via da formação profissional ao longo da vida".

Para concluir podemos entender que o empreendedorismo "é uma aprendizagem realizada ao longo da vida e, assim sendo, a melhor forma de aprender é combinar experiências de vida com actividades educativas formais. Para que a Escola consiga promover uma educação para o empreendedorismo adequada, eficaz, que se consolide em bons resultados é necessário que a própria Escola altere a sua forma de atuação" (Teixeira 2012b, p. 35-36).

### **2.1.1 - Metodologias de educação para o empreendedorismo**

No processo de ensino, para o professor ter êxito é necessário aplicar métodos que ajudem a alcançar os objectivos preconizados, os quais concorrem para a aprendizagem do aluno. Nesta perspectiva buscar-se-á enfatizar as metodologias de educação para o empreendedorismo de modo a dar uma luz de quais os caminhos a seguir para tornar a educação empreendedora um processo atrativo.

Existem diferentes metodologias para o ensino do empreendedorismo, para alguns autores o ensino do empreendedorismo, particularmente nos cursos do ensino superior de licenciatura pode ser suportado numa abordagem de aprender-fazendo, em particular nas aulas práticas. Enquanto que, nas aulas teóricas pode adotar uma abordagem mais expositiva combinada com aulas abertas e participação em seminários. Destaca-se ainda a organização de eventos, nomeadamente (Carvalho e Costa, 2015):

1. As conversas de final de tarde com empreendedores, cujo objectivo consiste na promoção da partilha de experiências entre empreendedores e estudantes que possam ser fonte de aprendizagem e facilitem o contacto com o mundo real;
2. Empreendedor por um dia, cujo desafio é a criação de um mini-negócio e onde os lucros da actividade podem reverter a favor de Instituições Particulares de Solidariedade Social.

A metodologia aprender-fazendo permite aos estudantes a aquisição de competências empreendedoras através do desenvolvimento de dinâmicas de grupo (Costa e Carvalho, 2015, p.111).

Como o empreendedorismo é um processo de extrema importância na geração de emprego, o seu ensino nas escolas pode adoptar as seguintes metodologias:

- a) Uso de manuais que trazem conteúdos com teorias sobre gestão e análise de risco, elaboração de um plano de negócio ou modelo de negócio e análise de contextos para aproveitar oportunidades;
- b) Aulas práticas conciliadas com a teoria onde os alunos apresentam projectos tendo em conta uma situação real, estimulando assim as formas de aquisição de financiamentos através dos bancos e outros agentes económicos;
- c) Trabalhos de campo que incentivem a identificação de experiências através de empreendedores de sucessos;
- d) Aplicação de concursos em elaboração de projectos, no sentido de que os melhores projectos sejam considerados e encaminhados a entidades doadoras para possível aprovação e financiamento.

Em termos metodológicos, os programas de educação para o empreendedorismo devem ser sempre desenhados procurando reproduzir, o mais fielmente possível, os contextos nos quais os empreendedores atuam e devem basear-se na aprendizagem experimental, pois esta permite acelerar o efeito pedagógico do mesmo, fomentando a motivação e desenvolvendo as dimensões relacionais dos participantes, assim como a sua intuição e espírito crítico (Silva, et al, 2013).

### **2.1.2 - Como medir educação para o empreendedorismo?**

Em qualquer parte do mundo, o processo de ensino e aprendizagem obedece a alguns procedimentos que permitem medir ou avaliar os pontos fracos e fortes. Deste modo pretende-se nesta secção tratar dos critérios de medição da educação para o empreendedorismo.

Rocha e Freitas na sua perspectiva refere:

A avaliação da aprendizagem, devido à característica multifacetada do empreendedorismo, são encontradas na literatura diferentes abordagens que tratam da medição desta aprendizagem. Essas propostas de avaliação podem ser associadas às conjunturas do processo educacional desenvolvido na formação empreendedora. Alternativas de medição, como abertura de novas empresas, intenção de iniciar um negócio próprio, autoeficácia, perfil empreendedor, orientação empreendedora, potencial empreendedor e aptidão empreendedora, são encontradas na literatura como formas de avaliação da eficiência da educação empreendedora. A medição da educação para o empreendedorismo refere-se especialmente em analisar através de um estudo minucioso se os estudantes estão capacitados ou não em aplicar os conhecimentos



adquiridos durante o período de formação, como por exemplo a atitude de elaborar um plano de negócio e mantê-lo exequível pode ser um dos pressupostos para medir a educação para o empreendedorismo.

(Rocha e Freitas 2014, p. 471)

O estudo de Schmidt e Bohnenberger (2009) citado por (Rocha e Freitas, 2014a, p.472) refere que "o instrumento de medição foi iniciado com a definição de oito constructos oriundos das características do perfil empreendedor, assim descritos pelos autores: (a) Autoeficaz; (b) Assume riscos calculados; (c) Planeador; (d) Detecta oportunidades; (e) Persistente; (f) Sociável; (g) Inovador; e (h) Líder. Itens de medição foram criados para cada constructo, resultando em um questionário estruturado por meio de uma escala Likert. O questionário foi aplicado e respondido por 1.113 estudantes universitários".

A Tabela nº 2 identifica e sistematiza os principais métodos, técnicas e recursos pedagógicos de educação para o empreendedorismo.

**Tabela 3 - Principais Métodos, Técnicas e Recursos Pedagógicos no Ensino de Empreendedorismo**

<b>Métodos, Técnicas e Recursos</b>	<b>Aplicações</b>
Aulas expositivas	Transferir conhecimentos sobre o Empreendedorismo, as características pessoais do empreendedor, os processos de inovação, fontes de recursos, financiamentos e aspectos legais de pequenas empresas.
Visitas e contatos com empresas	Estimular o network <sup>1</sup> e incitar o estudante a sair dos limites da IES para entender o funcionamento de mercado na vida real. Desenvolver visão de mercado.
Plano de negócios	Desenvolver as habilidades de planejamento, estratégia, marketing, contabilidade, recursos humanos, comercialização. Desenvolver a habilidade de avaliação do novo negócio, analisando o impacto da inovação no novo produto ou serviço. Construir habilidade de avaliar e dimensionar riscos do negócio pretendido.
Estudos de casos	Construção da habilidade de pensamento crítico e de avaliação de cenários e negócios. Desenvolver a habilidade de interpretação e definição de contextos associados ao Empreendedorismo.

<sup>1</sup> *Network* é uma rede de contatos que pode proporcionar valor, desde a troca de valiosas informações até a ajuda no caso de uma recolocação profissional.

<b>Métodos, Técnicas e Recursos</b>	<b>Aplicações</b>
Trabalhos teóricos em grupo	Construção da habilidade de aprender coletivamente. Desenvolver a habilidade de pesquisar, dialogar, integrar e construir conhecimentos, buscar soluções e emitir juízos de valor na realização do documento escrito.
Trabalhos práticos em grupo	Construção da habilidade de atuar em equipe. Desenvolver a habilidade de planejar, dividir e executar tarefas em grupo, de passar e receber críticas construtivas. Ampliar a integração entre o saber e o fazer
Grupos de discussão	Desenvolver a habilidade de testar novas ideias. Desenvolver a capacidade de avaliar mudanças e prospectá-las como fonte de oportunidades.
Brainstorming	Construção da habilidade de concepção de ideias, prospecção de oportunidades, reconhecendo-as como oportunidades empreendedoras. Estimular o raciocínio intuitivo para criação de novas combinações de serviços ou produtos, transformando-as em inovações
Seminários e palestras com empreendedores	Transferir conhecimentos das experiências vividas por empreendedores desde a percepção e criação do produto, abertura do negócio, sucessos e fracassos ocorridos na trajetória empreendedora.
Criação de empresa	Transpor as informações do plano de negócios e estruturar os contextos necessários para a formalização. Compreender várias etapas da evolução da empresa. Desenvolver a habilidade de organização e planejamento operacional.
Aplicação de provas dissertativas	Testar os conhecimentos teóricos dos estudantes e sua habilidade de comunicação escrita
Atendimento individualizado	Desenvolver a habilidade de comunicação, interpretação, iniciativa e resolubilidade. Aproximar o estudante do cotidiano real vivido nos pequenos negócios.
Trabalhos teóricos individuais	Construção da habilidade de geração de conhecimento individualizado, estimulando a autoaprendizagem. Induzir o processo de autoaprendizagem.
Trabalhos práticos individuais	Construção da habilidade da aplicação dos conhecimentos teóricos individuais, estimulando a autoaprendizagem. Estimular a capacidade laboral e de autorrealização.
Criação de produto	Desenvolver habilidade de criatividade, persistência, inovação e senso de avaliação.
Filmes e vídeos	Desenvolver a habilidade do pensamento crítico e analítico, associando o contexto assistido com o conhecimento teórico. Estimular a discussão em grupo e o debate de ideias
Jogos de empresas e simulações	Desenvolver a habilidade de criar estratégias de negócios, solucionar problemas, trabalhar e tomar decisões sob pressão. Aprender pelos próprios erros. Desenvolver tolerância ao risco, pensamento analítico, comunicação intra e intergrupais.

Sugestão de leituras	Prover ao estudante teoria e conceitos sobre o Empreendedorismo. Aumentar a conscientização do ato empreendedor.
Incubadoras	Proporcionar ao estudante espaço de motivação e criação da nova empresa, desenvolvendo múltiplas competências, tais como habilidades de liderança, organizacionais, tomada de decisão e compreender as etapas do ciclo de vida das empresas. Estimular o fortalecimento da network com financiadores, fornecedores e clientes.
Competição de planos de negócios	Desenvolver habilidades de comunicação, persuasão e estratégia. Desenvolver capacidade de observação, percepção e aplicação de melhorias no padrão de qualidade dos planos apresentados. Estimular a abertura de empresas mediante os planos vencedores.

Fonte: Rocha e Freitas, p. 470, adaptado.

Na medição da educação para o empreendedorismo pode-se adoptar um sistema de avaliação dos alunos em cada fim da formação, isto é, serem submetidos à concursos como elaboração de projectos, mostrando as capacidades e qualidades adquiridas durante a formação. Assim no pensamento de (Banha, 2013, p. sp) "o projecto Escolas Empreendedoras culmina sempre com o concurso, em que os participantes são desafiados a criar uma ideia podendo ser uma ideia de negócio ou um projeto de empreendedorismo social e apresentá-la a um júri, que avalia o projeto com base em critérios como o grau de inovação, a exequibilidade do projeto e o impacto económico, social e ambiental na respetiva área de atividade". Para a OECD Centre for Entrepreneurship (2009, pp. 6-7)<sup>2</sup> "a natureza da educação para o empreendedorismo diferencia o foco da avaliação destes programas dos de outras atividades e processos relacionados. Tendo em conta que o objetivo dos programas é gerar uma mudança de atitude em relação ao empreendedorismo, ele torna-se difícil atribuir medidas quantificáveis, de modo que, em vez de provas resultado "duro" (tais como os números iniciando uma empresa), uma tentativa deve ser feita para medir o "mais suave" resultados (como mudanças de atitude)". Refere ainda que não existe uma abordagem única na avaliação da educação para o empreendedorismo e por conseguinte, há um único modelo que pode ser aplicado em todas as situações. Uma combinação de avaliação qualitativa em relação as abordagens quantitativas. Por exemplo,

<sup>2</sup> OCDE é uma organização internacional, composta por 34 países e com sede em Paris, França. Ela tem por objectivo promover políticas que visem o desenvolvimento económico e o bem-estar social de pessoas por todo o mundo. O combate à corrupção e à evasão fiscal faz parte da agenda da OCDE tendo já conseguido resultados optimistas em alguns países.

medidas quantitativas de sucesso, semelhantes aos tradicionais indicadores de desempenho podem ser usados em conjunto com as avaliações qualitativas de atitudes ou percepções.

Medir o processo de educação para o empreendedorismo não tem a ver apenas com os alunos, porém é necessário que se avaliem também os programas e os professores. Quer dizer que são avaliados todos os aspectos que intervêm no processo directa ou indirectamente. Por isso Gustafsson-Pesonen e Remes (2012, s.p.) defendem que quando se pretende apoiar o empreendedorismo na sociedade “é preciso organizar o ensino de modo que afete sobre as atitudes empreendedoras dos alunos e hábitos de ação. Esta é uma questão de como ensinar. Falando de empreendedorismo não é suficiente. Além disso, as soluções pedagógicas geralmente utilizadas são praticamente opostas à pedagogia empreendedora que na verdade significa que os alunos devem ser socializados para agir de forma empreendedora. Nesse sentido, não se apoia o empreendedorismo, para deixar os alunos aprender tudo apenas em ambiente escolar, porque a educação empresarial eficaz não acontece simplesmente na escola. Assim, a formação de professores deve incluir nas suas políticas a pedagogia empresarial e, ao mesmo tempo, deve-se tomar cuidado para que a educação empreendedora esteja presente em todos os dias da vida das escolas. Isto significa que a educação empresarial deve levar a sério, dando uma atenção especial a todos os níveis do sistema de ensino”. Os mesmos autores enfatizam que a educação empreendedora afeta valores, atitudes, hábitos de ação e pensamento e é por meios destes que se promove no aluno o espírito empreendedor.

Ainda assim, no Quénia segundo Ongwae (nd, p. 11) "a avaliação da educação para o empreendedorismo tem-se desenvolvido através dos dados recolhidos a partir de registos públicos, meios de comunicação bem como a educação por meio de experiências no campo. Tal avaliação tem permitido descobrir que existem duas grandes dimensões do empreendedorismo, cada um dos quais dividido em categorias: o primeiro é consciência, e o segundo é habilidade".

## **2.2 - Educação para o empreendedorismo no mundo**

A necessidade de formar o homem em empreendedorismo passou a ser uma das grandes preocupações dos governantes ao nível do mundo. Assim, nesta secção abordar-se-á assunto relacionado à educação para o empreendedorismo tendo em conta o contexto actual dos países ao nível internacional.

A educação para o empreendedorismo é um meio pelo qual os países promovem a cultura empreendedora nos cidadãos, ou seja, nos jovens. Segundo a Comissão Europeia (2014, p.7) “ a educação para o empreendedorismo como um instrumento que pode contribuir para que os jovens sejam mais empreendedores. Trata-se de desenvolver um conjunto geral de competências aplicáveis em todos os domínios, e não apenas de aprender a gerir uma empresa”.

De acordo com a Comissão Europeia (2014a) a educação para o empreendedorismo inclui todas as formas de aprendizagem, educação e formação que contribuem para o desenvolvimento de espíritos, competências e comportamentos empreendedores — com ou sem um objetivo comercial.

A escola desempenha um papel preponderante no campo de ensino do empreendedorismo, pois é através dela que o mundo está a despertar o interesse de cada vez mais prestar atenção na formação do ser humano na área de empreendedorismo.

Segundo o GEM:

As Escolas de Gestão oferecem programas de desenvolvimento de executivos para gestores experientes em todo o mundo. O corpo discente da Babson é globalmente diversificado, vindo de 45 estados americanos e 57 economias (fora dos EUA estudantes compreendem mais de 20% e 40% dos estudantes de MBA em tempo integral). Os estudantes podem escolher entre mais de 100 cursos de empreendedorismo oferecidos a cada ano, ministrados por 17 professores todos com experiência empresarial, dos quais 7 professores de outras divisões em torno da faculdade, e líderes de negócios altamente bem-sucedidos que servem a faculdade como convidados.

(GEM, 2012:3)

Vários países estão apostados na promoção da educação para empreendedorismo por entenderem que esta proporciona capacidades relevantes para a criação de empresas. Nesta questão o GEM Colômbia (2012) refere que no seu décimo sétimo ano consecutivo de medição, o projeto GEM continua a ser o maior e mais abrangente estudo realizado em todo o mundo para medir vários aspectos dos processos de criação da empresa. O relatório avalia a participação de empresários em vários estágios do processo de negócio e avalia as suas características, motivações e expectativas, bem como as atitudes que a sociedade tem para a sua actividade.

Bourgeois (2012) refere outro estudo, o *Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies, Curricula and Learning Outcomes* (Educação para o Empreendedorismo na Escola na Europa – Estratégias Nacionais, Currículo e Resultados de Aprendizagem), publicado pela *Education, Audiovisual and Culture Executive Agency* (Eurydice) desenvolvido em parceria com a Comissão Europeia. Este estudo reúne um conjunto de informações sobre o tema no ensino primário e secundário de escolas públicas de 31 países da Europa; e compara os resultados em termos de estratégias nacionais, planos de ação, iniciativas e reformas em andamento.

O empreendedorismo tornou-se, assim uma das disciplinas nos currículos escolares de muitos países no mundo, sendo considerado um factor decisivo no fomento da economia e não só. Conforme Bourgeois (2012, s. p.) realça a investigação integra a estratégia Europa 2020, da Comissão Europeia (CE), que promove o empreendedorismo como fator-chave da competitividade e visa inserir o empreendedorismo em todos os níveis de educação e de formação. Com base num questionário aplicado em 2011, a investigação dividiu as estratégias nacionais e planos de ação para encorajar a integração da educação empreendedora em específicas, gerais ou múltiplas, podendo adotar diferentes abordagens, como foco no ensino formal, juventude ou empregabilidade.

Na educação primária, cerca de dois terços dos países reconhecem a educação empreendedora de modo explícito, prevalecendo uma abordagem curricular interdisciplinar, em que o empreendedorismo é tema transversal. Já no ensino secundário, predomina abordagem de integração do empreendedorismo em matérias curriculares já existentes. No ensino superior, mais da metade dos países incluem o empreendedorismo em matérias como economia, gestão ou educação profissional, todavia quase sempre estas disciplinas não são obrigatórias.

As iniciativas incluídas na educação empreendedora incluem atividades categorizadas como:

- **Cooperação entre ensino e empresas:** Na Letónia, a Agência de Investimento e Desenvolvimento organiza encontros entre estudantes de ensino secundário superior e representantes de 20 empresas inovadoras de setores como alimentos

e farmacêutico. Os estudantes e professores reúnem-se com gestores e podem discutir tópicos como soluções inovadoras de negócios e apoio para iniciativas empreendedoras, como a organização de incubadoras empresariais;

- **Concessão de incentivos para escolas e atores interessados para o desenvolvimento de programas de empreendedorismo:** Em Malta, o governo lançou o Plano Empreendedorismo através da Educação, que apoia escolas de ensino primário e secundário através de visitas a empresas, palestras e competições entre estudantes;
- **Formação de professores orientada para o ensino de empreendedorismo:** no Reino Unido, o *EnterpriseVillage* (Vila da Empresa) é uma iniciativa governamental que investe em recursos online para professores sobre empreendedorismo. Há também recrutamento de 2500 empresas locais campeãs pelo portal online *InspiringtheFuture* (Inspirando o Futuro);
- **Envolvimento de estudantes na gestão de empresas fictícias:** No Luxemburgo, a Associação *JonkEntrepreneuren*, criada pelo governo como parte da rede *JuniorAchievement*, oferece programas para diferentes níveis de educação que incluem a gestão de mini empresas durante o período de um ano.

