



EFEITO DA FORMAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO EM ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DE DESPORTO

Dissertação apresentada com vista à obtenção do 2º ciclo em Gestão Desportiva, da Faculdade de Desporto da Universidade do Porto, ao abrigo do Decreto-Lei nº 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei nº 65/2018 de 16 de agosto.

Orientador: Professora Doutora Susana Maria Soares

Coorientador: Professor Doutor José Marques Novo Júnior

Jorge Joaquim Pinto Barbosa

Porto, setembro 2022

Barbosa, J. (2022). Efeito da formação em empreendedorismo em estudantes universitários de desporto. Faculdade de Desporto da Universidade do Porto.

Palavras-chave: EMPREENDEDORISMO, FORMAÇÃO, ATITUDE EMPREENDEDORA, INOVAÇÃO, CRIAÇÃO

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos os que estiveram ao meu lado neste caminho, em especial à Professora Doutora Susana Soares pelo seu incentivo, apoio, disponibilidade e orientação nesta dissertação. Obrigado por ter acreditado que seria capaz de responder a este desafio.

Ao Professor José Marques agradeço pelo seu apoio e disponibilidade.

À minha colega Diana Amorim agradeço por me ter acompanhado neste desafio, pela atenção, disponibilidade e apoio durante todas as fases do desenvolvimento deste estudo.

Este trabalho não teria sido possível sem a valiosa colaboração dos estudantes da FADEUP dos anos letivos 2019-2020 e 2020-2021, participantes neste estudo a quem quero aqui expressar os meus agradecimentos pelo interesse e cooperação.

Por fim, um agradecimento especial a toda a minha família, em especial a minha esposa, por todo o incentivo e apoio durante estes últimos dois anos. Um beijo especial para a minha filhota pelas horas de ausência que teve do pai.

Hoje sou melhor, mas devo-o a vocês todos! Muito Obrigado!

Índice

ÍNDICE DE FIGURAS	VII
ÍNDICE DE TABELAS	IX
ÍNDICE DE ANEXOS	XI
RESUMO	XIII
ABSTRACT	XV
1. INTRODUÇÃO	17
2. REVISÃO DA LITERATURA	21
2.1 Objetivo	31
2.2 Hipóteses	31
3. MATERIAL E MÉTODOS	33
3.1 Caracterização da amostra	33
3.2 Caracterização da unidade curricular	34
3.3 Procedimentos e tratamento de dados	37
3.3.1 Procedimentos estatísticos	39
3.4 Procedimentos éticos	39
4. RESULTADOS	41
5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	51
6. CONCLUSÃO	61
BIBLIOGRAFIA	63
ANEXOS	LXXI

Índice de Figuras

Figura 1. Ligação dos sujeitos inquiridos ao desporto.	33
Figura 2. Correspondência (total, parcial ou inexistente) entre a unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto e as expectativas que os estudantes tinham em relação à mesma.	41
Figura 3. Reconhecimento dos estudantes sobre a aplicabilidade dos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.	42
Figura 4. Definição, pelos estudantes, do âmbito da aplicabilidade dos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.	42
Figura 5. Interesse suscitado, aos estudantes, pelos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.	43
Figura 6. Interesse dos estudantes pela unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto durante a lecionação.	43
Figura 7. Perceção dos estudantes sobre a adequação da carga horária da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto para despontar uma atitude empreendedora.	44
Figura 8. Atitude empreendedora percecionada pelos estudantes após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto. O antes refere-se à perceção retrospectiva e o após à perceção objetiva. Legenda: * $p \leq 0.05$	46
Figura 9. Análise individual da atitude empreendedora percecionada pelos estudantes após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto. O antes refere-se à perceção retrospectiva e o após à perceção objetiva.	46

Índice de tabelas

Tabela 1. Transcrição das sugestões de outros conteúdos a abordar na unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.....	45
Tabela 2. Alteração da atitude empreendedora percecionada pelos estudantes em cada uma das categorias que compõem o perfil empreendedor.....	47
Tabela 3. Criação de empresa e perceção de capacidade de criação de empresa após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.....	47
Tabela 4. Reconhecimento da aplicação dos conhecimentos adquiridos na unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto na empresa onde os estudantes trabalham e na sua inovação.	48
Tabela 5. Categorias de resposta relativas à manifestação da valia da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto para a criação e inovação de empresas, com exemplos transcritos.	49

Índice de anexos

Anexo 1. Questionário sobre o efeito da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto	LXXI
--	------

RESUMO

Na literatura encontram-se múltiplas referências à formação universitária em empreendedorismo, mas não sabemos exatamente que formação se realiza em desporto, nem se essa formação conduz, efetivamente, à alteração da atitude empreendedora dos estudantes de desporto e à criação de empresas. Existem vários estudos sobre formação inicial em empreendedorismo no ensino superior e competências dos empreendedores, mas não se encontram estudos sobre a criação consequente de empresas, principalmente na área do desporto, pelo que o objetivo do estudo é diagnosticar o efeito que a formação em empreendedorismo tem em estudantes da área do desporto, particularmente no desenvolvimento da atitude empreendedora e na consequente criação ou inovação de empresas. A amostra foi constituída por 32 estudantes do Mestrado em Gestão Desportiva da FADEUP dos anos letivos de 2019/2020 e 2020/2021, que frequentaram a unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto, a qual tem como propósito apreender conhecimentos relativos ao empreendedorismo e inovação, desenvolver a capacidade de iniciativa, a criatividade e a autonomia e adquirir competências de trabalho em equipa e de liderança de projetos. Para perceber o impacto e o efeito da formação em empreendedorismo nos estudantes utilizou-se uma metodologia baseada na aplicação de um questionário elaborado pela equipa de investigação, constituído por questões fechadas e semiabertas que foram tratadas de forma qualitativa e quantitativa. Os resultados mostraram que a formação em empreendedorismo de estudantes da área do desporto tende a induzir a alteração da sua atitude empreendedora, tendo, contudo, pouca expressão na criação de novas empresas e na inovação das mesmas. O efeito descrito estará relacionado com as características funcionais e com os conteúdos da unidade curricular, havendo empatia entre os resultados do presente estudo com os de outros estudos com preocupações de pesquisa similares.

Palavras-chave: EMPREENDEDORISMO, FORMAÇÃO, ATITUDE EMPREENDEDORA, INOVAÇÃO, CRIAÇÃO

ABSTRACT

Multiple references to university education in entrepreneurship exists in literature. We do not know exactly what training is carried out with sport students, nor whether this training effectively leads to a change in the entrepreneurial attitude and the creation of companies. Several researches have focus on initial training in entrepreneurship in higher education and in skills development of entrepreneurs, but no studies about consequent creation of companies in the area of sports were fund. The purpose of the present study was to diagnose the effect that training in entrepreneurship has in sport students, particularly in the development of an entrepreneurial attitude and in the consequent creation or innovation of companies. The sample consisted of 32 students of the Masters in Sports Management at FADEUP, from the academic years of 2019/2020 and 2020/2021, who attended the curricular unit of Management of Sports Projects. Curricular unit aims that students apprehend knowledge related to entrepreneurship and innovation, develop the capacity for initiative, creativity and autonomy and acquire teamwork and project leadership skills. To understand the impact and effect of entrepreneurship training on students, a methodology based on the application of a questionnaire prepared by the research team was used, consisting of closed and semi-open questions that were treated qualitatively and quantitatively. The results showed that the training in entrepreneurship of students in the field of sport tends to induce a change in their entrepreneurial attitude, having, however, little expression in the creation of new companies and in their innovation. The effect described may be related to the functional characteristics and contents of the curricular unit, with empathy between the results of the present study and those of other studies with similar research concerns.

Keywords: ENTREPRENEURSHIP, EDUCATION, ENTREPRENEURIAL ATTITUDE, INNOVATION, CREATION

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo pretendeu perceber a relação entre a formação em empreendedorismo e o desenvolvimento de atitudes e ação empreendedora de estudantes universitários da área do desporto. Através da revisão da literatura procuraram sistematizar-se os principais conceitos ligados ao empreendedorismo e compreendê-lo como uma ferramenta útil para a criação de empresas e inovação de negócios. Neste enquadramento, parece que a apresentação de novas realidades e necessidades aos estudantes universitários permite-lhes a aquisição de competências na área do empreendedorismo, as quais poderão facilitar a sua entrada no mercado de trabalho por via da criação de negócio ou a manutenção do posto de trabalho por capacidade de inovação.

A definição de empreendedorismo é essencial para compreender a sua utilidade. Sarkar (2007), já há mais de 10 anos, referia que o termo empreendedorismo vinha a ser apresentado na literatura com diferentes significados, ainda que aparecendo a inovação e a relação com a criação de empresas como os mais mencionados. A Sociedade Portuguesa de Inovação (2004) havia definido empreendedorismo como “Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos”. Moreira (2014) um pouco mais tarde, considera o empreendedorismo como um processo de criação de novas organizações, sendo o empreendedor o indivíduo que identifica a oportunidade e cria uma organização, mantendo-se o foco do conceito. Mais recentemente Rodriguez-Gutierrez et al. (2020), diz que a criação de negócios e o empreendedorismo pode levar a criação de empresas e desenvolvimento económico, suportando naturalmente o aumento do rendimento, da economia e do bem-estar social. Os vários conceitos de empreendedorismo parecem conduzir para a noção clara de que o empreendedor tem um papel determinante na criação e desenvolvimento da organização, levantando-se a necessidade da formação de jovens empreendedores.

O ensino do empreendedorismo em Portugal, ao nível do ensino pós-secundário, começou a evidenciar-se na sequência da identificação de áreas de necessidade no

contexto das políticas da União Europeia (Redford, 2008). Contudo, uns anos antes Tavares (2003) já destacava a importância de se investir no Ensino Superior preparando os jovens para o desempenho profissional adequado às que eram as circunstâncias atuais do país. Referia também que *“(...) a formação inicial [deveria] obedecer a um outro desenho curricular e desdobrar-se dentro de uma outra dinâmica de ensino e aprendizagem e ser continuada de um modo coerente na formação ao longo da vida em que a actualização dos saberes e a própria reconversão profissional poderão acontecer várias vezes durante o tempo de vida activa (p.78)”*. Redford (2006) também identificou, na mesma época, tendências distintas dentro da lecionação, uma relacionada com a lecionação de unidades curriculares de empreendedorismo em diferentes instituições e outra relacionada com o desenvolvimento de centros de empreendedorismo. Pela mesma altura, a Comissão Europeia (2006), apontava diversas orientações para fomentar o empreendedorismo no Ensino Superior, como a integração da temática de modo transversal em diversas unidades curriculares e cursos, uma adequada formação de docentes, o estabelecimento de redes e o estímulo da mobilidade dos professores entre a universidade e o mundo empresarial. Neste contexto, foram criados projetos de referência na rede de ensino politécnico para promoção do empreendedorismo e espírito empresarial, nomeadamente o projeto Poliempreeende e o Projeto PIN, que visaram introduzir, nestas organizações, o empreendedorismo como forma de atuação autónoma, responsável e proativa (Parreira et al., 2018).

Sendo o empreendedorismo uma área transversal, foi natural a perceção da necessidade de incluir a educação em empreendedorismo não só nas áreas diretamente ligadas à gestão, mas também nas restantes áreas do ensino superior, como cursos de saúde e desporto (Moreira, 2014). Segundo Nascimento (2009), os professores da área da Educação Física apresentam características empreendedoras na vida pessoal, formativa e profissional e conseguem que os seus estudantes sejam mais pró-ativos, envolvendo-os em atividades de pesquisa e projetos de conhecimento e inovação. No entanto, apesar das alterações que se têm vindo a verificar ao nível do ensino do empreendedorismo e do seu reconhecimento, a literatura parece ainda não apresentar evidências sobre a relação causa-efeito no que diz respeito ao nível de formação inicial

em empreendedorismo e consequente criação de negócios na área do desporto. A literatura está mais centrada num conjunto de opiniões acerca do assunto, como a de Naia (2009), que referiu que a educação para o empreendedorismo consciencializa os jovens relativamente à opção de criarem o seu próprio trabalho/empresa como uma opção de carreira e motiva-os a encarar as suas oportunidades com mais criatividade.

2. REVISÃO DA LITERATURA

A conceptualização de empreendedorismo tem início no século XVIII, tendo-se chegado ao século XIX com alguns clássicos da sociologia, como Weber (1979), a constatar que o capital se desenvolve com base nos empreendimentos e nos empreendedores. O empreendedorismo era entendido como a arte da criatividade, a capacidade de negociar circunstâncias para solucionar os problemas que afetam o próprio e a comunidade, seja numa questão de mercado, numa questão social ou no que dizia respeito ao bem público. Com base nesta primeira noção de empreendedorismo surgiu uma multiplicidade de conceitos que procuraram definir o seu propósito.

Shane e Venkataraman (2000) apontaram o empreendedorismo como um *“processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades; e um conjunto de indivíduos que as descobre, avalia e explora (p.218)”*. Para Dolabela (2003) empreendedorismo significava alterar a realidade de forma a sentir-se realizado pessoalmente e atingir objetivos pessoais e coletivos. Mais recentemente, Rodriguez-Gutierrez et al. (2020) apontam que a criação de negócios e o empreendedorismo pode levar à criação de empresas e ao desenvolvimento económico, suportando naturalmente o aumento do rendimento, da economia e do bem-estar social e atenuando as situações de crise, recorrentes na atualidade. A Sociedade Portuguesa de Inovação (2004) definiu o empreendedorismo enquanto forte impulsionador do emprego e do crescimento económico e um fator importante numa economia de mercado globalizada e competitiva. Pode ser induzido pela oportunidade, quando se materializa uma oportunidade de negócio, ou pela necessidade, quando reflete a ausência de outras alternativas de emprego. A coexistência de ambas é comum, a par, também, da possibilidade da sua indução por fatores externos como a família. Pouco depois do início do presente século, o conceito de empreendedorismo passou a integrar o campo de diversas áreas disciplinares, como a económica, que associa o empreendedorismo à inovação, e a comportamental, que se concentra nas características criativas e intuitivas dos empreendedores (Bucha, 2009). Na sequência das diferentes abordagens ao empreendedorismo, acabou por se levantar a necessidade da formação, numa

perspetiva académica, ou seja, centrada no ensino de aspetos como a criatividade, inovação e atitude empreendedora.