Na perspectiva da Eurydice<sup>3</sup>(2012, p. 25-27) "uma cooperação mais estreita entre as partes interessadas na educação e de negócios é um dos meios utilizados para promover e implementar educação para o empreendedorismo. Em alguns casos, o objectivo desta cooperação é capacitar os alunos a descobrir o mundo do trabalho e prepará-los para as suas próprias escolhas de carreira futura. Isto pode incluir trabalho de sombreamento".

Para melhor envolvimento no processo de ensino do empreendedorismo a criação de parcerias entre organizações vocacionadas na matéria é muito importante. De acordo com a Eurydice, (2012) na Comunidade germânica da Bélgica, uma rede de educação e negócios centra-se na cooperação e na transição entre a escola e o trabalho.

---

<sup>3</sup> Eurydice é uma rede europeia que colige e difunde informação comparada sobre as políticas e os sistemas educativos europeus, sob a forma de estudos e análises comparadas sobre várias temáticas nas áreas da Educação e Formação desde a Educação de Infância ao Ensino Superior. Foi criada em parceria entre a Comissão Europeia e os Estados Membros em 1980 com o objetivo de trocar informação sobre os sistemas educativos nacionais. É financiada pelo Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida.

Desenvolvem-se vários projectos e actividades para facilitar as reuniões entre os estudantes e as empresas e promove o desenvolvimento de um espírito empreendedor.

No Chipre, os alunos do 2º ano do ensino secundário podem ganhar experiência numa profissão da sua escolha mais de uma semana. Além disso, duas ou três vezes por ano, a Empresa Programa *Day* oferece aos alunos a oportunidade de se familiarizarem com o local de trabalho e com as actividades diárias de uma pessoa no negócio.

Em alguns países, os incentivos são dados às escolas e a outras partes interessadas para desenvolver uma variedade de programas para promover a educação para o empreendedorismo. Isso dá às escolas a oportunidade de ganharem financiamento para projetos-piloto, como primeiro passo para incorporar o ensino do empreendedorismo no currículo.

Em Malta, o Governo lançou acções de empreendedorismo com o objectivo de fornecer apoio a todas as escolas do ensino primário e secundário para a implementação de projectos de promoção do empreendedorismo, incluindo o ensino do empreendedorismo material, iniciativas de redes, a prestação de palestras e formação de professores relevantes, visitas às empresas e atividade empresarial.

Na Áustria, o Empreendedor Certificado de competências é um curso de quatro módulos cobrindo o essencial e as questões práticas sobre empreendedorismo. Na Roménia, a competição de planeamento empresarial, destinado a todas as empresas de formação registadas, como uma iniciativa conjunta do Ministério da Educação, Investigação, da Juventude e Desporto, o Centro Nacional para o Desenvolvimento da Formação e Ensino Técnico e outros parceiros sociais.

Na Bulgária, o Ministério da Educação organizou projetos piloto de formação para professores no ensino primário. Duzentos professores foram treinados em 2010/11 e outro programa de formação foi organizado em 2011/12 para 250 novos professores.

Na Holanda, a Educação e Programa de Acção em Empreendedorismo 2007 e 2009 também incluiu um programa de formação de professores para garantir que eles ajam de



forma empreendedora e para ajudá-los a incentivar um comportamento empreendedor dos seus alunos.

No Reino Unido para apoiar a formação empresarial nas escolas o governo está a aumentar recursos on-line para professores da Empresa aldeia e promover o recrutamento de 2 500 campeões empresariais locais. Muitos exemplos podem ser encontrados para a implementação da educação para o empreendedorismo através do envolvimento dos alunos na criação e gestão de empresas fictícias.

Na Irlanda, por exemplo, os alunos do ano de transição (primeiro ano do ensino secundário) e tomando parte no módulo *Enterprise* podem envolver-se em mini empresas. No Luxemburgo, a Associação *JonkEntrepreneuren*, criado pelo governo em cooperação com os agentes económicos, e parte da rede de *JuniorAchievement - YoungEnterprise*<sup>4</sup> oferece programas para diferentes níveis de ensino, que inclui "mini-empresas". Os alunos são responsáveis pela gestão de uma mini-empresa ao longo de um ano com seu professor como treinador.

Em suma, são várias as abordagens e programas levados a cabo para promover a educação para o empreendedorismo. Apresentaram-se diversos exemplos de programas e iniciativas desenvolvidas na Europa com este intuito, porém não é fácil encontrar a avaliação destes programas. A secção seguinte apresenta e discute a medição da educação para o empreendedorismo.

### **2.3 - Educação para o empreendedorismo em África**

A educação para o empreendedorismo tornou-se actualmente uma preocupação de todos os países, não só ao nível do mundo como também tem sido o centro das atenções dos países africanos, onde o grau de subdesenvolvimento ainda é acentuado (Mvula, 2014, p. 80). A educação para o empreendedorismo na África do Sul está em fase de desenvolvimento e tem feito pouco quanto a formação de habilidades e competências para jovens licenciados e atitudes positivas em relação ao empreendedorismo (Co e Mitchell, 2006).

---

<sup>4</sup> Junior Achievement – Young Enterprise Europe (JA-YE Europe) is a registered non-profit association based in Belgium. It is Europe's largest provider of entrepreneurship education programmes, reaching 2.2 million students in 40 countries in 2006.

O sistema de ensino superior não é suficiente para melhorar as habilidades empreendedoras. Ele tem um legado de ser muito baseado em teoria e não corresponder em parte às características da procura no mundo dos negócios. As universidades, estão agora confrontadas com desafios de produzir licenciados que estão prontos para se envolver no empreendedorismo.

Para Bwisa (2011, citado por Ongwae, nd, p. 11) "o primeiro programa de educação para o empreendedorismo formal foi desenvolvido no Quênia no início de 1990. Desde ali, a educação empresarial, tem sido uma área de crescimento rápido no país. Seu crescimento é particularmente rápido no terceiro nível de educação. Um dos principais fatores que explicam este fenómeno é o facto de que o emprego, particularmente em setor público já não é uma garantia". Porém de acordo com o mesmo autor há uma crença de que a educação para o empreendedorismo pode ajudar os alunos a desenvolver e seguirem carreiras empreendedoras que podem ajudá-los a se tornarem em cidadãos auto-empregados de sucesso. A educação para o empreendedorismo pode também ser chamado de educação para a cidadania, pois oferece aos alunos as habilidades para agir e fazer alterações que irão melhorar o ambiente dentro da sua comunidade. Na visão de Manu, et al, 2002 citado por Ongwae, nd, p. 11) se o desenvolvimento do empreendedorismo tiver um único efeito, pode muito bem ser expresso como a melhoria na qualidade de vida. Desta forma a educação para o empreendedorismo é um processo de aprendizagem ao longo da vida.

#### **2.4 - Educação para o empreendedorismo em Angola**

Seis anos depois do alcance da paz em Angola, o Governo viu-se na preocupação de criar condições para a introdução da disciplina de empreendedorismo no currículo escolar, no sentido de fazer com que os alunos tomem conhecimento sobre empreendedorismo desde cedo, com maior realce nos alunos do II Ciclo do Ensino Secundário, já que na sua maioria passam da fase de adolescência e que nessa altura já precisam de equacionar o seu primeiro emprego.

De acordo com (ANGOP, 2014, sp) “em Angola o ensino do empreendedorismo ainda é novo, encontrando – se num processo embrionário, a cadeira do empreendedorismo somente foi introduzida no ensino secundário geral no ano de 2008, embora a concepção

do projecto tenha iniciado em 2005, através do convite das Nações Unidas para o Governo de Angola, a fim de partilhar a experiência de outros países como Ghana”. Segundo o coordenador nacional do programa de empreendedorismo em Angola, na primeira fase (2009) executaram-no das 18 em 9 províncias, Luanda, Benguela, Malanje, Uíge, Cabinda, Huambo, Huila, Lunda Norte e Cunene.

Os conteúdos têm três pilares fundamentais, designadamente melhorar a atitude e ética dos jovens perante a vida, a identificação de oportunidades e associar as suas valências ao meio em que vive, bem como gerir a oportunidade. As aulas de empreendedorismo, são leccionadas na vertente social, cultural e comercial, com dois tempos teóricos e 4 práticos, apenas em escolas públicas. Os professores foram capacitados, segundo o seu interesse, tendo em conta a experiência pedagógica, assumindo a sua disciplina tradicional e a de empreendedorismo.

O programa de empreendedorismo no ensino secundário surge na sequência da necessidade de desenvolver numa primeira fase um sector privado sustentável público e privado, com quadros empreendedores, que possam tomar iniciativas, ser inovadores, que constituam uma mais-valia, num valor diferenciado nas suas instituições.

A crise no mundo e particularmente em alguns países tem sido um dos grandes factores, pelos quais os Estados procuram implementar novas estratégias como possíveis soluções para minimizar as dificuldades económicas. Em Angola por exemplo desde meados de 2014 que se enfrenta a crise económica resultante da queda dos preços do barril de petróleo nos mercados internacionais, situação que tem provocado desequilíbrios na economia de Angola, pois os preços no mercado sobem de forma desordenada e consequentemente perde-se o poder de compra, o que tem estado a tornar difícil a vida das populações.

Nesta perspectiva tudo indica que o programa de concursos públicos para enquadramento do novo pessoal no quadro do Estado seja limitado tendo em conta as fontes de receitas que são escassas para suportar despesas adicionais. Por via disso importa dizer que o programa de educação empreendedora mais uma vez torna relevante na medida em que ajuda na criação de capacidades, habilidade e consciência dos jovens, de tal forma que na impossibilidade de ganhar emprego no Estado, procure se auto-inserir no mercado de emprego através de pequenas iniciativas de negócios. Nesta questão (Club-K, 2016) realça

que "Angola vive desde meados de 2014 uma forte crise financeira, económica e cambial decorrente da quebra das receitas da exportação de petróleo" (sp). Assumindo a importância de fomentar o empreendedorismo. Conforme refere Cuato (2015) é importante desenvolver a capacidade de empreender, não só ao nível profissional mas também ao nível pessoal, promovendo uma atitude ativa, em que cada um faça parte da mudança que quer ver surgir. A crise atual pode levar à emergência de novos sectores e à criação de novas empresas. Esta ameaça (crise) pode ser transformada numa oportunidade para o empreendedor desenvolver a sua ideia de negócio e implementar a mesma numa conjuntura que, à partida, parece desfavorável mas que pode ser considerada um “recanto” de mercado.

No passado os governos preocupavam-se apenas em educar no sentido de transmitir valores morais assentes na moldagem da personalidade, mas actualmente devido ao crescimento populacional, evolução da tecnologia e concomitantemente os níveis elevados de desemprego para os jovens, o ensino toma novo rumo, não apenas de transmitir valores morais, mas também valores e atitudes para o desenvolvimento sustentável apoiado pela atitude empreendedora. Conforme sugerido por Duarte e Esperança (2014, p. 23-24) “o desemprego passa a ser o grande desafio da sociedade, dos governos e dos dirigentes do mundo moderno. A economia da maioria dos países não está a gerar empregos suficientes para os jovens que atingem a idade adulta e ao mesmo tempo, assiste-se a um envelhecimento da população, o que traz novos desafios e, conseqüentemente, novas formas de vida e de oportunidades que se criam no mercado. Torna-se necessário encarar esta realidade numa perspectiva de gerar o próprio emprego, de inovar e gerar riqueza, capacidade de assumir riscos e crescer em ambientes instáveis, porque diante das condições reais do ambiente, são esses os valores sociais capazes de conduzir países ao desenvolvimento. O desafio atual para lidar com um contexto marcado por crescente complexidade, instabilidade e incerteza, é a aprendizagem ao longo da vida como meio para dispor de competências necessárias para competir e crescer na economia empreendedora”.

### **2.5 - Educação para o empreendedorismo no Huambo**

No Huambo o ensino do empreendedorismo nas escolas ainda é um processo muito novo. Segundo ANGOP(2014, p. sp) "a sua implementação como disciplina nas escolas começou em 2010, tendo abrangido apenas as escolas do I e II Ciclos do Ensino Secundário".

De acordo com o Director Provincial da Educação, Ciência e Tecnologia no Huambo "os Professores da disciplina de empreendedorismo, devem leccioná-la com zelo e dedicação, tendo em conta a sua importância na melhoria das condições de vida da população. Ainda para o governante o empreendedorismo, é uma actividade que faz crescer a economia de qualquer país, cujo valor não deve ser apenas afixado numa pauta com notas positivas, mas na responsabilidade de transmitir aos alunos conhecimentos que sejam da prática na vida quotidiana e gerar o auto-emprego para a juventude".

Desde 2010 que a educação para o empreendedorismo tem sido alvo de várias formações de capacitação aos Professores com temas como: razões da inserção da disciplina de empreendedorismo no ensino secundário; estratégias de implementação do programa de empreendedorismo no ensino secundário; resultados e desafios da fase de experimentação; fundamentos de avaliação no âmbito de empreendedorismo, cultura empreendedora e dignidade do trabalho; identificação de oportunidades empreendedoras; determinação dos papéis e deveres dos intervenientes na implementação da disciplina de empreendedorismo; estratégias de monitoria e avaliação: definições, objectivo, objecto e instrumentos de recolha de dados.

## **Capítulo 3**

### **Estudo empírico**

### **3.1 - Metodologia**

Neste capítulo descrevem-se os procedimentos de recolha e análise de dados bem como os materiais recolhidos que permitiram a obtenção dos resultados que suportam o estudo empírico. O estudo é do tipo descritivo, pois procura descobrir e classificar a relação entre as variáveis e a causalidade entre fenómenos. Este estudo tem uma parte que recorre à abordagem quantitativa que se caracteriza pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na colecta quanto no tratamento de dados. E, ainda uma parte que recorre à metodologia qualitativa suportada na recolha de dados através de entrevista. Destaca-se a importância de ter a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação possibilitando uma margem de segurança quanto a inferência feita.

### **3.2 - Tipo de estudo**

Desenvolveu-se um estudo observacional descritivo transversal sobre percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na região seleccionada, bem como a análise das entrevistas recolhidas dos diretores das escolas seleccionadas. O estudo foi aplicado à cidade do Huambo - Angola, no período que decorreu entre 15 de Agosto de 2015 e 10 de Junho de 2016. A extensão do período deveu-se à abrangência dos estudantes das instituições seleccionadas e é de natureza transversal por ter sido realizado em diferentes níveis de ensino.

### **3.3 - Universo e amostra do estudo**

De modo a concretizar o objetivo principal da investigação e atendendo à escassez de estudos e indisponibilidade de dados sobre este assunto em Angola optou-se pela recolha primária de dados. Tendo-se incidido numa região de Angola seleccionada, a cidade do Huambo, pois dada a dimensão do país a recolha a nível nacional implicaria a disponibilidade de mais tempo do que o disponibilizado para a redação de uma dissertação de mestrado e implicaria custos insuportáveis a nível individual. Assim, a cidade do Huambo tem 665.574 habitantes, dos quais 265.517 são jovens em idade escolar e dispõe de 197 escolas do ensino primário, 38 do I Ciclo do Ensino Secundário, 10 do II Ciclo do Ensino Secundário e 5 do Ensino Superior.

Dado o elevado número de instituições, a impossibilidade logística e temporal de recolher dados em todo o universo de instituições da cidade do Huambo optou-se por seleccionar um

conjunto de instituições tendo em conta os níveis de ensino e o tipo de oferta formativa. Assim o estudo inclui o Instituto Médio de Administração e Gestão, a Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau e a Faculdade de Economia, conforme informação na Tabela 4. A amostra é não probabilística formada por 394 estudantes das três instituições de ensino, seleccionadas por conveniência.

**Tabela 4 – Informação sobre a recolha de dados - estudantes**

Instituições	População escolar	Nº de alunos do último ano	Inquéritos enviados	Inquéritos recebidos	Taxa de resposta
Instituto Médio de Administração e Gestão (IMAG)	1040	250	150	103	69 %
Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau	2241	398	160	157	98 %
Faculdade de Economia	1703	188	140	134	96 %

O estudo inclui ainda a recolha de dados qualitativos através de entrevistas dirigidas aos diretores das escolas seleccionadas e ao coordenador provincial da educação para o empreendedorismo, conforme informação disponível na Tabela 5.



**Tabela 5 – Entrevistas aos Directores das escolas**

<b>Nome do entrevistado</b>	<b>Cargo</b>	<b>Data da entrevista</b>
H. D	Coordenador Provincial da Educação para o empreendedorismo	10 de agosto de 2015
I. K. C. R.	Director da Escola do Instituto Médio de Administração e Gestão (IMAG)	22 de outubro de 2015
M. D. C.	Director da Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau	24 de novembro de 2015
S. V. A.	Decana da Faculdade de Economia	10 de Junho de 2016

### **3.4 – Recolha dos dados**

A recolha de dados foi realizada através de questionário (vide apêndice B) lançado entre (15 de Agosto de 2015 e Março de 2016) e de entrevistas aos Directores das escolas e ao Coordenador Provincial (vide guião de entrevista no apêndice G).

O processo de coleta de dados consistiu num questionário fechado, com dezassete questões alicerçadas na revisão de literatura e no estado de arte sobre este assunto a nível internacional anteriormente testado noutros países e adaptado ao caso angolano. Segundo a ANGOP (2014) em Angola a disciplina do empreendedorismo somente foi inserida no ensino secundário geral no ano de 2008, embora a concepção do projecto tenha iniciado em 2005, através do convite das Nações Unidas para o Governo de Angola, a fim de partilhar a experiência de outros países como Ghana.

O questionário aplicado levanta questões que permitem estudar as atitudes e intenções empreendedoras relacionadas com a criação de empresas pelos estudantes. Optou-se por seleccionar escolas/instituições de diferentes níveis de ensino de modo a obter-se uma visão mais alargada desta realidade.

Para a recolha de dados os questionários foram entregues e recolhidos dias depois a pedido dos próprios estudantes. No Ensino Médio foram aplicados na 12<sup>a</sup> Classe (último ano) e na Faculdade de Economia no 4<sup>o</sup> ano, em suma todos os inquéritos aplicaram-se apenas no último ano de cada nível de escolaridade, seguindo-se o protocolo internacional que mostra que os estudantes estão mais recetivos à criação de empresas na fase final de cada ciclo de ensino, ou seja, imediatamente antes da suposta entrada no mercado de trabalho.

Após a coleta passou-se à fase de inserção dos dados e sua análise através do programa SPSS. Para esse efeito codificaram-se as escolas, o IMAG está representado por 1, a Escola do II Ciclo por 2 e a Faculdade de Economia por 3.

Ainda nas mesmas instituições aplicaram-se entrevistas aos seus Directores, bem como, ao Coordenador Provincial de Empreendedorismo no Huambo, no sentido de auscultar a sua percepção sobre as políticas de ensino para o empreendedorismo nas escolas da cidade do Huambo.

Para complementar o estudo e diversificar as perspetivas sobre o assunto foram ainda aplicadas entrevistas às três instituições de formação profissional em empreendedorismo da cidade do Huambo, nomeadamente: Centros Locais de Empreendedorismo e Serviços de Emprego (CLESE), Instituto Nacional de Apoio as Micro, Pequenas e Médias Empresas (INAPEM) e Balcão Único do Empreendedor (BUE), no sentido de compreender as políticas públicas para o apoio às pequenas iniciativas de negócios face ao programa de incentivo ao empreendedorismo em vigor no país, conforme Tabela 6.

**Tabela 6 – Entrevistas aos Responsáveis das Instituições de Apoio aos empreendedores**

Nome do entrevistado	Cargo	Data da entrevista
D. L.	Director local do INAPEM	14 de Agosto de 2015
E. C.	Director local do CLESE	14 de Agosto de 2015
F. A.	Representante da Coordenação Provincial dos BUE's no Huambo	30 de Setembro de 2015

A análise dos dados quantitativos foi feita através do programa informático SPSS Versão 19. A análise dos dados qualitativos foi realizada com recurso a análise de conteúdo com triangulação.

### **3.4.1 – Critérios de inclusão e considerações éticas**

Conforme referido e explicado anteriormente foram seleccionados os estudantes da 12ª Classe do IMAG, da Escola do II Ciclo do Ensino Secundário e do 4º Ano da Faculdade de economia, optando-se pelos anos de final de ciclo.

Antes do início do trabalho de campo remeteu-se às Instituições escolares (Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau, Instituto Médio de Administração e Gestão e a Faculdade de Economia), um documento de solicitação de passagem de questionários aos Directores das escolas seleccionadas (carta, vide apêndices C, D, E e F). O motivo da selecção destas escolas prende-se com o facto de que o II Ciclo e o IMAG contêm no currículo a disciplina de empreendedorismo e a Faculdade de Economia apesar de não ter a disciplina como tal, tem cadeiras relacionadas directamente ao empreendedorismo como por exemplo Gestão das Organizações, Contabilidade, Introdução à Economia e Análise e Avaliação de Investimento.

Assim todos os estudantes foram informados sobre a participação no estudo e os elementos/informações pessoais foram salvaguardados.

### **3.5 – Caracterização do local de estudo**

A província do Huambo, situa-se na zona centro-sul de Angola com uma extensão territorial de 34.270 quilómetros ao quadrado, possui uma população, de acordo com os dados preliminares do Censo realizado de 16 a 31 de Maio de 2014, em um milhão, 894 mil e 147 habitantes em que 52% é do género feminino. Destes a cidade do Huambo é habitada por 665 mil e 574 habitantes.

#### **3.5.1- Instituto Médio de Administração e Gestão (IMAG)**

É uma Instituição de ensino médio virada para a formação de estudantes em administração e gestão, situada no bairro de Dango a 10 quilómetros da cidade do Huambo. A escola tem no ano lectivo de 2015-16, 1040 estudantes nos seis cursos: Secretariado, Informática, Estatística e Planeamento, Gestão e Contabilidade, Gestão Empresarial e Informática de Gestão.

### 3.5.2 - Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau

Esta escola está localizada a 9 quilómetros da cidade do Huambo no bairro de Casseque II, à beira da estrada que dá acesso às províncias da Huila e Benguela. Tem 12 salas com 2.241 estudantes, no ano letivo de 2015-16 com três áreas de conhecimentos tais como: Ciências Físicas e Biológicas, Ciências Humanas e Ciências Económicas Jurídicas. Na mesma escola, a disciplina de empreendedorismo foi implementada em 2015, tendo abrangido apenas duas turmas.

### 3.5.3 - Faculdade de Economia

A Faculdade de Economia é uma Instituição de Ensino Superior que fica no bairro Rua dos Ministros, com um universo de 1.703 estudantes no ano letivo 2015-16. A Faculdade tem apenas três especialidades: Gestão empresarial, Contabilidade e Auditoria bem como Economia implementada no ano lectivo de 2016.

## 3.6 - Análise e discussão dos resultados relativos à percepção dos estudantes

Esta secção tem por finalidade detalhar e organizar os dados recolhidos no decurso da pesquisa. A fim de responder ao objetivo proposto, os resultados são apresentados em quadros e gráficos referentes ao questionário aplicado aos estudantes e interpretados tendo em consideração a revisão da literatura.

**Quadro nº 1 – Distribuição de frequências da amostra de acordo com a idade (em anos)**

Nome da Instituição	Idade							
	Menos do que 17	%	de 18 a 20	%	mais do que 21	%	Total	%
IMAG	40	39	54	52	9	9	103	100
Xavier Samacau	41	26	107	68	9	6	157	100
Faculdade de Economia	0	0	37	28	97	72	134	100
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>21</b>	<b>198</b>	<b>50</b>	<b>115</b>	<b>29</b>	<b>394</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº 1 mostra que dos 394 estudantes das três escolas tem idade compreendida entre 18 à 20 anos, com um total de 198 correspondente a 50% ao passo que de um total de 81 estudantes correspondentes a 21% da amostra representam a menor faixa etária dos menos de 17 anos. A média é igual a 1,7, a mediana igual a 2,0, o desvio padrão é de 0,5 e a variância de 0,3.

Faz-se uma análise de que haja possibilidade de as pessoas de maior idade nomeadamente os maiores de 18 anos perceberem melhor as questões de empreendedorismo. Nesta perspectiva este estudo estará de acordo com Sarkar, nd, p.83 no programa *SmallBusinessInstitute (SBI)* que descreve que a idade do estudante é um dos factores determinantes na atitude face ao empreendedorismo. O programa teve mais influência em estudantes com pouco mais de 20 anos, parecendo ter produzido eventualmente alteração nas suas atitudes.

**Quadro nº 2 – Distribuição de frequência da amostra por género**

		Género					
		Masculino	%	Feminino	%	Total	%
Nome da Instituição	IMAG	69	67	34	33	103	100
	Xavier	94	60	63	40	157	100
	Samacau Faculdade de Economia	75	56	59	44	134	100
<b>Total</b>		<b>238</b>	<b>60</b>	<b>156</b>	<b>40</b>	<b>394</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº 2 mostra que num total de 394 estudantes, tanto no IMAG, Xavier Samacau quanto na Faculdade de Economia a maior parte dos estudantes são do género masculino com 67% (n=69) no IMAG, 60% (n=94), no Xavier Samacau e 56% (n=75) na Faculdade de Economia. Os dados indiciam uma maior probabilidade da existência de conhecimento de empreendedorismo no género masculino o que poderá estar relacionado com a natureza masculina de responsabilizações sócio económicas para a sustentabilidade das famílias e com aspetos de natureza cultural e de acesso ao ensino por parte dos jovens do género masculino. Canever et al (2011, p. sp) espelham uma relação com o género, muitos estudos têm focado na sua influência sobre o empreendedorismo, mas ainda não se tem resultados

definitivos. Tem-se observado que os estudantes do género masculino têm maior aspiração em se tornarem empreendedores do que estudantes do género feminino, sendo esta tendência mais evidente nos países menos desenvolvidos. Tradicionalmente tem-se o autoemprego como domínio dos homens e este fato foi associado à menor propensão das mulheres a tomar decisões que envolvam risco.

**Quadro nº 3 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao conhecimento ou não do termo empreendedorismo, por género**

		Nome da Instituição	M	%	F	%	Total	%
Já ouvi falar de empreendedorismo	Discordo Totalmente	IMAG	0	0	0	0	0	0
	Concordo Totalmente		67	65	36	35	103	100
	Discordo Totalmente	Xavier	0	0	0	0	0	0
	Concordo Totalmente	Samacau	92	59	65	41	157	100
	Discordo Totalmente	Faculdade de Economia	0	0	0	0	0	0
	Concordo Totalmente		74	55	60	45	134	100
<b>Total</b>			<b>233</b>		<b>161</b>		<b>394</b>	

Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro nº 3 verifica-se que dos 394 estudantes, os do género masculino representam o número elevado em termos dos que já ouviram falar de empreendedorismo, sendo a maior parte do Xavier Samacau com 59% (n=92), seguidos da Faculdade de Economia com 55% (n=74%) e IMAG com 65% (n=67). De igual modo o género feminino o maior número de estudantes é do Xavier Samacau, a seguir Faculdade de Economia e finalmente o IMAG.

**Quadro nº 4 – Distribuição de frequências da amostra quanto à importância de obtenção de informação sobre empreendedorismo por género**

		Género	Discordo Totalmente	%	Concordo Totalmente	%	Total
Nome da Instituição	IMAG	Masculino	3,0	2,9	66,0	64,1	69,0
		Feminino	2,0	1,9	32,0	31,1	34,0
		<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>4,9</b>	<b>98</b>	<b>95</b>	<b>103</b>
	Xavier Samacau	Masculino	3,0	1,9	56,0	35,7	59,0
		Feminino	0,0	0,0	98,0	62,4	98,0
		<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>1,9</b>	<b>154</b>	<b>98</b>	<b>157</b>
	Faculdade de Economia	Masculino	0,0	0,0	59,0	44,0	59,0
		Feminino	0,0	0,0	75,0	56,0	75,0
		<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>134</b>	<b>100</b>	<b>134</b>
<b>Total</b>			<b>8</b>	<b>2</b>	<b>386</b>	<b>98</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº 4 revela que no Xavier Samacau 62,4% (n=98) e na Faculdade de Economia com 56% (n=75) o género feminino é o que acha mais interessante obter informação sobre empreendedorismo. Contrariamente a essas duas instituições no IMAG os que acham mais interessante em obter informação em empreendedorismo na sua maioria são do género masculino com 64,1% (n=66). Porém no IMAG e Xavier Samacau o género masculino na ordem de 2,9 (n=3) e 1,9 (n=3) respectivamente acham menos interessante, já na Faculdade de Economia todos acham interessante obter informação sobre o tema. Na Faculdade de Economia todos acham interessante em obter informação sobre empreendedorismo talvez pelo facto desta instituição estar vocacionada para a formação de economistas e de gestores com perspectivas de criação de empresas o que propicia o interesse em querer saber mais sobre conhecimentos ligados à empreendedorismo. Neste sentido Santos, (2009, p. 2) afirma que o empreendedorismo associa-se às ciências económicas, por ser um factor estratégico para as economias, decorrente da sua capacidade para gerar riqueza e emprego, introduz uma nova dinâmica nos mercados, que permite um desenvolvimento e bem-estar social.

**Quadro nº 5 – Distribuição de frequências da amostra do estudo em relação à existência da disciplina de empreendedorismo na escola por género**

Na minha escola existe uma disciplina sobre empreendedorismo	Género	Nome da Instituição						Total
		IMAG	%	Xavier Samacau	%	Faculdade de Economia	%	
Masculino	Discordo Totalmente	0	0	4	3	45	34	49
	Concordo Totalmente	69	67	93	59	0	0	162
	<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>67</b>	<b>97</b>	<b>62</b>	<b>45</b>	<b>34</b>	<b>211</b>
Feminino	Discordo Totalmente	0	0	1	1	89	66	90
	Concordo Totalmente	34	33	59	38	0	0	123
	<b>Total</b>	<b>34</b>	<b>33</b>	<b>60</b>	<b>39</b>	<b>89</b>	<b>66</b>	<b>183</b>
<b>Total</b>		<b>103</b>	<b>100</b>	<b>157</b>	<b>100</b>	<b>134</b>	<b>100</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

Quanto à existência da disciplina de empreendedorismo nas escolas o quadro nº 5 permite verificar que o IMAG e Xavier Samacau apresentam um número elevado de estudantes a afirmar existir a disciplina de empreendedorismo com uma percentagem de 67% (n=69) e 59% (n=93) do género masculino. Porém, na Faculdade de Economia 100% (n=134) dizem não haver a disciplina de empreendedorismo no plano curricular. O que vai em disacordo com o sugerido por autores citados na revisão de literatura que sustentam a importância do desenvolvimento de um conjunto multidisciplinar e transversal de competências (conhecimentos, capacidades, atitudes e práticas) do foro pessoal, académico, profissional e social (Faria, 2009, p. 4213).



**Quadro nº 6 – Distribuição de frequências da amostra em relação a vontade de criar uma empresa e mantê-la em funcionamento por género**

Criar uma empresa e mantê-la em funcionamento seria fácil para mim	Nome da Instituição	Género						Total
		M	%	F	%	Subtotal	%	
Discordo Totalmente	IMAG	32	31,1	21	20,4	53	51,5	103
		37	35,9	13	12,6		50	
Concordo Totalmente	Xavier Samacau	69	43,9	40	25,5	109	69,4	157
		32	20,4	16	10,2		48	
Discordo Totalmente	Faculdade de Economia	28	20,9	11	8,2	39	29,1	134
		71	53,0	24	17,9		95	
<b>Total</b>		<b>269</b>	<b>68,2</b>	<b>125</b>	<b>31,7</b>	<b>394</b>	<b>100</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº 6 revela que do total de 269 (68,2%) estudantes do género masculino das escolas em estudo um número elevado discorda ser fácil criar e manter em funcionamento uma empresa. Tendo em conta o actual contexto económico, financeiro e cambial de vários países com economia centrada em receitas petrolíferas que tem conhecido uma queda cada vez maior do preço por barril, o que tem contribuído para morte embrionária de várias empresas.

Xavier Samacau com 43,9% (n=69), posteriormente o IMAG com 31,1% (n=32) e a Faculdade de Economia com 20,9% (n=28), o mesmo acontece com o género feminino para Xavier Samacau 25,5% (n=40), IMAG 20,4% (n=21) e Faculdade de Economia 8,2% (n=11). Contrariamente a isso, a Faculdade de Economia mostra o maior número do género masculino a concordar com a ideia de ser fácil criar e manter a empresa em funcionamento com 53% (n=71), o que pode estar relacionado com a maior probabilidade de haver uma interpretação científica mais alta em matérias de gestão de empresa, pois Ceitil(2006, p. 25) enfatiza a noção de competências como um conjunto de saberes ou de domínios de execução técnica que as pessoas poderão adquirir, seja por via do sistema formal de ensino, seja por via da formação profissional ao longo da vida. A seguir o IMAG com 35,9% (n=37), por último o Xavier Samacau com 20,4% (n=32), porém no total de 125 estudantes

do género feminino das escolas em estudo, vê-se que o maior número dos que concordam é da Faculdade de Economia com 17,9% (n=24), segue o Xavier Samacau com 10,2% (n=16) e finalmente o IMAG com 12,6% (n=13).

**Quadro nº 7 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto**

A carreira de empreendedor parece-me pouco atractiva	Nome da Instituição												Total	%
	IMAG				Xavier Samacau				Faculdade de Economia					
	M	%	F	%	M	%	F	%	M	%	F	%		
Discordo Totalmente	31	30	22	21	54	34	40	25	36	27	50	37	233	59
Concordo Totalmente	22	21	28	27	33	21	30	19	22	16	26	19	161	41
Subtotal	53	51	50	49	87	55	70	45	58	43	76	57		
Total	103				157				134				394	100

**à atratividade pela carreira de empreendedor por género**

Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro nº 7 constata-se que dos 59% (n=233) do género masculino das três instituições o maior número de estudantes a discordar totalmente é do Xavier Samacau com 34% (n=54), a seguir a Faculdade de Economia com 27% (n=36) e em último lugar o IMAG 30% (n=31). No género feminino o maior número a discordar é da Faculdade de Economia com 37% (n=50), seguidamente o Xavier Samacau com 25% (n=40) e o IMAG com 21% (n=22). Averigua-se que dos 394 estudantes correspondentes do estudo, 41% (n=161) são os que concordam totalmente de que a carreira de empreendedor parece pouco atractiva, onde o número elevado no género masculino é do Xavier Samacau com 21% (n=33) enquanto que no IMAG e Faculdade de Economia os números são os mesmos, já no género feminino também é do Xavier Samacau com 19% (n=30) ao passo que o IMAG e a Faculdade de Economia apresentam menores números. De acordo com Dornelas, (2001, p. 10) "o empreendedorismo tem sido o centro das políticas públicas na maioria dos países. O crescimento do empreendedorismo no mundo se acelerou na década de 1990 e aumentou em proporção nos anos 2000. Alguns exemplos são: programas de incubação de empresas e parques tecnológicos; desenvolvimento de currículos integrados que estimulem o empreendedorismo em todos os níveis, da educação fundamental

à pós-secundária; programas e incentivos governamentais para promover a inovação e a transferência de tecnologia; subsídios governamentais para criação e desenvolvimento de novas empresas, criação de agências de suporte ao empreendedorismo e à geração de negócios; programas de desburocratização e acesso ao crédito para pequenas empresas".

**Quadro nº 8 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à vontade de intentar um esforço para criar empresa por género**

<b>Vou esforçar-me para criar e dirigir a minha própria empresa</b>							
		Género	Discordo Totalmente	%	Concordo Totalmente	%	Total
<b>Nome da Instituição</b>	<b>IMAG</b>	Masculino	21	20,4	26	25,2	47
		Feminino	23	22,3	33	32,0	56
		<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>42,7</b>	<b>59</b>	<b>57,2</b>	<b>103</b>
	<b>Xavier Samacau</b>	Masculino	55	35,0	25	15,9	131
		Feminino	41	26,1	36	22,9	126
		<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>61,1</b>	<b>61</b>	<b>39</b>	<b>157</b>
	<b>Faculdade de Economia</b>	Masculino	38	28,4	27	20,1	114
		Feminino	24	17,9	45	33,6	120
		<b>Total</b>	<b>62</b>	<b>46</b>	<b>72</b>	<b>54</b>	<b>134</b>
<b>Total</b>			<b>202</b>	51,2	<b>192</b>	<b>48,7</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº 8 mostra que no total de 394 (100%) estudantes, 192 (48,7%) concordam totalmente, destes o maior número no que tange ao esforço para criar e dirigir a sua própria empresa encontra-se no género feminino em todas as escolas, sendo na sua maioria da Faculdade de Economia com 33,6% (n=45), a seguir o Xavier Samacau 22,9% (n=36) e o IMAG com o menor número na ordem de 32% (n=33). Ainda se regista um número elevado de estudantes do género masculino de 202 (51%) que discordam totalmente, onde maior número é do Xavier Samacau com 35% (n=55), a seguir a Faculdade de Economia 28,4% (n=38) e o IMAG com 20,4% (n=21). Porém por outro lado quanto ao género feminino das três escolas a que apresenta maior número é o Xavier Samacau com 26,1% (n=41), a seguir a Faculdade de Economia com 17,9% (n=24) e por último o IMAG com 22,3% (n=23). O empreendedorismo por necessidade é vulgar, sobretudo nos países menos desenvolvidos (Carvalho e Costa, 2015), na medida em que muitos optam por essa via não por inspiração ou gosto, mas sim porque as dificuldades do momento que os obrigam a realizar alguma actividade económica ou iniciativa empreendedora para suprir as

necessidades básicas devido ao sustento das famílias. Na mesma linha outro autor defende que "os empreendedores que abrem seu próprio negócio por necessidade são aqueles que, na sua visão, não possuem opções de trabalho, estão desempregados, e para continuar com o seu sustento e sustento de sua família, se aventuram em abrir um negócio próprio, na maioria das vezes sem nenhum plano" Santana (2014, s.p).