A educação, de uma forma geral, é elementar para que seja possível viver em sociedade, pois é através dela que se formam pessoas capazes de se adaptarem e reagirem às suas mudanças e desafios (Lopes, 2013). Para Sobral e Vasquez (2019), a universidade tem um papel fulcral na mudança de uma sociedade, uma vez que, enquanto fonte de conhecimento, tem um papel importante na expansão dos saberes, na estimulação da criatividade e na mudança da identidade de um país. Seguindo esta linha de pensamento, a dimensão universitária pode ser vista como um processo interdisciplinar educativo, cultural, científico e político, não se podendo separar deste e levando a uma interação transformadora entre a universidade e a sociedade onde está inserida (Rodriguez-Gutierrez et al., 2020). As universidades têm, assim, um papel determinante na promoção da atitude empreendedora, quer por via da intervenção do corpo docente e investigador, quer pela formação e intervenção dos estudantes (Santos et al., 2010).

Têm sido vários os autores a evidenciar que o empreendedorismo no ensino superior tem vindo a ganhar maior atenção, ainda que a discussão subjacente à qualidade inata ou aprendida do empreendedor ainda vá sendo recorrente (Dornelas, 2021; Neto & Ceroni, 2020; Parreira et al., 2018). Segundo Araújo et al. (2005), o ensino do empreendedorismo estava inicialmente mais presente nas áreas da administração/gestão, começando também a aparecer nas áreas das ciências e engenharias. Para Parreira et al. (2018), o empreendedorismo no ensino superior assume um papel de destaque em termos académicos e em termos políticos, muito devido à evolução do papel das Instituições de Ensino Superior nos sistemas nacionais de inovação e de empreendedorismo. Adicionalmente, Neto e Ceroni (2020) afirmam que o ensino superior tem vindo a despertar no estudante um conjunto de habilidades, competências e princípios que lhes permitam encontrar-se na sociedade.

As universidades e politécnicos têm vindo a investir progressivamente em mais cursos de formação em empreendedorismo, que dotem os estudantes das competências básicas necessárias, despertando a sua capacidade criativa, inovadora e de

desenvolvimento de novos produtos e serviços ou formas de organização. O processo de aprendizagem do empreendedorismo é refletido e comprovado através da aquisição de comportamentos e atitudes que se vão refletir na inovação e gestão de oportunidades de negócio, para que o indivíduo encontre no empreendedorismo uma oportunidade de emprego. Como resultado do aumento do interesse pela área do empreendedorismo, o Projeto Nacional *Educação para o Empreendedorismo* (2007), por exemplo, surgiu com o objetivo de que as escolas desenvolvessem um conjunto de iniciativas que levem à criação de uma comunidade educativa, com competências e atitudes que permitam empreender. Ferreira et al. (2008) referiram não ser necessário um grau académico superior para criar uma empresa ou um negócio, mas todos os empreendedores necessitam de obter conhecimento nas áreas da gestão, finanças, estratégia, marketing, liderança e comunicação, o que valida a intervenção a nível escolar. Lopes (2013) assume claramente que a capacidade empreendedora não é uma capacidade inata, mas principalmente adquirida, competindo também à universidade desenvolver pessoas cada vez mais empreendedoras. Esta ideia é reforçada por outros autores, como Rocha e Freitas (2014), que evidenciam a importância da formação para que a pessoa empreendedora seja capaz de abrir e administrar o seu próprio negócio, criando emprego e gerando lucro para a sociedade.

O papel das universidades é sobretudo estimular e transmitir a importância do empreendedorismo aos estudantes e verificar o sucesso desse ensino. O processo empreendedor aprendido é refletido e comprovado através de comportamentos e atitudes e são estas que se vão basear naquilo que é a atividade empreendedora. O ensino do empreendedorismo coloca à disposição dos estudantes, ferramentas fundamentais para a criação de um negócio, nomeadamente as competências e o conhecimento relativo à identificação da oportunidade de negócio. Adicionalmente, promove as competências necessárias para analisar perspetivas de emprego relacionadas com a criação de negócios e empresas, para que os estudantes consigam progredir numa carreira empreendedora de uma forma apoiada (Pimpão, 2011). Dornelas (2021), na mesma linha de pensamento, evidencia que a educação em empreendedorismo deve proporcionar aos estudantes o conhecimento sobre o

processo empreendedor, as habilidades empreendedoras, a constatação e análise de oportunidades.

As universidades têm vindo a oferecer programas de empreendedorismo, através dos quais se pretende desenvolver nos estudantes competências, habilidades e conhecimentos necessários à criação de novas empresas, bem como, promover o seu espírito empreendedor (Alberto et al., 2007). São exemplos dois programas para a promoção e ensino do empreendedorismo, o Projeto Poliempreende e o Projeto PIN, que compreendem projetos de referência da rede de ensino politécnico na prossecução da promoção do empreendedorismo e espírito empresarial. O Projeto Poliempreende baseia-se no ensino, promoção e desenvolvimento de projetos de vocação empresarial, visando: *“(i) promover o empreendedorismo; (ii) educar / formar para o empreendedorismo; (iii) desenvolver planos de vocação empresarial; (iv) avaliar e premiar os melhores projetos desenvolvidos”*. O Projeto PIN ou Poli-Entrepreneurship Innovation Network tem com objetivo dar seguimento ao Projeto Poliempreende, focando-se em: *“(i) melhorar a estrutura interna de apoio na transmissão de competências e habilidades das instituições; (ii) diminuir as assimetrias de capacidade institucional que existem na implementação das atividades empreendedoras; (iii) desenvolver conteúdos partilhados de formação empreendedora, assentes numa metodologia inovadora e diferenciada; (iv) aumentar o grau de eficácia na criação de empresas, através de maior e mais efetivo apoio no pós-projeto de negócios desenvolvidos; (v) demonstrar o impacto empreendedor nas competências adquiridas pelos estudantes e potenciá-lo como característica atrativa para as entidades empregadoras.”* (Parreira et al., 2018). Um outro exemplo é o programa A Empresa da Júnior Achievement Portugal, cujo lema é *Aprender a Empreender*, que tem o propósito de promover uma atitude empreendedora nos jovens do ensino secundário através da formação em sete áreas programáticas definidas como centrais para o empreendedorismo: cidadania, ética, literacia financeira, economia, negócios, empreendedorismo e desenvolvimento de carreiras (Chaves & Parente, 2011). Este programa tem seguimento para o ensino superior através do *Start-Up program*.

Há cerca de 16 anos, Redford (2006) elucidava-nos acerca do ponto da situação da educação para o empreendedorismo no Ensino Superior, referindo que se verificavam tendências distintas dentro desta temática, uma relacionada com a lecionação de unidades curriculares de empreendedorismo em diferentes instituições e a outra relacionada com o desenvolvimento de centros de empreendedorismo. O mesmo aconteceu pouco depois na Holanda, onde o governo promoveu o empreendedorismo nas universidades através oferta de um curso de empreendedorismo educacional ao nível do ensino superior, e também outras iniciativas de formação (Marques, 2013). Nos Estados Unidos foi implementado o programa Dynamo Role Model Programme, com o objetivo da divulgação de histórias de sucesso enquanto fontes motivacionais para os jovens, de modo a verem no empreendedorismo uma opção de carreira fiável (Marques, 2013). Porém, o mesmo autor alertava já para algumas vulnerabilidades como o facto, por exemplo, destes programas não serem avaliados, nem em termos de processo e resultados, nem no seu impacto em termos de criação de negócio e por isso ser difícil medir a sua real eficácia.

A implementação destes programas, para além de dar resposta ao pretendido com o Projeto Nacional *Educação para o Empreendedorismo* (2007), visa desenvolver um conjunto de iniciativas que permitam desenvolver o potencial empreendedor, fornecer informação, incentivar à inovação e ao desenvolvimento de competências e de características pessoais, como a autoconfiança, motivação, autocontrolo, persistência, resiliência, determinação, iniciativa estratégias de *coping*, responsabilidade, determinação e conhecimento (Faria, 2009).

De entre as várias pretensões com a formação em empreendedorismo, que têm vindo a ser enumeradas ao longo desta revisão, salienta-se um foco claro na preocupação com a existência de formação que desenvolva a atitude empreendedora, a qual carece de ser caracterizada e contextualizada. Para Lüthje e Franke (2003) a atitude empreendedora está fortemente relacionada com a intenção empreendedora de cada um. Holienka et al. (2015) defendem que os indivíduos empreendedores demonstram vontade de tomar iniciativa, descobrir e introduzir novas ideias e transpor essas ideias para a realidade, levando à criação de valor para si e para toda a sociedade. Sulistyó e Siyamtinah (2016)

enumerou algumas características para um empreendedor de sucesso, nomeadamente *"recursos, capacidade de assumir riscos/desejar o conhecimento das funções do mercado operacional, inovação, know-how de produção, de marketing e de gestão, bem como a capacidade de cooperação, a capacidade adicional de identificar e aproveitar oportunidades, desejo de responsabilidade, capacidade de fazer preferências de risco, autoconfiança, orientação futura, fortes habilidades de organização"*. Dias (2011), sugeriu uma definição de atitude empreendedora mais abrangente do que as anteriores quando mencionou que a atitude empreendedora está relacionada não só com fatores biológicos e psicológicos, mas também sociais e, por isso, influencia o sucesso ou insucesso da pessoa em cada um destes domínios. Na mesma linha de pensamento Srivastava e Agrawal (2010) concordam que os fatores psicológicos interferem com a atitude empreendedora, nomeadamente o espírito de equipa, a capacidade de liderança, a autoconfiança e a abertura para partilhar ideias e recursos com os outros. Adicionalmente, Naia (2009) nomeia outros fatores que influenciam a atitude empreendedora, como atributos pessoais, fatores contextuais/sociais, família e modelos de referência empreendedores, bem como o ensino/formação.

A Comissão Europeia (2002) defende que a atitude empreendedora pode ser estimulada em jovens estudantes, acontecendo a aprendizagem quando são desenvolvidos conhecimentos, habilidades, atitudes e qualidades pessoais que sejam adequadas à idade e desenvolvimento do jovem estudante. Bucha (2009) também reforça a ideia de que a aquisição de competências ao nível da cooperação, da capacidade de criar novas empresas, através de novos produtos e métodos de trabalho, e da capacidade de assumir diversos papéis é resultado da formação em empreendedorismo e esta atitude pró-ativa e de criatividade permite que estejam melhor preparados para encarar riscos inerentes à implementação de novas ideias. Por isso, o empreendedorismo é considerado uma atitude geral que pode ser aplicada por todos os indivíduos. A formação em empreendedorismo possibilita igualmente o desenvolvimento de competências de reconhecimento, inovação e gestão de oportunidades de negócio para que o indivíduo identifique uma oportunidade de emprego (Pimpão, 2011). Por este

motivo, quando falamos em empreendedorismo falamos obrigatoriamente em inovação, conceitos que embora amplamente ligados, são distintos.

A inovação é uma dimensão do empreendedorismo e uma característica da atitude empreendedora que advém da vontade de criar um negócio ou uma empresa, de produzir alguma coisa distinta. Para Sarkar (2007) inovar significa ter uma ideia nova ou aplicar ideias já existentes de uma forma original, eficaz e com impacto no mercado. Filion (2011) afirmou que a inovação é a base do empreendedorismo e de todas as combinações possíveis de novos processos de produção, novos materiais e componentes, novos mercados e novas estruturas organizacionais. Anteriormente, Cruz (2005) refere que a inovação compreende mudanças empreendidas e adotadas pelas empresas com o objetivo de obter maiores retornos económicos. Schumpeter (1934), já há muito tempo, considerava a inovação o elemento primordial para o empreendedor, dado que este, ao criar novas combinações de fatores de produção, criava novas dinâmicas no desenvolvimento económico. Nesta altura tão precoce no que toca ao empreendedorismo, o autor defendia também que o aparecimento destas novas dinâmicas poderia surgir de diversas formas: (1) introdução de um novo produto no mercado; (2) utilização de novos métodos de produção; (3) abertura de novos mercados; (4) descoberta de novas fontes de oferta de materiais; (5) criação de novas empresas. Apesar da distância no tempo, percebe-se que o conceito central de inovação permanece atual.

As empresas devem reconhecer na inovação uma oportunidade de crescimento que lhes vai permitir aumentar a sua vantagem competitiva e a capacidade de acompanhar a evolução dos mercados. Vários estudos (Uslu & Gedikli, 2019) realizados na Austrália sobre empresas inovadoras e empreendedoras mostraram que o empreendedorismo e a inovação estão relacionados e interagem para a formação de uma empresa. A combinação do empreendedorismo e da inovação é importante para o sucesso e a sustentabilidade e constituem processos dinâmicos e holísticos. A cultura organizacional e o estilo de gestão, por sua vez, são fatores importantes no desenvolvimento do comportamento empreendedor e de inovação. Neste enquadramento, constata-se que o empreendedorismo e a inovação são fundamentais para identificar novas

oportunidades de modelo de negócio por forma a dinamizar o crescimento económico, estimulando o aumento da produtividade e consequentemente combate ao desemprego.