**Quadro nº 9 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à percepção quanto à dificuldade em desenvolver uma ideia de negócio**

Para mim seria muito difícil desenvolver uma ideia de negócio							
		Género	Discordo Totalmente	%	Concordo Totalmente	%	Total
Nome da Instituição	IMAG	Masculino	37	35,9	20	19,4	57
		Feminino	27	26,2	19	18,4	46
		<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>62,1</b>	<b>39</b>		<b>103</b>
	Xavier Samacau	Masculino	23	14,6	44	28,0	67
		Feminino	34	21,7	56	35,7	90
		<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>50,3</b>	<b>100</b>	<b>63,7</b>	<b>157</b>
	Faculdade de Economia	Masculino	64	47,7	18	13,4	82
		Feminino	47	35,0	5	3,7	52
		<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>83</b>	<b>43</b>	<b>17</b>	<b>134</b>
<b>Total</b>			<b>234</b>	59	<b>160</b>	<b>41</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro nº 9 percebe-se que num total de 234 (59%) estudantes, para a Faculdade de Economia e o IMAG o género masculino representa o maior número dos que discordam ser muito difícil desenvolver uma ideia de negócio sendo 47,7% (n=64) da Faculdade de Economia, 35,9% (n=37) do IMAG, porém o género feminino apresenta de igual modo maior número na Faculdade de Economia com 27,6% (n=37), seguidamente 21,7% (n=34) do Xavier Samacau, por último no IMAG com 26,2% (n=27). Criar um plano de negócio não basta, mas o mais importante é desenvolver a ideia concretizá-la e sustentá-la. Um estudo feito por (Gonçalves, 2012, s. p.) sustenta o mesmo pensamento de que fazer um plano de negócio, é preciso usá-lo para acompanhar o desenvolvimento da empresa. Todas as informações importantes estão no plano. Conforme o tamanho da empresa este plano de negócios servirá como base para o planeamento estratégico que se desdobrará em

outros planos menores, de marketing, de produção, financeiro, plano de vendas, etc. O processo é contínuo. Planea, executa o planeamento, controla os resultados, corrige os pontos que não foram conforme o plano e começa o ciclo novamente.

**Quadro nº 10 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao conhecimento dos detalhes práticos necessários para criar uma empresa por género**

<b>Conheço todos os detalhes práticos necessários para criar uma empresa</b>						
	Género	Discordo		Concordo		Total
		Totalmente	%	Totalmente	%	
Nome da Instituição	Masculino	52	50,5	24	23,3	76
	Feminino	11	10,7	16	15,5	27
	<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>61,2</b>	<b>40</b>	<b>38,8</b>	<b>103</b>
IMAG	Masculino	100	63,7	1	0,6	101
	Feminino	56	35,7	0	0	56
	<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>99,4</b>	<b>1</b>	<b>0,6</b>	<b>157</b>
Xavier Samacau	Masculino	18	13,4	62	46,3	80
	Feminino	11	8,2	43	32,1	54
	<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21,6</b>	<b>105</b>	<b>78,4</b>	<b>134</b>
Faculdade de Economia	Masculino	18	13,4	62	46,3	80
	Feminino	11	8,2	43	32,1	54
	<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21,6</b>	<b>105</b>	<b>78,4</b>	<b>134</b>
<b>Total</b>		<b>248</b>	62,9	<b>146</b>	<b>37,1</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro nº 10, averigua-se que 248 (62,9%) os estudantes afirmam não conhecerem todos os detalhes práticos necessários para criar uma empresa, dos quais o número elevado regista-se no Xavier Samacau com 99,4% (n=156), sendo 63,7% (n=100) do género masculino, seguidamente o IMAG com 61,2% (n=63) dos quais 50,2% (n=52) é do género masculino e a Faculdade de Economia com 21,6% (n=29) sendo 13,4% do género masculino. Ainda assim 146 (37,1%) dos 394 (100%) da amostra concordam ter conhecimento de todos os detalhes práticos necessários para criar uma empresa com maior número na Faculdade de Economia 46,3% (n=62) do género masculino, a seguir 23,3% (n=24) do IMAG e o Xavier Samacau apenas com 0,6% (n=1) dos quais nenhum do género feminino.

Segundo Greatti (2005, pp. 70-71) o sucesso da criação de ideia de negócio parte do conhecimento que garante o perfil do empreendedor nomeadamente: procura de oportunidades e iniciativas, capacidade de reacção a frustrações e situações de tensão, persistência, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informação,

estabelecimento de metas, planeamento e monitorização sistemática, inovação, independência, liberdade e autoconfiança, conhecimento do ramo, ambiente de relação do empreendedor, habilidade empresarial, necessidade de realização, capacidade de delegação, persuasão e rede de contactos.

**Quadro nº 11 – Distribuição de frequências da amostra quanto ao conhecimento sobre a existência de organismos de apoio ao empreendedorismo por género**

		Género	Discordo Totalmente	%	Concordo Totalmente	%	Total
Nome da Instituição	IMAG	Masculino	29	28,2	20	19,4	49
		Feminino	25	24,3	29	28,2	54
		<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>52,4</b>	<b>49</b>	<b>47,6</b>	<b>103</b>
	Xavier Samacau	Masculino	41	26,1	35	22,3	76
		Feminino	38	24,2	43	27,3	81
		<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>50,3</b>	<b>78</b>	<b>49,7</b>	<b>157</b>
	Faculdade de Economia	Masculino	11	8,2	24	17,9	35
		Feminino	13	9,7	86	64,2	99
		<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>17,9</b>	<b>110</b>	<b>82,1</b>	<b>134</b>
<b>Total</b>			<b>157</b>	39,8	<b>237</b>	<b>60,2</b>	<b>394</b>

**Fonte:** Elaborado pelo autor

Em relação ao grau de conhecimento sobre os organismos de apoio ao empreendedorismo o quadro nº 11 clarifica que dos 394 (100%) estudantes no geral 60,2% (n=237) conhecem os respectivos organismos sendo na sua maioria do género feminino com mais realce na Faculdade de Economia com 64,2% (n=86), o Xavier Samacau com 27,3% (n=43) e o IMAG com 28,2% (n=29). Ao contrário desta realidade 157(39,8%) estudantes desconhecem os organismos de apoio ao empreendedorismo sendo 79 (50,3%) do Xavier Samacau, 54 (52,4%) do IMAG e a minoria da Faculdade de Economia com 24 (17,9%). Assim o maior número no IMAG é do género masculino com 28,2% (n=29), no Xavier Samacau também género masculino com 26,1% (n=41) apenas na Faculdade de Economia 9,7% (n=13) é do género feminino.

O conhecimento das instituições de apoio ao empreendedorismo pode constituir um ponto de partida positivo para o desenvolvimento de um negócio. Contudo há que se ter em conta que se o apoio for financeiro e de origem bancária pode colocar em risco o desenvolvimento do negócio face às incertezas, crescimento deficiente do negócio relacionado à fase embrionária do mesmo, factores adicionados as altas taxas de juro. As instituições bancárias tendem a preferir empresas com experiência ou negócio, cujas equipas de gestão mantenham boas relações com a instituição e que apresentem planos de negócio que demonstrem capacidade para cumprir o serviço da dívida. (Piedade, n.d., s.p.) o plano de negócio deve ser escrito como parte dos requisitos de aprovação de um empréstimo, ingresso em uma incubadora de empresas, e também como solicitação de bolsas ou recurso financeiros de órgãos do governo. Além disso, pode-se esperar que o mesmo plano convença a um investidor, bancos, potenciais parceiros, fornecedores e, à própria empresa internamente. Esses são os públicos que geralmente têm interesse em um plano de negócio.

**Quadro nº 12 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à percepção sobre a cultura do país favorável à actividade empreendedora por género**

<b>A cultura do meu país é favorável à actividade empreendedora</b>								
		<b>Género</b>	<b>Discordo Totalmente</b>	<b>%</b>	<b>Concordo Totalmente</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	
<b>Nome da Instituição</b>	<b>IMAG</b>	Masculino	10	9,7	23	22,3	33	
		Feminino	25	24,3	45	43,7	70	
		<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>34,0</b>	<b>68</b>	<b>66,0</b>	<b>103</b>	
	<b>Xavier Samacau</b>	Masculino	22	14,0	53	33,8	75	
		Feminino	25	15,9	57	36,3	82	
		<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>29,9</b>	<b>110</b>	<b>70,1</b>	<b>157</b>	
	<b>Faculdade de Economia</b>	Masculino	13	9,7	35	26,1	48	
		Feminino	10	7,5	76	56,7	86	
			<b>Subtotal</b>	<b>23</b>	<b>17,2</b>	<b>111</b>	<b>82,8</b>	<b>134</b>
	<b>Total</b>			<b>105</b>	26,6	<b>289</b>	<b>73,4</b>	<b>394</b>

Fonte: Elaborado pelo autor

O quadro nº12 representa o nível de concordância ou não sobre a actividade empreendedora em função da cultura do país. Dos 394 (100%) estudantes da amostra 289 (73,4%) indica o número que concorda totalmente de que a cultura do país é favorável à actividade empreendedora, do qual o Xavier Samacau e a Faculdade de Economia apresentam maiores números sendo 56,7% (n=76) género feminino da Faculdade de Economia, 36,3% (n=57) do Xavier Samacau e a minoria com 43,7% (n=45) do IMAG. Os outros na ordem de 105 (26,6%) discordam totalmente tal que o Xavier Samacau aponta o maior número em 29,9% (n=47) dos quais 15,9% (n=25) é do género feminino, a seguir o IMAG com 34% (n=35), onde o número de discordância no género feminino é o mesmo do Xavier Samacau e o menor número está na Faculdade de Economia com 17,2% (n=23) do qual 9,7% (n=13) é género masculino.

De acordo com Lemba(2016, s.p.)em Angola nos últimos tempos o movimento empreendedor tem crescido em resultado de algumas políticas que favorecem novos negócios, pode-se citar a possibilidade de constituir uma empresa a partir de doze mil kwanzas, e em menos de vinte e quatro horas no guiché único e a criação do balcão único do empreendedor (BUE). Os padrões socioculturais demonstram uma postura favorável à actividade empreendedora em Angola, podemos afirmar que o Angolano é empreendedor por natureza, os pequenos negócios familiares como a venda de gelado de múkua, água fresca, quissangua, micates, pipocas e outros produtos justificam esta afirmação, embora muito destes negócios não serem sustentáveis, pois se afirmam como tapa-buracos necessários para colmatar pequenas necessidades financeiras de muitas famílias, podemos classificar esse tipo de empreendimentos como empreendimento de necessidade, ou seja é a única opção de investimento.



**Quadro nº 13 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à percepção sobre as medidas de formação específica para jovens empreendedores por género**

<b>Medidas de formação específica para jovens empreendedores</b>							
		<b>Género</b>	<b>Desconhecime nto Total</b>	<b>%</b>	<b>Conhecim ento Total</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>
<b>Nome da Instituição</b>	<b>IMAG</b>	Masculino	23	22,3	31	30,1	54
		Feminino	28	27,2	21	20,4	49
		<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>49,5</b>	<b>52</b>	<b>50,5</b>	<b>103</b>
	<b>Xavier Samacau</b>	Masculino	48	30,6	28	17,8	76
		Feminino	61	38,9	20	12,7	81
		<b>Total</b>	<b>109</b>	<b>69,4</b>	<b>48</b>	<b>30,6</b>	<b>157</b>
	<b>Faculdade de Economia</b>	Masculino	10	7,5	63	47,0	73
		Feminino	13	9,7	48	35,8	61
		<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>17,2</b>	<b>111</b>	<b>82,8</b>	<b>134</b>
	<b>Total</b>			<b>183</b>	<b>46,4</b>	<b>211</b>	<b>53,6</b>

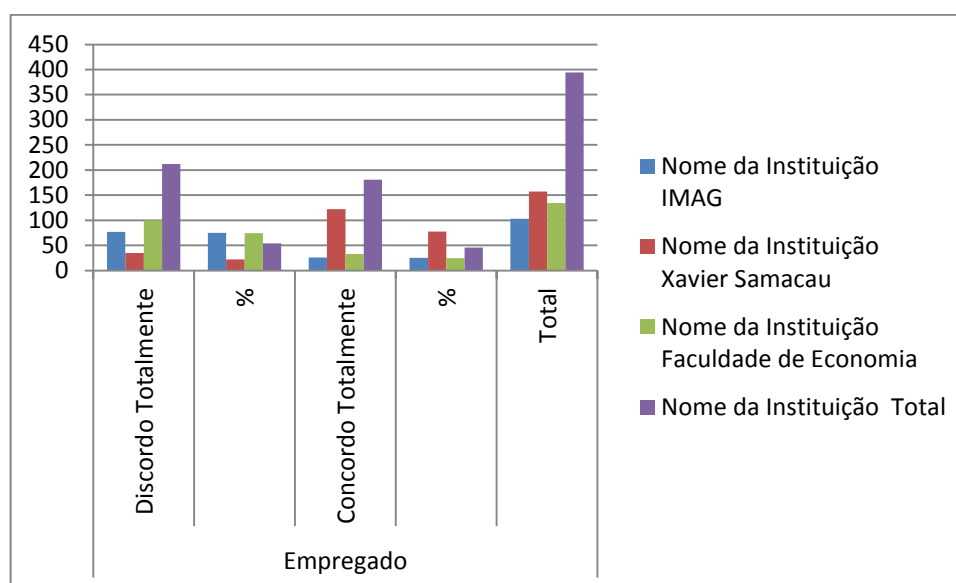
Fonte: Elaborado pelo autor

No quadro nº 13 observa-se que dos 394 (100%) estudantes 211 (53,6%) têm o conhecimento total das medidas de formação específica para jovens empreendedores dos quais o número elevado é da Faculdade de Economia com 82,8% (n=111), onde 47% (n=63) é género masculino, a seguir o IMAG com 50,5% (n=52) do qual 30,1% (n=31) é género masculino tal que a minoria está no Xavier Samacau com 30,6% (n=48), onde o número elevado é do género masculino com 17,8% (n=28). De salientar que 183 (46,4%) representa o número de estudantes que desconhece totalmente as medidas de formação específica para jovens empreendedores, pelo que a minoria encontra-se na Faculdade de Economia com 17,2% (n=23), dos quais o menor número é do género masculino com 7,5% (n=10), porém no Xavier Samacau o número elevado dos que desconhecem totalmente tais medidas está na ordem de 69,4% (n=109) representados pelos 38,9% (n=61) do género feminino e por último o IMAG com 49,5% (n=51), onde 27,2% (n=28) é constituído por um número elevado do género feminino.

Na visão de Fonseca e Peixoto (2015 sp) "a educação empreendedora não visa a preparação de futuros empresários, mas sim o desenvolvimento de capacidades empreendedoras, em todas as crianças, capacidades consideradas necessárias para uma

cidadania ativa, participativa e crítica’. Para os mesmos autores, esta educação diz respeito ao desenvolvimento da capacidade de agir como empreendedor e de valorizar atitudes e comportamentos em vez de conhecimentos e modos de como gerir um negócio, assim a mesma tem implicações nas abordagens educativas adotadas. Educar para o empreendedorismo pode ser uma das melhores vias para fomentar a cultura empreendedora e ao mesmo tempo para promover o bem-estar sócio-económico das famílias num determinado país e/ou região, para tal é necessário que as instituições escolares se organizem adoptando políticas que procurem criar habilidades e capacidades nos alunos de serem empreendedores de sucesso. Segundo Teixeira (2012a) não é só a Escola, como instituição, que precisa de sofrer alterações, a atuação dos professores deve, também, ser alvo de adaptações para garantir a percepção dos conteúdos teórico-práticos em matérias de empreendedorismo.

**Gráfico nº 1 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao nível de atracção por opção profissional /empregado**

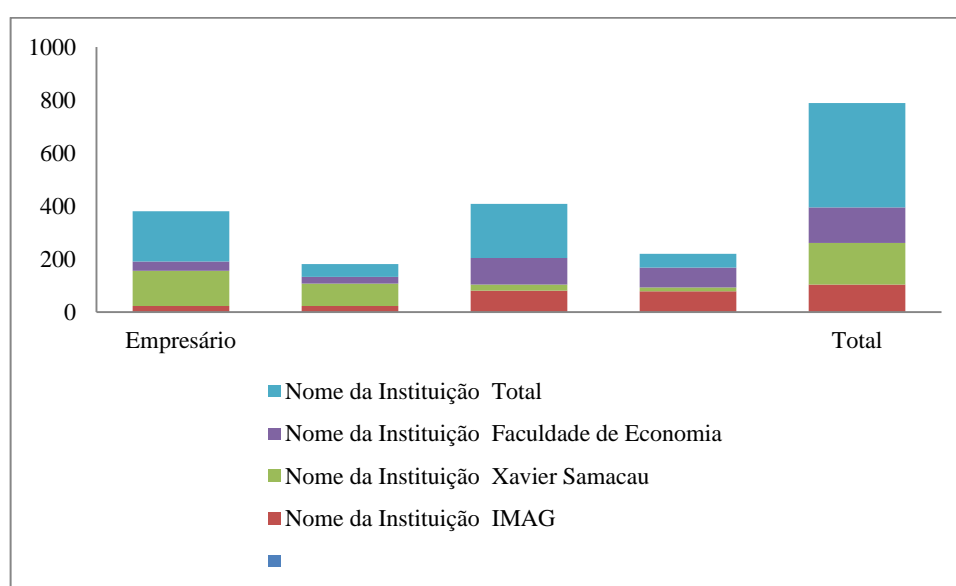


Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico nº1 mostra que num total de 212 (54%) o Xavier Samacau tem o maior número dos que concordam totalmente ser empregados com 78% (n=122). Porém o número elevado dos que discordam serem empregados é da Faculdade de Economia com 75% (n=100).

O maior número concorda que prefere ser empregado talvez pelo facto de sentir incapacidade de criar empresa, daí a preferência de trabalhar por conta de outrem. Todavia existem para além das vantagens nomeadamente: possibilidade de ganhar experiência; estabilidade financeira mensal; direitos do trabalhador; não assumir o risco do negócio entre outros, acarretam alguns inconvenientes tais como: ter subordinação em todas as atividades; horários fixos; risco de não evoluir dentro da empresa; aumento de salários condicionados ao desempenho da empresa e demais empregados. (Educação, 2015, s.p.)

**Gráfico nº 2 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao nível de atracção por opção profissional/ empresário**



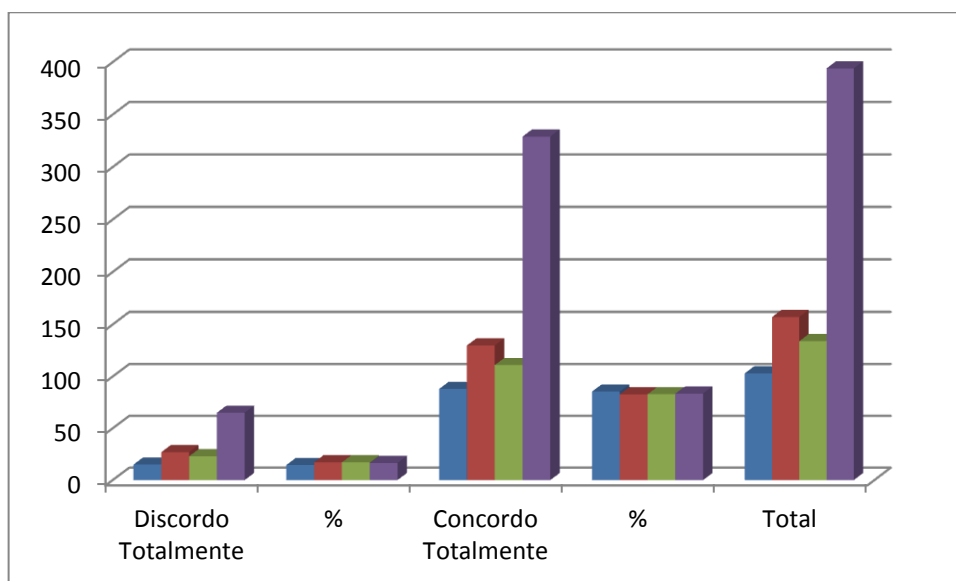
Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico nº2 indica que a Faculdade de Economia e o IMAG são os que apresentam maior interesse em ser empresários com 78% (n=80) do IMAG e 75% (n=100) da Faculdade de Economia, pelo contrário o Xavier Samacau tem um número menor estudantes com interesse de ser empresários com 15% (n=24). Por via disso 190 (48%) discordam totalmente em ser empresários, onde o maior número encontra-se no Xavier Samacau com 85% (n=133), a seguir Faculdade de Economia com 25% (n=34) e Faculdade de Economia com 22% (n=23).

O maior interesse em ser empresários prende-se com o facto de sua formação contemplar disciplinas que ofereçam a adopção de capacidades de criação de empresa por um lado, por outro a necessidade de crescimento sócio económico individual e das famílias adicionadas às seguintes vantagens: independência; ser dono do seu próprio negócio; não receber

ordens; possibilidade de ganhos maiores; horários flexíveis; montar a sua própria equipe, além disso existem algumas desvantagens como: não ter direito à férias responsabilidade pela vida profissional de seus empregados; trabalha muito mais do que qualquer empregado; pagamentos pesado de impostos; não ter salário garantido; demais riscos do próprio negócio (Educação, 2015, p. sp).

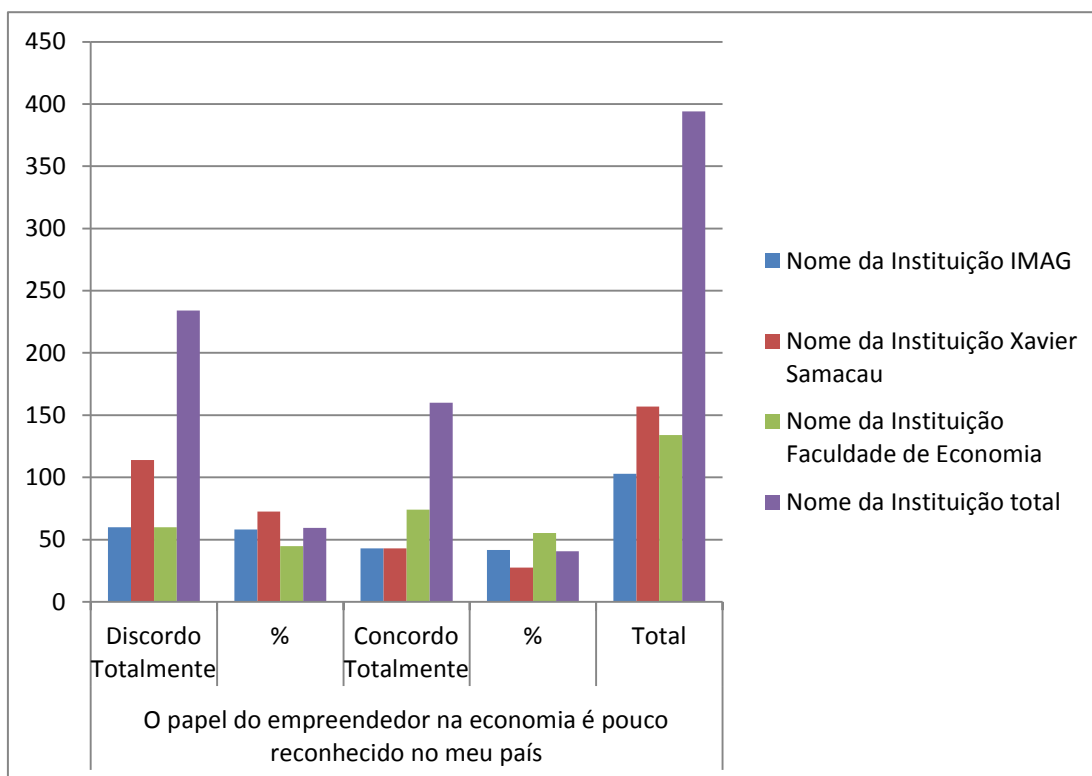
**Gráfico nº 3 – Distribuição de frequências da amostra do estudo em relação a ser empreendedor dar-me-ia grande satisfação**



Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico nº 3 mostra que 84% (n=329) concordam totalmente que ser empreendedor dá uma grande satisfação, tal que 83% (n=130) são do Xavier Samacau, 83% (n=111) da Faculdade de Economia, 85% (n=88) do IMAG. Enquanto que 16% (n=65) são os que discordam totalmente, dos quais 17% (n=27) do Xavier Samacau, 17% (n=23) da Faculdade de Economia, 15% (n=15) do IMAG.

**Gráfico nº 4 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao papel do empreendedor é pouco reconhecido na economia do meu país**



**Fonte:** Elaborado pelo autor

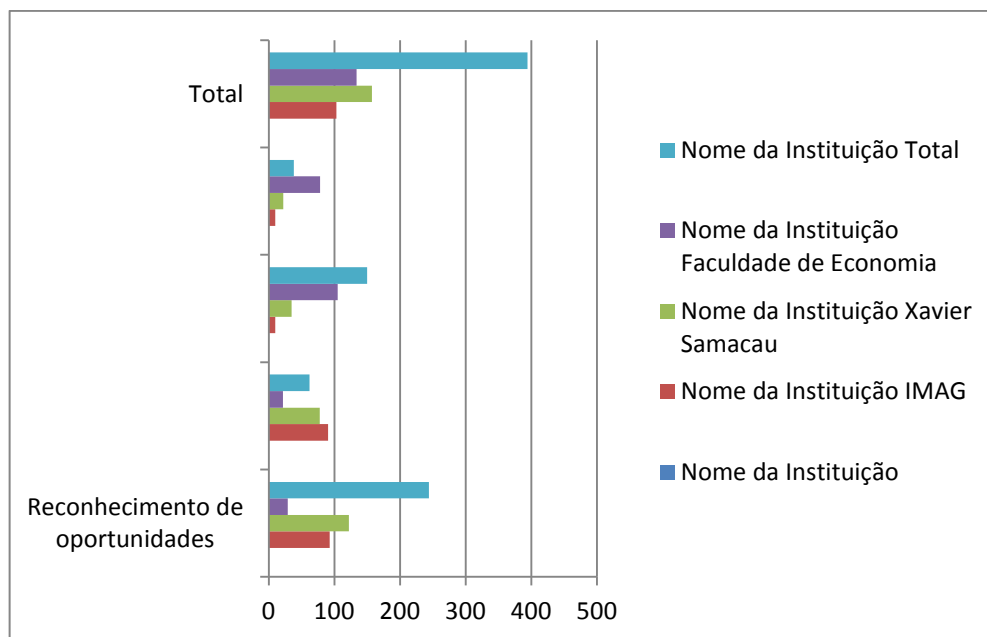
O gráfico nº 4 revela que 59% (n=234) é o total dos que discordam de que o papel do empreendedor na economia é pouco reconhecido no país, dos quais 73% (n=114) são do Xavier Samacau, o IMAG e a Faculdade de Economia têm o mesmo número de discordância, isto é 45% (n=60) da Faculdade de Economia e 58% (n=60) do IMAG.

O número de estudantes a discordar de que o papel do empreendedor na economia é pouco reconhecido em Angola é maior. O que vai de acordo com um documento publicado em alguns meios de comunicação online<sup>5</sup> a referir que os programas das autoridades angolanas têm primado por políticas de apoio ao pequeno negócio cujo objectivo é despertar principalmente a juventude para criar iniciativas empreendedoras. Para o efeito, tem sido vários os projectos anunciados como são os casos do Balcão Único do Empreendedor, o Angola Investe, entre outros. A intenção do Executivo angolano é proporcionar oportunidades sustentáveis que visam combater a pobreza e as desigualdades sociais que inviabilizam o desenvolvimento das comunidades.

<sup>5</sup> Vide <http://ajfern.blogspot.com/2014/06/empreendedores-em-angola.html>

Os indicadores de empreendedorismo em Angola estão a dividir opiniões entre analistas, candidatos e a visão das autoridades.

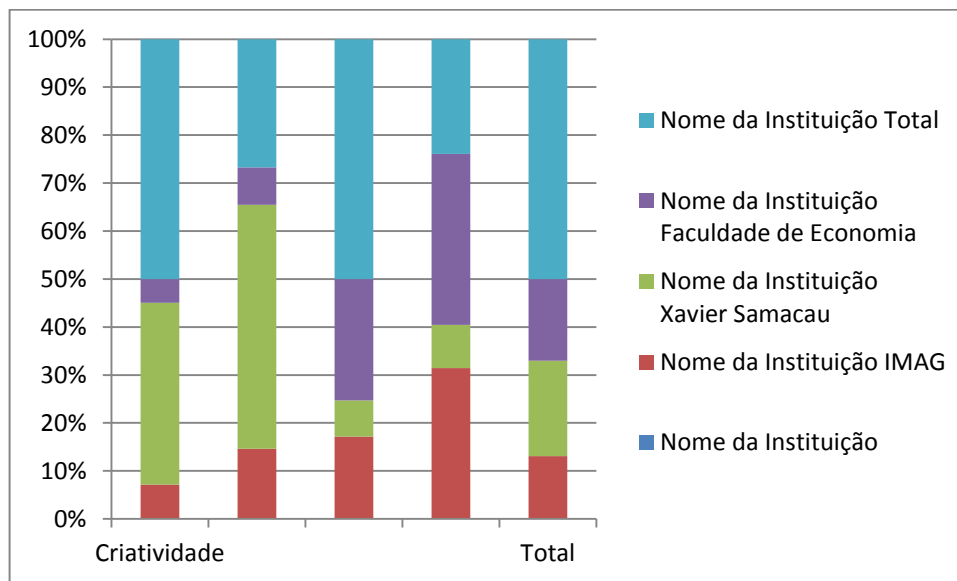
**Gráfico nº 5 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto ao reconhecimento de oportunidades**



Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico nº 5 mostra que dos 394 estudantes inqueridos 150 correspondentes a 38% são os que têm excelentes capacidades de reconhecimento de oportunidades dos quais 78% (n=105) são da Faculdade de Economia, 22% (n=35) do Xavier Samacau, 10% (n=10) do IMAG. O que implica que 62% (n=244) são os que apresentam nenhuma capacidade de reconhecimento de oportunidades, onde o maior número está no Xavier Samacau com 78% (n=122), a seguir o IMAG com 90% (n=93) e por último 22% (n=29) da Faculdade de Economia.

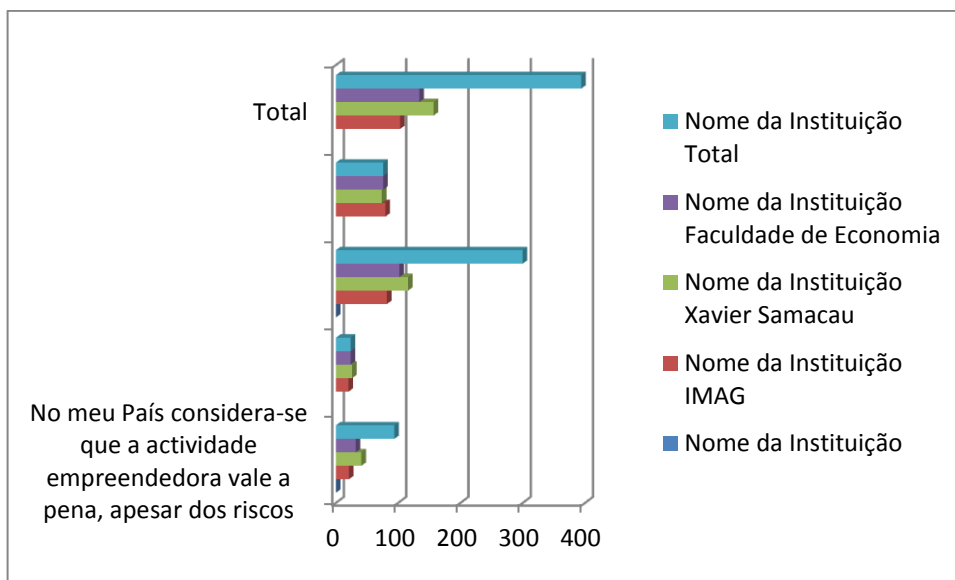
**Gráfico nº 6 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à criatividade**



Fonte: Elaborado pelo autor

O gráfico nº 6 mostra que o IMAG e a Faculdade de Economia têm maior percentagem quanto a capacidade de criatividade com 88% (n=118) e 78% (n=80) respectivamente ao passo que o Xavier Samacau mostra uma percentagem baixa na ordem de 22% (n=35).

**Gráfico nº7– Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto a questão no meu país considera-se que a actividade empreendedora vale apenas apesar dos riscos**



Fonte: Elaborado pelo autor

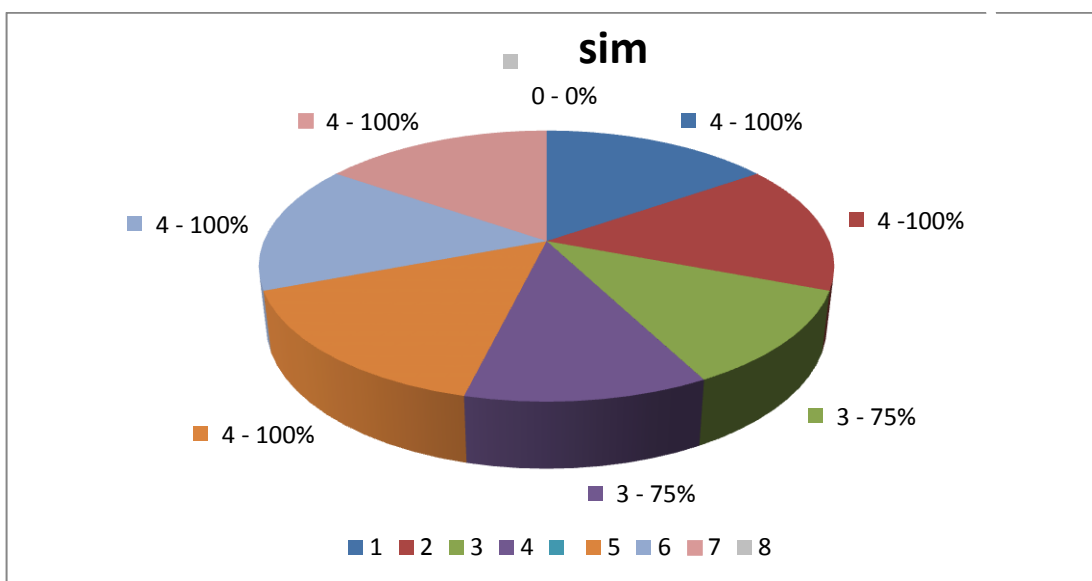
O gráfico nº 7 mostra que 76% (n=300) corresponde àqueles que concordam totalmente de que a actividade empreendedora vale apenas apesar dos riscos, dos quais maior número é do Xavier Samacau com 74% (n=116), a seguir 76% (n=102) da Faculdade de Economia, 80% (n=82) do IMAG. Ao passo que 24% (n=94) são os que discordam totalmente, tal que o maior número de estudantes é do Xavier Samacau com 26% (n=41), Faculdade de Economia com 24% (n=32) e o IMAG com 20% (n=21).



#### 4. Análise das entrevistas

Nesta secção apresentam-se os resultados da análise de conteúdo das entrevistas conforme os gráficos seguintes, através do roteiro de questões de acordo com o apêndice G.

**Gráfico nº 8 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à entrevista com os Directores das escolas**



Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico nº 8 observa-se que maior parte das respostas favorecem positivamente as questões colocadas em 100% delas (n=4). A questão nº 1 apresenta 100% de respostas, pois todos os entrevistados consideram importante a educação para o empreendedorismo.

Neste entretanto enfatiza-se que a educação para o Empreendedorismo contribui para o desenvolvimento da qualidade de atitudes pessoais, capacidade de gestão, abnegação e disciplina de trabalho, espírito de iniciativa, dinamismo e criatividade, identificação e aproveitamento de oportunidades de inovação, transferência de ideias empreendedoras em actividades práticas, capacidade de resolução de problemas, perseverança e capacidade de sobrevivência e tomada de decisões. Um estudo feito por Faria, sustenta o mesmo pensamento segundo o qual as orientações a serem dadas para que se possa manter a rota da energia do empreendedorismo implicam o desenvolvimento de um conjunto multidisciplinar e transversal de competências (conhecimentos, capacidades, atitudes e práticas) do foro pessoal, académico, profissional e social, (2009, p. 4213).

Ainda assim 50% dos entrevistados pactuam a ideia de que a educação para o empreendedorismo estimula a aprendizagem em todas as disciplinas, apesar de que 25% deles preconiza o incentivo de políticas de abertura de novos negócios em grande ou pequena escala no país, o que pode desafogar de alguma forma o Estado no que tange a absorção da juventude para o emprego.

De acordo com o gráfico na questão nº 2 apresenta-se em 100%, a confirmar a existência de um programa de educação para o empreendedorismo embora 25% tenha referido não haver a disciplina no currículo como tal, mas haver uma estreita relação com outros programas que promovem empreendedorismo.