Na área do desporto o empreendedorismo parece não ter o mesmo destaque, uma vez que, como já referimos anteriormente, aparece com mais frequência associado às áreas da economia, da gestão ou da administração, embora o estudo da formação em empreendedorismo no desporto seja igualmente importante com vista a perceber o seu efeito na capacidade de criação de negócios relacionados com o mesmo. Os estudantes de desporto desenvolvem com maior facilidade competências relacionadas com a proatividade e capacidade de iniciativa, muito pelo facto desta área estar relacionada com o dinamismo, capacidade de inovação e adaptabilidade, pelo que podemos ver o desporto como um processo empreendedor, uma vez que a inovação e a mudança são os seus elemento-chave (Ratten, 2011). A educação para o empreendedorismo no desporto constitui uma importante ferramenta para o desenvolvimento de competências empreendedoras nesta área. Segundo Lobato e Carmo (2009) é necessário haver uma maior preocupação com a formação dos profissionais de desporto, estabelecendo um processo de ensino que possibilite a identificação das necessidades do mercado de trabalho e que prepare para o mesmo. Desta forma, a educação para o empreendedorismo pode facilitar a inovação necessária para revolucionar a indústria desportiva e incentivar o crescimento desta área, aprender sobre como ser autossuficiente no mercado de trabalho, através da aquisição de competências de empreendedorismo, e aumentar a confiança dos estudantes na gestão da sua carreira através da introdução de novos conhecimentos.

Na literatura, o empreendedorismo no desporto está presente de duas formas, na formação para atuação pedagógica na escola e na formação para a atuação fora do espaço não-formal, visando a criação do próprio negócio (Dias, 2010). Segundo Ratten (2011) o empreendedorismo é dinâmico e tem impacto em várias áreas da gestão, tais como estratégia de negócio, gestão de crises, desenvolvimento de novos desportos, gestão de desempenho, inovação de produtos, promoção de estratégias, questões sociais, preocupações de sustentabilidade e desenvolvimento tecnológico. O mesmo

autor enumera vários tipos de empreendedorismo associados ao desporto, nomeadamente o empreendedorismo de base comunitária, o corporativo, étnico, imigrante, institucional, internacional, social, tecnológico e feminino. As pessoas do desporto, na sua generalidade, parecem ser indivíduos que facilmente se deixam desafiar, proativos e com capacidade de iniciativa. Nascimento (2009) refere que os professores de educação física apresentam características empreendedoras, quer na vida pessoal e formativa, como na profissional, visto que atuam tanto na sua carreira profissional, como também nas atividades da sociedade. Por esse motivo, conseguem levar os seus estudantes a ser pró-ativos, envolvendo-os em atividades de pesquisa e projetos de conhecimento e inovação. Ratten e Jones (2018) referem que os estudantes de desporto devem ter contacto com o empreendedorismo para desenvolver a empregabilidade e as competências sociais, visto que as organizações desportivas têm de estar mais presentes na atividade empresarial. Os mesmos autores focam vários motivos para a educação para o empreendedorismo no setor do desporto, permitindo aos estudantes reconsiderarem as suas carreiras para se focarem na autossuficiência e autoemprego.

Falkäng e Alberti (2000) referiram, no início do presente século, a tendência para o aumento da oferta formativa em empreendedorismo nos diferentes níveis de ensino. Porém diagnosticavam não parecer haver uniformidade de conteúdo e abordagem entre os cursos e as pesquisas sobre educação em empreendedorismo. Pouco mais de 10 anos após esta referência, O'Connor (2013) confirmava que, efetivamente, os conteúdos pedagógicos e metodologias de ensino pareciam ainda não estar uniformizados e apesar do grande número de cursos e iniciativas na área, existiam ainda dúvidas quanto à eficácia do ensino do empreendedorismo e do desenvolvimento de competências empreendedoras por parte dos estudantes (Martin et al., 2013; O'Connor, 2013; Pittaway & Cope, 2007). Apesar das limitações apontadas por estes autores, é evidente e unânime o reconhecimento da importância da educação precoce para o empreendedorismo, nomeadamente no que se refere aos primeiros anos de ensino (Chaves & Parente, 2011; Cone, 2008; Sarkar, 2007).

Um estudo realizado por Júnior et al. (2006) destaca a importância de um plano de formação inserido no ensino superior e do papel das instituições de ensino na capacitação dos estudantes para a atividade empreendedora. Cone (2008) também concorda com este ponto de vista, referindo inclusive que é necessário criar-se um currículo mais consistente para o empreendedorismo no ensino superior, acessível a todos os estudantes, provenientes de todas as áreas de ensino. Defende ainda que devem estar familiarizados com a importância que o empreendedorismo desempenha na economia e das possibilidades que isso lhes pode oferecer, ainda que nem todos os estudantes venham a ser empreendedores. Esta ideia foi também reforçada por Rodrigues et al. (2007), que identifica vários fatores que influenciam a propensão para a criação da própria empresa por parte de estudantes universitários: atributos pessoais, existência de empresários na família, ensino, perfil demográfico e motivação, mas concluiu que o efeito mais importante é o do ensino.

A Comissão das Comunidades Europeias (2006) apresentou um conjunto de sugestões para promover o empreendedorismo no ensino superior, nomeadamente a integração desta temática nas unidades curriculares e cursos e o apoio dos poderes públicos e políticos, assegurando uma adequada formação de docentes e o incentivo da mobilidade entre a universidade e o mundo do negócio. Segundo Naia (2009), os conteúdos programáticos das unidades curriculares sobre empreendedorismo são diversificados, mas de uma maneira geral assentam na identificação de oportunidades e no controlo e prevenção da falência, desempenhando um papel importante quando aplicados na criação de empresas e no seu objetivo (aquisição de competências técnico-científicas) ou na realização de atividades (projetos criativos e inovadores). Num estudo realizado pela mesma autora, em que foram pedidas opiniões aos estudantes relativas à organização do plano curricular, foram apontadas sugestões como a *"criação de disciplinas/matérias opcionais no âmbito das competências de Gestão/Empeendedorismo e criação de empresas, e no âmbito das vivências práticas nas diferentes áreas, bem como unidades curriculares que se organizem em torno da realização de um projecto, etc."*. Por isso, a análise das unidades curriculares é

fundamental para compreender os conhecimentos adquiridos pelos estudantes ao longo da formação académica.

A educação para o empreendedorismo no desporto assume assim um papel importante, pois ajuda no desenvolvimento de competências empreendedoras e empregabilidade na área, contudo na literatura parece ainda não apresentar evidências sobre a relação causa-efeito no que diz respeito ao nível de formação em empreendedorismo e consequente criação e inovação de negócios na área do desporto.

2.1 Objetivo

O objetivo do estudo é diagnosticar o efeito que a formação em empreendedorismo tem em estudantes da área do desporto, particularmente no desenvolvimento da atitude empreendedora e na consequente criação ou inovação de empresas.

2.2 Hipóteses

Na sequência da revisão da literatura realizada, perspectivam-se as seguintes hipóteses para o presente estudo:

1. A formação em empreendedorismo de estudantes da área do desporto induz a alteração da sua atitude empreendedora.
2. A formação em empreendedorismo de estudantes da área do desporto não conduz à criação de novas empresas.
3. A formação em empreendedorismo de estudantes da área do desporto não conduz à inovação de negócio.

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1 Caracterização da amostra

Para o desenvolvimento do estudo foi constituída uma amostra de conveniência entre os estudantes do Mestrado de Gestão Desportiva da Faculdade de Desporto da Universidade do Porto (anos letivos 2019-2020 e 2020-2021). Foram selecionados os estudantes da unidade curricular (UC) de Gestão de Projetos de Desporto (uma turma de cada ano letivo), tendo-se conseguido uma participação voluntária de 32 estudantes (60.37%) num total esperado de 52. De entre os estudantes que participaram no estudo, 10 eram do sexo feminino (31.2 ± 6.97 anos) e 22 do sexo masculino (30.0 ± 6.37 anos), sendo a formação de base bastante diversificada, mas divisível entre licenciaturas da área do desporto ($n=19$) e fora da mesma ($n=13$), com ligações várias ao desporto, como se verifica na Figura 1.

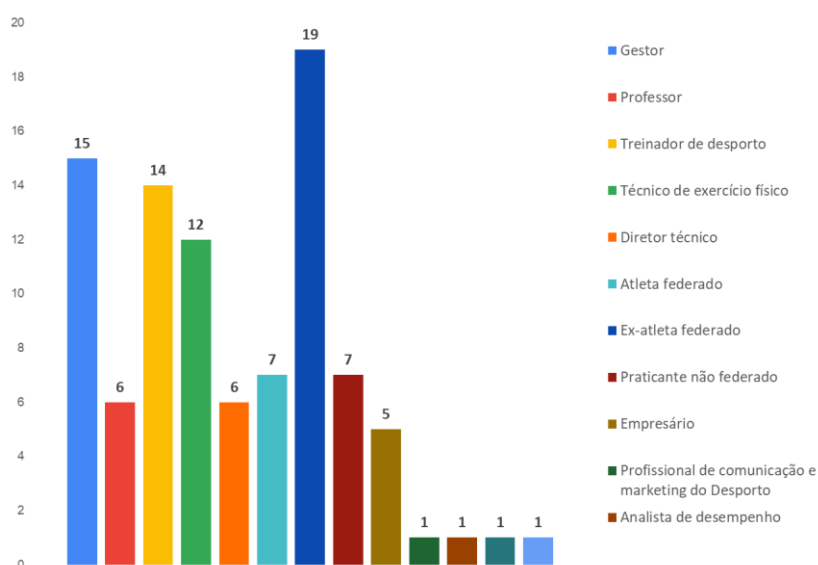


Figura 1. Ligação dos sujeitos inquiridos ao desporto.

O primeiro contacto com o empreendedorismo decorreu, para a maioria de estudantes ($n=19$ estudantes) no ensino superior. Os restantes dividiram-se entre o ensino secundário ($n=9$), básico ($n=2$), jornais e revistas ($n=1$) e formação profissional ($n=1$). Os estudantes dos dois anos letivos seguiram o mesmo plano curricular e para concluir a UC com aproveitamento tiveram assiduidade em pelo menos 75% do número de horas

totais de lecionação. As aulas foram lecionadas de forma síncrona, mas em ambiente on-line, pelo facto de os anos letivos em questão serem anos de pandemia Covid-19.

3.2 Caracterização da unidade curricular

A UC Gestão de Projetos de Desporto é integrada no plano de estudos do 2º ciclo em Gestão Desportiva da Faculdade de Desporto da Universidade do Porto (FADEUP), creditada com 6 ECTS. É lecionada no segundo semestre do primeiro ano, seguindo uma dinâmica de dez aulas presenciais com quatro horas de duração, num total de 40 horas, metade das quais é destinada ao desenvolvimento de competências para a criação de empresas, sendo as restantes de carácter prático, com a apresentação de exemplos de negócios reais, pelos próprios administradores destas empresas, criados e implementados com base empreendedora.

Os objetivos da componente da UC referente ao desenvolvimento de competências de criação de empresas são: (1) apreender conhecimentos relativos ao empreendedorismo e inovação e respetivas relações com a criação e gestão de projetos de desporto; (2) desenvolver a capacidade de iniciativa, a criatividade e a autonomia, quer ao nível da criação e implementação de ideias, quer ao nível decisório; (3) adquirir competências de trabalho em equipa e de liderança de projetos.

O programa da UC desenvolve-se em várias etapas, começando com a criação de uma ideia de negócio e terminando com a apresentação da empresa por via de um sumário executivo.

Na aula de abertura, os estudantes são expostos a situações que os levam, essencialmente, a entender o conceito de empreendedorismo, a importância da comunicação e da imagem, a saber gerir a crítica e a desenvolver a proatividade. A pressão do tempo é uma das estratégias usada para que os estudantes tentem encontrar rapidamente uma solução para problemas concretos que lhes vão sendo colocados. No fim desta são desafiados a criar um negócio rentável, cujos lucros têm de ser apresentados ao fim de uma semana, o que os obriga à iniciação ao *brainstorming* para a criação de uma ideia (ainda sem exigência de inovação) de negócio.

Na aula seguinte é proposto aos estudantes a possibilidade de participarem num concurso de empreendedorismo e inicia-se novamente o *brainstorming* para a criação de ideias inovadoras de negócio, obrigatoriamente na área do desporto. São criados grupos com um máximo de seis estudantes, que passam a ser os responsáveis por reunir, propor e discutir ideias inovadoras que conduzam a uma ideia final de negócio, que seja consensual para todos e que acrescente valor ao mercado. A conclusão deste trabalho é feita após a aula de forma autónoma pelos grupos, que podem solicitar o apoio da docente sempre que necessário.

A ideia de negócio a ser desenvolvida é apresentada na terceira aula e submetida à avaliação por todos os grupos e pela docente. Cada grupo é questionado e vê as fragilidades da sua ideia apontadas pelo grupo-turma. Posto isto, cada grupo começa a consolidar o seu projeto, definindo a missão da empresa, o produto ou serviço a comercializar e o circuito de negócio. Grande parte deste trabalho continua depois da aula, com os grupos a reunirem e a desenvolverem o projeto que idealizaram. Na quarta aula inicia-se o processo de validação do negócio, preparando-se o estudo de mercado e iniciando-se, se possível, o plano financeiro. Na última aula, os grupos têm de apresentar o projeto no estado de desenvolvimento que conseguiram, o qual continuará a ser aprimorado e que poderá ser utilizado para a participação num concurso de empreendedorismo. Este concurso é promovido pela *Junior Achievement Portugal (JAP)*, uma empresa sem fins lucrativos que *“inspira e prepara jovens para terem sucesso numa economia global de experiências transformadoras com base em três pilares fundamentais: Cidadania e Literacia Financeira, Educação para o Empreendedorismo e Competências para a empregabilidade. Dotamos jovens empreendedores com competências fundamentais que fortalecem o mundo do trabalho e o aproximam do mundo das escolas, e estimulamos o desenvolvimento de uma cultura de responsabilidade individual”* (<http://www.japortugal.org>).

A participação neste concurso de empreendedorismo da JAPortugal (2021), designado Start-up programa, é voluntária, mas altamente estimulada pela docente. O concurso tem 1 a 3 fases, sendo a primeira, a fase regional, que consiste na apresentação da empresa a um júri, por via de um sumário executivo e de um *pitch* de 4 min. A

competição regional é interna. Os grupos da turma competem entre si e a equipa vencedora é apurada para a competição nacional (2ª fase), que junta equipas de jovens universitários de todo o país.

Na competição nacional as equipas são avaliadas por um novo júri, que analisa um relatório sobre a empresa e a prestação da equipa em novo *pitch* de 4 min e em entrevista. O relatório é considerado a primeira imagem para potenciais investidores, pelo que se pede que contenha todos os pontos chave do negócio, procurando demonstrar a viabilidade da ideia e expor informação sobre o problema e sua solução, concretização de objetivos de desenvolvimento sustentável, estudo de mercado, estratégia de marketing, e as demonstrações financeiras, seguindo o *business model canvas*. O *pitch* é avaliado com base no conteúdo da apresentação, apresentação visual, ideia de negócio, espírito de equipa, técnicas de vendas e conhecimento do negócio, características únicas, relevância e conteúdo, técnica de apresentação, suporte visual adicional e documentação distribuída e originalidade da apresentação. A entrevista, conduzida obrigatoriamente em inglês, tem a duração de 10 minutos, sendo colocadas questões com a finalidade de clarificar ideias e dúvidas que venham de fases anteriores. Serve também para uma melhor perceção das qualidades e competências adquiridas por cada membro da equipa durante a implementação do programa. Assim que um grupo de estudantes decide competir no concurso da JAP constitui-se uma equipa (miniempresa), à qual é atribuído um tutor que, juntamente com a docente da UC, acompanha e ajuda a equipa a desenvolver a empresa, de forma a demonstrar a sua viabilidade e sustentabilidade. Em todas as fases do concurso podem surgir investidores que decidam investir no projeto, muito importantes caso a equipa decida avançar com o negócio. A equipa vencedora da fase nacional é apurada para a última fase da competição, a europeia. De entre os estudantes que constituem a amostra deste estudo, apenas 7 não participaram na fase regional da competição e 6 participaram na fase nacional. Nenhum dos estudantes selecionados esteve na competição europeia.

3.3 Procedimentos e tratamento de dados

O estudo realizado foi transversal e desenvolvido um procedimento de investigação exploratório e descritivo, utilizando uma abordagem quantitativa através da aplicação de um questionário elaborado pela equipa de investigação e constituído por seis capítulos (Anexo 1). O questionário foi previamente aplicado a um grupo piloto para se ajustarem as perguntas em função dos dados que se pretendiam recolher. O questionário final foi enviado por mensagem eletrónica a todos os estudantes das duas turmas da UC de Gestão de Projetos de Desporto.

O capítulo I permitiu a recolha de dados para caracterização da amostra (idade, género, habilitações literárias, formação na área do desporto e primeiro contacto com o empreendedorismo). O capítulo II centrou-se na perceção sobre a valia da UC Gestão de Projetos de Desporto e o III na atitude empreendedora. Nos capítulos IV, V e VI recolheram-se, respetivamente, dados relativos à criação e inovação de empresas e à opinião relativa à importância da formação em empreendedorismo na criação de negócios.

Todos os capítulos, exceto o terceiro, eram constituídos por perguntas fechadas e/ou abertas. Para as perguntas fechadas apuraram-se as frequências e percentagens de resposta dos estudantes. Os dados foram também tratados em termos de médias e desvios quando estabelecidos grupos, tendo-se utilizado o programa Excel da *Microsoft Office*, versão 2019.

As perguntas abertas foram analisadas e o seu conteúdo categorizado de forma a quantificar padrões de resposta. Para medir a alteração da atitude empreendedora antes e após a aquisição de conhecimentos com a UC foi elaborada uma sequência de 20 perguntas fechadas distribuídas por 6 categorias distinguidas entre si pelo tipo de características e comportamentos empreendedores. A primeira categoria, poder de iniciativa, refere-se à proatividade e exploração de oportunidades. A segunda categoria, qualidade e eficácia, refere-se à qualidade relativa a um serviço a prestar, baseada em formação atualizada, e a eficiência na procura e tomada de decisão. A terceira categoria, comprometimento, refere-se ao foco e sacrifício em função do objetivo de um projeto.

A quarta categoria, autoconfiança e criatividade, refere-se às capacidades individuais, procura de novas ideias e assunção de riscos e desafios. A quinta categoria, persistência, refere-se à capacidade de ultrapassar obstáculos e encontrar soluções e às convicções pessoais. A sexta categoria, objetivos definidos, refere-se à capacidade de definir objetivos. As perguntas foram retiradas e adaptadas de outros questionários aplicados em contextos afins (Dornelas, 2003). Cada pergunta era respondida numa escala de Likert de 5 pontos, sendo o 1 considerado insuficiente, o 2 suficiente, o 3 bom, o 4 muito bom e o 5 excelente. À resposta dada foi posteriormente atribuído um número de pontos igual ao número da resposta (ex: nível 3 = 3 pontos). O número máximo de pontos das respostas das 6 categorias era de 100 e o valor obtido por cada estudante inquirido permitiu enquadrá-lo num de quatro perfis de empreendedor, a seguir descritos:

75 a 100 pontos: apresenta a maioria das características e comportamentos empreendedores e tem o perfil necessário para se diferenciar no que respeita à atitude empreendedora.

50 a 74 pontos: apresenta muitas características e comportamentos empreendedores, mas o perfil aponta para a necessidade de encontrar equilíbrio entre pontos fortes e fracos.

25 a 49 pontos: apresenta poucas características e comportamentos empreendedores e o perfil aponta para a necessidade de melhorar os pontos fracos.

Menos de 25 pontos: apresenta muito poucas características e comportamentos empreendedores e ausência de perfil empreendedor diferenciador.

3.3.1 Procedimentos estatísticos

O tratamento estatístico foi realizado no programa SPSS, versão 26 para *Windows*. A análise exploratória de dados precedeu a realização de testes comparativos de médias. As distribuições foram consideradas normais quando os valores da prova do teste de *Shapiro-Wilk* foram superiores a 0.05. Cumpridos os pressupostos da estatística paramétrica, as médias foram comparadas através do teste *t* de *Student* de medidas repetidas. Em amostras não normais foi aplicado o teste não paramétrico de Mann-Whitney. O valor de probabilidade estabelecido em 5%.

3.4 Procedimentos éticos

Em todos os procedimentos do presente estudo foram salvaguardados os direitos dos participantes, por forma a garantir a participação voluntária, o anonimato e a confidencialidade da informação.

4. RESULTADOS

Foi objetivo do estudo diagnosticar o efeito que a formação em empreendedorismo tem em estudantes da área do desporto, particularmente no desenvolvimento da atitude empreendedora e na consequente criação ou inovação de empresas. A análise e apresentação dos resultados foi orientada no sentido de caracterizar primeiro a expectativa dos estudantes perante a UC e o interesse que a mesma suscitou, para depois analisar a sua perceção quanto à adequação e utilidade da mesma. Desta caracterização inicial passou-se à identificação da mudança na atitude empreendedora, da capacidade de criação de negócio e de inovação discriminadas em função da importância da formação em empreendedorismo no desenvolvimento da atitude empreendedora, na criação e inovação de empresas.

A correspondência entre a UC de Gestão de Projetos de Desporto e as expectativas que os estudantes tinham em relação à mesma pode ser observada na Figura 2. A maioria dos estudantes considerou que a UC correspondeu totalmente às suas expectativas. Aqueles que consideraram que a UC apenas correspondeu parcialmente às suas expectativas apontaram motivos relacionados com conteúdo insuficiente, pouco aprofundado ou pouco relacionados com outras unidades curriculares (n=6), carga horária exígua (n=2), foco excessivo no concurso da JAP (n=2), lecionação em regime online (n=1) e falta de aplicação à realidade (n=2). Os estudantes que viram as suas expectativas frustradas enunciaram razões pessoais (n=1), desadequação dos conteúdos (n=4) e falta de aplicabilidade (n=1)

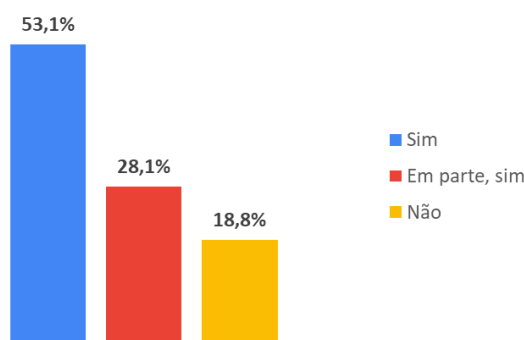


Figura 2. Correspondência (total, parcial ou inexistente) entre a unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto e as expectativas que os estudantes tinham em relação à mesma.

Os estudantes foram inquiridos de forma concreta sobre a aplicabilidade dos conteúdos da UC (Figura 3), tendo a maioria reconhecido que o que aprendeu tem aplicação futura.

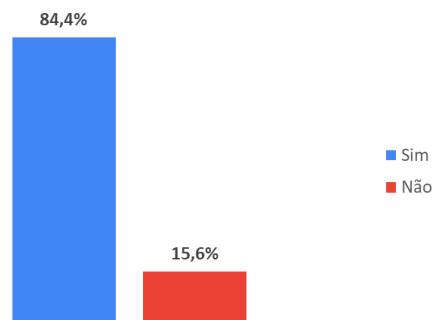


Figura 3. Reconhecimento dos estudantes sobre a aplicabilidade dos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

Quando solicitados a concretizar o âmbito da aplicabilidade (Figura 4), os estudantes destacaram maioritariamente a criação de empresa, a inovação da empresa e também a afetação positiva do seu desempenho profissional atual.

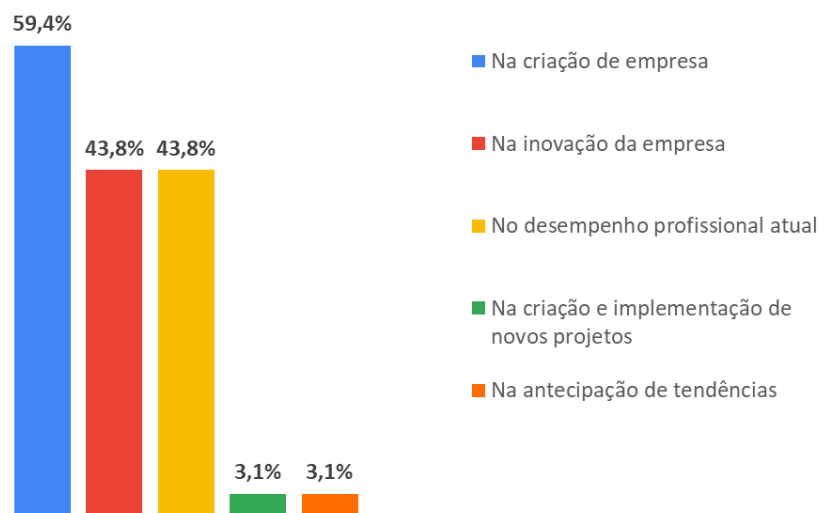


Figura 4. Definição, pelos estudantes, do âmbito da aplicabilidade dos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

Questionados sobre quais os conteúdos que suscitaram mais interesse, os estudantes enunciaram, maioritariamente, o brainstorming e a definição e desenvolvimento da ideia de negócio (Figura 5).

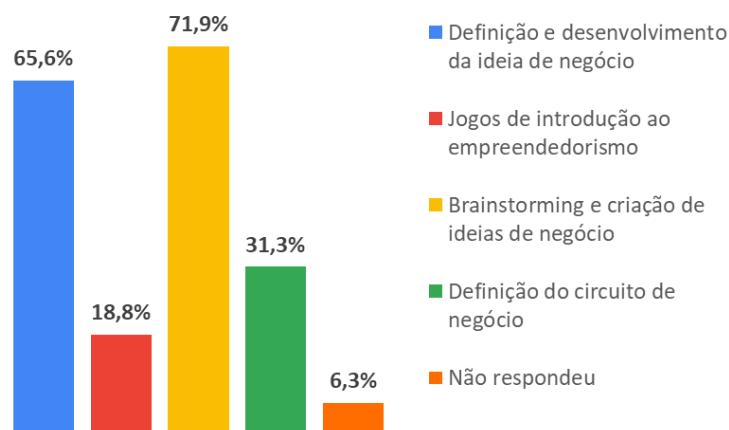


Figura 5. Interesse suscitado, aos estudantes, pelos conteúdos da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

O interesse pela UC (Figura 6) foi positivo para 65.6% dos estudantes e negativo para 34.4%, tendo 78,1% dos inscritos participado no concurso da JAP.

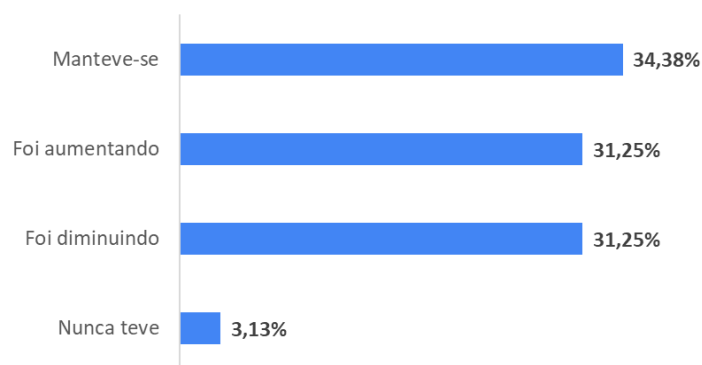


Figura 6. Interesse dos estudantes pela unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto durante a leção.