Na outra vertente 75% (n=3) de respostas dos entrevistados concorrem na perspectiva de existir uma grande necessidade de desenvolver competências empreendedoras para que o aluno passado o tempo determinado de formação adquira conhecimentos, habilidades e atitudes e já 25% deles refere-se à necessidade de inclusão no plano curricular a disciplina específica de empreendedorismo consubstanciada no seu programa a respectiva educação.

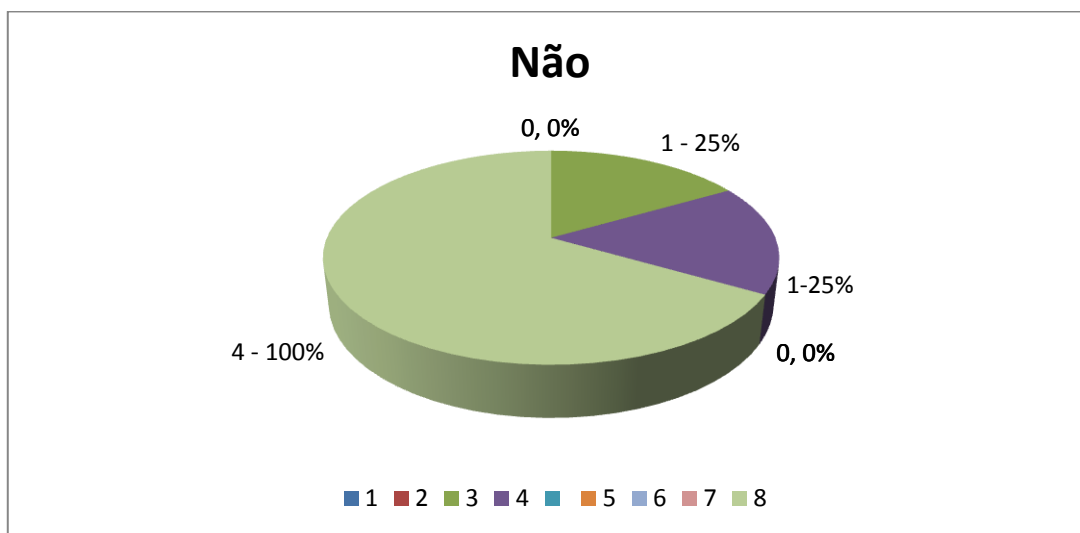
Por outro lado, o gráfico ilustra que 100% (n=4) dos elementos do estudo referiram unanimemente que a disciplina de empreendedorismo é transversal às várias disciplinas, pois os seus conteúdos são abrangentes para diversas áreas de conhecimento, como por exemplo, Gestão das Organizações, Contabilidade, Introdução à Economia e Análise e Avaliação de Investimento, entre outras, tendo presente que um dos primeiros conhecimentos com que o estudante se confronta e aprende é que os recursos são escassos e por isso devem ser geridos com rigor e máxima racionalidade. Em suma, o plano curricular em si já permite passar aos estudantes ferramentas adequadas para o desenvolvimento de competências empreendedoras.

Quanto à 6ª questão colocada os elementos entrevistados no estudo afirmam em geral saber que órgão Ministerial de tutela, teria um programa sobre empreendedorismo.

Relativamente ao conhecimento das instituições vocacionadas à formação sobre empreendedorismo 100% (n=4) conhecem estas instituições.

O gráfico que se segue faz menção dos resultados das entrevistas afirmadas negativamente através do roteiro de questões de acordo com o apêndice G.

**Gráfico nº9 – Distribuição de frequências da amostra do estudo quanto à análise de entrevista dos que afirmaram negativamente a existência de laboratórios de ideias e incubadoras de empresas**



Fonte: Elaborado pelo autor

No gráfico nº 9 verifica-se que 100% (n=4) dos elementos do estudo declaram desconhecer a existência de espaços onde se pode desenvolver alguma actividade de preparação para a criação de um negócio, por exemplo laboratório de ideias ou incubadoras de empresas.

Partindo do pressuposto de que as teorias aliadas ao exercício prático garantem o aumento do desenvolvimento das competências, atitudes e habilidades, reflete-se o facto de que a não existência de laboratório de ideias ou incubadoras de empresas nas instituições de formação à todos os níveis pode contribuir para maior probabilidade de incompetências e insucessos polimórficos de acções empreendedoras. Para (Dornelas, 2002, p. 132), as incubadoras de empresas (IE) assumem importante papel como agentes do desenvolvimento económico regional e como participantes do processo de formação de empreendedores e empresas. Pelo facto de abrigarem empresas emergentes em sua fase inicial, as incubadoras catalisam o processo empreendedor, sendo a ponte entre a concepção e a consolidação da empresa no mercado.

#### **4.1 - Entrevista com as instituições de Formação Profissional**

As entrevistas foram feitas em três Instituições de formação profissional nomeadamente: CLESE, INAPEM E BUE.

Quanto às principais actividades, o CLESE ministra o curso de empreendedorismo, incubadoras de empresa, seminários e palestras. O INAPEM promove formação, trabalho de consultoria e certificação de empresas. E o BUE dedica-se à preparação da constituição das micro, pequenas e médias empresas e ao protocolo para aquisição de micro créditos para os empreendedores.

Relativamente aos critérios de selecção para o acesso à formação, o CLESE tem como requisitos ter idade igual ou superior a 18 anos, ser finalista de cursos médios ou superiores e apresentar ideias viáveis de negócio. Para o INAPEM o acesso é livre. O BUE dedica-se à preparação da constituição da empresa no BUE, certificado do INAPEM, faturas proforma de fornecedores com descrição de produtos.

No que concerne à caracterização do empreendedor na cidade do Huambo, apenas o BUE acha que o empreendedor tem o dom de empreender e revela perseverança, coragem para correr riscos, capacidade de planeamento e capacidade de liderança.

No que tange à redes ou associações de empreendedores no Huambo o CLESE afirma existir a Câmara de Comércio e Indústria, Associação dos Moto Taxistas, Associação Etu Vosi e Associação dos Taxistas, o INAPEM Fórum juvenil do empreendedor, Comité dos jovens empreendedores. O BUE refere a Associação das Mulheres empresárias do Huambo (ASSOMEHUA), a Associação dos Comerciantes do Huambo e a Associação dos Agricultores do Huambo. Não sabendo do funcionamento e/ou das qualidades que apresentam tais associações.

O INAPEM e o BUE não reportaram dados sobre o número de beneficiários, porém reportam-se 2.630 formados no CLESE e destes 308 elementos chegaram a criar as suas próprias empresas.

Especificamente o BUE disponibiliza micro crédito em espécie. Os beneficiários implementam negócios como: Comércio a retalho, Comércio precário, prestação de serviço mercantil, salões de cabeleireiros, serralharia, recauchutagem, carpintaria, alfaiataria, sapataria, lanchonetes, oleiros, pasteleiros e padeiros, ou seja, negócios que exigem menos qualificações e talvez associados ao empreendedorismo por necessidade.

No que tange à existência de pessoas vocacionadas em dar conselhos para prosseguir com o negócio, o CLESE e o BUE afirmaram existirem, pois o próprio Estado o faz através de programas implementados para o desenvolvimento destas actividades como palestras, incentivos creditícios, formações no INAPEM.

#### **4.2 - Análise SWOT sobre o estado da educação de empreendedorismo na cidade do Huambo**

De acordo com Bicho e Baptista(2006, s. p.) "actualmente, torna-se imprescindível avaliar o comportamento das organizações em relação às forças competitivas do mercado, identificando a posição competitiva no sector em que actua". Ao efectuar-se esta avaliação recorre-se a instrumentos capazes de perceber as características internas organizacionais e o ambiente externo. Estes instrumentos apoiam a tomada de decisão, reduzindo a incidência de erros devidos a acções mal planeadas. O modelo SWOT é um desses instrumentos, que faz a combinação de forças e fraquezas de uma organização com as oportunidades e ameaças provenientes do mercado.

Partindo deste pressuposto pode-se fazer uma análise SWOT na cidade do Huambo. A mesma apresenta-se através da tabela abaixo.

**Tabela 7 - Análise SWOT do estado da educação para o empreendedorismo na cidade do Huambo**

<b>FOFA</b>	<b>Educação para o empreendedorismo na cidade do Huambo</b>
<b>FORÇAS</b>	Nas escolas do I e II Ciclos do Ensino Secundário já existe disciplina de empreendedorismo, considera-se um ponto forte na medida em que poder-se-á num futuro próximo promover a cultura empreendedora nos jovens.
<b>OPORTUNIDADES</b>	A crise económica que assola Angola desde 2014, é uma oportunidade para o Estado traçar políticas de reforço à sua intervenção no contexto escolar, de modo a melhorar as metodologias do ensino de empreendedorismo, pois assim os estudantes face as dificuldades de emprego são sujeitos a assumir a posição de empreendedor, o que significa que quanto mais empreendedores uma região tiver melhor.
<b>FRAQUEZAS</b>	<p>A falta de conciliação entre a teoria e prática bem como a interligação com incubadoras de empresas por parte das instituições de ensino representa um ponto fraco, na medida em que não basta os estudantes adquirirem conhecimentos teóricos, mas é importante que sejam submetidos à aulas práticas, sobretudo em assuntos ligados à elaboração de um plano de negócio, que depois de aprovado vai para uma incubadora de empresa de modo a merecer um acompanhamento.</p> <p>A formação em empreendedorismo em alguns níveis de ensino e a desigualdade entre géneros.</p>
<b>AMEAÇAS</b>	A crise é uma das ameaças, pois pode limitar o acesso a recursos necessários à promoção do empreendedorismo.

## 5. Conclusão

O empreendedorismo, constitui o objecto de diversas investigações, para além de ser um assunto que faz parte do centro das atenções dos governos a nível mundial.

Este trabalho de investigação apresenta um conjunto de aspetos sobre empreendedorismo, educação para o empreendedorismo, factos e dados sobre empreendedorismo em geral com especial atenção para o caso de Angola ainda pouco estudados do ponto de vista académico e com recurso a estudos empíricos com recolha de dados primários.

Do estudo empírico realizado em escolas da cidade do Huambo observou-se que os estudantes com maior percepção empreendedora são do género masculino com idade compreendida entre os 18 à 20 anos, revelando-se desigualdades de género entendíveis à luz da cultura e grau de desenvolvimento do país. A maioria prefere ser no futuro trabalhador por conta de outrem, preferencialmente no setor público ao invés de ser empresário.

Todavia existe maior ansiedade em obter informações sobre empreendedorismo por parte dos estudantes em geral o que revela uma evolução neste processo. Percebe-se ainda que as escolas estudadas, bem como as instituições de formação profissional carecem de políticas fortes no sentido de redobrar esforços para apoiar através de informações sobre empreendedorismo e infraestruturas de suporte a dinâmica empreendedora na cidade do Huambo. Por via disso o Ensino Superior precisa de incluir no plano curricular a disciplina de empreendedorismo de forma específica e de estabelecer uma maior ligação entre a teoria e prática através de um contacto mais próximo com empresários e organizações do ecossistema empreendedor, o qual se afigura como mal definido e com redes ainda fracas entre os diversos atores com um papel relevante nesta matéria no território estudado.

Há que se fortalecer as metodologias de educação para o empreendedorismo desde o ensino básico, como criatividade, capacidade de iniciativa e de decisão, através da disciplina de empreendedorismo ou de programas curriculares específicos de educação para o empreendedorismo.

Nesta investigação inferiu-se a necessidade de estabelecer uma ligação de sucesso entre a escola e a empresa, que facilite aos jovens a interacção com o mercado de trabalho, a partilha de conhecimentos e a criação de redes de contacto. Também é importante reforçar as escolas com programas que venham suprir o vazio que existe quanto

a informação aos jovens relativamente ao empreendedorismo e à criação do próprio negócio.

Dos resultados obtidos, verificou-se que os jovens, precisam de ter mais contacto com as incubadoras de empresas de modo a adquirir capacidades e habilidades de criação de um negócio, através da divulgação e dinamização das mesmas.

Ainda assim, no que tange às instituições de apoio ao empreendedorismo constatou-se a possibilidade de promover e desenvolver linhas financeiras específicas para jovens, associadas a uma fiscalização mais adequada. Cultivar o espírito da aceitação do erro e da falha como uma aprendizagem e oportunidade de melhoria, contrapondo o medo de falhar amplamente difundido na cultura angolana, responsável pela crescente quebra nas intenções empreendedoras. Reforça-se ainda a importância de promover a multidisciplinaridade entre futuros empreendedores, como forma de desenvolver ideias e negócios mais sólidos através de redes de contacto fortes e típicas dos ecossistemas empreendedores bem definidos e maduros.

Por parte dos Directores das escolas estudadas, apesar de enfatizarem que a educação para o empreendedorismo contribui para o desenvolvimento da qualidade de atitudes pessoais, capacidade de gestão, abnegação e disciplina de trabalho, espírito de iniciativa, dinamismo e criatividade, identificação e aproveitamento de oportunidades de inovação, transferência de ideias empreendedoras em actividades práticas, capacidade de resolução de problemas, perseverança e capacidade de sobrevivência e tomada de decisões, defendeu-se por outro lado adequar tais variáveis empreendedoras no que tange à organização curricular e as políticas públicas relativas ao empreendedorismo como parte fundamental do desenvolvimento sócio económico sustentável num mundo em constantes mudanças sócio económicas.

Pode-se concluir que este estudo, ainda que espelhe os resultados dos dados recolhidos num conjunto de instituições e de carácter exploratório possa desenhar a tendência da realidade da cidade do Huambo que pode ser muito similar a outras províncias com o mesmo nível de desenvolvimento e cultura em Angola. Os resultados são muito interessantes e sugerem a necessidade de continuar a apostar na educação para o empreendedorismo neste território como forma de mudar o paradigma de desenvolvimento e proporcionar uma diversificação da economia angolana e conseqüente aumento do empreendedorismo por oportunidade mais apostado na criação de valor. Para além disso, o estudo não permite concluir de forma clara a existência de um



ecossistema empreendedor neste território uma vez que as redes de contactos e o leque de infraestruturas de suporte, programas e políticas públicas estão ainda dispersos e carecem de um reforço da rede empreendedora e da maior proximidade e interação entre as diversas partes interessadas.

## **6. Limitação do trabalho e sugestões para investigações futuras**

Este trabalho, como todos os trabalhos de investigação, dado o seu carácter inovador pela escolha de um território/país ainda pouco estudado, pela cultura empreendedora e aspetos que não dependem do investigador, e por aspetos contingenciais associados ao tempo e recursos disponíveis para a elaboração da dissertação expõe algumas limitações que se apresentam de seguida:

- Discrepâncias de tempo entre o investigador e os entrevistados, respostas incompletas de questões em alguns questionários, a não abordagem de algumas associações empreendedoras por falta de conhecimento das mesmas mormente em relação à localização, que limitaram o acesso aos dados;
- Os órgãos ministeriais de tutela junto das instituições de ensino médio e superior implementem programas lectivos com conteúdos curriculares cujas disciplinas abordem de forma crescente, evolutiva e profissionalizante às matérias de empreendedorismo. Que os mesmos órgãos implementem de forma abrangente e transversal programas de formação prática nomeadamente: estágios profissionalizantes em empreendedorismo.
- Ausência de direccionamento e reavaliação das políticas e dos programas de apoios existentes, de forma a alcançarem as necessidades da população empreendedora.
- As instituições de formação afins sejam providas de estruturas auxiliares de apoio à formação dos empreendedores nomeadamente: laboratórios de ideias e incubadoras de empresas.
- O estudo tem um carácter exploratório e usou uma amostra por conveniência pelo que a extrapolação dos seus resultados deve ser tomada com as devidas precauções.

Este estudo levanta um conjunto de pistas para investigações futuras, nomeadamente a possibilidade de ampliar o estudo ao território do Huambo, acompanhar anualmente através da recolha de dados a evolução deste assunto ou mesmo fazer um estudo alargado a outros territórios em Angola e proceder comparações. Estas ideias ficarão decerto disponíveis para novas investigações associadas até a novos ciclos de estudo ou investigação.

## 7. Referências bibliográficas

- AJF. (2014). *Empreendedores em Angola* . Disponível em: <http://ajfern.blogspot.com/2014/06/empreendedores-em-angola.html>, sp. Consultado em [24 de Julho de 2016].
- Amaro S. F. P. (2015). O Programa de Apoio ao Empreendedorismo e Criação do Próprio Emprego-Um estudo de caso. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra.
- Angop, A. A. (2014). Huambo: Educação capacita quadros em matérias sobre empreendedorismo , p. sp. Disponível em: [http://www.portalangop.co.ao/angola/pt\\_pt/noticias/educacao/2014/6/30/Huambo-Educacao-capacita-quadros-materias-sobre-empreendedorismo,3d232b74-8849-4447-bd73-28f94093a174.html](http://www.portalangop.co.ao/angola/pt_pt/noticias/educacao/2014/6/30/Huambo-Educacao-capacita-quadros-materias-sobre-empreendedorismo,3d232b74-8849-4447-bd73-28f94093a174.html). Acessado em [03 de Junho de 2016].
- António, T. (2014). *Como escapar da escravidão financeira* (1ª Edição ed.). Luanda: Tchingapy.
- Antunes P. I. M. (2013). O empreendedorismo e os apoios ao autoemprego: Uma aplicação ao Programa de Apoio ao Empreendedorismo e criação do próprio emprego. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra.
- Baggio F. Adelar (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. Disponível em: <file:///C:/Users/USER/Downloads/612-2762-2-PB.pdf>, acesso em [26 de Março de 2016].
- Banha, F. (2013). A GesEntrepreneur e o Programa Escolas Empreendedoras. Especial Programa Escolas Empreendedoras | 02/07/2013 , p. sp. Disponível em: [http://www.gesventure.pt/newsletter/info\\_especial\\_ee\\_gesentrepreneur.htm](http://www.gesventure.pt/newsletter/info_especial_ee_gesentrepreneur.htm). Consultado em [02 de Junho de 2016].
- Bedin, N. (2004). *Neologismo: Criação de novas palavras*, 28/07/2008, p.sp. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/disciplinas/portugues/neologismo-criacao-de-novas-palavras.htm> Acessado em [04 de Agosto de 2016].
- Bicho, L., e Baptista, S. (2006). *Modelo de Porter e Análise SWOT. Estratégia de negócio*. Coimbra.