O reconhecimento, pelos estudantes, da suficiência da carga horária para despontar uma atitude empreendedora, pode ser observado na Figura 7, reconhecendo-se que a inadequação intuída ou expressa é ligeiramente superior (53.1%).

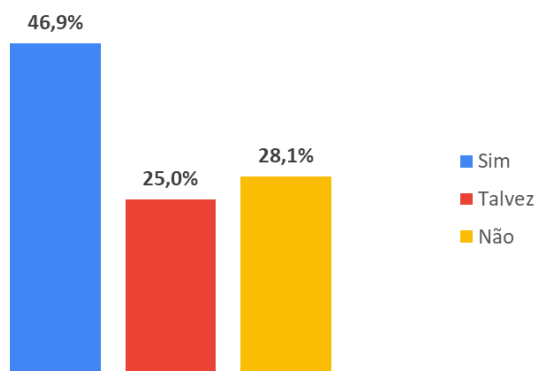


Figura 7. Percepção dos estudantes sobre a adequação da carga horária da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto para despontar uma atitude empreendedora.

Quando questionados quanto às razões pelas quais apontam a carga horária da UC como insuficiente para lhes despontar uma atitude empreendedora, os estudantes apontam insuficiência de tempo para explorar mais ferramentas e modelos e para reunir informação e confrontar-se com mais exemplos práticos (n=4). Referem também que o tempo é insuficiente para o desenvolvimento do projeto de grupo (n=3). Consideram ainda que a carga horária estará relacionada com o perfil de cada estudante, podendo ser insuficiente para uns e suficiente para outros (n=2).

Quanto à adequação dos conteúdos abordados na UC, 87,1% dos estudantes referiu serem adequados ao nível do 2º ciclo de estudos e os 12.9% que teve opinião contrária apontou razões relacionadas com a dispersão de temas e o facto de alguns desses temas não estarem relacionados com projetos. Os estudantes foram questionados sobre que outros conteúdos poderiam ser abordados no âmbito da UC e as respostas dadas foram diversas e difíceis de categorizar, encontrando-se transcritas na Tabela 1.

Tabela 1. Transcrição das sugestões de outros conteúdos a abordar na unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

Sugestão de outros temas a abordar no âmbito da UC de Gestão de Projetos de Desporto
- <i>“A estrutura do Canvas, pois é o mais utilizado na UPTEC”;</i> - <i>“Criação de empresa e plano de negócios”;</i> - <i>“Investimento/Poupança”;</i> - <i>“Novas realidades no mundo do empreendedorismo, dando exemplos e não focando apenas na realização de um projeto, visto que vai de encontro ao que fizemos nas outras unidades curriculares”;</i> - <i>“Inovação”;</i> - <i>“Dinâmica de tomada de decisão e logística e respetivos impactos”;</i> - <i>“Conhecer outros tipos de negócios (mostrar outras realidades)”;</i> - <i>“Cultura Organizacional”;</i> - <i>“Gestão financeira, apoios existentes ao empreendedorismo e como nos candidatar-mos”;</i> - <i>“PMBook, como se faz um projeto desportivo, todas ferramentas possíveis de serem utilizadas, ideais [ideias], planeamento”;</i> - <i>“Criação de startups, como realizar um pitch, elaboração de plano de negócios, etc”;</i> - <i>“Finanças pessoais e poupanças”;</i> - <i>“Valuation”.</i>

A mudança da atitude empreendedora dos estudantes decorrente da frequência da UC foi determinada com base na sua perceção retrospectiva (como consideravam ser a sua atitude antes da frequência da UC) e objetiva (como consideravam a sua atitude após a frequência da UC). Os resultados podem ser observados na Figura 8. Em termos médios, verificou-se uma alteração significativa da atitude empreendedora percecionada, sem mudança do perfil empreendedor.

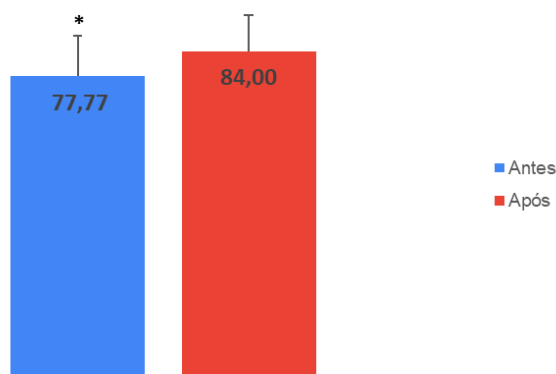


Figura 8. Atitude empreendedora percebida pelos estudantes após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto. O antes refere-se à percepção retrospectiva e o após à percepção objetiva. Legenda: * $p \leq 0.05$.

A análise individual da alteração da atitude empreendedora percebida (Figura 9) mostrou que a frequência da UC induziu a alteração de perfil em 8 estudantes, tendo 7 transitado do perfil 50-74 para o 75-100 e 1 feito a transição inversa. Os restantes estudantes mantiveram-se no perfil 75-100 ($n=19$) e no perfil 50-74 ($n=4$). Um dos estudantes foi excluído da análise por incorreto preenchimento do questionário.

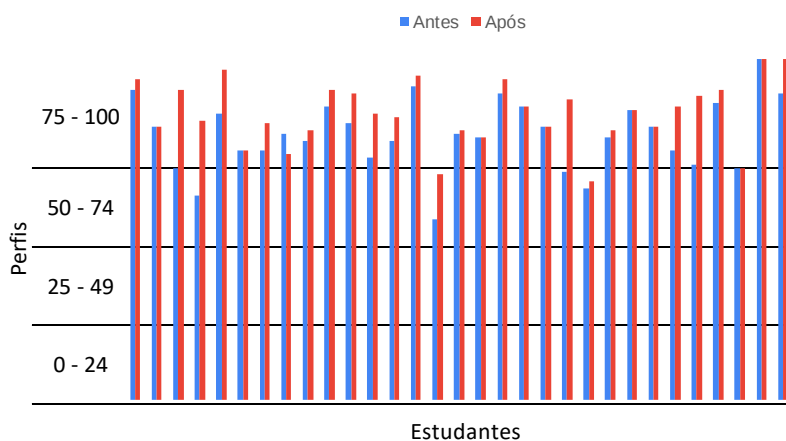


Figura 9. Análise individual da atitude empreendedora percebida pelos estudantes após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto. O antes refere-se à percepção retrospectiva e o após à percepção objetiva.

Na Tabela 2 a percepção da atitude empreendedora é definida para cada uma das categorias que subentenderam a definição do perfil empreendedor. Apenas a percepção sobre a qualidade relativa a um serviço a prestar, baseada em formação atualizada, e a eficiência na procura e tomada de decisão (categoria qualidade e eficiência) se manteve inalterável após a frequência da UC. A capacidade de definir objetivos (categoria objetivos definidos) foi a categoria com a mudança mais exuberante.

Tabela 2. Alteração da atitude empreendedora percebida pelos estudantes em cada uma das categorias que compõem o perfil empreendedor.

Categorias	Antes	Após
Poder de iniciativa	15,5±2,8*	16,7±2,5
Qualidade e eficiência	16,5±2,1	17,1±1,9
Comprometimento	8,0±1,5*	8,5±1,4
Autoconfiança e criatividade	14,9±2,7*	16,4±2,4
Persistência	11,8±1,9*	12,4±1,8
Objetivos definidos	7,7±1,6*	12,3±2,3

Legenda: *significativamente diferente de após.

A maioria dos estudantes (84,4%) referiu não ter constituído nenhuma empresa antes da lecionação da UC, enquanto 15,6% já tinham empresa criada na área do desporto. Através da Tabela 3 verifica-se que após a frequência UC houve criação de empresa(s) na área do desporto, com a maioria dos estudantes a reconhecer que com os conhecimentos adquiridos na área do empreendedorismo se sentem mais capazes de criar uma empresa. Os estudantes que não se sentem capazes de criar uma empresa apontaram como motivos não ter motivação para tal e necessitar de mais conhecimento.

Tabela 3. Criação de empresa e percepção de capacidade de criação de empresa após a frequência da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

	Sim	Não
Houve criação de empresa	9,4%	90,6%
Capacidade de criar empresa	78,1%	21,9%

De entre os estudantes participantes no presente estudo, 24 já tinham emprego antes da frequência da UC. Questionados sobre a aplicação dos conhecimentos adquiridos nas suas empresas, 37,5% referiram tê-lo feito, tendo apontado como agentes facilitadores desta aplicação a maior capacidade para encontrar soluções e estabelecer metas(n=2), a melhoria no planeamento(n=4), o aumento da autoconfiança (n=1) e a capacidade de criação de ideias e de as tornar exequíveis(n=1). Os estudantes que não foram capazes de aplicar os conhecimentos adquiridos referiram como motivos o facto de as empresas já estarem hierarquizadas e estruturadas(n=5) e terem uma função que não permite essa aplicação (n=1).

A capacidade de inovar dentro da empresa com recurso às aprendizagens adquiridas com a UC foi afirmada por 31.8% dos estudantes, Tabela 4, que afirmaram que esta inovação foi motivada por um maior espírito de busca por novas oportunidades(n=3) e por novas ideias e métodos(n=2). A incapacidade de inovar foi justificada pela hierarquização das estruturas, falta de aceitação de novas ideias e opiniões pelos superiores (n=4) e função limitada (n=1).

Tabela 4. Reconhecimento da aplicação dos conhecimentos adquiridos na unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto na empresa onde os estudantes trabalham e na sua inovação.

	Sim	Não
Aplicação dos conhecimentos na empresa onde trabalha	37,5%	62,5%
Inovação na empresa onde trabalha	31,8%	68,2%

A valia da UC para a criação e inovação de empresas foi diretamente questionada aos estudantes participantes no estudo, deixando a resposta aberta para posteriormente categorizar as respostas. A categorização realizada pode ser observada na *Tabela 5*, transcrevendo-se exemplos de resposta para cada categoria.

Tabela 5. Categorias de resposta relativas à manifestação da valia da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto para a criação e inovação de empresas, com exemplos transcritos.

Aquisição de conhecimentos e capacidades
<i>“Sim. Acredito que todos os cidadãos devem ter conhecimento em empreendedorismo não só para a finalidade em criar ou inovar um negócio, mas para a vida. Em relação a pergunta, conhecimentos em empreendedorismo nos dá a capacidade de pensar em alternativas assertivas para solucionar os problemas das pessoas e, conseqüentemente, ser bem remunerado por isso.”</i>
<i>“A formação em empreendedorismo dá nos ferramentas que nos ajudam a ter outro tipo de capacidade para olhar o negócio e desenvolve-lo de uma forma muito mais capaz e lúcida. Conseqüentemente pode levar a que esse mesmo negócio seja mais funcional e sólido.”</i>
Capacitação para a constante evolução da sociedade
<i>“Sim. A formação em empreendedorismo é fundamental pois, um empresário deve saber como atuar e como gerir o seu negócio para que, consiga responder às necessidades dos seus consumidores. A sociedade está em constante evolução logo, os negócios devem acompanhar essa mesma evolução através também da Inovação. Por outro lado, o empreendedorismo cria novas oportunidades de trabalho e aumenta a circulação económica do país”</i>
<i>“Sim, porque sabendo mais sobre a área, os gestores do desporto acompanham, de uma forma mais fácil, a evolução que o mundo passa constantemente. Estando dentro do assunto, é possível criar e inovar, respondendo às suas necessidades e às dos consumidores”</i>
Transição para o mercado de trabalho
<i>“A formação em empreendedorismo sempre será fundamental, visto que é um dos poucos elos entre a produção académica do conhecimento e o mercado. Acredito, portanto, ser importante incutir nos alunos que outros caminhos são possíveis para a realização de projetos pessoais ou profissionais que vão além da sala de aula.”</i>

“O empreendedorismo é fundamental uma vez que o mercado esta saturado e com a criação e inovação de negocio podemos ter o mercado mais capacitado e com muito melhor oferta. Diminuindo drasticamente o desemprego e melhorar a economia.”

Aumento do Estímulo/Motivação

“Sim, porque grande parte das vezes as pessoas não têm a motivação necessária para tal e necessitam de um bust”

“Todos nós temos um pouco de empreendedores dentro de nós, que na maior parte das vezes necessita de um estímulo para acordar. A formação em empreendedorismo funciona como um guia para a implementação de ideias que regularmente temos mas que pouco crédito possuem no nosso dia-a-dia. Tornamo-nos mais atentos ao mercado, com uma busca incessante (ainda que subconsciente na maioria das vezes) na procura de novas oportunidades.”

Ausência de valia / Dependência do perfil individual

“Não, a pessoa precisa ter vontade e um talento para empreender. Na teoria é fácil, mas na prática precisa saber lidar com os desafios”

“É importante para se fazer um bom planejamento, com estudo de mercado, entre outros. Não digo fundamental porque acho que quem tem o perfil empreendedor consegue se descartar no mercado , sem formação, apenas delegando funções.”

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Segundo Carvalho (2003), em Portugal prevalece um baixo nível de iniciativa empresarial, assente em razões geográficas, históricas, de educação, culturais e económicas. O mesmo autor defende a necessidade de investir na formação em empreendedorismo para dinamizar a economia, salientando ser também necessário alterar a cultura dominante na sociedade em relação ao empreendedor. O desporto é uma das áreas profissionais que carece de empreendedores, sendo necessário determinar o valor da formação existente para que se consiga desenvolver negócio, tendo sido esta a justificativa do presente estudo, que teve como objetivo diagnosticar o efeito da formação em empreendedorismo em estudantes da área do desporto, particularmente no desenvolvimento da atitude empreendedora e na consequente criação ou inovação de empresas. O diagnóstico desenvolvido centrou-se na determinação da perceção de valia da UC Gestão de Projetos de Desporto, salientando-se o efeito percebido na alteração da atitude empreendedora e no potencial de criação e inovação de empresas. Tentou ainda perceber-se a importância dada à formação em empreendedorismo na criação e inovação de negócios após a frequência dessa mesma formação. Através desta análise foi ainda possível determinar carências da UC que podem ser resolvidas na lecionação futura da mesma, nomeadamente no que se refere à alteração do plano curricular e das estratégias pedagógico-didáticas estabelecidas para a aprendizagem dos conteúdos e o desenvolvimento de competências.

Através da revisão da literatura percebeu-se que os estudos sobre o efeito da formação em empreendedorismo se centram na ótica do formador, raramente se questionando o formando. No presente estudo tentou perceber-se a valia da formação com base na perceção do próprio formando, determinada com base nas expectativas que os estudantes tinham sobre a mesma, na aplicabilidade percebida nos conteúdos, com indicação dos entendidos como mais relevantes, na variação do interesse ao longo da lecionação e na adequação da carga horária.

Antes de iniciar a UC, o estudante gera um conjunto de expectativas que estarão baseadas na sua experiência (ou ausência da mesma) e nas informações que lhe são disponibilizadas via uma ficha da UC que contém essencialmente objetivos, conteúdos

programáticos e formato da avaliação. A maioria dos estudantes considerou que a UC correspondeu totalmente às suas expectativas, o que parece indicar que a formação em empreendedorismo é necessária na área do desporto. Contudo, alguns estudantes viram as suas expectativas apenas parcialmente cumpridas e outros totalmente goradas. Interessa analisar com detalhe os motivos que conduziram à insatisfação, uma vez que são aqueles que poderão conduzir à oportunidade de alteração da UC com vista à obtenção de um melhor efeito formativo. Na análise dos motivos percebeu-se que para alguns estudantes o conteúdo da UC é insuficiente, o que se percebeu através de afirmações como *“Conteúdo limitado, podia explorar mais”* e *“Não achei grande parte dos conteúdos relevantes”*, intuindo-se que existem diferentes níveis de conhecimento sobre empreendedorismo dentro do grupo de estudantes, o que parece ser indiciado pelo contacto precoce que 40,6% dos estudantes tiveram com o empreendedorismo. Este contacto poderá, eventualmente, ser decorrente de programas pré-graduados como os existentes na *Junior Achievement Portugal* (Chaves & Parente, 2011), desde o 1.º ciclo, com várias atividades que estimulam desenvolvimento de uma cultura de responsabilidade individual, tendo o programa mais etapas para os ciclos do ensino básico e secundário. O resultado releva a preocupação crescente, percebida na revisão da literatura, com a exposição precoce das crianças e jovens em idade escolar ao empreendedorismo. Esta assimetria no contacto com o empreendedorismo entre os estudantes pode obrigar a reorientar a UC no sentido de distinguir e oferecer conteúdos mais básicos e mais exigentes, em função das necessidades de aprendizagem de cada um.

Os estudantes reconheceram que os conhecimentos que adquiriram têm aplicabilidade futura, principalmente na criação e inovação de empresas, e que esse conhecimento adicional também afetou positivamente o seu desempenho profissional atual, o que se verificou em respostas como: *“O empreendedorismo é fundamental uma vez que o mercado esta saturado e com a criação e inovação de negocio podemos ter o mercado mais capacitado e com muito melhor oferta. Diminuindo drasticamente o desemprego e melhorar a economia.”* e *“Sim. Pois durante os estudos surgem ideias. Isso estimula o crescimento profissional”*. Ainda que tenham considerado os conteúdos adequados ao

2º ciclo de estudos, não deixaram de apontar limitações, nomeadamente relacionadas com a dispersão dos conteúdos, pela subdivisão da UC numa componente mais aplicada e outra mais demonstrativa, e de manifestar alguns que gostariam de ter visto mais aprofundados, como os relacionados com a gestão financeira (p. ex. *“Gestão financeira, apoios existentes ao empreendedorismo e como nos candidatarmos.”*). A discussão relativa aos conteúdos da formação parece não estar ainda inserida nas problemáticas relacionadas com o empreendedorismo, particularmente quando o assunto é desporto. Pena (2017) tentou entrar na dinâmica da formação, não ao nível dos conteúdos, mas sim dos métodos, tendo concluído que a criatividade, inovação, habilidades e técnicas empreendedoras nos estudantes é mais estimulada quando o método utilizado no ensino do empreendedorismo é direcionado para experiências práticas. Parece, pelos resultados apresentados e pela revisão realizada, que há necessidade de mais estudos relativos aos conteúdos de ensino e seu efeito no desenvolvimento de conhecimentos e de competências empreendedoras.

Os estudantes expressaram o seu interesse pela UC, evidenciando os conteúdos mais estimulantes, percebendo-se, em sequência, a sua adesão voluntária ao concurso da JAP. Os conteúdos da UC que mais interesse despertaram nos estudantes foram o *brainstorming* e a definição e desenvolvimento da ideia de negócio, que serão os que estão na base da manutenção ou aumento do interesse pela UC pela maioria dos estudantes. Mendenhall et al. (2006) refere que a formação em empreendedorismo deveria centrar-se em seis conteúdos para se conseguir criar um negócio: 1) identificar uma oportunidade de negócio; 2) definir a ideia que melhor se adapta à oportunidade de negócio; 3) identificar recursos; 4) adquirir recursos; 5) iniciar o negócio e 6) gerir o negócio. Tal vai ao encontro dos resultados obtidos no estudo, sendo os conteúdos de maior interesse os primeiros referidos pelo autor e fundamentais para a criação de negócio, uma evolução em relação ao reconhecimento prévio de que o estudo da formação em empreendedorismo é diminuta, com falta padronização dos conteúdos e com diferentes abordagens (Falkäng & Alberti, 2000), algo que parece ter evoluído nos últimos tempos.

Apesar de em número menor, houve estudantes que manifestaram nunca ter tido interesse pela UC ou cujo interesse foi diminuindo ao longo da leção, sem que tenha sido possível entender os motivos para tal. Este resultado parece ter alguma relevância e potencial ligação ao reconhecimento de que a formação em empreendedorismo tem pouco efeito na criação de empresas. Mesmo com o crescente número de cursos e formações, continua a haver dúvidas em relação ao efeito da formação em empreendedorismo, tanto ao nível da criação de empresas, como no progresso das aptidões dos estudantes (Martin et al., 2013; O'Connor, 2013; Pittaway & Cope, 2007). Uma percentagem não desprezível de estudantes manifestou perda de interesse pela UC, ainda que tal não tenha inibido a participação de muitos no concurso da JAP, que teve carácter totalmente voluntário. Antevemos, por isso, que o efeito da formação no ensino superior com estudantes de desporto possa revelar carências na aplicação do conhecimento e das capacidades adquiridas durante a formação.

Vários estudantes sentiram que a carga horária da UC é insuficiente para despojar uma atitude empreendedora, relacionando-o com a sua subdivisão temática, dado que um tema (o mais demonstrativo), parece estar a tirar tempo ao outro (mais aplicado). Tal pode ser intuído através de afirmações como: *“A sua subdivisão não fez sentido”, “A unidade curricular tem uma carga horária reduzida tendo em conta os conteúdos que se perde abordar e por esse motivo fica tudo um pouco no ‘ar’” e “Deveria ter mais carga horária para consolidar processos e aplicar os mesmos durante o desenvolvimento da ideia e do circuito de negócio.”*. Este resultado sugere uma potencial necessidade de alteração da estratégia de funcionamento da UC, apresentando-se várias hipóteses de solução da carga horária percebida como insuficiente: (1) abordar apenas um tema (o mais aplicado) durante toda a UC; (2) o tema (mais aplicado) ficar com mais carga horária do que o tema mais demonstrativo; (3) melhor associação entre partes para que a demonstrativa apoie a aplicada de forma mais evidente.

O diagnóstico do efeito da formação em empreendedorismo foi realizado através da análise da alteração da atitude empreendedora, da capacidade, real e percebida, de criação de empresas e da capacidade de aplicar o conhecimento adquirido e de inovar. Na atitude empreendedora global dos estudantes verificou-se, em termos médios, uma

alteração significativa, mas sem mudança de perfil. Esta situação parece demonstrar que a formação em empreendedorismo tem efeito sobre a atitude empreendedora, mesmo que no geral não se demonstre alteração no perfil. Monteiro et al. (2020) concluíram recentemente que ter a formação em empreendedorismo ajuda os estudantes a melhorar a sua atitude empreendedora, um resultado concordante com o encontrado no presente estudo. Contudo, tal aconteceu principalmente naqueles que já tinham algum espírito empreendedor, algo que não foi possível verificar nos estudantes da UC em análise. Harris e Gibson (2008) já haviam verificado que os estudantes que tinham formação em empreendedorismo melhoravam a sua atitude empreendedora. Tal leva à melhoria da atitude e intenção geral para empreender no futuro (Gerba, 2012; Sánchez, 2011; Souitaris et al., 2007). Contudo, Liu et al. (2019) concluiu recentemente que a formação em empreendedorismo tem um efeito positivo sobre a intenção empreendedora, mas não existe um efeito efetivo na atitude empreendedora, o que revela a necessidade de continuação do estudo desta temática.

A nível individual verificou-se que a maioria dos estudantes melhorou a sua atitude empreendedora, tendo mantido o mesmo perfil, mas oito dos estudantes alteraram positivamente a atitude empreendedora e o perfil (o resultado mais desejável), ainda que um tenha feito uma alteração negativa (piorou a atitude empreendedora). Nesta última situação deduz-se que após a leção da UC o estudante, no confronto com a matéria, tenha percebido melhor as suas apetências e quando questionado novamente sobre a sua perceção da atitude empreendedora tenha respondido com mais conhecimento sobre si e sobre as suas capacidades.

Analisando as categorias integrantes da atitude empreendedora, verificou-se que apenas na categoria qualidade e eficiência não houve alterações induzidas pela leção da UC. A atitude empreendedora percebida mudou em todas as outras categorias após a frequência da UC, em especial a categoria objetivos definidos. Estes resultados concordantes com os de um estudo relativamente recente, efetuado por Fayolle e Gailly (2015), que tentou compreender os efeitos da formação em empreendedorismo na atitude e intenção dos estudantes, verificando que no final da formação não existiam alterações consideráveis, mas a médio prazo já existia um efeito

positivo nos estudantes. Verificaram ainda que os estudantes que tinham menos contacto com o empreendedorismo eram os que tinham melhores resultados, comparado com os que já tinham tido contacto com o empreendedorismo.

Após a frequência da UC houve criação de três empresas na área do desporto e a maioria dos estudantes reconhece que com os conhecimentos adquiridos se sente mais capaz de criar uma empresa. Henry et al. (2016) procuraram determinar se a formação em empreendedorismo é relevante para a criação de empresas, tendo concluído que os estudantes adquirem conhecimentos e habilidades para a criação e administração de uma empresa e conseguem testar a viabilidade das suas ideias de negócio. Na mesma linha, Malach e Malach (2014) referiram que a formação experimental deve ser incluída na formação em empreendedorismo, uma vez que transmite conhecimentos teóricos e aquisição de conhecimentos ao nível prático, permitindo aos estudantes vivenciar situações reais do processo empreendedor, situação que corresponde à forma de lecionação da UC de Gestão de Projetos de Desporto, em que é exigida a criação de uma ideia de negócio sustentável. Todavia, existem estudantes que continuam a não se sentir capazes de criar uma empresa, o que se verifica em respostas como: *“Penso que a criação de uma empresa envolve muito mais conhecimento do que aquilo que foi lecionado na unidade curricular. Na unidade curricular aprendemos como chegar a uma ideia de negócio que possa ser sustentável, mas daí a aplicar na prática vai uma grande caminho a percorrer.”* e *“houve poucos exemplos práticos reais”*. Estes resultados podem evidenciar o facto de a análise dos efeitos da formação em empreendedorismo ser complexa e os resultados obtidos na lógica dos negócios e criação de emprego muitas vezes só surgirem anos após a formação (Fayolle et al., 2006). Weber (2012) referiu mesmo ser difícil ver a criação de empresas durante ou pouco depois de os estudantes terem a formação em empreendedorismo. Da leitura das respostas dos estudantes ressaltou ainda a indicação da carência de apresentação de casos reais, algo a ponderar quando se percebe que autores como Boldureanu et al. (2020) chegaram, também muito recentemente, à conclusão de que a formação em empreendedorismo deve conter exemplos de empresas de sucesso para aumentar a confiança dos

estudantes nas suas capacidades de criar um negócio e melhorar a sua atitude empreendedora.

Relativamente à aplicação dos conhecimentos adquiridos na UC, os estudantes reconhecem-nos enquanto agentes facilitadores, como se pode confirmar em afirmações como: o conhecimento adquirido é útil *“Na definição das metas e na objetividade dos propósitos”* e *“Na parte de encontrar sempre soluções”*. Afirmam ainda que conseguiram inovar dentro da empresa em que trabalham, pelo que o conhecimento parece também ser agente facilitador da inovação (p. ex. *“Procura de novas oportunidades”*). A inovação, enquanto integrante do empreendedorismo, é necessária para as empresas sobressaírem no mercado, antecipando a sua evolução, as alterações económicas e a mudança da própria sociedade. Segundo Mircevska (2015), o papel da inovação é importante para aumentar o crescimento e a produtividade das empresas, o empreendedor consegue criar ou melhorar produtos através da inovação, gerando assim dinheiro. Vários outros autores (Drucker, 2003; Pereira et al., 2007; Sarkar, 2007; Schumpeter, 1934) atribuem à inovação uma grande importância e associam-na a todos os processos de empreendedorismo, reforçando que a criatividade deve ser trabalhada a nível do ensino do empreendedorismo. Defendem a criação de empresas com serviços/produtos inovadores, que vão colmatar as carências do mercado. Parte dos estudantes, contudo, afirmou não ter conseguido aplicar os conhecimentos adquiridos nem inovar no seu local de trabalho, o que se observou em respostas como: *“Estrutura hierarquizada e com muitos anos de funcionamento”* e *“Na empresa onde trabalho muitas vezes novas ideias e opiniões não são aceites de bom grado”*. Este é um tema que parece carecer ainda de atenção, uma vez que a literatura consultada não indicia a dificuldade de apresentação e implementação de novas ideias ou inovação em empresas já implantadas.