- Bourgeois, A. (2012). Eurydice e Comissão Europeia. Educação para o empreendedorismo nas escolas europeias , p. s.p. Disponível em:  
<http://ois.sebrae.com.br/publicacoes/ensino-de-empreendedorismo-na-escola-na-europa/>. Acessado em [30 de Maio de 2016].
- Bruneau, J.,Machado, H. V. (2006). Empreendedorismo nos países da América Latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Panorama Sioeconómico A no 24, nº 33, p.19.
- Bucha, A. I. (2009). *Empreendedorismo - Aprender a saber ser empreendedor* (1ª edição ed.). Lisboa: RH.
- Carvalho C. L., Costa G. T. (2015) *Empreendedorismo. Uma visão global e integradora*. 1ª Edição, Lisboa, Edições Sílabo.
- Carvalho, L.; Costa, T.; Mares, P. (2015) “A Success story in a partnership programme for entrepreneurship education: Outlook of students perceptions towards entrepreneurship” *International Journal of Management in Education*, volume 9, issue 4, 444-465.
- Cancelier, G. R., Meneghatti, M. R., Ribeiro, I., Santos, P. S., Silva, J. M. (2015). Perfil empreendedor: Uma análise a partir de alunos do curso de administração. CRA – PR.
- Cássio J. (2009). Empreendedor. Disponível em:  
<http://www.dicionarioinformal.com.br/empreendedor/>. Consultado em [09 de Abril de 2016].“s.p”.
- Castro E. R. (2010). *Um estudo do processo empreendedor e características empreendedoras*. Universidade de São Paulo.
- Ceitel, M. (2006). *Gestão e Desenvolvimento de Competências*, Lisboa: Edições Silabo.
- Cirius, C. (2012). Estudo sobre "Empreendedorismo e criação de emprego em meio urbano" e “Fiscalidade Urbana” ;
- Chiavenato I. (2012). *O empreendedorismo. Dando asas ao empreendedor*. 4ª Edição – Barueri; SP: Manole.
- Club-K. (2016).Notícias Imparciais de Angola. Economia: Moody's baixa notação de Angola e coloca em perspetiva negativa.Disponível em: [http://club - k.net/index.php?option=com\\_content&view=category&id=5:economia&limit=20&lang =pt, \(sp\)](http://club-k.net/index.php?option=com_content&view=category&id=5:economia&limit=20&lang=pt,(sp)). Consultado em [01 de Maio de 2016].
- Comissão Europeia(2014).Educação para o empreendedorismo. Guia para educadores , Junho de 2014 disponível em:

- file:///C:/Users/USER/Downloads/Guide\_Entrepreneurship20Education\_2014\_PT20(3).pdf. Consultado em [25 de Maio de 2016].
- Cuato, J. M. (2015). Empreendedorismo: uma saída para a crise? Disponível em: [http://www.club-k.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=20816:&catid=17:opinio&Itemid=1067&lang=pt.](http://www.club-k.net/index.php?option=com_content&view=article&id=20816:&catid=17:opinio&Itemid=1067&lang=pt.) (sp). Consultado em [01 de Maio de 2016].
- Digital, R. (2012). Satisfação, independência, relacionamento e outras razões que vão fazer você querer abrir seu próprio negócio. Os principais motivos para você se tornar um empreendedor. Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/os-principais-motivos-para-voce-se-tornar-um-empendedor/24457> , p. sp. consultado em [24 de Julho de 2016].
- Dornelas, J. (2002). *Planejando incubadoras de empresas. Como desenvolver um plano de negócio para incubadoras*. Rio de Janeiro - Brasil: Campus.
- Dornelas J. (2003 p.13). Empreendedorismo. A revolução do Empreendedorismo. Disponível em: [http://www.ecnsoft.net/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/FATEC-SBC\\_PLNG\\_Material\\_de\\_Apoio\\_-\\_Dornelas\\_Empreendedorismo.pdf](http://www.ecnsoft.net/wp-content/plugins/downloads-manager/upload/FATEC-SBC_PLNG_Material_de_Apoio_-_Dornelas_Empreendedorismo.pdf). Acesso em [05 de Abril de 2016].
- Duartes, C., Esperança, J. P. (2014). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro*. Lisboa: Edições Silabo.
- Educação, A. p. (2015). Empresário e Empregado: vantagens e desvantagens. Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/iniciacao-profissional/artigos/61019/empresario-x-empregado-vantagens-e-desvantagens> , p. sp. consultado em [24 de Julho de 2016].
- Emanuel, L., Ericê, B. C. (2014). “Educação empreendedora na perspectiva de David McClelland”. *Revista Universitária Ruta*, Vol 16 – Chile (p.52);
- Eurydice. (2012). Entrepreneurship Education at School in Europe. National Strategies Curricula and Learning outcome , pp. 25-27. Disponível em: file:///C:/Users/USER/Downloads/Entrepreneurship-Education-at-School-in-Europe-2012.pdf. Acessado em [30 de Maio de 2016].
- Faria, M. C. (2009). Educação para o empreendedorismo e desenvolvimento comunitário. Acta do X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. Braga, Universidade do Minho –, p. 4213.
- Fonseca, L., Peixoto, T. G. (2015). Educação empreendedora. Experiência com crianças dos 3 aos 12 anos. (Portugal). Disponível em:

<http://www.empreend.pt/conferencia2015/wp-content/uploads/2015/10/105-MH2.pdf>.  
Acessado em [26 de Maio de 2016].

Freita, C. D. (2006). XXIV Simpósio de Inovação Tecnológica.

A Influência do Ensino de Empreendedorismo nas Intenções de Direcionamento profissional dos estudantes do curso superior: uma avaliação a partir da percepção dos alunos. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/ENN138.pdf> . acessado em [03 de Agosto de 2016]. Brasil.

GEM. (2012). Global Entrepreneurship Monitor 2012 Global Report. p. 3. Disponível em: [http://www.saipar.org:8080/eprc/bitstream/handle/123456789/342/Babson\\_Global%20Entrepreneuership%20Monitor\\_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.saipar.org:8080/eprc/bitstream/handle/123456789/342/Babson_Global%20Entrepreneuership%20Monitor_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Consultado em [30 de Maio de 2016].

GEM. (2016). Global Entrepreneurship Monitor Colómbia. Dois terços dos adultos no mundo acredita que a criação da empresa é uma boa escolha de carreira , p. sp.

Disponível

em:file:///C:/Users/USER/Documents/documentos/MESTRADO/MESTRADO-  
%20UAB/Disserta%C3%A7%C3%A3o%202016/Redac%C3%A7%C3%A3o%20de%  
20cap%C3%ADtulos/III%20Cap%C3%ADtulo/bibliografias%20consultadas/Educa%C  
3%A7%C3%A3o%20para%20o%20empreendedorismo%20no%20mundo/Noticias%20  
GEM%20Colombia.html. Consultado em [30 de Maio de 2016].

Gonçalves, V. (2012).A Importância de um Plano de Negócios. Disponível em:

<http://www.novonegocio.com.br/plano-de-negocios/a-importancia-de-um-plano-de-negocios/> acessado em [01 de Agosto de 2016].

Greatti, L. (2005). Perfis empreendedores: Análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no município de Maringá-PR. *FACFF Pesquisa* V8 - nº1, pp. 70-71.

Gustafsson-Pesonen, A. e Remes, L. (2012). Innovation and Entrepreneurship. Evaluation of Entrepreneurial Development Coaching: Changing the teachers' thinking and action on Entrepreneurship , sp. Disponível em: <http://journals.co-action.net/index.php/aie/article/view/17211/0>. Consultado em [03 de Junho de 2016].

Kelley, D., Singer, S., Hrrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor, Global Report. Global Entrepreneurship Monitor, Global Report , disponível em [file:///C:/Users/USER/Downloads/gem-2015-2016-global-report-110416-1460370041%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/gem-2015-2016-global-report-110416-1460370041%20(2).pdf). Consultado em [25 de Maio de 2016].

- Kiesner, F. (2010). *Creating entrepreneurs*. Layola Marmount Universit, USA: Word Scientific.
- Leite, V. F. (nd). Crescente demanda pela educação empreendedora com métodos apropriados e o caso UNIFEI (Universidade Federal de Itajubá): AV. B.P.S. 1303, 37500-000. ITAJUBÁ - MG. (p.8). Disponível em:  
[http://www.angrad.org.br/\\_resources/files/\\_modules/producao/producao\\_739\\_201212051834228e9c.pdf](http://www.angrad.org.br/_resources/files/_modules/producao/producao_739_201212051834228e9c.pdf). Acessado em [03 de Junho de 2016].
- Lopes M. Víctor . Você é empreendedor por necessidade ou oportunidade? Disponível em:  
<http://www.empregoerenda.com.br/ideias-de-negocios/materias/1556-voce-e-empreendedor-por-necessidade-ou-oportunidade>. Acesso em [28 de Março de 2016].
- Mares, P. ;Costa, T.; Carvalho, L. (2014) “Empreendedorismo no ensino superior: Um estudo empírico” XXIV, Jornadas Luso Espanholas de Gestão Científica , Leiria, Portugal, 6,7,8 de Fevereiro de 2014, ISBN: 978-972-8793-65-4.
- Malheiro, R. (2005). *Viagem ao Mundo do Empreendedorismo* (2ª Edição ed.). Florianópolis- Brasil .
- Mangia, P. (2001). What is an entrepreneur? USA (s.p);
- Morais, F. O. (2012). Empreendedorismo: Teoria e prática. Curso Vip de Administração Instituto de Pós Graduação IPOG. (p.2).
- Mvula, N. T. (2014). Faculty of Management Sciences Tshwane University of Technology, South Africa, International Journal of Higher Education Management (IJHEM) Vol. 1 Number 1. Entrepreneurship Education and Its Concerns in South African , p. 80.  
 Disponível em:  
[https://www.researchgate.net/profile/Ndivhuho\\_Tshikovhi/publication/273654010\\_Entrepreneurship\\_Education\\_and\\_Its\\_Concerns\\_in\\_South\\_African\\_Universities/links/55081b840cf26ff55f7ff8c6.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ndivhuho_Tshikovhi/publication/273654010_Entrepreneurship_Education_and_Its_Concerns_in_South_African_Universities/links/55081b840cf26ff55f7ff8c6.pdf). Acessado em [03 de Junho de 2016].
- OECD Centre for Entrepreneurship, C. E. (2009).Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship. Reino Unido. Disponível em:  
<https://www.oecd.org/cfe/smes/42890085.pdf>. Consultado em [03 de Junho de 2016].
- Ongwae, G. J. (nd). Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology. An Evaluation of Entrepreneurship Education Programme in Kenya. Nairobi , p. 11.  
 Disponível em:  
[http://www.tum.ac.ke/assets/research/sec\\_sti/DAY%201/AN%20EVALUATION%200](http://www.tum.ac.ke/assets/research/sec_sti/DAY%201/AN%20EVALUATION%200)

- F%20ENTREPRENEURSHIP%20EDUCATION%20PROGRAMME%20IN%20KENYA.pdf. Consultado em [03 de Junho de 2016].
- Piedade, F. I. (2014). Plano de negócio para a ampliação dos serviços de Transporte da empresa NESTAB em Luanda - Angola. UNESC -- Universidade do Extremo Sul Catarinense. Disponível em:  
<http://dspace.unesc.net/bitstream/1/2271/1/Felisberto%20In%C3%A1cio%20Vaz%20da%20Piedade.pdf>. Acessado em [31 de Julho de 2016].
- Rocha, E. L., Freitas, A. A. (2014). Avaliação de ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor.
- Rocha, C.L.E. (2014). Oportunidade ou Necessidade? Um estudo do impacto do empreendedorismo no desenvolvimento económico. *R. Gest. Anál., Fortaleza*, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, jan./dez.
- Researc, I. (2014). EMPREENDEDORISMO JOVEM um olhar sobre Portugal. p. 18. Lisboa;
- Rocha, E. L. (2014). Oportunidade ou necessidade? Um estudo do impacto do desenvolvimento económico;
- Rodrigues, S. (2008). Manual Técnico do formando "Empreendedorismo". ANJ;
- Santana, Gleicielle (2014). Empreendedor por necessidade e oportunidade. Disponível em <<http://www.administradores.com.br/artigos/academico/empreendedor-por-necessidade-x-oportunidade/76807/>>. Acesso em [26 de Março de 2016].
- Sebrae (n.d). Perfil empreendedor. O que é ser empreendedor? Disponível em:  
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/O-que-%C3%A9-ser-empreendedor>. Consultado em [09 de Abril de 2016].
- Santos A. J. Silva O. D. Lopes S. P. K. Silva O. A. (2012). Um estudo sobre empreendedorismo na realidade dos prestadores de serviço do ramo de motociclistas da cidade de Cruz das almas-BA.
- Santos, A. I. S. (2009). O empreendedorismo: factores influenciadores da orientação empreendedora. Universidade da Beira Interior (p.2).
- Santos, F. C. P, Minuzzi, J, Garcia, R. J, Lezana R. G. A. Empreender por oportunidade versus necessidade: Um estudo com empreendedores Catarinenses. PR, Brasil (2007, p.4).
- Sarkar, S. (s.d.). Empreendedorismo e Inovação. Escolar Editora , p. 83. Disponível em:  
<https://books.google.com.br/books?id=m57bwYRLIxgC&pg=PA85&dq=Como+medir>



- +a+educa%C3%A7%C3%A3o+para+o+empreendedorismo%3F&hl=pt-PT&source=gbs\_selected\_pages&cad=2#v=onepage&q=Como%20medir%20a%20educa%C3%A7%C3%A3o%20para%20o%20empreendedorismo%3F&f=false. Consultado em [30 de Maio de 2015].
- Sheama A. M. (nd). Empreendedorismo e crescimento económico. Disponível em: <http://www.fasf.com.br/admin/app/webroot/anexos/artigoempreendedorismoecrescimtoeconomico.pdf>. Acesso em [06 de Abril de 2016].
- Silva, G. C, Vieira A. F. S. (2010). O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: Um estudo inicial em Universidades do Estado do Mato Grosso do Sul, Unicentro, Guarapuava-PR, (P.2).
- Simões, V. C., Dominginho, P. M. (s.d.). Empreendedor, Oportunidade, Projecto: O trinómio do empreendedorismo.
- Santos A. J. Silva O. D. Lopes S. P. K. Silva O. A. (2012). Um estudo sobre empreendedorismo na realidade dos prestadores de serviço do ramo de motociclistas da cidade de Cruz das almas-BA.
- Santos, A. I. S. (2009). O empreendedorismo: factores influenciadores da orientação empreendedora. Universidade da Beira Interior (p.2).
- Santos, F. C. P, Minuzzi. J, Garcia, R. J, Lezana R. G. A. Empreender por oportunidade versus necessidade: Um estudo com empreendedores Catarinenses. *PR*, Brasil (2007, p.4).
- Silva, G. C, Vieira A. F. S. (2010). O ensino de empreendedorismo nos cursos de graduação em administração: Um estudo inicial em Universidades do Estado do Mato Grosso do Sul, Unicentro, Guarapuava-PR, (P.2).
- Simões C. V; Dominginho M. P. (s.d). Empreendedorismo, Oportunidade e Projecto. O Trinómio do Empreendedorismo. Disponível em: <http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4105/1/Trinomio-Empreendedorismo.pdf>. CEDE - Centro de Estudos e Documentação Europeia. Acesso em [06 de Abril de 2016].
- Teixeira, C. M. (2012). Educação para o empreendedorismo: Um estudo sobre o projecto Nacional de Educação para o Empreendedorismo, *Revista de Administração contemporânea*. Universidade de Coimbra, p.35-38.
- Tiago. A. (2014). *Como escapar da Escravidão Financeira. Um guia para o sucesso*. 1ª Edição, EAL-Edições de Angola- Luanda.

- Trevisan, W. T., Amorim, M. C. S., Morgado, F. (2011). Empreendedorismo: do heróiSchumpeteriano ao executivo de sucesso. *Pensamento & Realidade. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração-FEA*. ISSN 2237-4418, 26(1) (p.5);
- Vlenciano Sentanin, L. H. (2005). Conceitos de empreendedorismo. *Revista científica electrónica de administración* ISSN: 1676 - 6822 ,p. 2.
- Winkel, D.; Vanevenhoven, J. (2010) “The entrepreneurship Education Project. Enhancing Entrepreneurial Self- Efficacy and identity” Illinois State University and University of Wisconsin – Whitewater disponibilizado através da equipa portuguesa do projeto.

## APÊNDICES

**Apêndice A - glossário****A**

1. Actividade empresarial - é uma actividade económica exercida profissionalmente pelo empresário por meio da articulação dos factores produtivos para a produção ou circulação de bens ou de serviços;

**C**

2. Crise económica - fala-se de crise de subsistência sempre que um grupo social não possa satisfazer as suas necessidades básicas.

**E**

3. Economia – é a ciência que estuda os processos de produção, intercâmbio e consumo de bens e serviços;

4. Ecosistema empreendedor - é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que, atuam de forma integrada, com propósito de dar resposta à problemática do empreendedorismo. Assume-se como um sistema inovador que integra numa mesma plataforma diversos programas e projetos sempre centrados nas necessidades dos empreendedores;

5. Empreendedor – é aquele que apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, gerando resultados positivos;

6. Empreendedorismo – é o estudo voltado para o desenvolvimento de competências e habilidades relacionadas à criação de um projecto (técnico, científico, empresarial). Tem origem no termo empreender que significa realizar, fazer ou executar;

7. Empregado – toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob a dependência deste e mediante o salário;

8. Empresário – pessoa física que, em nome próprio, exerce actividade de empresa;

**G**

9. Gestão de empresas – é um modelo de trabalho, orientado por uma política de valores, capaz de planejar, alocar e gerir recursos, acções, iniciativas, princípios, estratégias, procurando viabilizar o alcance dos objectivos propostos por uma organização (empresa).

**I**

10. Incubadora de empresas – é uma forma interessante de estímulo ao empreendedorismo que fortalece e prepara pequenas empresas para sobreviver no mercado. É um local especialmente criado para abrigar as pequenas empresas, oferecendo uma estrutura configurada para estimular, agilizar e favorecer a transferência de resultados de pesquisa para actividades produtivas.

**L**

11. Laboratório de ideias - apoia a geração e o desenvolvimento de ideias de negócio de base tecnológica e/ou conhecimento intensivo. Para além de testar o potencial comercial das suas ideias, os participantes podem também avaliar a sua vocação e competências empreendedoras.

**M**

12. Mercado – é o ambiente social ou virtual propício às condições para a troca de bens e serviços. Também se pode entender como sendo a instituição ou organização mediante a qual os vendedores e os compradores estabelecem uma relação comercial com o fim de realizar transacções, acordos ou trocas comerciais.

**N**

13. Neologismo – é o processo de criação de novas palavras na língua (Bedin, 2004)

## Apêndice B – Questionário aplicado aos estudantes

### Questionário de Percepções Empreendedoras (QPE)

Sendo mestrando em Gestão de Empresas pretendo estudar as atitudes e intenções empreendedoras relacionadas com a criação de empresas pelos estudantes do II Ciclo do Ensino Secundário, Instituto Médio de Administração e Gestão e Faculdade de Economia.

Nas escalas de valoração umas afirmações são positivas e outras negativas. Em cada caso pede-se que indique um valor ou grau de acordo com a afirmação: o (1) indica sempre total desacordo, enquanto que o (7) indica acordo total. Por favor responda sempre de forma sincera, assinalando **apenas uma resposta** a cada questão.

Muito obrigado pela sua colaboração

#### Questionário

A. Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre a **Actividade Empresarial**, desde 1 (discordo totalmente) e 7 (concordo totalmente)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- A01 - Já ouvi falar de empreendedorismo
- A02 - Acho interessante obter formação em empreendedorismo
- A03 - Na minha escola existe uma disciplina sobre empreendedorismo
- A04 – Quando terminar com os estudos pretendo ir para o mercado de trabalho
- A05 – Quando terminar com os estudos pretendo ir para a Faculdade

B. Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre a **Actividade Empresarial**, desde 1 (discordo totalmente) e 7 (concordo totalmente)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

- B01- Criar uma empresa e mantê-la em funcionamento, seria fácil para mim
- B02- A carreira de empreendedor parece-me **pouco** atractiva
- B03- Os meus amigos aprovariam a minha decisão de criar uma empresa
- B04- Estou disposto a fazer qualquer coisa para ser empreendedor
- B05- Creio que seria totalmente **incapaz** de criar uma empresa viável
- B06- Vou esforçar-me para criar e dirigir a minha própria empresa
- B07- Estou preparado para controlar o processo de criação de uma nova empresa
- B08- A minha família mais próxima aprovaria a minha decisão de criar uma empresa
- B09- Tenho **sérias dúvidas** sobre a hipótese de criar uma empresa algum dia
- B10- Se tivesse oportunidade e recursos, adoraria criar uma empresa
- B11- Os meus colegas aprovariam a minha decisão de criar uma empresa
- B12- Tendo várias opções, preferia ser qualquer coisa que não empreendedor
- B13- Estou decidido a criar uma empresa no futuro

- B14- Se tentar criar uma empresa, terei uma alta probabilidade de ser bem sucedido
- B15- Ser empreendedor dar-me-ia grande satisfação
- B16- Para mim, seria **muito difícil** desenvolver uma ideia de negócio
- B17- O meu objectivo profissional é ser empresário
- B18- Ser empreendedor dar-me-ia mais vantagens do que inconvenientes
- B19- Tenho **muito poucas** intenções de criar uma empresa algum dia
- B20- Conheço todos os detalhes práticos necessários para criar uma empresa

C. Considerando todas as vantagens e inconvenientes (económicos, satisfação pessoal, reconhecimento social, segurança laboral, etc.), indique o seu nível de **atração** por cada uma das seguintes opções profissionais, desde 1 (atração baixa) a 7 (atração alta).

- |                | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| C1- Empregado  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| C2- Empresário | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

D. Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações sobre a **Valorização Social** do empreendedor, desde 1 (discordo totalmente) a 7 (concordo totalmente).

- |   | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| D1.- A minha família directa valoriza mais a actividade empreendedora do que outras actividades e carreiras | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D2.- A cultura do meu país é muito favorável à actividade empreendedora                                     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D3.- O papel do empreendedor na economia é <b>pouco</b> reconhecido no meu país                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D4.- Os meus amigos valorizam mais a actividade empreendedora do que outras actividades e carreiras         | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D5.- A maioria das pessoas do meu país considera <b>pouco</b> aceitável ser empreendedor                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D6.- No meu país considera-se que a actividade empreendedora vale a pena, apesar dos riscos                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D7.- Os meus colegas valorizam mais a actividade empreendedora do que outras actividades e carreiras        | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D8.- No meu país é comum pensar que os empreendedores se aproveitam dos outros                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

E. Considera que apresenta um nível suficiente nas seguintes **Capacidades\Competências Específicas** para ser empreendedor? Indique de 1 (nenhuma capacidade) a 7 (alta capacidade).

- |  | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 6                        | 7                        |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| E1.- Reconhecimento de oportunidades                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E2.- Criatividade  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E3.- Resolução de problemas                                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E4.- Liderança e capacidade de comunicação                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E5.- Desenvolvimento de novos produtos e serviços          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E6.- Estabelecimento de relações e contactos profissionais | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

F. Alguma vez considerou seriamente a hipótese de tornar-se empreendedor?  Sim  Não

**Formação e experiência**

1. Indique com um X a área de conhecimento em que se está a formar:

- Ciências Económicas Jurídicas (CEJ)
- Ciências Humanas (CH)
- Ciências Físicas Biológicas (CFB)

2. Para quando prevê a sua conclusão?  
 Este ano                       No próximo ano                       Para além do próximo ano
3. Possui alguma experiência profissional (Já trabalhou ou trabalha actualmente)?  Sim  Não  
 Em caso afirmativo:  
 a. Em que função? (Se trabalhou em vários, indique o cargo em que esteve mais tempo) \_\_\_\_\_  
 b. Teve ou tem pessoas sob a sua responsabilidade no seu trabalho?  Sim  Não  
 c. No total, quanto tempo de experiência profissional tem? (número de anos) \_\_\_\_\_  
 d. Há quanto tempo deixou o seu último trabalho? (número de anos; se ainda trabalha indique 0) \_\_\_\_\_  
 e. Quantos funcionários tem/tinha a última empresa em que trabalhou? \_\_\_\_\_
4. Alguma vez trabalhou por conta própria (autónomo ou empresário)?  Sim  Não  
 Em caso afirmativo:  
 a. Na economia formal -----  
 b. Na economia informal-----  
 c. Quanto tempo? (número de anos) \_\_\_\_\_  
 d. Há quanto tempo deixou de trabalhar por conta própria?(número de anos; se ainda trabalha indique 0) \_\_\_\_\_

**Conhecimento Empreendedor**

5. Conhece pessoalmente um ou mais empreendedores?  Sim  Não  
 Em caso afirmativo, indique qual é a sua relação com eles, classificando as seguintes questões desde 1 (nada) a 7 (totalmente).

	1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/> Familiar							
- Em que medida conhece a sua actividade como empreendedor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Em que medida se pode considerar um "bom empreendedor"?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Amigo							
- Em que medida conhece a sua actividade como empreendedor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Em que medida se pode considerar um "bom empreendedor"?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Dono da empresa onde trabalha							
- Em que medida conhece a sua actividade como empreendedor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Em que medida pode se considerar um "bom empreendedor"?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Outro? Qual?							
- Em que medida conhece a sua actividade como empreendedor?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Em que medida pode considerar-se um "bom empreendedor"?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Indique qual é o seu grau de conhecimento sobre associações, organismos e medidas de apoio à actividade empreendedora, desde 1 (desconhecimento absoluto) a 7 (conhecimento total).

	1	2	3	4	5	6	7
- Organismos (CLESE-, Balcão Único do Empreendedor (BUE), INAFOP (Instituto Nacional de Emprego e Formação Profissional, INAPEM (Instituto Nacional de Apoio às Pequenas e Médias Empresas, entre outros)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Medidas de formação específica para jovens empreendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Empréstimos em condições especialmente favoráveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Apoio técnico para iniciar o negócio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Centros/incubadoras de empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Objectivo empresarial**

7. Se criasse uma empresa, que dimensão gostaria que esta viesse a alcançar (em número de funcionários)?  
 Autónomo  Micro                       Pequena                       Média                       Grande  
 (Sem funcionários) (Até 10 funcionários) (10 a 50 funcionários) (50 a 250 funcionários) (mais de 250 funcionários)

8. Em que medida considera que os seguintes factores estão relacionados com o **Sucesso Empreendedor**? Indique de 1 (nada relacionado) a 7 (totalmente relacionado).

	1	2	3	4	5	6	7
- Competir activamente nos mercados mundiais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Alcançar um alto nível de rendimentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Realizar o tipo de trabalho que realmente me dá prazer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Alcançar reconhecimento social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Contribuir para a resolução dos problemas da sociedade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Manter viva a empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Manter um ritmo de crescimento positivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



9. Quão importante seria para si o desenvolvimento continuado e o crescimento da sua empresa?

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
- Indique de 1 (nada importante) a 7 (muito importante)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Em que medida utilizaria as seguintes estratégias para o desenvolvimento da sua empresa?

Indique de 1 (em nenhuma medida) a 7 (em grande medida).

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
- Exportar uma parte significativa da produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introduzir regularmente novos produtos para os meus clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Introduzir regularmente novos processos ou sistemas de produção	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Desenvolver projectos de Pesquisa e Desenvolvimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Planear com detalhe as distintas áreas de negócio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Estabelecer acordos de colaboração ou alianças com outras empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Garantir formação especializada aos funcionários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Ampliar a empresa (número de funcionários, estabelecimentos, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Dados Pessoais**

11. Idade: menos do que 17  de 18 a 20  mais  que 21

12. Género:  Masculino  Feminino

13. Naturalidade : \_\_\_\_\_ Local de residência: \_\_\_\_\_

14. Até ao momento, quais são as habilitações literárias dos seus pais?

Pai:  1º Ciclo Ensino Secundário  2º Ciclo Ensino Secundário  Ensino Superior  Outros

Mãe:  1º Ciclo Ensino Secundário  2º Ciclo Ensino Secundário  Ensino Superior  Outros

15. Qual é a ocupação actual dos seus pais?

	<b>Funcionário do sector privado</b>	<b>Funcionário do sector público</b>	<b>Autónomo ou empreendedor</b>	<b>Pensionista ou reformado</b>	<b>Desempregado</b>	<b>Outras</b>
Pai:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mãe:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Número de pessoas que residem no seu domicílio (incluindo-o a si): \_\_\_\_\_

17. Aproximadamente, qual é o rendimento líquido **mensal total** no seu domicílio? (considere os rendimentos de todas as pessoas que residem no seu domicílio)

Até 10.000,00 akz  Entre 10.000,00 akz e 20.000,00 akz  Entre 20.000,00 e 40.000,00 akz

Entre 40.000,00 akz e 70.000,00 akz  Entre 70.000,00 akz e 100.000 akz  Mais de 100.000,00 akz

**Dados de Contacto**

O preenchimento destes dados permitirá realizar o seguimento da sua evolução. Toda a informação fornecida será tratada com absoluta confidencialidade e exclusivamente para os fins deste estudo.

Nome: \_\_\_\_\_

Morada: \_\_\_\_\_

Localidade: \_\_\_\_\_ Código Postal: \_\_\_\_\_

Correio electrónico: \_\_\_\_\_ Telefone: \_\_\_\_\_

Telemóvel: \_\_\_\_\_

Este inquérito baseou-se no inquérito desenvolvido no âmbito do projecto Internacional Entrepreneurial Intention researchproject



**Apêndice C - carta de solicitação dirigida ao Senhor Director Provincial da Educação**



**UAb**  
**UNIVERSIDADE ABERTA**  
**CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO/MBA**

**Ao**  
**Excelentíssimo Senhor Director**  
**Provincial da Educação**  
**do Huambo**

**HUAMBO**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 39 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujos objectivos são:

1. Compreender as percepções dos jovens principalmente estudantes quanto ao empreendedorismo como solução de emprego na cidade do Huambo;
2. Saber as políticas públicas sobretudo, os programas relativos a área de educação para o empreendedorismo;

Assim sendo para melhor preparação da referida dissertação, venho por meio desta solicitar encarecidamente ao Excelentíssimo Senhor Director se digne ceder uma entrevista.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 20 de Janeiro de 2015

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)  
**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice D -- carta de solicitação dirigida ao Senhor Director do IMAG**



**UAb**  
**UNIVERSIDADE ABERTA**  
**CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO/MBA**

**À**  
**Direcção do Instituto Médio**  
**de Administração e Gestão**  
**IMAG**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 39 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujo objectivo é compreender as percepções dos jovens em relação ao empreendedorismo como solução para o emprego na cidade do Huambo;

Venho por meio desta solicitar encarecidamente à Direcção da Escola supracitada a autorização para uma entrevista com o Director da instituição e aplicação de inquéritos aos estudantes.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 23 de Outubro de 2014

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)

**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice E -- carta de solicitação dirigida ao Senhor Director do Xavier Samacau**



**UAb**  
**UNIVERSIDADE ABERTA**  
**CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO/MBA**

**Ao**  
**Excelentíssimo Sr. Director da**  
**Escola do II Ciclo do Ensino Secundário**  
**Xavier Samacau – Huambo**  
**HUAMBO**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 40 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujos objectivos são:

1. Compreender as percepções dos jovens principalmente estudantes quanto ao empreendedorismo como solução de emprego na cidade do Huambo;
2. Saber as políticas públicas sobretudo, os programas relativos a área de educação para o empreendedorismo;

Assim sendo para melhor preparação da referida dissertação, venho por meio desta solicitar encarecidamente ao Excelentíssimo Senhor Director se digne ceder uma entrevista.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 08 de Setembro de 2015

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)  
**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice F- carta de solicitação dirigida à Decana da Faculdade de Economia**



À

**Direcção da Faculdade de Economia  
do Huambo**

**HUAMBO**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 39 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujo objectivo é compreender as percepções dos jovens em relação ao empreendedorismo como solução para o emprego na cidade do Huambo;

Venho por meio desta solicitar encarecidamente à Direcção da Faculdade em epígrafe a autorização para a aplicação de inquéritos aos estudantes do 4º Ano e entrevista com a Decana da Faculdade.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 23 de Outubro de 2014

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)

**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice G - questões aplicadas na realização das entrevistas com os Directores das três Instituições de ensino em estudo**



**Questões para entrevista**

1. O (a) Sr (a) Director (Decana) considera importante a educação para o empreendedorismo?
2. Existe algum programa curricular ou extracurricular que vise a promoção da educação para o empreendedorismo?
3. Considera que o currículo escolar neste nível médio de ensino desenvolve competências empreendedoras (como por exemplo autonomia, espírito de iniciativa, propensão ao risco, capacidade de gestão para a criação de negócio)?
4. Se sim. Considera importante no futuro desenvolver essas competências? Porquê?
5. A educação para o empreendedorismo desenvolve-se no âmbito de uma disciplina em concreto ou é transversal à várias disciplinas?
6. O Ministério da Educação tem algum programa sobre empreendedorismo?
7. Conhece Instituições vocacionadas para a promoção do empreendedorismo na cidade do Huambo? Se sim. Quais?
8. Existem espaços ou infraestruturas onde se pode desenvolver alguma actividade de preparação para a criação de um negócio? (por exemplo laboratório de ideias, incubadoras de empresas, etc.)?

**Apêndice H - carta de solicitação dirigida à Direcção do BUE**



**À**  
**Direcção do Balcão Único do Empreendedor**  
**BUE - Huambo**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 40 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujo objectivo é compreender as percepções dos jovens em relação ao empreendedorismo como solução para o emprego na cidade do Huambo bem como as políticas públicas para o apoio às pequenas iniciativas de negócios;

Assim sendo, venho por meio desta solicitar encarecidamente à Direcção da Instituição em epígrafe a autorização para uma entrevista.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 08 de Setembro de 2015

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)

**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice I - questões aplicadas na realização da entrevista com o Responsável do BUE**

1. Quais são as principais actividades do BUE?
2. Como se caracteriza o empreendedor no Huambo?
3. Existe uma rede ou associações de empreendedores no Huambo? Se sim. Quais?
4. Como funcionam? E quais são as qualidades que apresentam?
5. Quantas pessoas já se beneficiaram do BUE e que tiveram sucessos?
6. Quais os critérios de selecção quanto a concepção de crédito?
7. Que tipo de crédito o BUE disponibiliza?
8. Que tipos de negócios os beneficiários implementam?
9. Existem pessoas vocacionadas em dar conselhos para prosseguir com o negócio?
10. Já houve algum levantamento feito sobre empreendedorismo?



**Apêndice J - carta de solicitação dirigida à Direcção do CLESE**



**UAb**  
**UNIVERSIDADE ABERTA**  
**CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO/MBA**

**À**  
**DIRECÇÃO DE CENTRO LOCAL DE**  
**EMPREENDEDORISMO E SERVIÇOS**  
**DE EMPREGO**

**CLESE - HUAMBO**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, de 40 anos de idade, natural de Chicomba, Província da Huila, filho de Isaac Nondolo e de Albertina Flora, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujos objectivos são:

3. Compreender as percepções dos jovens principalmente estudantes quanto ao empreendedorismo como solução de emprego na cidade do Huambo;
4. Saber as políticas públicas sobretudo, os programas relativos a área de educação para o empreendedorismo;

Assim sendo para melhor preparação da referida dissertação, venho por meio desta solicitar encarecidamente à Direcção da Instituição se digne ceder uma entrevista.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 08 de Setembro de 2015

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)

**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice K - carta de solicitação dirigida à Direcção do INAPEM**



**UAb**  
**UNIVERSIDADE ABERTA**  
**CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO/MBA**

**À**  
**Direcção do Instituto Nacional de Apoio às**  
**Pequenas, Micros e Médias Empresas**  
**INAPEM**

**HUAMBO**

**ASSUNTO:** Solicitação

*Saudações laborais*

Sou Daniel Nondolo, Mestrando em Gestão de Empresas pela Universidade Aberta a partir de Lisboa, residente em Huambo.

Tendo em conta a fase da preparação da minha dissertação com o tema: **Percepções empreendedoras dos jovens e ecossistema empreendedor na cidade do Huambo**, cujo objectivo é compreender as percepções dos jovens em relação ao empreendedorismo como solução para o emprego na cidade do Huambo;

Venho por meio desta solicitar encarecidamente à Direcção da Instituição em epígrafe para uma entrevista.

Sem mais assunto de momento, na expectativa de que tal solicitação merecerá especial atenção, subscrevo-me com alta e elevada consideração.

Huambo, aos 08 de Setembro 2015

O solicitante

---

Daniel Nondolo

**Email:** [dany\\_nondolo@yahoo.com.br](mailto:dany_nondolo@yahoo.com.br)  
**Contacto telefónico:** 924719168

**Apêndice L - Questões aplicadas na realização das entrevistas com os Responsáveis das Instituições de Formação Profissional (CLESE e INAPEM)**

1. Quais são as principais actividades?
2. Como se caracteriza o empreendedor no Huambo?
3. Existe uma rede ou associações de empreendedores no Huambo? Se sim. Quais?
4. Como funcionam? E quais são as qualidades que apresentam?
  
5. Quantos jovens já se beneficiaram da formação? Destes quantos chegaram a criar suas próprias empresas ou pequenos negócios?
6. Que tipos de negócio?
7. Quais os critérios de selecção para o acesso à formação?
  
8. Existem pessoas vocacionadas em dar conselhos para prosseguir com o negócio?
  
9. Já houve algum levantamento feito sobre empreendedorismo?

**ANEXOS**

**Anexo 1 – Cidade do Huambo**



**Anexo 2 - Estabelecimento de formação Profissional**



**Anexo 3 - CLESE – pessoal em formação**



**Anexo 4 - Instituto Médio de Administração e Gestão – Huambo**



**Anexo 5 - Faculdade de Economia do Huambo**



**Anexo 6 - Escola do II Ciclo do Ensino Secundário Xavier Samacau**