A grande maioria dos estudantes referiu que a formação em empreendedorismo é fundamental para a criação e inovação de empresas. Durante a formação académica é essencial desenvolver capacidades empreendedoras que permitam criar negócio ou conseguir emprego, tornando o estudante proativo e inovador. Segundo Rodrigues et al. (2010), a educação para o empreendedorismo é fundamental e assim como a

intenção empreendedora para a criação de negócio. Ressalvam, porém, que as características pessoais têm um papel essencial na motivação para a criação de uma empresa, algo não mencionado pelos estudantes neste estudo. As opiniões centraram-se mais na valia do empreendedorismo como *“... fundamental uma vez que o mercado esta saturado e com a criação e inovação de negocio podemos ter o mercado mais capacitado e com muito melhor oferta. Diminuindo drasticamente o desemprego e melhorar a economia.”*. Também referiram que *“A formação em empreendedorismo dá nos ferramentas que nos ajudam a ter outro tipo de capacidade para olhar o negócio e desenvolve lo de uma forma muito mais capaz e lúcida. Consequentemente pode levar a que esse mesmo negócio seja mais funcional e sólido.”*. Depreendemos que a UC cumpre o seu propósito, ainda que possa melhorar e tornar-se mais impactante no mestrado de Gestão Desportiva da FADEUP. De certa forma, a opinião dos estudantes é concordante com a Comissão Europeia (2006) quando refere que os estabelecimentos de ensino superior devem incluir o empreendedorismo de modo transversal em várias unidades curriculares e cursos, nomeadamente no contexto dos estudos científicos e técnicos. As categorias constituídas a partir das respostas dos estudantes para a valia da UC vão ao encontro do seu propósito e percebe-se que a maioria considera positiva a frequência da mesma para o desenvolvimento da capacidade empreendedora. A referência à UC como não sendo fundamental para a criação e inovação ou com efeito dependente do perfil individual de cada estudante remete para a questão do nascer empreendedor ou aprender a ser empreendedor. Discutir o empreendedorismo como característica inata ou adquirida significa perceber que o tema não é exatamente consensual, já que existem, como referimos anteriormente, habilidades próprias que caraterizam o indivíduo empreendedor que parecem, contudo, não garantir por si só o ato de empreender, dado o potencial inibidor de influências contextuais como a família, o ambiente e a cultura ou educação. Embora o empreendedorismo seja um campo de pesquisa relativamente recente, é possível observar na literatura diferentes pontos de vista de diversos autores sobre a temática.

Seguindo uma abordagem cronológica, percebe-se a forma como o tema nascer ou aprender a empreender foi sendo tratado desde os finais do século passado até quase

à atualidade. Drucker (1985) afirmava, nos efervescentes anos 80 do sec. XX, que o indivíduo não nasce empreendedor e que o meio envolvente é essencial para o desenvolvimento da sua capacidade de empreender. Considerava que os empreendedores revelam, à partida, empenho e capacidade de inovar e que essas são características fundamentais para o desenvolvimento do comportamento empreendedor. Esta opinião não é muito dissemelhante da que Fillion (1997) veio a manifestar um pouco mais tarde. Este autor considerava que existem características e aptidões que são mais comuns entre empreendedores, mas que isso não quer dizer que alguém que as possua se torne efetivamente empreendedor. Dolabela (1999), em finais dos anos 90 fazia uma afirmação algo curiosa: *“ainda não existe resposta científica sobre se é possível ensinar alguém a ser empreendedor. Mas sabe-se que é possível aprender a sê-lo”*, uma afirmação algo paradoxal que talvez possa ser explicada pelo aumento da vivência prática da formação em empreendedorismo.

Já em inícios do séc. XXI, Dornelas (2001) manifestava uma opinião distinta. Ainda que reconhecesse que as pessoas podem ser capacitadas para o empreendedorismo, afirmava que os empreendedores já nascem com esse perfil, ideia contrariada pouco depois por Volkmann (2004), que realçava a importância da educação e das experiências adquiridas ao longo da vida para empreender. O seu contemporâneo Fleming (2005) referia igualmente que o empreendedorismo pode ser culturalmente adquirido e posteriormente influenciado pela educação e pelo treino. Sarkar (2007) afirmava que as competências empreendedoras podem ser promovidas através de uma cultura e educação empreendedora que pode contribuir para que os traços empreendedores que os indivíduos já apresentam possam ser mais desenvolvidos, ou seja, o ambiente externo, onde se incluem a cultura, a educação e as políticas públicas, pode ser promotor do empreendedorismo. Nesta mesma linha de pensamento, Naia (2009) mencionava também que os atributos pessoais, os fatores contextuais / sociais em que o indivíduo está inserido, a família, modelos de referência empreendedores e o ensino e formação são considerados fatores que influenciam o empreendedorismo.

Passada a primeira década do séc. XXI, Lautenschläger e Haase (2011) consideravam que a criatividade, inovação, tomada de decisão, proatividade e propensão para o risco são características que não podem ser ensinadas. Lopes (2013), contrariava esta ideia afirmando que as características dos empreendedores são resultado do ambiente em que estão inseridos e que, por esse motivo, o empreendedorismo pode ser desenvolvido e ensinado. O mesmo autor reforçava que a capacidade empreendedora não é uma capacidade inata, mas principalmente adquirida, competindo à universidade desenvolver pessoas cada vez mais empreendedoras. Pouco depois Dornelas (2016) insistia que o processo empreendedor pode ser ensinado e entendido por qualquer pessoa.

Como se percebe pela análise anterior, a literatura não permite chegar a uma resposta consensual relativa à capacidade inata ou adquirida de empreender e a discussão do tema parece até ter perdido algum interesse na atualidade. Independentemente das opiniões, o que é certo é que a formação em empreendedorismo ganhou destaque no ensino académico (Arasti et al., 2012; Naia et al., 2015; Vieira et al., 2013), vincando-se a crença de que o empreendedorismo pode ser promovido através de uma cultura empreendedora em que o ensino desempenha um papel privilegiado.

6. CONCLUSÃO

Foi objetivo do estudo diagnosticar o efeito da formação em empreendedorismo em estudantes da área do desporto, particularmente no desenvolvimento da atitude empreendedora e na conseqüente criação ou inovação de empresas. Verificou-se que a formação em empreendedorismo de estudantes da área do desporto tende a induzir a alteração da sua atitude empreendedora, tendo, contudo, pouca expressão na criação de novas empresas e na inovação das mesmas. O efeito descrito estará relacionado com as características funcionais e com os conteúdos da UC, havendo empatia entre os resultados do presente estudo com os de outros estudos com preocupações de pesquisa similares.

BIBLIOGRAFIA

- Alberto, D., Silva, M., & Rodrigues, R. (2007). Ensino do empreendedorismo: análise comparativa em universidades estado-unidenses, europeias e Chinesas. *IX Seminário Luso-Espanhol de Economia Empresarial, Covilhã, 15 de Novembro de 2007*.
- Arasti, Z., Falavarjani, M. K., & Imanipour, N. (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher education studies*, 2(1), 2-10.
- Araújo, M., Lago, R., Oliveira, L., Cabral, P., Cheng, L., & Fillion, L. (2005). O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. *Química nova*, 28, S18-S25.
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A.-M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267.
- Bucha, A. (2009). *Empreendedorismo – Aprender a Saber Ser Empreendedor*. Lisboa: Editora.
- Carvalho, L. M. (2003). *A Trilogia Empreendedorismo, Portugal e o Futuro*. Comunicação apresentada em I Jornadas de Gestão e Empreendedorismo da UIFF, Figueira da Foz, Universidade Internacional da Figueira da Foz.
- Chaves, R., & Parente, C. (2011). O empreendedorismo na escola e o paradigma das competências: O caso da Junior Achievement - Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*(67), 65-84.
- Comissão das Comunidades Europeias. (2006). Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem. *Comunicação da comissão ao conselho, ao parlamento europeu, ao comité económico e social europeu e ao comité das regiões*.
- Commission, E. (2002). Final report of the expert group "Best Procedure" project on education and training for entrepreneurship.
- Cone, J. (2008). Teaching entrepreneurship in colleges and universities: How (and why) a new academic field is being built. *Ewing Marion Kauffman Foundation*.
- Cruz, R. (2005). *Valores dos empreendedores e inovatividade em pequenas empresas de base tecnológica*. Porto Alegre: Cruz, Rosane. Dissertação de Doutorado apresentada a Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Dias, G. (2010). Empreendedorismo e Educação Física: reflexões à sua apreensão/implementação na formação humana. *Motrivivência*(35), 147-165.

- Dias, L. (2011). Questionário de concepções pessoais de competência (QCPC): Estudo exploratório das qualidades psicométricas do QCPC no Ensino Secundário.
- Dolabela, F. (1999). *Oficina do Empreendedor* (6ª ed.). São Paulo: Cultura.
- Dolabela, F. (2003). *Pedagogia empreendedora: o ensino de empreendedorismo na educação básica, voltado para o desenvolvimento social sustentável*. São Paulo: Editora de Cultura.
- Dornelas, J. (2001). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Campos.
- Dornelas, J. (2003). *Como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em organizações estabelecidas*. Rio de Janeiro.
- Dornelas, J. (2016). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios* (6ª ed.). São Paulo: Empreende/Atlas.
- Dornelas, J. (2021). *Empreendedorismo transformando ideias em negócios-8a. edição*. Rio de Janeiro: Empreende Editora.
- Drucker, P. (2003). Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. 378 p. *São Paulo: Pioneira*.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. London: Heinemann.
- Falkäng, J., & Alberti, F. (2000). The Assessment of Entrepreneurship Education. *Industry and Higher Education*, 14(2), 101-108.
- Faria, M. (2009). Educação para o empreendedorismo e desenvolvimento comunitário. X congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European industrial training*.
- Ferreira, M., Santos, J., & Serra, F. (2008). *Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Filion, L. (1997). Entrepreneurship: entrepreneurs and small business owner-managers, *Small Business and Entrepreneurship*, 97(2).
- Filion, L. J. (2011). Defining the Entrepreneur. In *World Encyclopedia of Entrepreneurship*: Edward Elgar Publishing.

- Fleming, P. (2005). Education for Entrepreneurship: The Irish Experience. . In P. Vilarinho (Ed), *Leading International Practices in Engineering Entrepreneurship Education.*, 10-21.
- Gerba, D. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258-277.
- Harris, M. L., & Gibson, S. G. (2008). Examining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Education+ Training*, 50(7), 568-581.
- Henry, C., Hill, F. M., & Leitch, C. M. (2016). The Effectiveness of Training for New Business Creation. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 22(3), 249-271.
- Holienka, M., Holienková, J., & Gál, P. (2015). Entrepreneurial Characteristics of Students in Different Fields of Study: a View from Entrepreneurship Education Perspective. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 63(6), 1879-1889.
- JAPortugal. (2021). *SUP Critérios e Regulamento_2122*.
- Júnior, J. B. C., da Costa Araújo, P., Wolf, S. M., & Ribeiro, T. V. (2006). Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. *Revista de Ciências da Administração*, 8(15).
- Lautenschläger, A., & Haase, H. (2011). The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship education*, 14, 147.
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in psychology*, 10, 869.
- Lobato, P., & Carmo, D. (2009). Estudo do potencial empreendedor dos acadêmicos do 7º período do curso de Educação Física da Universidade Federal de Viçosa.
- Lopes, A. (2013). *Literacia Empreendedora: impacto da implementação de um programa de empreendedorismo na escola*. Porto: Dissertação de Mestrado apresentada a Universidade Católica Portuguesa.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The 'Making' of An Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT. *R&D Management*, 33, 135-147.

- Malach, S. E., & Malach, R. L. (2014). Start Your Own Business Assignment in the Context of Experiential Entrepreneurship Education. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 18(1), 169-186.
- Marques, M. (2013). *Empreendedorismo e competências sociais: Avaliação do impacto de um programa de promoção do empreendedorismo em contexto escolar*. Porto: Dissertação de Mestrado apresentada a Universidade Católica Portuguesa.
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, 211-224.
- Mendenhall, A., Buhanan, C., Suhaka, M., & Mills, G. (2006). A task-centered approach to entrepreneurship. *TechTrends*, 50(4), 84.
- Mircevska, T. P. (2015). Role and importance of innovation in business of small and medium enterprises. *Економски Развој-Economic Development*, 17(1-2), 55-74.
- Monteiro, M., Silva, G., Sousa, F., & Melo, C. (2020). Intenção empreendedora e formação acadêmica: um estudo com acadêmicos de administração em uma instituição pública. *Research, Society and Development*, 9(1).
- Moreira, R. (2014). *O impacto da educação em empreendedorismo sobre intenção e comportamento empreendedor*. Aveiro: Dissertação de Mestrado apresentada a Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.
- Naia, A. (2009). *Importância da formação inicial no empreendedorismo: estudo do percurso empreendedor de licenciados da FMH*. Lisboa: Dissertação de Mestrado apresentada a Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Lisboa.
- Naia, A., Baptista, R., Januário, C., & Trigo, V. (2015). Entrepreneurship education literature in the 2000s. *Entrepreneurship education literature in the 2000s*(1), 111-135.
- Nascimento, D. (2009). *Formação, profissão e empreendedorismo: três estudos de caso com professores de educação física do ensino universitário*. Braga: Dissertação de Doutoramento apresentada a Instituto de Estudos da Criança da Universidade do Minho.
- Neto, J., & Ceroni, M. (2020). A prática e a formação do educador para o empreendedorismo. *Brazilian Journals of Business*, 2(4), 3986-4003.
- O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 28, 546-563.

- Parreira, P., Paiva, T., Mónico, L., Alves, L., & Sampaio, J. (2018). *As Instituições de Ensino Superior Politécnico e a Educação para o Empreendedorismo*: Instituto Politécnico da Guarda.
- Pena, R. (2017). O “BÊ-Á-BÁ” do ensino em empreendedorismo: Uma revisão da literatura sobre métodos e práticas da educação empreendedora. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas* 6(2), 372-401.
- Pereira, M., Ferreira, J., & Figueiredo, I. (2007). Guião «Promoção do Empreendedorismo na Escola». Lisboa: Editorial do Ministério da Educação.
- Pimpão, A. (2011). *A formação superior em empreendedorismo em Portugal: mapeamento e análise comparativa*. Lisboa: Dissertação de Mestrado apresentada a Instituto Universitário de Lisboa.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International small business journal*, 25(5), 479-510.
- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(1), 57-69.
- Ratten, V., & Jones, P. (2018). Future research directions for sport education: Toward an entrepreneurial learning approach. *Education + Training*.
- Redford, D. T. (2006). Entrepreneurship education in Portugal: 2004/2005 national survey. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 12(1), 19-41.
- Redford, D. T. (2008). *The state of entrepreneurship education in Portugal: an empirical study on a nascent system in the European Union policy framework*. Lisbon: Dissertação de Doutoramento apresentada a ISCTE Business School.
- Rocha, E., & Freitas, A. (2014). Avaliação do ensino de empreendedorismo entre estudantes universitários por meio do perfil empreendedor. *Revista de Administração contemporânea*, 18, 465-486.
- Rodrigues, R., Ferreira, J. J., & Raposo, M. (2007). Propensão para a criação da própria empresa-proposta a teste de um modelo conceptual com recurso a equações estruturais. *Conocimiento, innovación y emprendedores : camino al futuro*.
- Rodrigues, R. G., Raposo, M., Ferreira, J., & Do Paco, A. (2010). Entrepreneurship education and the propensity for business creation: testing a structural model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 9(1), 58-73.

- Rodriguez-Gutierrez, P., Cabeza-Ramírez, L., & Muñoz-Fernández, A. (2020). University Students' Behaviour towards Entrepreneurial Intention in Ecuador: Testing for the Influence of Gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(22), 8475.
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International entrepreneurship and management journal*, 7(2), 239-254.
- Santos, S., Caetano, A., & Curral, L. (2010). Atitude dos estudantes universitários face ao empreendedorismo: como identificar o potencial empreendedor? *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 9(4), 2-14.
- Sarkar, S. (2007). *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*: Harvard economic studies.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Sobral, R., & Vasquez, C. (2019). Empreendedorismo e estratégia entre a universidade e Empresários: Alianças com os saberes locais. *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, 1(1).
- Sociedade Portuguesa de Inovação. (2004). *Estudo de Avaliação do Potencial Empreendedor em Portugal em 2004 – Projecto GEM Portugal 2004*.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Srivastava, N., & Agrawal, A. (2010). Factors Supporting Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Vision*, 14(3), 163-171.
- Sulistyo, H., & Siyamtinah. (2016). Innovation capability of SMEs through entrepreneurship, marketing capability, relational capital and empowerment. *Asia-Pacific Management Review*, 21, 196-203.
- Tavares, J. (2003). *Formação e inovação no Ensino Superior*. Porto: Porto Editora.
- Uslu, Y., & Gedikli, E. (2019). The Importance of Entrepreneurship and Innovation Management in Terms of Modern Businesses.

- Vieira, S. F. A., Melatti, G. A., Oguido, W. S., Pelisson, C., & de Negreiros, L. F. (2013). Ensino de empreendedorismo em Cursos de Administração: um levantamento da realidade brasileira. *Revista de Administração FACES Journal*, 12(2), 93-114.
- Volkman, C. (2004). Entrepreneurial studies in higher education: Entrepreneurship studies—an ascending academic discipline in the twenty-first century. *Higher education in Europe*, 29(2), 177-185.
- Weber, M. (1979). *Ensaio de Sociologia*: Gerth Mills.
- Weber, R. (2012). *Evaluating entrepreneurship education*: Springer Science & Business Media.

ANEXOS

Anexo 1. Questionário sobre o efeito da unidade curricular de Gestão de Projetos de Desporto.

Efeito da unidade curricular de gestão de projetos na atitude empreendedora dos estudantes universitários de desporto, tendo em conta a sua formação inicial, sexo e idade

Este questionário destina-se à realização de um estudo de investigação no âmbito do Mestrado em Gestão Desportiva, pretendendo-se determinar o efeito da unidade curricular de gestão de projetos na atitude empreendedora dos estudantes universitários de desporto, tendo em conta a sua formação inicial, sexo e idade.

É assegurada total confidencialidade e anonimato, sendo os seus dados pessoais e todas as respostas dadas guardadas num arquivo, em local seguro, apenas acessível pelos investigadores.

Capítulo I

Caracterização

1. 1-Idade

2. 2-Sexo

Marcar apenas uma oval.

☐ Masculino

☐ Feminino

3-Formação de base

3. 3.1-Licenciatura em...

4. 3.2-Pós-graduação em...

5. 3.3-Mestrado em...

6. 4-Qual a ligação ao Desporto? (assinale todas as opções que se lhe apliquem)

Marcar tudo o que for aplicável.

- ☐ Gestor
- ☐ Empresário
- ☐ Professor
- ☐ Treinador de desporto
- ☐ Técnico de exercício físico
- ☐ Diretor técnico
- ☐ Atleta federado
- ☐ Ex-atleta federado
- ☐ Praticante não federado
- ☐ Nenhuma
- ☐ Outra: _____

7. 5-Primeiro contacto com o tema do empreendedorismo

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Pré-primária
- ☐ Ensino Básico
- ☐ Ensino Secundário
- ☐ Ensino Superior
- ☐ Formação Profissional (ações de formação, workshops, outros)
- ☐ Concursos
- ☐ Jornais e revistas
- ☐ Outra: _____

8. 5.1-Se respondeu Ensino Básico

Marcar apenas uma oval.

☐ 1º ciclo

☐ 2º ciclo

☐ 3º ciclo

9. 5.2-Se respondeu Ensino Superior

Marcar apenas uma oval.

☐ Instituto Politécnico

☐ Universidade

Capítulo II

Perceção sobre a valia da Unidade Curricular Gestão de Projetos

10. 1-A unidade curricular correspondeu às suas expectativas?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Em parte, sim

☐ Não

11. 1.1-Se respondeu em parte sim, qual a razão?

12. 1.2-Se respondeu não, qual a razão?

13. 2-Vê aplicabilidade dos conteúdos abordados na unidade curricular?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

14. 2.1-Se respondeu sim, onde vê essa aplicabilidade?

Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Na criação de empresa

☐ Na inovação da empresa

☐ No desempenho profissional atual

☐ Outra: _____

15. 3-Que conteúdos da unidade curricular lhe suscitaram mais interesse?

Marcar tudo o que for aplicável.

☐ Jogos de introdução ao empreendedorismo

☐ Brainstorming e criação de ideias de negócio

☐ Definição e desenvolvimento da ideia de negócio

☐ Definição do circuito de negócio

☐ Outra: _____

16. 3.1-Participou no concurso da JAP?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

17. 4-O interesse nos conteúdos da unidade curricular:

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Foi diminuindo
☐ Manteve-se constante
☐ Foi aumentando
☐ Nunca tive interesse

18. 5-A carga horária da unidade curricular é suficiente para despontar no estudante uma atitude empreendedora?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Talvez

19. 5.1-Se não, quais as razões?

20. 5.2-Se talvez, quais as razões?

21. 6-Os conteúdos abordados são adequados ao nível de segundo ciclo?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

22. 6.1-Se não, quais as razões?

23. 7-Que outros conteúdos deveriam ser abordados?

Capítulo III

Alteração da atitude empreendedora

1-Para determinar o quanto a UC alterou a sua atitude empreendedora, preencha o quadro seguinte. Tente caracterizar a sua atitude ANTES da sua lecionação.

1- Insuficiente / 2-Suficiente / 3-Bom / 4-Muito Bom /

5-Excelente

24. 1.1-Poder de Iniciativa

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Sou proativo	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro por novas oportunidades	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro a constante melhoria dos projetos onde me insiro	☐	☐	☐	☐	☐
Exploro as oportunidades	☐	☐	☐	☐	☐

25. 1.2-Qualidade e eficiência

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Procuro prestar o melhor serviço	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro sempre uma solução	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro formação atualizada	☐	☐	☐	☐	☐
Tomo boas decisões	☐	☐	☐	☐	☐

26. 1.3-Comprometimento

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Sacrifico-me em função dos objetivos de um projeto	☐	☐	☐	☐	☐
Mantenho o foco do início ao fim de um projeto	☐	☐	☐	☐	☐

27. 1.4-Autoconfiança e criatividade

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Acredito em mim e nas minhas capacidades	☐	☐	☐	☐	☐
Dou sempre a minha opinião	☐	☐	☐	☐	☐
Procuo trazer ideias inovadoras	☐	☐	☐	☐	☐
Assumo riscos e desafios	☐	☐	☐	☐	☐

28. 1.5-Persistência

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Ultrapasso obstáculos	☐	☐	☐	☐	☐
Encontro soluções/resolvo problemas	☐	☐	☐	☐	☐
Não desisto das minhas convicções	☐	☐	☐	☐	☐

29. 1.6-Objetivos definidos

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Estabeleço metas	☐	☐	☐	☐	☐
Cumpro as metas estabelecidas	☐	☐	☐	☐	☐
Revejo as metas sempre que necessário	☐	☐	☐	☐	☐

2-Para determinar o quanto a UC alterou a sua atitude empreendedora, preencha o quadro seguinte. Tente caracterizar a sua atitude DEPOIS da sua lecionação.

1- Insuficiente / 2-Suficiente / 3-Bom / 4-Muito Bom /

5-Excelente

30. 2.1-Poder de Iniciativa

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Sou proativo	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro por novas oportunidades	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro a constante melhoria dos projetos onde me insiro	☐	☐	☐	☐	☐
Exploro as oportunidades	☐	☐	☐	☐	☐

31. 2.2-Qualidade e eficiência

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Procuro prestar o melhor serviço	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro sempre uma solução	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro formação atualizada	☐	☐	☐	☐	☐
Tomo boas decisões	☐	☐	☐	☐	☐

32. 2.3-Comprometimento

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Sacrifico-me em função dos objetivos de um projeto	☐	☐	☐	☐	☐
Mantenho o foco do início ao fim de um projeto	☐	☐	☐	☐	☐

33. 2.4-Autoconfiança e criatividade

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Acredito em mim e nas minhas capacidades	☐	☐	☐	☐	☐
Dou sempre a minha opinião	☐	☐	☐	☐	☐
Procuro trazer ideias inovadoras	☐	☐	☐	☐	☐
Assumo riscos e desafios	☐	☐	☐	☐	☐

34. 2.5-Persistência

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Ultrapasso obstáculos	☐	☐	☐	☐	☐
Encontro soluções/resolvo problemas	☐	☐	☐	☐	☐
Não desisto das minhas convicções	☐	☐	☐	☐	☐

35. 2.6-Objetivos definidos

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Estabeleço metas	☐	☐	☐	☐	☐
Cumpro as metas estabelecidas	☐	☐	☐	☐	☐
Revejo as metas sempre que necessário	☐	☐	☐	☐	☐

Capítulo IV

Criação de empresa

36. 1-Antes de frequentar a unidade curricular já tinha alguma empresa?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

37. 1.1-Se respondeu sim, em que área?

Marcar apenas uma oval.

☐ Desporto

☐ Outra: _____

38. 2-Os conhecimentos adquiridos na unidade curricular levaram a criação de alguma startup?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

39. 2.1-Se respondeu sim, em que área?

Marcar apenas uma oval.

☐ Desporto

☐ Outra: _____

40. 3-Com os conhecimentos que já adquiriu na área do empreendedorismo, acha-se mais capaz de criar uma empresa no futuro?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

41. 3.1-Se não, quais as razões?

42. 1-Qual a situação profissional atual?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Desempregado
- ☐ Estudante não trabalhador
- ☐ Trabalhador por conta própria
- ☐ Trabalhador por conta de outrem
- ☐ Outra: _____

Se está empregado responda às perguntas 2 e 3 e respectivas alíneas.

Se não está avance para o capítulo VI.

43. 2-Aplicou os conhecimentos e capacidades adquiridas com a UC na empresa onde trabalha?

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

44. 2.1-Se sim, em que medida estes conhecimentos foram um agente facilitador?

45. 2.2-Se não, quais as dificuldades encontradas?

46. 3-Os conhecimentos adquiridos na unidade curricular levaram à inovação na sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

47. 3.1-Se sim, em que medida estes conhecimentos foram um agente facilitador?

48. 3.2-Se não, quais as dificuldades encontradas?

49. 1-Na sua opinião, a formação em empreendedorismo é fundamental para a criação ou inovação de negócio? Explique o porquê da sua resposta.

Muito obrigada pela sua participação!

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários