

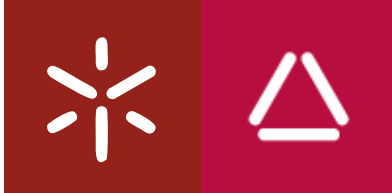


**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Ana Rita Azevedo Lamela

**Empreendedorismo de jovens qualificados:  
Contextos, perceções e representações  
sociais de género**





**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Ana Rita Azevedo Lamela

**Empreendedorismo de jovens qualificados:  
Contextos, perceções e representações  
sociais de género**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Sociologia – Área de Especialização em  
Organizações e Trabalho

Trabalho efetuado sob a orientação da  
**Professora Doutora Ana Paula Marques**

## **DECLARAÇÃO**

### **Nome:**

Ana Rita Azevedo Lamela

### **Endereço eletrónico:**

rita\_lamela@hotmail.com

### **Número do Bilhete de Identidade:**

14015117

### **Título:**

Empreendedorismo de jovens qualificados: Contextos, perceções e representações sociais de género

### **Orientadores:**

Professora Doutora Ana Paula Marques

### **Ano de Conclusão:**

2014

### **Designação do Mestrado:**

Mestrado em Sociologia- Área de Especialização em Organizações e Trabalho

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA DISSERTAÇÃO.

Universidade do Minho, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## Agradecimentos

Este trabalho não é apenas fruto de um empenho individual, mas sim de um conjunto de sinergias que tornaram possível a conclusão desta etapa, que representa um marco importante no meu crescimento pessoal e profissional.

Agradeço, em primeiro lugar, à minha orientadora, a Professora Doutora Ana Paula Marques, pelo seu incentivo, pela disponibilidade em acompanhar este trabalho, bem como todos os conselhos e oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional no decorrer da mentoriação de todo o trabalho.

Aproveito para manifestar a minha enorme gratidão a todos os jovens entrevistados, empreendedores e potenciais empreendedores, que de forma corajosa compartilharam comigo as suas trajetórias, experiências e motivações, dando um enorme contributo para o enriquecimento desta tese de mestrado.

Não posso deixar de agradecer à minha família e ao meu namorado, pelo apoio emocional e paciência, por estarem sempre presentes nos momentos mais críticos. Um obrigado muito especial à minha mãe, que ao longo da minha vida me acompanhou de forma incondicional e me incentivou sempre em busca das minhas motivações.

Finalmente, manifesto o meu agradecimento a todos aqueles que direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

Dedico este trabalho a todos os jovens licenciados, na “luta” face à precariedade e ao desemprego, que procuram um lugar no Mercado de Trabalho através da construção de uma carreira empreendedora.



**Resumo:** *Empreendedorismo de jovens qualificados; contextos, percepções e representações sociais de género.*

As últimas décadas têm sido marcadas por grandes alterações no mercado de trabalho, o que levou a diferenças significativas a nível económico e social das diferentes sociedades.

A presente tese de mestrado procurou desenvolver um estudo a respeito do empreendedorismo enquanto mecanismo de inserção profissional.

Temos assistido à crescente precarização e flexibilização laboral, sendo que os trabalhos temporários e as novas formas atípicas de emprego fazem parte da realidade da vida dos indivíduos, que os colocam perante desafios e riscos na conciliação da vida pessoal e profissional. Neste contexto, o empreendedorismo pode ser encarado pelos indivíduos como forma de criarem o próprio emprego, como alternativa à precarização e instabilidade laboral a que são sujeitos, de porem em prática as suas capacidades técnicas e pessoais, de terem uma participação ativa na economia, bem como forma de realização e investimento pessoal e profissional.

Em termos gerais, a presente tese de mestrado encontra-se estruturada em seis capítulos. No primeiro, o empreendedorismo como alternativa de carreira profissional, no qual se evidenciam os principais contributos teóricos, as potencialidades e obstáculos de uma carreira empreendedora. É traçado o papel do Ensino Superior no fomento do empreendedorismo, bem como as principais motivações, riscos e potencialidades de uma carreira empreendedora, sendo que é traçado um breve perfil empreendedor.

No segundo capítulo é analisado o empreendedorismo e as representações sociais de género, bem como a conciliação entre a esfera pessoal e profissional.

Realizamos assim, posteriormente ao terceiro capítulo, correspondente à estratégia metodológica, uma análise nos três últimos capítulos (quatro, cinco e seis), sobre as suas trajetórias profissionais, através de entrevistas realizadas a jovens empreendedores e potenciais empreendedores, recorrendo a uma perspetiva de género, procurando comparar e identificar as suas experiências, ao mesmo tempo que se discute a importância do Ensino Superior no fomento do potencial empreendedor dos indivíduos.

**Palavras-chave:** Ensino Superior; mercado de trabalho; empreendedorismo; representações sociais;





**Abstract:** *Entrepreneurship of qualified young; contexts, perceptions and social representations of gender*

The last few decades have been marked by major changes in the labour market, leading to decreased the significant differences in the economic and social level of the different societies.

This dissertation tried to develop a study about entrepreneurship as professional integration mechanism.

We have seen an increase precarious and labor flexibility, being that temporary work and new atypical employment forms are a part of the reality of people`s lives, which puts them facing before challenges and risks in conciliation personal and professional life.

In this context, entrepreneurship can be seen as a way for individuals to create their own employment as an alternative to labor precariousness and instability to which they are exposed, to put into practice their technical and personal skills, and to have an active participation in the economy as well as embodiment and personal and professional investment.

In general terms, this master is structured in six chapters. In the first chapter, entrepreneurship is approached as an alternative career, in which the main theoretical contributions, the potentials and obstacles for an entrepreneurial career and highlighted. It is also traced the role of higher education in promoting entrepreneurship, as well as the main motivations, risk and potential of an entrepreneurial career, and it is traced a brief entrepreneurial profile

The second chapter analyzes the entrepreneurship and social representations of gender, as well as the conciliation between personal and professional sphere.

Posteriorly to chapter three, corresponding to methodological strategy, an analysis was conducted in the last three chapters (four, five and six) about their professional experiences through interviews with young entrepreneurs and potencial entrepreneurs, resorting to a gender perspective, seeking to identify and compare their academics and professional careers, while discussing the importance of higher education in promoting the entrepreneurial potential of individuals.

**Keywords:** Higher Education; labour market; entrepreneurship; social representations.



# ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>Capítulo 1- Empreendedorismo como alternativa de carreira profissional</b> .....	5
1.1- Empreendedorismo e os principais contributos teóricos.....	5
1.2- Ensino Superior e empreendedorismo .....	9
1.3- Empreendedorismo: motivações, riscos, potencialidades e oportunidade .....	11
1.3.1- Breve caracterização do perfil empreendedor .....	11
1.3.2- Potencialidades e Obstáculos da carreira empreendedora: .....	13
<b>Capítulo 2- Empreendedorismo, conciliação e relações sociais de género</b> .....	17
2.1- Representações sociais e diferenças de género: .....	17
2.2- Conciliação da carreira empreendedora com a esfera privada.....	19
<b>Capítulo 3. Estratégia Metodológica</b> .....	25
3.1- Modelo de Análise e hipóteses de investigação .....	25
3.2- Seleção da população-alvo .....	27
3.3- Técnica de recolha e tratamento de dados .....	27
<b>Capítulo 4- O empreendedorismo jovem: perceções e vivências de homens e mulheres</b> .....	31
4.1- Caracterização sociográfica .....	31
4.2- Percorso escolar/atividade profissional .....	33
4.2.1- Relevância da formação académica na construção de um negócio empreendedor .	33
4.3- Funções desempenhadas na empresa .....	34
4.3.1- Hierarquia na empresa .....	36
4.3.2- Vínculo contratual e balanço da empresa .....	37

4.4 -Motivação profissional na construção de um negócio empreendedor .....	37
<b>Capítulo 5. Empreendedorismo e conciliação de género.....</b>	<b>39</b>
5.1. Constrangimentos de género e conciliação com a vida profissional e privada .....	39
5.2. Empreendedorismo: gestão ou projeção pessoal/ profissional .....	41
5.2.1-Obstáculos e constrangimentos na criação de um negócio empreendedor .....	41
5.2.2- Motivações para construir um negócio empreendedor .....	42
5.2.3- Entidades/apoios na construção de um negócio empreendedor.....	43
5.3- Incentivos e apoio de amigos/familiares na construção de um negócio empreendedor..	44
<b>Capítulo 6. A Universidade: ponto de encontro ou desencontro para os potenciais</b>	
<b>empreendedores. ....</b>	<b>47</b>
6.1- Introdução de um plano de estudos centrado no empreendedorismo.....	48
6.2- Papel da Universidade no desenvolvimento de competências .....	49
6.3- Iniciativas da Universidade para fomentar o empreendedorismo .....	51
Considerações Finais.....	53
Bibliografia: .....	57
ANEXOS .....	61
Anexo a- Guião de entrevista para os jovens empreendedores: .....	62
Anexo b: Guião de entrevista para os jovens potenciais empreendedores: .....	65
Anexo c- Grelha de análise de conteúdo das entrevistas realizadas: .....	68

# ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: O Empreendedorismo e as representações sociais de género.....	26
---	----



## ÍNDICE DE TABELAS

**Tabela 1.1:** Grelha de análise das representações sociais de género e empreendedorismo.....29

**Tabela 2.2:** Perfil sociográfico dos entrevistados .....32





## ABREVIATURAS E ACRÓNIMOS

**AVEPARK:** Parque de Ciência e Tecnologia

**GEM:** Global Entrepreneurship Monitor- Monitor Global do Empreendedorismo

**GDI:** Gender related development index- índice de desenvolvimento relativo ao género

**IAPMEI:** Instituto de Apoio às pequenas e médias empresas e à inovação

**IEFP:** Instituto de Emprego e Formação Profissional

**IDEA LAB:** Laboratório de ideias de negócio

**LIFTOFF:** Gabinete do Empreendedor da Universidade do Minho

**ME INTEGRA:** Mercados e estratégias de inserção de jovens licenciados

**OIT:** Organização Internacional do Trabalho

**ONG'S:** Organizações não-governamentais

**ONU:** Organização das Nações Unidas

**POFC:** Programa operacional de fatores de competitividade

**POPH:** Programa operacional de potencial humano

**QREN:** Quadro de referência estratégico nacional

**TEC MINHO:** interface da Universidade do Minho

**UE:** União Europeia

**UM:** Universidade do Minho



## INTRODUÇÃO

A presente tese de mestrado centra-se no empreendedorismo e representações sociais de género. Pretende-se alargar os conhecimentos acerca do empreendedorismo quer por motivos académicos, dado o tema estar inserido na área de Organizações e Trabalho, à qual optei por me especializar, quer por razões de relevância teórica e social associado aos atuais fenómenos de acesso ao mercado de trabalho, de inserção profissional, e as escolhas profissionais realizadas.

Como base de análise e problematização pretende-se compreender o empreendedorismo como carreira profissional para homens e mulheres e a sua relevância no quadro das discussões políticas e em que medida este poderá contribuir para a segregação profissional e ocupacional ou se por outro lado se assume a reprodução das desigualdades de género no mercado de trabalho.

O conceito de representações sociais e diferenças de género assumem particular importância quando pretendemos compreender as ações dos atores sociais, que enveredam pelo empreendedorismo como uma opção de carreira profissional. Por outro lado, pretende-se compreender a importância do empreendedorismo no Ensino Superior e o fomento do mesmo como forma de aquisição de novas competências, através de apoios e surgimento de oportunidades de negócio. Iremos compreender trajetórias académicas e profissionais dos jovens que possam expressar um potencial empreendedor por uma carreira autónoma, fundamentando a nossa análise a partir de uma perspetiva de género.

Assim, foram definidos os seguintes objetivos para este relatório de investigação: I- Identificar e analisar contextos, perceções e representações face à empregabilidade dos diplomados em particular quando associada ao projeto de uma carreira empreendedora; II- Perceber se o empreendedorismo é encarado como forma de projeção ou realização profissional; III- Compreender se os indivíduos procuram no empreendedorismo uma alternativa para resolver os seus problemas de acesso ou permanência a um emprego, como alternativa de escaparem ao contexto de crise económica; IV- Perceber se o Ensino Superior estará a contribuir para desenvolver e fomentar o potencial empreendedor dos homens e mulheres;

Compreender em que medida a conciliação das esferas profissional e privadas surgem como fatores determinantes e estruturantes na opção por uma carreira empreendedora.

Deste modo, definido o tema e os objetivos a que me propus estudar, defini a seguinte pergunta de partida: De que forma as representações sociais de género permitem compreender as opções do empreendedorismo como uma estratégia ou não da construção de uma carreira empreendedora e autónoma face ao atual contexto de vulnerabilidade económica?

A escolha deste tema prende-se com a sua pertinência e relevância científica na atualidade, pois cada vez se fala mais numa alternativa dos indivíduos escaparem ao desemprego e optarem por construir o seu próprio emprego.

O crescimento económico e tecnológico e a conseqüente globalização da economia produziram profundas alterações nas sociedades modernas, o que levou à diminuição da qualidade de vida dos indivíduos e a diferenças significativas a nível económico e social das diferentes sociedades. Neste contexto, o trabalho “para a vida” passa a ser uma miragem que os indivíduos que não conseguem alcançar dada a crescente precarização e flexibilização laboral. Com efeito, os trabalhos temporários, os contratos a termo (certo/incerto), a part-time, entre outros, fazem parte da realidade dos indivíduos e esta nova realidade coloca desafios e riscos aos indivíduos na conciliação das suas vidas pessoais e profissionais.

O empreendedorismo pode ser encarado pelos atores sociais como forma de criarem o seu próprio emprego, obterem um determinado estatuto e reconhecimento social, satisfação pessoal e profissional. Por outro lado, pode ser uma alternativa às lógicas de trabalho impostas pelas políticas neoliberais, assentes na maximização do lucro do empresário, no aumento da produtividade e desenvolvimento económico, sem ter em consideração as expectativas dos trabalhadores. Quer para homens quer para as mulheres, o empreendedorismo pode ser encarado como uma forma de pôr em prática a sua criatividade, as capacidades técnicas e pessoais, a participação ativa na economia, bem como pode ser uma forma de realização e investimento pessoal, ou seja, uma forma de manutenção económica e material, mas também de realização de necessidades imateriais, tais como maior independência, autonomia ou mais tempo para atividades de lazer ou tempo para a família.

Posto isto, apresentado o tema e os objetivos do relatório faço uma breve enunciação da estrutura do mesmo.

Numa primeira parte procurei expor alguns contributos teóricos sobre o tema de forma a adquirir conhecimentos para conduzir esta investigação, procurei abordar o

empreendedorismo à luz de contributos teóricos de vários autores. É traçado também o papel do Ensino Superior no fomento de uma carreira empreendedora, bem como, o empreendedorismo e os riscos e oportunidades a ele associados, quais as limitações e potencialidades, sendo que finalizo com uma breve caracterização do perfil empreendedor.

Na segunda parte estão englobadas as representações sociais e diferenças de género, políticas públicas de conciliação entre a esfera pública e privada e conciliação da carreira empreendedora com a vida privada.

Na terceira parte, desenho o modelo de análise, as hipóteses de investigação e estratégia metodológica a adotar nesta investigação.

No quarto capítulo faz-se uma exposição relativamente ao empreendedorismo jovem através dos discursos depreendidos no decorrer das entrevistas realizadas nesta tese de mestrado, nomeadamente às perceções e vivências de homens e mulheres, traçando o seu percurso escolar/atividade profissional, a relevância da formação académica num percurso empreendedor, quais as funções desempenhadas na empresa, bem como a hierarquia e vínculo contratual e a questão da motivação profissional na construção de um negócio empreendedor.

O quinto capítulo é referente ao empreendedorismo e a gestão pessoal/profissional, os obstáculos e constrangimentos inerentes a um negócio empreendedor e quais as entidades/apoios na construção do mesmo.

Por fim, no sexto capítulo, é feita uma abordagem relativamente ao papel da Universidade no fomento ao empreendedorismo, tais como as suas principais iniciativas e o seu papel no desenvolvimento de competências.



## Capítulo 1- Empreendedorismo como alternativa de carreira profissional

### 1.1- Empreendedorismo e os principais contributos teóricos

O empreendedorismo pode ser analisado tendo em conta os diferentes contextos sociais e a interação entre os atores sociais. Esta abordagem ao empreendedorismo está muito ligada à influência de fatores de ordem cultural. Na perspetiva económica, Richard Cantillon(1931) com a sua obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général*, foi um dos primeiros autores a fazer a ligação do empreendedorismo à economia. Este economista francês deu como exemplo da relação empreendedorismo vs. Economia, o camponês-rendeiro que apesar de não ter nenhuma garantia de resultados compromete-se a pagar uma renda pelo uso das terras ao seu proprietário, ou seja, o rendeiro compromete-se a pagar um preço certo (renda) por um produto que será vendido a um preço incerto, sem a garantia de obter lucro com a sua atividade. Para Cantillon (1931 *cit in* Portela *et al.*, 2008) a atividade económica é central para o empreendedor, ele é motivado pela atividade em si e pela possibilidade de lucro que é incerto à partida, estando implícita a noção de risco.

No início do século XIX Jean Baptist Say (1821 *cit in* Portela *et al.*, 2008) difundiu o conceito de empreendedorismo na economia. Say destaca a função do empreendedor na combinação e transformação dos recursos em bens, mas sem qualquer referência ao fator risco. Para este autor, o empreendedor tem um papel particularmente importante na dinâmica económica. O empreendedor é alguém que é capaz de organizar e mobilizar os recursos de forma a gerar valor, ou seja, são as características especiais do empreendedor que desde a conceção até à direção da produção estão presentes na dinâmica empresarial e fazem gerar riqueza.

Na obra *Principles of Political Economy* (1848), J. S. Mill ampliou a noção de gestão dos negócios considerando o fator risco na análise do lucro, ligando estas ideias ao empreendedorismo. Para Mill o empreendedor é sinónimo de capitalista. Assim, surge o empreendedorismo ligado à origem da propriedade privada, princípio basilar do capitalismo, e o empreendedor como alguém capaz de tomar decisões e assumir riscos na gestão dos recursos para o lançamento de novos negócios (*cit in* Portela *et al.*, 2008:25).

No entanto, será Joseph A. Schumpeter, com a obra *The Theory of Economic Development*, de 1934, que irá ter um papel decisivo na abordagem do empreendedorismo com

a introdução do conceito de inovação. Para Schumpeter capitalista e empreendedor partilham riscos, embora em campos distintos, isto é, o empreendedor ao inovar assume riscos e o capitalista ao investir assume o risco do potencial lucro. O autor distingue capitalistas de empreendedores: os capitalistas são os que arriscam o seu capital com o objetivo da obtenção do lucro, mas não acrescentam qualquer tipo de inovação; e os empreendedores são inovadores pois arriscam novos modos de agir, são pessoas especiais que fazem parte de uma “classe sociológica distinta”.

Schumpeter designa o processo de inovação como “processo de destruição criativa do capitalismo”, isto é, produz uma mudança com o passado e cria novas oportunidades de criação de riqueza para o futuro. Relativamente à inovação temos que ter em linha de conta que esta tanto pode surgir dentro como fora da economia. Uma ideia ou processo inovador surge na combinação de novas formas de organização da produção, na introdução de um novo bem, na adoção de uma nova fonte de matérias-primas ou da identificação de novas oportunidades de mercado. O empreendedor é, de facto, alguém portador de características individuais excepcionais, capaz de criar, de inovar (*cit in Portela et al. 2008:25-26*).

O conceito de empreendedorismo iniciou-se com o contributo destes autores pioneiros, mas novas perspectivas, de autores contemporâneos, continuam a surgir sobre este tema, que na sua grande maioria, seguem a linha tradicional Say-Schumpeter considerando os empreendedores os “motores” do progresso económico. Nesta linha, surge um conjunto de autores (cf. Kizner, 1973, 1982,1985; P. Duker, 1985; G. Dees, 2001 *cit in Portela et al., 2008:25*), cuja abordagem tem em comum a noção de oportunidade, embora seja analisada de forma distinta por cada um destes autores. Kirzner (*cit in Portela et al., 2008:26*) foca-se sobre a oportunidade que a distribuição imperfeita da informação cria, o empreendedor beneficia da distribuição imperfeita da informação para tirar alguma vantagem e para o conseguir fazer ele tem que estar permanentemente vigilante e alerta.

Por sua vez, P. Ducker (1985 *cit in Portela et al., 2008:27*) considera que a oportunidade não reside propriamente na mudança, mas sim na sua capacidade para explorar as oportunidades criadas pelas mudanças. Para este autor, os empreendedores distinguem-se dos demais, pelo facto de terem uma atitude mental que lhes permite ver uma oportunidade quando outros veem um problema ou uma dificuldade. Para o autor, iniciar um negócio não é sinónimo de empreendedorismo pois considera que abrir um negócio por si só, sem acrescentar ao modelo algo inovador (produto ou processo), não é sinal de inovação ou de orientação para a



mudança. Também o lucro não é necessariamente o único objetivo do empreendedorismo, por exemplo a criação de organismos públicos como é o caso da universidade moderna e, em especial da universidade americana, não tem o lucro como objetivo, mas sim todo um processo inovador de ensinar. Isto é, o empreendedorismo tem que ter por base a captação das oportunidades trazidas pela mudança. G. Dees (*cit in* Portela *et al.*, 2008:27) distingue gestão empreendedora da forma comum de gestão administrativa. Para o autor a gestão empreendedora procura a oportunidade do momento sem considerar os recursos sob o seu controlo.

Os empreendedores identificam e perseguem oportunidades que passam despercebidas aos gestores administrativos. Estes empreendedores veem muito mais além do que é evidente e não se deixam influenciar pelos seus recursos iniciais conseguindo, muitas vezes, mobilizar recursos que não os seus para atingir os objetivos, enquanto os demais se limitam às ações, aos meios e ao tipo de trabalho disponível e evidente.

Destaco, como exemplo dos autores que se interessaram pelo empreendedorismo, o clássico da Sociologia Max Weber. Na sua obra *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, Max Weber relaciona a reforma protestante com a origem do espírito capitalista, ou seja, evidenciou a relação existente ente religião/economia e “identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento empreendedor” (Filion, 1999:8).

Filion (1999:21) considera que “Para a criação de uma teoria do empreendedor, provavelmente será necessário separar pesquisa aplicada de pesquisa teórica, estabelecendo uma nova ciência, a empreendedologia (*entreprenology*)”, que [...] “possa criar um corpo teórico composto por elementos convergentes de estudos teóricos sobre empreendedores, efetuados por empreendedologistas (*entreprenologist*) em várias disciplinas [...] o empreendedorismo permaneceria como um campo de pesquisa aplicada, produzindo resultados de interesse para empreendedores potenciais e empreendedores de facto”.

Relativamente à importância e influência do comportamento empreendedor Filion (1999:10) considera que este é acima de tudo um “fenómeno regional”, isto é, “as culturas, as necessidades e os hábitos de uma região determinam os comportamentos” e, por sua vez, “Os empreendedores integram, assimilam e interpretam esses comportamentos e isso está refletido na maneira como agem e constroem as suas empresas”. Segundo Toulouse & Brenner (*cit in* Filion 1999:10) pode-se observar este mesmo fenómeno no empreendedorismo étnico. Os

indivíduos que tenham familiares empreendedores têm mais probabilidades de virem a desenvolver uma atividade empreendedora, sendo que o desenvolvimento desta proporciona o desenvolvimento de características como criatividade, audácia, persistência e conseqüentemente, acabam por exercer uma certa influência no comportamento dos outros (Filion, 1999).

Para Filion (1999:19) “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Esta definição resume as características que identifica e define um empreendedor de sucesso. A visão representa a capacidade de “definir e alcançar objetivos”, um “alto nível de consciência do meio onde está envolvido” que lhe permite perceber e detectar as oportunidades. Para iniciar e manter a atividade o empreendedor deve “tomar decisões moderadamente arriscadas”. Visão implica, também, a introdução da inovação que “motivará os membros da organização e atrairá o interesse do mercado”.

Ainda na linha das teorias comportamentais, David McClelland é um dos autores que mais se destaca no estudo do empreendedorismo numa perspectiva psicológica. Na sua obra *The Achieving Society* (1961), estabelece uma relação entre a iniciativa empresarial e o crescimento económico. Dos diversos estudos que efetuou, McClelland concluiu que o empreendedor é alguém que reúne três características principais: necessidade de poder, de realização e de filiação. A necessidade de realização (*need for achievement*) foi a característica sobre a qual ele mais se debruçou, pois considera que os empreendedores bem-sucedidos são os que apresentam níveis de auto realização mais elevados. Este autor defende que um indivíduo com elevado nível de *need for achievement* tendencialmente é mais otimista, mais empenhado e é capaz de assumir mais riscos calculados, isto é, os empreendedores bem-sucedidos são também os que detêm os mais elevados níveis de necessidade de realização (Nogueira 2009). Apesar de este autor ser uma referência incontornável nas teorias de base comportamental, está hoje desacreditado. Portela *et al.* (2008) refere que estudos mais recentes vieram acrescentar às características identificadas por McClelland uma série de características-chave definidoras do perfil do empreendedor de sucesso, tais como “*locus of control* interno”, “baixa aversão ao risco”, “agressividade”, “desejo de autonomia”, “valores pessoais incomuns”, entre outros, ou, também, uma “infância desfavorecida”, “filiação em grupos minoritários” e “vivências e experiências na adolescência”. Casson (*cit in* Portela *et al.*,2008:28-29) destaca, por exemplo, traços como a “imaginação”, “capacidade de comunicação”, “análise e previsão”, “capacidade de computação” como sendo aqueles que definem um empreendedor de sucesso.

Para um indivíduo ser empreendedor necessita de um conjunto de competências, para além das competências técnicas e específicas assimiladas no decurso da formação académica, caracterizadas pela sua transversalidade, pela característica que lhes permite serem aplicadas em funções diversas e em situações variadas. Mas o que é uma competência? Segundo Cardoso (2006: 10-14), o conceito de competência, pelo facto de ser utilizado por diversas áreas disciplinares, não tem uma definição consensual, existindo autores que lhe dão o pendor de atributos do indivíduo – como conhecimentos, atitudes, capacidades e aptidões – que lhes permitem desempenhar uma função, e outros que pendem mais para o lado do desempenho – definem a competência como um desempenho qualificado. Numa tentativa de articular as duas abordagens, Hoffman (*cit in* Cardoso, *idem*), define o conceito de competência como abrangendo três dimensões, designadamente, o comportamento observável, o resultado do desempenho de um indivíduo e os atributos básicos do indivíduo.

As competências podem ser de dois tipos, particularmente, competências técnicas/específicas e competências transversais. Estas últimas têm ganho terreno relativamente às outras, uma vez que são cada vez mais valorizadas em contexto de trabalho. Que fatores contribuíram para esta crescente valorização das competências transversais? Segundo Cardoso (2006: 21-22), foram fatores como a decadência do modelo taylorista de organização do trabalho – com a substituição da importância da qualificação pela da competência – e a emergência de modelos de organização que privilegiam a constituição de equipas autónomas ou semiautónomas, que atuam por projetos e têm margens ainda elevadas de autorregulação. Neste sentido, competências transversais como a capacidade de trabalho em equipa, de flexibilidade, de adaptação, de mobilidade ou de inovação, entre outras, começaram a ser cada vez mais valorizadas como forma de trabalho desejável.

## **1.2- Ensino Superior e empreendedorismo**

Podemos caracterizar a realidade do mercado de trabalho português como não existindo um ponto de equilíbrio entre a procura e a oferta de trabalho. Como reflexo desta premissa, assiste-se, por um lado, a um grande número de jovens licenciados não inseridos na vida ativa e, por outro lado, a um número menor de diplomados integrados profissionalmente, mas que vivem situações de precariedade, instabilidade e são “vítimas” da flexibilidade laboral.

Podemos salientar o papel fundamental do Ensino Superior no fomento do empreendedorismo, para além do plano de estudos formal, outras iniciativas tais como centros de empreendedorismo, apoios no financiamento e implementação de projetos e transferência de tecnologia, eventos e formações contínuas. Este investimento é essencial para quem constrói o projeto de autoemprego, já que permite que os indivíduos identifiquem problemas concretos, possuam competências e técnicas exigidas pelo mercado de trabalho, mas não é suficiente, importa ter uma boa ideia capaz de gerar valor para o mercado, escolher uma boa equipa de trabalho e ter a capacidade de escolher um setor de atividade financeiramente sustentável.

Se as condições estruturais do mercado de trabalho condicionam a ação dos recém-licenciados – uma vez que não conseguem inserir-se profissionalmente -, tendo como base Giddens (2000), podemos dizer que também lhes deixam espaços de criatividade para agir, pelo que o empreendedorismo surge, neste sentido, como uma estratégia alternativa que, apesar de constituir o caminho mais longo, poderá conduzir os licenciados à inserção profissional. No entanto, tendo subjacente a ideia de que “as propriedades estruturais dos sistemas sociais são simultaneamente o meio e o resultado das práticas” que constituem esses sistemas (Giddens, 2000: 43) outros fatores podem contribuir para a dificuldade de integração dos jovens licenciados na vida ativa.

Perante a dificuldade de inserção profissional e a falta de postos de trabalho qualificados suficientes para responder à produção de recursos humanos qualificados por parte das instituições de ensino superior portuguesas, é de esperar que surja a necessidade de mobilizar estratégias alternativas de integração profissional, sendo uma delas a criação do próprio emprego, emergindo o empreendedorismo como um fenómeno a assumir crescente importância neste contexto.

Contudo, também a frequência de atividades extracurriculares pode determinar essa decisão, uma vez que a realização de atividades não contempladas no plano de estudos formal ajuda a desenvolver competências que, de outra forma, dificilmente seriam desenvolvidas, as quais acrescentam valor a quem as detém em contexto de trabalho.

## 1.3- Empreendedorismo: motivações, riscos, potencialidades e oportunidade

### 1.3.1- Breve caracterização do perfil empreendedor

O empreendedorismo pode ser encarado como uma estratégia de alavancar o progresso económico e social, uma possível alternativa de acesso ao mercado de trabalho. Dessas orientações surgiram alguns programas importantes em Portugal de apoio à criação de emprego e medidas de incentivo e apoio ao empreendedorismo, tais como o GEM, o POPH ou o IEFP. O *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) é um programa de investigação anual ao nível da atividade empreendedora em vários países, nomeadamente em Portugal, cujo principal objetivo passa por relacionar o nível de empreendedorismo com o nível de crescimento económico, assim como estabelecer as condições que encorajam ou travam as dinâmicas do empreendedorismo. Reforçando e ilustrando a pertinência e atualidade das atitudes e práticas empreendedoras, e de acordo com o que se tem vindo a descrever, o Relatório GEM Portugal 2010, introduz uma definição de empreendedorismo, em que o mesmo é entendido como um fenómeno genérico e abrangente a vários grupos sociais.

Em termos gerais, para o GEM, o empreendedorismo é “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 parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos” (GEM 2010:4). A Taxa de Atividade Empreendedora Early-Stage (TEA) mede a proporção de indivíduos entre os 18 e os 64 anos de idade envolvidos num negócio em fase de criação ou de desenvolvimento até a um máximo de 3,5 anos de atividade.

Com base numa sondagem à população adulta, junto de 2000 indivíduos (com idades entre os 18 e os 64 anos) o GEM refere que quanto ao nível e características da atividade empreendedora em Portugal, entre 4/5 indivíduos em 100, o que corresponde a uma taxa de 4,5% estão envolvidos em startups (negócios nascentes) ou na gestão de novos negócios o que se traduz numa redução para metade, comparativamente a 2007 com um valor de 8,8%, cerca de 9 empreendedores. Esta taxa é a 9ª mais baixa do universo GEM 2010 e a 7ª mais baixa das economias orientadas para a inovação. Relativamente ao género, o número de empreendedores do sexo masculino, 5,9% equivale a cerca do dobro do número de empreendedores do sexo feminino, 3%. Este número manteve-se constante face ao registado em 2007 e é idêntico ao das

restantes economias orientadas para a inovação. No que respeita às competências/conhecimentos necessários à criação de negócios, 61,3% dos homens adultos dizem possuir esses conhecimentos o que no caso das mulheres só 43,1% afirmam possuir esses mesmos conhecimentos. A faixa etária onde se regista maior taxa de empreendedorismo é de 6,7% e situa-se nas idades entre os 25 e os 34 anos, comparativamente com a taxa de 2007 que era de 12,1%, sendo que houve um decréscimo significativo deste indicador em todas as faixas etárias; ainda e relativamente às motivações para a criação de negócios, 56,3% criam um negócio motivado pela oportunidade sendo que 38,2% fazem-no para aumentar o rendimento, 18,1% para obter independência e 12,6% alegam uma mistura de motivos, 31,1% é o número daqueles que empreendem por necessidade. A percentagem de empreendedores motivados pela oportunidade manteve-se relativamente constante em relação a 2007, sendo que a percentagem de empreendedores motivados pela necessidade aumentou significativamente e é também maior em Portugal do que nas outras economias da UE orientadas para a inovação (GEM: 15-28).

O empreendedorismo por oportunidade, segundo o relatório GEM, é o mais significativo em Portugal quando comparado com o empreendedorismo por necessidade, no entanto face aos números de 2007, verifica-se um aumento deste último tipo de empreendedorismo de 8,4%, podendo o mesmo estar relacionado com a deterioração do mercado de trabalho e a crise financeira nestes últimos três anos, o que levou os indivíduos à criação do seu próprio emprego. Mesmo tendo em consideração que o fenómeno do empreendedorismo por necessidade tem uma menor representatividade, em termos estatísticos, no nosso país, quando comparado com o de oportunidade, torna-se pertinente, do ponto de vista social, compreender a sua natureza uma vez que este fenómeno parece estar a aumentar e aparece fortemente associado à integração laboral e social (GEM, 2010).

Se por um lado os indivíduos optam pelo empreendedorismo como uma forma de realização e investimento pessoal, concretização de um projeto empreendedor, surge aqui o empreendedorismo por oportunidade, enquanto, quando os indivíduos têm que optar pelo empreendedorismo por necessidade, porque têm que ter uma forma de sustentabilidade, e está desempregado, vulnerável, sem perspetivas de futuro e encara o empreendedorismo como a única alternativa de sair daquele ciclo vicioso que é o desemprego, aqui o empreendedorismo por necessidade surge como via de alternativa, o que nem sempre poderá ser vantajoso, dada a situação de vulnerabilidade e fragilidade dos indivíduos em questão, que não lhes resta outra alternativa. No que respeita à aceitação do empreendedorismo feminino, a opinião dos

especialistas nacionais relativamente aos indicadores apresentados reparte-se por três intervalos qualitativos: “parcialmente insuficiente”, “nem suficiente nem insuficiente” e “parcialmente suficiente”. Assim, o resultado mais positivo prende-se com o grau em que homens e mulheres são capazes de criar um negócio (indicativo de que a capacidade empreendedora não depende do género). Por outro lado, o resultado mais negativo está associado ao grau em que as mulheres são incentivadas a criarem o seu próprio emprego ou a iniciarem um negócio (GEM,2010).

Na maioria dos indicadores, a realidade nacional atual é menos favorável do que há três anos atrás, destacando-se os resultados associados à quantidade de serviços sociais de apoio a mulheres trabalhadoras com família, ao respeito pelas mulheres empreendedoras e ao grau em que as mulheres são incentivadas a criarem o seu próprio emprego ou a iniciarem um negócio. No que diz respeito à distribuição da atividade empreendedora por género, os resultados mostram que estamos perante uma maioria de empreendedores do sexo masculino com cerca do dobro do número do sexo feminino, e face a 2007 não se registaram alterações significativas.

A relação entre a realidade portuguesa e a média associada às economias orientadas para a inovação, em 2010, é semelhante à análise efetuada anteriormente, no âmbito da comparação entre os resultados nacionais em 2007 e a aceitação do empreendedorismo feminino em 2010. É ainda de referir que, na maioria dos indicadores, Portugal fica também atrás das economias orientadas para a eficiência e orientadas por fatores de produção.

De igual modo, a relação entre a realidade portuguesa e a média associada à UE aproxima-se fortemente da análise efetuada no âmbito da comparação entre os resultados nacionais em 2007 e em 2010.

No que se refere às normas sociais e culturais os resultados apurados no relatório GEM referem que “a cultura portuguesa está pouco orientada para o empreendedorismo não estimulando o êxito individual conseguido através do esforço próprio” (GEM,2010).

### **1.3.2- Potencialidades e Obstáculos da carreira empreendedora:**

Cada vez mais a inserção profissional passa pela capacidade dos indivíduos construírem o seu projeto profissional e deterem uma empregabilidade e vínculo permanentes. O trabalho independente resulta de dois fatores contraditórios: um que se relaciona com a desvalorização

do trabalho, “na medida em que serve essencialmente para transferir a gestão do trabalho e os riscos para os trabalhadores que têm pouca qualificação ou se encontram numa situação de vinculação contratual precária” (Kóvacs, 2004: 40); outro fator refere-se à valorização do trabalho, “visto que o recurso ao trabalho independente implica grandes capacidades de inovação e adaptação de trabalhadores autónomos com altos níveis de qualificação” (Ibidem).

Cada vez mais se tem assistido a um investimento ao nível das políticas públicas e estamos perante um contexto político favorável ao empreendedorismo, ou seja, perante um cenário desanimador de crise económica e desemprego, temos a via de construirmos o nosso próprio emprego através de uma boa ideia e consequente implementação da mesma. Para tal, temos vários programas/ medidas de apoio à criação do próprio emprego e o reforço do número de entidades que apoiam o empreendedorismo, tal como, a Estratégia Europa 2020 para o emprego e crescimento sustentável, Plano Estratégico Impulso Jovem para combater o desemprego nos jovens recém-licenciados, o IEFP, associações empresariais tais como a associação nacional de jovens empresários, associação nacional de pequenas e médias empresas, o programa de spin offs, ou seja, empresas que nascem no meio académico, no qual há a utilização comercial dos resultados da investigação académica, através da transferência de conhecimentos e tecnologia em várias áreas científicas para o exterior.

Contudo, para implementarmos um projeto de autoemprego deparamo-nos com debilidades, tais como, burocráticas, que atrasam o processo de implementação do projeto pois podemos ter uma boa ideia, termos qualificações e formações académicas e até sermos empreendedores, mas enfrentamos entraves legais a nível dos licenciamentos, dificuldades na obtenção de informação, elevados encargos fiscais que podem até conduzir ao fecho do negócio. A inexistência em Portugal de um regime de proteção social no desemprego registou um crescimento exponencial, sendo que este fluxo de desempregados coloca automaticamente uma enorme pressão sob as políticas e mecanismos de proteção no desemprego. O mercado de trabalho é cada vez mais marcado pelas formas atípicas e flexíveis de emprego, com base de incidência nos jovens, que vivenciam cada vez mais situações de precariedade e instabilidade laboral.

As relações de trabalho estão cada vez mais desregulamentadas, pelo que o aumento das várias modalidades de trabalho sem vínculo permanente não permite que haja uma política que sustente um regime de equidade social. Regista-se também o aumento das debilidades a nível dos financiamentos, através das dificuldades de obtenção de crédito bancário, rigidez no



acesso a capitais de risco públicos e privados, atrasos na obtenção de subsídios públicos, entre outros.

A nossa cultura molda-nos, somos influenciados pelo meio e pelo contexto social onde estamos inseridos e existe uma série de estereótipos relativamente à imagem dos empreendedores. Temos uma cultura fraca a nível empreendedor dado que há aversão ao risco, as pessoas têm “medo” de arriscar, têm medo de falhar, são suscetíveis ao que os outros irão pensar. Por sua vez, por parte da sociedade valoriza-se o trabalho por conta de outrem, o trabalho assalariado. Neste sentido, o sistema educativo pode facultar a possibilidade dos alunos entrarem em contacto com o mundo do trabalho, essencialmente com o mundo empresarial, como forma de desenvolvimento de competências úteis para enveredar pelo empreendedorismo.

A falta de experiência profissional também é uma grande debilidade porque é extremamente difícil aventurarmo-nos num projeto empresarial sem experiência no campo profissional. Por outro lado, o contexto macroeconómico do País e a crise e recessão económica e financeira que estamos a atravessar inibe os indivíduos de avançarem com a criação do próprio emprego.

Uma dimensão analisada pelo GEM 2010 refere-se às condições que fomentam ou inibem o desenvolvimento da prática empreendedora. Destas, destacam-se o apoio financeiro e as políticas e programas governamentais. Esta análise é efetuada por meio de uma sondagem, realizada junto de especialistas em empreendedorismo e as respostas são medidas recorrendo a uma escala com 5 graus (indo de “insuficiente” a “suficiente”). Assim, no que diz respeito ao apoio financeiro, que contempla a acessibilidade a fontes de financiamento para empresas novas e em crescimento, os resultados são nem “suficientes”, nem “insuficientes”, sendo o indicador mais favorável o dos subsídios governamentais e o mais desfavorável o acesso a empréstimos junto da banca. Segundo os especialistas esta é uma das principais barreiras ao empreendedorismo em Portugal. Esta condição estrutural, de uma maneira geral, apresenta em 2010 um resultado menos favorável face a 2007. Relativamente às políticas governamentais, a leitura dos especialistas é globalmente desfavorável, já que todos os indicadores se inserem no grau “parcialmente insuficientes”. Como principais inibidores são apontados o excesso de burocracia e da carga fiscal. A opinião dos especialistas relativamente a este indicador em 2010 revela-se a todos os níveis, ainda mais desfavorável do que em 2007. Quanto aos programas governamentais e ao nível de apoio que dão à atividade empreendedora, os resultados ditam que não é “suficiente” nem “insuficiente” destacando-se pela positiva o apoio prestado pelos

parques de ciência e pelas incubadoras às empresas novas e em crescimento, e pela negativa, a competência e eficiência das pessoas que trabalham para as agências governamentais, a obtenção de programas governamentais e a eficácia dos mesmos. Relativamente a 2007, este indicador obteve pior resultado em 2010 (GEM 2010:39-44).

## Capítulo 2-Empreendedorismo, conciliação e relações sociais de género

### 2.1-Representações sociais e diferenças de género:

Como referimos atrás, o empreendedorismo pode ser encarado pelos atores sociais como forma de criarem o seu próprio emprego, obterem um determinado estatuto e reconhecimento social, satisfação pessoal e profissional. A igualdade entre mulheres e homens é um tema que não reúne consensos. Se, por um lado, temos por parte do poder político todo um trabalho no sentido da promoção dessa igualdade, por outro, temos ainda quem se agarre às diferenças biológicas para evidenciar as diferenças entre os sexos. De facto, o poder político tem desenvolvido muitos esforços, através da promulgação de leis reguladoras, por exemplo, das relações laborais entre mulheres e homens, no entanto, na prática, ainda há muito a fazer para que a igualdade entre sexos se torne uma realidade nas nossas sociedades.

Se ainda persiste a ideia do homem como “ganha-pão” que não deve deixar de trabalhar, por outro, é mais aceitável que a mulher o faça para assumir o seu papel de “doméstica”. No entanto, já se verificam algumas exceções neste “padrão”, ou seja, já é possível encontrar homens a assumir o papel de “pai doméstico” em situações especiais, como desemprego ou por opção familiar, estando mais presentes na vida doméstica, investindo menos na vida profissional e muitos deles assumindo o papel de pai a tempo inteiro. Quando as mulheres ascendem ao mercado de trabalho e saem dos lares, dedicando-se à carreira profissional, são vistas com uma imagem de masculinidade, vistas como um desvio ao padrão ideal de feminilidade (boa esposa, boa mãe, dona do lar, cuidar da casa, do marido e dos filhos).

Com efeito, o feminino está ligado à ideia de submissão e expressividade, e o masculino à dominância e instrumentalidade. Relativamente à divisão sexual do trabalho, existem igualmente diferenças quanto ao papel do homem e da mulher. Enquanto a mulher estava confinada à esfera privada, o homem estava ligado ao espaço público. As relações que o indivíduo mantém com os outros vão moldar a sua identidade e a forma de ser e estar no mundo. Antes do nascimento de um bebé há por parte dos pais uma série de expectativas em relação a este, pois, espera-se que a sua forma de ser esteja em concordância com o seu sexo, ou seja, tende-se a associar determinados aspetos como sendo tipicamente femininos e outros como tipicamente masculinos, o que acontece quando se associa a cor rosa às meninas e a cor azul aos meninos, logo na maternidade. Este sistema de significação e classificação leva-nos a

considerar que relativamente a determinados comportamentos se encontra associado um significado, que pode pertencer ao género feminino ou masculino (Amâncio, 1998). Muitas dessas conotações avaliativas traduzem-se em preconceito, uma vez que se considera que as características tipicamente femininas são negativas e as masculinas positivas. Enquanto à masculinidade se associa a racionalidade, a virilidade e a repressão de sentimentos, à feminilidade alia-se a expressividade afetiva e a passividade (Amâncio, 1998). Este sistema valorativo coloca a mulher numa posição de inferioridade em relação ao homem e até de submissão, uma vez que esta tende a reunir os pólos negativos das dimensões comuns à categoria masculina (Amâncio, 1998). Assim, os estereótipos relativos ao feminino e ao masculino ainda que de forma incorreta tornam-se numa forma de conhecimento que vai desempenhar um papel determinante na orientação dos comportamentos dos indivíduos nas interações sociais (Amâncio, 1998).

Tal como afirmou Amâncio, a discriminação de que a mulher é alvo provém de fatores sociais externos, como a crença nos papéis sexuais, que consideram as mulheres inferiores, desvalorizando o seu trabalho, o que se repercute na atribuição de salários mais baixos (Amâncio, 1998). No entanto, é de notar que não só os homens se opunham ao desempenho de uma profissão por parte da mulher, mas também outras mulheres, mais conservadoras, se opunham ao desempenho de uma atividade produtiva, no caso das mulheres casadas e com filhos, o que torna evidente que a interiorização dos padrões relativos ao género encontra-se bastante enraizada nas nossas sociedades (Amâncio, 1998). Os homens exercem um poder coercivo sobre as mulheres através do uso da violência e estas ao desviarem-se do estereótipo feminino são marginalizadas. No caso dos homens, por outro lado, sendo socialmente aceite a defesa da sua virilidade através do controlo do comportamento das mulheres, é a forma que essa defesa assume que os responsabiliza perante a lei. No entanto, é de salientar que as mulheres ajudam a criar esta mesma realidade social que se encontra inerente ao seu sexo, dado que subestimam as suas capacidades, não se sentem no direito de ganhar mais e têm uma baixa expectativa de sucesso, o que acaba por se reproduzir ao nível das desigualdades de género. Já o homem atribui a si mesmo maiores capacidades e considera que as suas funções são mais difíceis (Amâncio, 1998).

No mesmo sentido, para Bourdieu (1999) o domínio do masculino é uma expressão simbólica de poder sob o polo dominado da relação, a mulher. Segundo Bourdieu (1999:32-34), “O poder simbólico não pode exercer-se sem a contribuição dos que o sofrem e que só sofrem

porque o constroem como tal (...). Tal construção prática, longe de ser o acto intelectual consciente, livre deliberado de um “sujeito” isolado, é ela própria o efeito de um poder, inscrito duradouramente no corpo dos dominados”.

As representações sociais são a forma como os indivíduos moldam a realidade social, ou seja, existe uma crença no poder dos símbolos para moldar o pensamento e do pensamento para enformar a realidade, são como um guia da ação social e contribuem para a manutenção da identidade social e para o equilíbrio sociocognitivo dos indivíduos (Cabecinhas, 2004)<sup>1</sup>. No que se refere ao conceito de representações sociais, Moscovici (1981) acaba por defini-las como sendo um “conjunto de conceitos, afirmações e explicações originadas na vida quotidiana no curso de comunicações inter-individuais” (Cabecinhas, 2004).

Com a realização deste trabalho pretende-se compreender de que forma as representações sociais de género influenciam os homens e as mulheres nas suas opções por uma carreira empreendedora.

## **2.2-Conciliação da carreira empreendedora com a esfera privada**

Relativamente às atitudes no que diz respeito à vida familiar, em Portugal, os homens e as mulheres têm posições relativamente ao casamento e à divisão social do trabalho, que podem ser consideradas de liberal e pouco institucional. Com efeito, para Aboim (2007), a mulher assume simultaneamente um papel de mãe, de dona de casa e de profissional independente, colocando-se, de forma assumida, perante um “triplo papel”, com prejuízos e encargos a nível profissional e privado. São características constituintes que se identificam maioritariamente com o ideal da feminilidade, mãe e dona de casa, indo ao encontro do padrão da normatividade feminina vigente na nossa sociedade. (Aboim, 2007). Logo, muitas vezes as mulheres veem-se perante um conflito de identidade que passa por gerir a carreira profissional ou por ser dona de casa.

Em Portugal, de acordo com Aboim (2008), foi na esfera pública, através dos ideais democráticos e da consagração na lei do princípio de igualdade que se derrubaram as “lógicas familialistas e patriarcais” dominadoras do feminino. Embora, as mulheres portuguesas ainda

---

<sup>1</sup> De destacar, como primeiro autor a mencionar a noção de representações sociais, Serge Moscovici, em 1961, na obra *La Psychanalyse, son Image et son Publique*, na qual, lança a seguinte questão: “como é que o conhecimento científico é consumido, transformado e utilizado pelo homem comum (leigo) – e uma problemática mais geral – como constrói o homem a realidade” (Cabecinhas, 2004).

estejam divididas entre o “lugar natural” na vida privada e o direito conquistado à participação ativa na vida pública, o princípio da igualdade foi já, de certa forma, “incorporado” pelos indivíduos, ou seja, defende-se o direito das mulheres à profissão, bem como o direito dos homens a uma maior participação nas tarefas da esfera privada.

As organizações transnacionais, do Estado ou da sociedade civil, têm hoje, um papel central na aceleração e intensificação das políticas de igualdade. Desde o papel da União Europeia (UE), da Organização das Nações Unidas (ONU), da Organização Internacional do Trabalho (OIT), entre outras, que, através da promoção de tratados, conferências, convenções e recomendações têm de facto, contribuído para a promoção da igualdade entre mulheres e homens (Ferreira, 2004). A OIT e a ONU destacam-se pela crescente intensificação das relações internacionais e a interdependência entre os países a nível global, ou seja, estas duas organizações através das suas diversas iniciativas têm ditado a agenda das políticas de igualdade. Bob Reinalda (1997) refere que, entre 1890 e 1996, foram recenseadas 355 convenções multilaterais sobre a problemática da igualdade entre homens e mulheres (*cit in* Ferreira, 2004).

Os movimentos internacionais de mulheres têm tido um importante papel na influência dos organismos de decisão intergovernamental para a aceitação dos direitos de igualdade entre homens e mulheres. Desde muito cedo, na história da humanidade que se destacam, na luta pela igualdade entre sexos, várias mulheres. Bob Reinalda (1997) destaca Marie Goegg como sendo a primeira, em 1868, a ter esse papel. São famosas as suas conferências para a paz de 1899 e 1907, em Haia, com fóruns internacionais onde as mulheres fizeram *lobbying* para a inclusão das suas reivindicações (*cit in* Ferreira 2004). É também o *Lobby* Internacional das Mulheres que, em 1919, consegue incluir um artigo no texto fundador da Liga das Nações onde defendiam que todos os cargos sob o controlo da liga, ou a esta ligados, deveriam ser igualmente abertos a homens e mulheres. Segundo Bob Reinalda (1997) este foi um passo determinante, porque “deu às mulheres a possibilidade de, a nível global, se envolverem oficialmente em todos os acordos intergovernamentais e lutarem por toda a espécie de reivindicações, entre as quais o reconhecimento da igualdade de direitos e papéis” (*cit in* Ferreira, 2004).

Na União Europeia, o *Lobby* Europeu de Mulheres é uma das ONG(s) mais poderosas que, mantendo uma ligação com as delegações nacionais, têm aproveitado a troca de experiências para reforçar as políticas de igualdade. Estas redes feministas têm, também, um

importante papel ao nível da transmissão da informação, contribuindo para uma maior transparência na política global. A publicação anual *do Relatório sobre o Desenvolvimento Humano*, ao promover a comparação entre os países coloca os governantes sob uma maior exposição internacional. A sua importância para as políticas de igualdade reside na criação de duas medidas de desigualdade entre homens e mulheres: o *Gender- Related Development Index* (GDI) “compara o comportamento de alguns indicadores em ambos os sexos, como a esperança de vida ao nascer, a taxa de alfabetização da população adulta, a taxa de cobertura dos vários níveis de ensino e a repartição dos rendimentos entre mulheres e homens”; e o *Gender Empowerment Measure* (GEM), “composto pela taxa de feminização dos representantes nos parlamentos nacionais, a taxa de feminização dos postos de administração e direcção, a taxa de feminização das profissões técnico-científicas e percentagem do rendimento que cabe às mulheres” (Ferreira, 2004:84).

Atualmente, o discurso sobre a igualdade de oportunidades passa pela necessidade de aplicação das políticas formuladas e pelo cumprimento dos Planos Globais para a Igualdade.

Desde os finais dos anos 90 que o melhoramento das condições de igualdade entre sexos no trabalho e no emprego esteve presente na promulgação de novas Leis, Decretos-Lei, Despachos ou Portarias. Destaca-se a revisão constitucional de 1982, que, ao equiparar a paternidade à maternidade, como valor social, dá mais um importante contributo à promoção da igualdade, de facto, entre homens e mulheres, no artigo 68º- Paternidade e maternidade.” Os pais e as mães têm direito à protecção da sociedade e do Estado na realização da sua insubstituível ação em relação aos filhos, nomeadamente quanto à sua educação, com garantia de realização profissional e de participação na vida cívica do país “ (Rêgo, 2010:68). O novo estatuto jurídico coloca homens e mulheres ao mesmo nível no que diz respeito às funções, obrigações, deveres e direitos relativamente aos filhos.

Posteriormente, na revisão da constituição de 1997, foi introduzido um reforço simbólico no sentido de eliminar a norma persistente dos papéis sociais associados a homens e mulheres. No artigo 13º da constituição é reconhecido que homens e mulheres “são duas metades da humanidade iguais em dignidade e direitos”. No artigo 58º reconhece a conciliação profissional e da vida familiar como um direito de homens e mulheres trabalhadoras e no artigo 109º reconhece a igual necessidade de participação na atividade política de homens e mulheres. Este reforço continua presente na aplicação, em 1999, do novo quadro legal- A lei nº 142/99 de 31 de Agosto.

Os homens veem reforçados os seus direitos de paternidade, isto é, passam a ter direito à licença de paternidade de 5 dias, assumida pelo Estado a 100%, à licença parental voluntária de 15 dias assumida pelo Estado a 100%, desde que gozada logo após a licença de maternidade e à dispensa para aleitação durante o primeiro ano de vida do filho(a). Esta lei assume também um reforço de proteção às grávidas, aumentando a licença de maternidade para 120 dias e, proibindo o despedimento de grávidas, puérperas e lactantes, prevendo sanções no caso de incumprimento (Rêgo, 2010).

De acordo com Rêgo (2010), no decorrer dos anos 2000 e até ao novo código de trabalho em 2009, o avanço relativamente às políticas de igualdade deveu-se ao facto do código de trabalho passar a incluir, a partir de 2003, a questão da igualdade de homens e mulheres no trabalho e no emprego. O principal avanço deveu-se à obrigatoriedade da licença de paternidade e a ações positivas: nomeadamente o reconhecimento da necessidade de proteger também o património genético dos homens; à proibição de exigir às mulheres, candidatas a um emprego, um atestado de gravidez. E, por parte das empresas, a inclusão nas suas responsabilidades da criação de condições para a conciliação da vida profissional com a vida familiar. No entanto, Rêgo chama a atenção para algumas particularidades que, de certa forma, constituem um retrocesso na evolução da legislação em matéria de igualdade de género, por exemplo, a consideração das mulheres como um "grupo desfavorecido" que o direito tem que contrariar para promover a igualdade de homens e mulheres, e o aumento do período do trabalho a tempo parcial para cuidar dos filhos, contribuiu para tornar ainda mais assimétrica a relação profissional e financeira de homens e mulheres. O código de 2009 veio criar em algumas áreas melhoria nas condições de igualdade, nomeadamente na partilha de homens e mulheres da licença parental: a licença passa de 120 dias para 150, sem perda dos direitos da mãe; no caso de o bebé não estar a ser amamentado pela mãe a dispensa para aleitação, até ao 1 ano de idade do filho(a), pode ser exercida pelo pai ou pela mãe; ambos têm direito, para assistência ao filho até aos 6 anos de idade, o gozo da licença parental complementar; ambos podem pedir dispensa da realização de trabalho suplementar até ao filho(a) fazer 12 anos de idade, entre outras.

No contexto atual, a igualdade de homens e mulheres foi uma prioridade política expressa nos quadros de Referência Estratégica Nacional (2007-2013). Assim, se vê reforçada a investigação e experimentação sobre esta matéria. De salientar, também, o papel importante do Quadro de Referência Estratégica Nacional (QREN), do Programa Operacional Potencial Humano



(POPH) e do Programa Operacional Fatores de Competitividade (POFC) no encorajamento, por exemplo, do empreendedorismo feminino, importante para a criação de novas oportunidades, para a obtenção de rendimentos de trabalho e para a criação de redes de apoio a empresárias, possibilitando às mulheres uma maior participação na economia onde a sua posição relativamente à dos homens é, ainda, muito assimétrica (Rêgo, 2010).

Esta breve exposição da evolução da lei, em Portugal, no que diz respeito à igualdade de homens e mulheres, nomeadamente no contexto de trabalho e emprego mostra bem que, em matéria de legislação, houve um grande investimento, quer do Estado, quer das ONG (s), no reconhecimento de direitos e responsabilidade iguais, na esfera pública e na esfera privada, a homens e mulheres.

No entanto, como refere Rêgo (2010: 87), a norma social “continua a determinar aos homens, principalmente, a produção, a representação a liderança, a competição por bens e prestígio e a capacidade por fazer a guerra” e, às mulheres “a reprodução, o cuidado, a descrição, a competição pela beleza e pela família e a capacidade para fazer a paz”. Esta reprodução dos estereótipos associados a homens e mulheres está bem patente no desequilíbrio das relações de trabalho remunerado e não remunerado. As mulheres continuam a manter uma “dupla jornada” de trabalho, assumindo as tarefas domésticas e, ao mesmo tempo, mantendo uma atividade profissional fora de casa, com uma dupla discriminação pois ganham menos do que os homens no exercício da mesma atividade profissional. Quando têm filhos são desvalorizadas e penalizadas por quererem ou necessitarem de cuidar deles e continuam a ser preteridas pelos homens no acesso aos lugares de poder. Para Rêgo (2010:87) “Deste desequilíbrio social se alimenta a violência de género”. É na esfera privada que mais se manifestam estes desequilíbrios. A causa desta desigualdade reside na crença construída socialmente e partilhada por homens e mulheres de que o cuidado dos filhos e das tarefas domésticas são tarefas femininas como referimos atrás. Exemplo desta desigualdade é bem visível nos números, por exemplo, dos dias de ausência do trabalho por nascimento de filhos em: 2005, do total dos dias (10 058 565), 92,7% foram gozados pelas mulheres contra 7,3% gozado pelos homens, ou seja, “são estes cerca de 9 milhões e quinhentos mil dias que importa repartir com os homens no âmbito dos direitos de paternidade, para que a reprodução dos seres humanos tenha benefícios e prejuízos socialmente equilibrados para mulheres e homens”(Rêgo 2010:89).

Desta forma, a conciliação entre a vida profissional e privada constitui um grande interesse para homens e mulheres, bem como para as empresas. Para os trabalhadores, se por um lado, têm que conciliar os seus horários e ritmos de trabalho, cada vez mais exigentes e irregulares, com a sua vida familiar, por outro, as empresas têm tido cada vez mais preocupações e responsabilidade social, pois sabem que a rentabilidade e produtividade dos seus colaboradores está intimamente relacionada com o seu grau de satisfação profissional, que só é conseguido através de uma boa articulação entre a vida profissional e familiar.

## Capítulo 3. Estratégia Metodológica

### 3.1- Modelo de Análise e hipóteses de investigação

Prosseguimos a investigação com a formulação das hipóteses de investigação. No decorrer de uma investigação poder-se-á proceder à formulação de uma ou mais hipóteses, em que estas serão expostas sob a forma de afirmações baseadas no quadro teórico previamente estabelecido, com o objetivo de corroborar a questão de partida enunciada no início da investigação.

É importante realçar que numa abordagem hipotético-dedutiva a formulação de hipóteses de investigação torna-se fulcral, pois estas são “a melhor forma de conduzi-la [investigação] com ordem e rigor, sem por isso sacrificar o espírito de descoberta e de curiosidade” (Quivy & Campenhoudt, 2005: 119), conseguindo-se, desta maneira, selecionar os dados que são pertinentes para a nossa investigação.

Assim, com base na questão de partida: “De que forma as representações sociais de género permitem compreender as opções do empreendedorismo como uma estratégia ou não da construção de uma carreira empreendedora e autónoma face ao atual contexto de vulnerabilidade económica?”, e no quadro teórico atrás apresentado, foram formuladas as hipóteses de investigação orientadoras, sem que se pretenda apresentar um plano de corroboração dos dados muito rígido ou formal. Aliás, em planos de investigação qualitativa, as hipóteses assumem sobretudo o papel de orientação na descoberta de nova e relevante informação. Em todo o caso, formulamos as seguintes hipóteses: 1) O papel do ensino superior é primordial no fomento do empreendedorismo como forma de adquirir competências e conhecimentos relevantes a um comportamento empreendedor; 2) Os homens e mulheres reproduzem desigualdades e diferenças de género na opção por uma carreira empreendedora, principalmente no que concerne à gestão da vida privada com a carreira; 3) O empreendedorismo surge como oportunidade ou necessidade para se construir uma carreira autónoma de autoemprego, revelando uma estratégia alternativa de gerir as dificuldades face ao atual contexto de recessão económica e vínculos laborais precários.

De seguida, articulando as hipóteses teóricas formuladas, apresenta-se esquematicamente o modelo de análise, sendo que este é “um conjunto estruturado e coerente,

composto por conceitos e hipóteses articulados entre si” (Quivy & Campenhoudt, 2005:115) num quadro coerente, que articula de forma operacional, os principais aspetos que serão finalmente retidos para guiar todo o resto da investigação, como a observação e a análise dos resultados. Trata-se de uma prefiguração da investigação e da análise empírica.

Os conceitos centrais nesta investigação são as representações sociais e o empreendedorismo, sendo que estes nos permitem uma melhor compreensão das hipóteses teóricas articuladas. As representações sociais permitem-nos compreender as opções dos homens e das mulheres por uma carreira empreendedora, as limitações e constrangimentos associados, a subsequente reprodução das desigualdades de género na gestão da carreira profissional com a esfera privada, sendo que está subjacente a reprodução das desigualdades entre homens e mulheres na divisão tanto sexual como social do trabalho.

É relevante o papel do ensino superior e de todo o processo educativo, de forma a compreender como este influencia na escolha ou na construção de uma carreira empreendedora, através de socialização e fornecimento de competências e conhecimentos adquiridas no processo formal e não formal do ensino

Para melhor compreender o modelo de análise proposto, atente-se ao esquema 1 a seguir exposto.

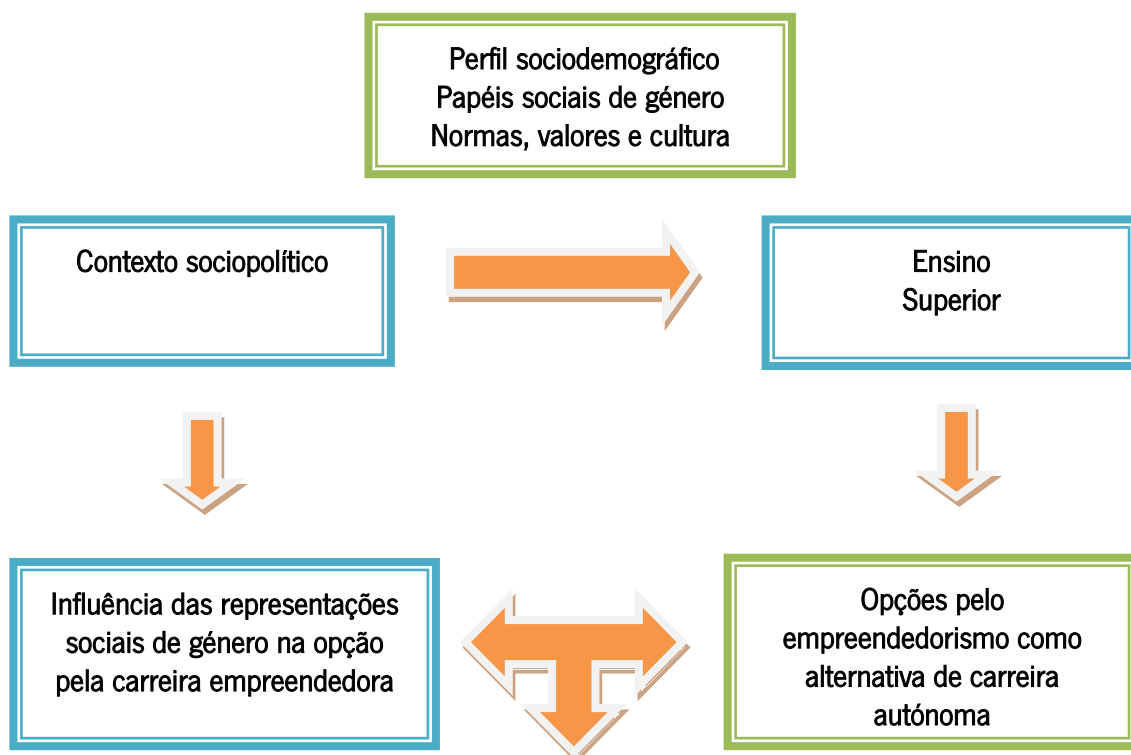


Figura 1: O Empreendedorismo e as representações sociais de género.

### **3.2- Seleção da população-alvo**

A população-alvo do estudo foram jovens portugueses licenciados entre os 24 e os 34 anos, do sexo masculino e feminino, estudantes ou que já tivessem estudado na Universidade do Minho, que sejam portadores do próprio negócio ou que tenham demonstrado em todo o seu percurso um potencial de empreendedores, ou seja, vontade ou o desejo de criarem o próprio emprego (mesmo que não tivessem oportunidade de o fazerem) e compreender de que forma percebem eles a construção do próprio emprego perante a situação de precariedade e instabilidade económica que atravessamos.

Por conseguinte, com a colaboração do Gabinete do Empreendedor da Universidade do Minho, reuniu-se uma lista de jovens empreendedores e também potenciais empreendedores de forma a dar continuidade ao estudo e aferir as suas perceções e representações sociais face ao estudo em concreto.

Os indivíduos selecionados respeitam a diversidade de características relevantes para a investigação, até se atingir um nível de saturação da informação adequado, ou seja, “O critério que permite dizer que se abarcou a situação hipotética é o da redundância. Se o investigador procurar diversificar sistematicamente os perfis, chegará forçosamente o momento em que já não conseguirá encontrar novos casos francamente diferentes dos que já encontrou e em que o rendimento marginal de cada entrevista suplementar decrescerá rapidamente” (Quivy & Campenhoudt, 2005: 163).

### **3.3-Técnica de recolha e tratamento de dados**

A escolha da técnica a usar assume um carácter fundamental no decorrer de uma investigação em Ciências Sociais, por ser um instrumento-chave na recolha de todo um conjunto de informação que, além de servir de suporte ao desenrolar da investigação, irá permitir a verificação ou não das hipóteses anteriormente colocadas.

Para a realização desta tese de mestrado, foram mobilizadas técnicas de recolha de informação, tais como pesquisa de fontes documentais e estatísticas e a entrevista semidiretiva. Como técnica de tratamento de informação, privilegia-se a análise de conteúdo das entrevistas realizadas aos jovens diplomados.

Segundo Rodolphe Ghiglione e Benjamin Matalon (1997: 64), “A entrevista é um encontro interpessoal que se desenrola num contexto e numa situação social determinados, implicando a presença de um profissional e de um leigo”, ou seja, a entrevista pode ser entendida como uma situação social de interação face a face, entre o investigador e um determinado indivíduo, que contribuirá para a obtenção dos dados empíricos.

Optei pela entrevista semidiretiva uma vez que pretendo obter dados empíricos que demonstrem as situações de instabilidade e precariedade dos jovens, bem como o potencial empreendedor verificado nos seus trajetos. A opção recaiu sobre a entrevista semidirectiva “no sentido em que não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas” (Quivy & Campenhoudt, 1992: 194), isto é, apesar do entrevistador se fazer acompanhar de um guião de entrevista, onde se encontram as questões-base, este não tem, necessariamente, de seguir a ordem ou a formulação prevista das mesmas.

Por sua vez, a análise de conteúdo é uma técnica que pode ser utilizada nas mais diversas áreas científicas e “pode incidir sobre material não estrutural” (Vala, 2007:107). Bardin (1977:49) define análise de conteúdo como “Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. Esta técnica permite, entre outras coisas, “ir para além dos significados imediatos”, “ultrapassagem da incerteza” e poder ser generalizada. O rigor e a necessidade de ver para além do que é visível tornam esta técnica muito adequada à análise de entrevistas (Bardin, 1997:28-29).

Para efeitos de análise da informação recolhida, foi seguida uma grelha de análise com as seguintes dimensões e indicadores privilegiados (cf. Tabela 1).

**Tabela 1:** Grelha de análise das Representações Sociais de Género e Empreendedorismo.

Eixos analíticos	Dimensões	Indicadores
<p><b>Perfil do “potencial empreendedor”</b></p>	<p><b>Pessoal:</b></p>	<p>Sexo Idade Estado civil Tem filhos</p>
	<p><b>Escolar:</b></p>	<p>Grau académico Área de formação</p>
	<p><b>Profissional:</b></p>	<p>Profissão Situação na profissão Experiências Estratégias Competências</p>
<p><b>Empreendedorismo e conciliação</b></p>	<p><b>Gestão profissional de carreira</b></p>	<p>Flexibilização do trabalho Gestão dos horários Gestão do local de trabalho Independência económica Necessidade Autoemprego</p>
	<p><b>Projeção profissional</b></p>	<p>Criatividade Iniciativa Autonomia</p>
	<p><b>Conciliação entre a vida profissional e privada</b></p>	<p>Valorização da família Tempo para a família: Para cuidar e educar os filhos; Para realização das tarefas. Tempo para atividades pessoais: Atividades de lazer. Atividades de enriquecimento pessoal.</p>
<p><b>Papel da Universidade na fomentação do empreendedorismo</b></p>	<p><b>Avaliação dos conteúdos curriculares</b> <b>Desenvolvimento das competências técnicas e pessoais</b> <b>Atividades extracurriculares</b></p>	<p>Pertinência/adequação dos conteúdos curriculares Tipo de competências Iniciativas/propostas promovidas pela Universidade para fomentar o empreendedorismo.</p>





## Capítulo 4- O empreendedorismo jovem: percepções e vivências de homens e mulheres

### 4.1-Caraterização sociográfica

Relativamente à categorização sociográfica (cf. Tabela 2), estamos perante um grupo de nove entrevistados, cinco homens e quatro mulheres, de idades compreendidas entre os 24 e os 34 anos de idade, maioritariamente solteiros, sendo que só uma mulher é casada e os restantes entrevistados são solteiros. Assim, podemos concluir estar perante um grupo, com algumas semelhanças à partida, ou seja, pertencem à mesma geração, tendo em comum algumas referências económicas, culturais e sociais.

**Tabela 2:** Perfil Sociográfico dos entrevistados. No setor “Sexo” a sigla “F” corresponde a Feminino e a “M” a Masculino. No setor “Estado Civil” a sigla “S” corresponde a Solteiro e a “C” a Casado.

Entrevistados	Sexo	Idade	Estado civil	Habilitações académicas	Curso/ área de formação	Profissão	Vínculo Contractual	Perfis de empreendedorismo
Nº1	F	24	S	Mestrado	Engenharia Biomédica	Bolseira de investigação	Bolseira de investigação	<b>Perfil B - Potencial empreendedor</b>
Nº 2	M	29	S	Licenciatura	Licenciatura em Arquitetura	Empresário do projeto uchi	Efetivo	<b>Perfil A - Empreendedor</b>
Nº3	F	31	S	Mestrado	Engenharia	Empresária do projeto get green	Efetivo	<b>Perfil A Empreendedor</b>
Nº4	M	30	S	Doutoramento	Engenharia Biológica	Empresário de uma empresa no setor de engenharia ambiental	Efetivo	<b>Perfil A Empreendedor</b>
Nº5	M	27	S	Mestrado	Gestão	Empresário do projeto factory business Scholl	Efetivo	<b>Perfil A Empreendedor</b>
Nº6	F	35	C	Licenciatura, Mestrado	Geografia e Planeamento	Empresária da geo justiça	Contrato a termo certo	<b>Perfil A Empreendedor</b>
Nº7	F	30	S	Mestrado	Psicologia	Bolseira de investigação	Bolseira de investigação	<b>Perfil B - Potencial empreendedor</b>
Nº8	M	32	S	Licenciatura, Mestrado	Geografia	Bolseiro de investigação	Bolseiro de investigação	<b>Perfil B - Potencial empreendedor</b>
Nº9	M	24	S	Licenciatura, Mestrado	Comunicação	Bolseiro de investigação	Bolseiro de investigação	<b>Perfil B - Potencial empreendedor</b>

Quanto às habilitações escolares: todos são licenciados e todos têm mestrado com exceção do entrevistado nº 2. O entrevistado nº 4, do sexo masculino é o único que tem o grau de doutorando. Estamos perante um grupo pertencente a diversas áreas de formação que vão desde as ciências sociais até às engenharias, mas podemos aferir que se trata de um grupo com um grande investimento em formação académica e profissional, bem como pertencentes a uma classe social favorecida, com estatuto e prestígio social, económico e cultural.

Os entrevistados dividem-se em dois perfis ou tipologias: perfil A e perfil B.

O perfil A caracteriza-se pelos entrevistados que possuem um negócio empreendedor: “Sou empresário(a)” e o perfil B caracteriza-se pelos entrevistados que possuem uma ideia de negócio, mas que ainda não concretizaram ou iniciaram a construção da empresa: “Quase empresário”. Nesse sentido, são designados de potencial empreendedor, já que não se apresentam ainda numa situação de empresário ou trabalhador por conta própria, mas manifestaram o desejo de virem a ser.

No perfil A encontramos três indivíduos do sexo feminino e dois do sexo masculino. No perfil B temos dois indivíduos do sexo masculino e dois do sexo feminino.

## **4.2- Percurso escolar/atividade profissional**

### **4.2.1- Relevância da formação académica na construção de um negócio empreendedor**

Quando nos debruçamos perante a adequação ou relevância da formação académica relativamente à construção de um negócio empreendedor constatamos que os cinco entrevistados do perfil A, “”, têm a empresa constituída e a maioria valoriza a sua formação e considera que direta ou indiretamente esta é e/ou, foi importante para a entrada e evolução no mercado de trabalho e para a construção de um negócio empreendedor. Os entrevistados do perfil B, estão em fase da construção e finalização da ideia de negócio e a área de formação está ligada ao negócio empreendedor que estão a construir. No perfil B, a entrevistada nº7, mulher “Quase empresária”, está a trabalhar na construção do negócio empreendedor, que está diretamente ligado à área de formação, encontra-se a trabalhar a contrato de termo certo na empresa dos pais na área da indústria têxtil.

Apesar de alguns dos entrevistados não estarem a exercer uma atividade onde possam convocar todas as competências técnicas adquiridas na universidade, são unânimes em considerar que a formação lhes forneceu as ferramentas ao nível cognitivo que os destaca dos que não as têm.

A instituição, concretamente, a Universidade do Minho, é unanimemente valorizada e reconhecida quer pelos homens quer pelas mulheres, de ambas as tipologias, sendo que esta se sobrepõe, por vezes, ao valor da licenciatura ou mestrado com as várias iniciativas que tem vindo a desenvolver.

“...A Universidade do Minho deu-me a oportunidade de apresentar a minha ideia de negócio num programa que é o IDEA LAB, fui apoiado por consultores excelentes. No Liftoff também, há apoios internos e na Universidade do Minho funciona muito bem...” (homem, entrevistado nº2).

“...Eu acho que a Universidade do Minho a esse nível esta a dar cartas e é uma referência porque conseguiu criar muitos mecanismos de apoio à transformação de ideias em empresas, nos programas do IDEA LAB, que se trabalha a ideia do ponto de vista contabilístico, da viabilidade económica, mas também a comunicação, o marketing, identificar potenciais clientes, o próprio spin off e o facto das empresas puderem usufruir equipamentos da universidade, o apoio dos mentores é uma mais-valia” (mulher, entrevistada nº6).

Quando nos debruçamos relativamente à relação/relevância da formação académica, verificamos que está, na maioria dos casos, ligada à área de atividade profissional que exercem, sendo esta encarada como necessária e importante para o seu desenvolvimento profissional/pessoal.

### **4.3- Funções desempenhadas na empresa**

Relativamente à análise das funções desempenhadas atualmente face à formação, verifica-se que no perfil A, ou seja, “Sou empresário(a)”, os entrevistados estão a exercer funções de gestão do negócio empreendedor. Todos eles afirmam ser “multitarefa”, fazer de tudo um pouco na empresa, desde a gestão à contabilidade e ao contato com clientes. Há uma certa estabilidade no que diz respeito ao tipo de atividade desempenhada e à adequação à área de formação académica. No que respeita ao desempenho das funções, tanto o sexo feminino

como o masculino afirmam desempenhar todo o tipo de funções que sejam necessárias na empresa, desde estabelecerem o contato com clientes e fornecedores, agendar e participar em reuniões, fazer pesquisas de mercado, toda a parte da gestão e contabilidade. Desta forma podemos concluir que estamos perante jovens dinâmicos e polivalentes, que têm boas ideias de negócio, mas que também as sabem colocar na prática, assumindo o comando de gestão da empresa, com boas linhas orientadoras.

“...Eu aqui faço tudo. Desde limpar o chão, desde marcar reuniões, de ir ter com clientes e fornecedores, fazer pesquisas de produto de mercado, escolher as bicicletas mais bonitas, escolher a bateria a parte elétrica que está no auge, ver a qualidade de preço, ver a confiança dos produtos, ver bem as contas, ver que as contas batam certo...” (mulher, entrevistada nº3).

“...Na empresa eu faço um pouco de tudo, contato clientes, fazer a gestão e desenvolvimento, a parte de gestão, contabilidade está mais para a minha colega que se dedica mais a isso. Faço a parte de desenvolvimento do produto, licenciamento, tudo o que é necessário para pôr uma empresa a funcionar, faço quase tudo....” (homem, entrevistado nº4).

No perfil B, “Quase empresário(a)”, estamos perante quatro indivíduos em situação de bolsheiros de investigação, que estão todos eles em centros de incubação de ideias a trabalhar e a desenvolver as mesmas, sendo que a ideia e a edificação do negócio empreendedor que estão a construir está diretamente ligado à área de formação académica, o que significa que estão continuamente a investir na área em que se formaram.

“...Mas tudo o resto, ou seja, todo o pensamento que é necessário ter para atingir o objetivo, como chegar à aplicação, a parte de como funciona a imagem médica, toda essa informação que tem que estar de base aprendemos no curso....” (mulher, entrevistada nº1).

“...A área de formação foi uma excelente ferramenta. Os serviços que nós fazemos pressupõem conhecimentos da área de formação, até porque fazemos acessória de imprensa. Mesmo na estratégia de venda temos noção que não podemos falar de muitos clientes, o nosso truque aqui na nossa estratégia de venda tem que partir de outro lado, tem que partir da experiência profissional, tem que partir mais de vários momentos de aprendizagem da comunicação para o desporto. A formação académica e a nossa própria experiência profissional acabam sempre por ter algum ponto de contato com os projetos que estamos a desenvolver....” (homem, entrevistado nº9).

Nas experiências laborais anteriores, os entrevistados nº1 e nº5 passaram por experiências de estágio profissional em empresas. A entrevistada nº3 esteve no setor público, no Ministério da Justiça. O entrevistado nº 8, esteve a dar aulas numa escola como professor de Geografia. O entrevistado nº2, trabalhou num Município como relações públicas. A entrevistada nº 6 trabalhou numa empresa de planeamento e ordenamento do território. As funções desempenhadas nas experiências laborais anteriores estão diretamente relacionadas com a área de formação.

### 4.3.1- Hierarquia na empresa

No que respeita à posição ocupada na hierarquia, estamos perante um grupo, os indivíduos do perfil A, que já têm a empresa constituída, sendo que estes estão em posição de poder, e que quer os homens, quer as mulheres possuem funções de gestão do próprio negócio empreendedor. As mulheres referem que têm cargos de muita responsabilidade e de gestão de todo o negócio, verificando-se o papel ativo e cada vez mais marcado das mulheres na sociedade e no mundo laboral, ocupando lugares de chefia e de gestão de um negócio, na conquista por uma igualdade de género e de oportunidades.

Estas mulheres empreendedoras são o exemplo que permitem, em grande medida contrariar a ideia ou o estereótipo face às mulheres, culminando em desigualdades de género e no acesso ao mercado de trabalho. Verificamos que os homens da nossa amostra tendem a contrariar a tendência marcada pela virilidade assinalada em muitos estudos em que discriminam as mulheres e que afirmam que estas não têm as mesmas competências para liderar e tomar decisões de poder. Todos eles demonstraram que as mulheres têm iguais capacidades de gestão de um negócio empreendedor e que apesar de reconhecerem que ainda há desigualdades de género, essa tendência cada vez se verifica menos.

..."Na empresa assumo as funções de gestão..." (mulher, entrevistada nº6).

..."Eu acabo por ter toda a responsabilidade na questão das contas, definir estratégia, de conversar na área do empreendedorismo e essas negociações sou eu que as faço mas depois no que diz respeito ao resto é um trabalho de equipa, participo nas reuniões, estou presente, mas depois deixo o resto para eles..." (mulher, entrevistado nº5).

A entrevistada nº7, do perfil B, "Quase empresária", para além de estar em situação de bolsreira de investigação, também trabalha na empresa dos pais, a contrato de termo certo,

executando diversas funções de gestão, afirmando que a área de formação académica, a psicologia, não está muito relacionada com as tarefas que executa na empresa, embora reforçando que a área de formação contribui para uma melhor gestão dos conflitos e das motivações.

...” Conheço a empresa muito bem porque já há vinte e seis anos que ela existe. Trabalhei sempre na empresa mas só nas férias. Estou a tratar da parte da logística, das encomendas, do transporte...” (mulher, entrevistada nº7).

#### **4.3.2- Vínculo contratual e balanço da empresa**

No que diz respeito ao vínculo contratual os indivíduos do perfil A encontram-se em situação de empresários efetivos. No perfil B os indivíduos estão como bolsiros de investigação, sendo que uma das entrevistadas, a entrevistada, nº7 também está a contrato de termo certo na empresa dos pais.

No que concerne ao balanço que fazem da empresa até a data presente e evolução da mesma no futuro, neste caso os entrevistados do perfil A, que já têm um negócio empreendedor, verificamos que todos fazem um balanço bastante positivo da mesma no presente e perspetivam ainda um maior desenvolvimento e crescimento da empresa no futuro.

...” Queremos chegar a um ponto e estamos a caminhar para ele. Queremos futuramente uma dimensão maior do que esta...” (mulher, entrevistada nº3).

“...Faço um balanço positivo. Acho que queremos fazer muita coisa ao mesmo tempo e neste momento o que precisamos é de ser bons em algumas áreas. A minha perspetiva de futuro é que nos especializemos mais na área do prestar apoio ao empreendedorismo e inovação, criação de novos negócios e apoios a empresas...” (homem, entrevistado nº5).

#### **4.4 -Motivação profissional na construção de um negócio empreendedor**

Quando nos debruçamos sobre os motivos de satisfação profissional, os entrevistados são indivíduos que demonstram claramente satisfação profissional. Os entrevistados são unânimes em identificar que o que lhes dá mais satisfação é ver crescer uma ideia ou um

negócio. A satisfação profissional é um dos patamares mais importantes e mais evidenciados quer pelos homens quer pelas mulheres. Ambos os sexos afirmam que trabalhar no próprio projeto é uma satisfação muito grande e todos os entrevistados o fazem por motivação pessoal e profissional. Verificamos que a criação do próprio negócio é motivado pela oportunidade e por motivos de realização pessoal e profissional. Os homens e mulheres da nossa amostra demonstram e apontam motivações semelhantes: ambos os sexos referem que trabalhar num projeto empreendedor lhes dá uma satisfação e motivação profissional muito grande. Todos eles colocam em primeiro lugar a realização pessoal e profissional ao invés dos lucros. Possuir um negócio empreendedor é uma oportunidade de colocarem em prática o que aprenderam nos cursos, uma forma de melhorarem os serviços, de adquirirem mais competências e continuarem a investir na área de formação.

..."Estar a trabalhar nos meus projetos é uma satisfação muito grande. Sinto-me realizado pessoalmente, porque ser empreendedor não é só empresa e lucros. Tenho uma excelente relação interpessoal com os meus colegas de equipa, sentimo-nos mesmo bem a fazer isto, a poder ajudar os outros e trabalharmos e adquirirmos competências com este projeto, numa área que gostamos especialmente..." (homem, entrevistado nº8).

..."Este projeto é um misto de motivação e satisfação pessoal com oportunidade. Isto não é uma ideia milionária, é mesmo com a motivação de melhorar os serviços educativos..." (mulher, entrevistada nº7).

Assim, estamos perante um grupo de trabalhadores em início de carreira que têm grandes perspetivas de progressão profissional, tanto os indivíduos do perfil A como os do perfil B. A identificação, pelos próprios, que são as competências pessoais comportamentais as mais valorizadas pelas organizações pode explicar porque é que estes indivíduos valorizam tanto a formação ao ponto de todos terem planos pessoais para aumentar a sua formação, tendo sido verificado que o grau de satisfação e motivação pessoal e profissional é igual para homens e mulheres. Ambos os sexos atribuem a mesma importância e valorizam de forma semelhante a construção de um negócio empreendedor como forma de desenvolvimento pessoal e profissional. Estamos perante homens e mulheres motivados, com capacidade e vontade de construir algo seu; sentem-se realizados e demonstram uma felicidade visível quando falam das motivações para a construção de um negócio empreendedor.



## Capítulo 5. Empreendedorismo e conciliação de género

### 5.1. Constrangimentos de género e conciliação com a vida profissional e privada

Neste ponto pretende-se compreender se os entrevistados procuram conciliar a sua vida profissional com a privada e se estes sentem constrangimentos de género quando optam por uma carreira empreendedora.

No que diz respeito aos constrangimentos de género, uma das mulheres não considera ter sentido qualquer constrangimento motivado pelo género, na criação ou possibilidade de vir a criar um negócio.

...”Não, de todo. Eu trabalho com homens e o meu trabalho anterior também era basicamente só com homens, nunca senti nenhum tipo de discriminação...” (mulher, entrevistada nº1)

No entanto, as outras três mulheres entrevistadas referem que o estereótipo ainda existe na sociedade e provavelmente se fosse o contrário, se fosse o homem a criar o negócio já não era assim, por associarem ainda a mulher ao papel doméstico e à casa.

“...Alguns fornecedores estranharam duas meninas andarem à procura de bicicletas, até se riram e olharam de uma forma do género “onde é que está o homem aqui do negócio?”. Eles perguntaram qual o homem por detrás do negócio com o capital, o que significa que ainda estamos numa sociedade muito marcada por diferenciações de género...” (mulher, entrevistada nº3).

Contudo podemos reforçar que os entrevistados do sexo masculino consideram que as competências de gestão de carreira das mulheres têm sido um sucesso, não as subalternizando face a eles.

...”É assim somos cinco sócios, 3 homens e 2 mulheres. Não vejo nenhum tipo de discriminação, o que vejo é capacidades diferentes que não tem a ver com o género mas com as pessoas. Aliás as minhas colegas são muito competentes e têm muita capacidade. No nosso caso tem a ver com o tipo de trabalho, tentamos perceber o que é que cada um faz melhor....” (homem, entrevistado nº4).

Sobre a criação de emprego para poderem conciliar melhor a vida profissional com a vida privada só uma entrevistada, casada, já com uma filha e à espera de um filho, refere esse tema e considera que o empreendedorismo é conciliável com as atividades da esfera privada.

..."Acho que a mulher consegue perfeitamente conciliar tudo, o ginásio com a vida pessoal e profissional e também não concordo com os modelos e culturas empresariais em que as pessoas de fato trabalham muitas horas por dia e que não lhes permite usufruírem outras coisas, o que acho que para a sanidade humana faz falta. Devem complementar com outras atividades para que se sintam ativas e para não saturarem..." (mulher, entrevistada nº6).

Verifica-se que todos os outros entrevistados, quer no caso das mulheres quer no caso dos homens, que são solteiros e não têm filhos, afirmam não terem problemas de conciliação relativamente às tarefas domésticas. Contudo, verificamos que todos os entrevistados afirmam que o facto de possuírem um negócio empreendedor ou estarem a trabalhar na construção de uma ideia de negócio, isso lhes ocupa muito mais tempo porque não têm horários, fins-de-semana, tanto tempo para atividades de lazer e para a família e amigos. Apesar da construção de um negócio empreendedor exigir muito esforço e dedicação e até os privar de determinadas atividades, afirmam claramente que tudo acaba por ser compensado pela satisfação de criarem algo que é deles, um negócio relacionado com a área em que se formaram e que isso lhes traz motivação e uma enorme satisfação pessoal e profissional.

A entrevistada nº6, mulher empreendedora, é a única que é casada, e esta reforça o pouco tempo que tem para se dedicar à família, o que exige um esforço acrescido para conciliar o trabalho com a esfera privada.

Ser mulher e empreendedora dificulta, porque o estereótipo ainda está muito marcado na sociedade. Apesar de vários avanços em matéria de igualdade de género como vimos, o papel das mulheres continua ainda a ser visto, por muitos atores sociais, como confinado ao cuidado do lar e dos filhos. No entanto, nos dias de hoje grande parte dos homens já colabora e também assume o papel de cuidador do lar e da educação dos filhos.

Deste modo, podemos constatar que ocorreram grandes transformações nas últimas décadas, pois apesar das desigualdades de género, as mulheres conquistaram e lutaram pelo poder, pelas posições de liderança, de chefia e afirmação na sociedade. Os entrevistados, homens empreendedores e potenciais empreendedores, reforçam isso mesmo, ou seja, que as mulheres têm a mesma capacidade empreendedora.

...”Eu gosto de ter férias, gosto de parar, de me conseguir desligar, de me dedicar com qualidade a família, ter o dia de domingo para parar, o sábado a tarde para ir sair e quando eles tentavam marcar sempre reuniões para essas datas era complicado para mim, não queria, pedia que escolhessem um dia da semana e eles estavam disponíveis ao fim de semana...” (mulher, entrevistada nº6).

...”Mas se falarmos em conciliação com a vida privada, trabalha-se muito mais horas. Há aqui horas que não são de todo contabilizadas. Há aqui horas que eu ou a minha colega trabalhamos muito, quase sempre das 9h da manhã até às 8h da noite e por vezes quando há eventos até me esqueço de almoçar, uma pessoa não pensa em mais nada. Trabalha-se com garra para as coisas acontecerem e ninguém está aqui a olhar para as horas...” (homem, entrevistado nº3).

A partir da análise da informação das entrevistas realizadas, podemos agora passar à discussão das hipóteses de investigação por nós formuladas.

Assim, em relação à hipótese: “Os homens e mulheres reproduzem desigualdades e diferenças de género na opção por uma carreira empreendedora, principalmente no que concerne à gestão da vida privada com a carreira”, pode-se avançar com o fato das mulheres da nossa amostra identificarem desigualdades e diferenças de género. Significa isto que os constrangimentos de género se fazem sentir na opção por uma carreira empreendedora. Referem que pode ser um obstáculo porque na sociedade o estereótipo ainda persiste. A única entrevistada que é casada e possui um negócio empreendedor considera que o empreendedorismo é conciliável, contudo refere alguns constrangimentos no que respeita ao fato de não existirem horários fixos, a responsabilidade ser maior, o que leva a um maior investimento na profissão. Contudo reforça que o marido a ajuda muito nas tarefas domésticas e no cuidado e educação da filha.

## **5.2. Empreendedorismo: gestão ou projeção pessoal/ profissional**

### **5.2.1-Obstáculos e constrangimentos na criação de um negócio empreendedor**

No contexto atual, em Portugal, o empreendedorismo é encarado pelos atores sociais como uma via possível de acesso ao mercado de trabalho. Com este ponto pretendemos entender o que leva os indivíduos a optar por uma carreira empreendedora.

Diferentes razões levam os entrevistados a abrirem o seu próprio negócio. Para eles, é uma questão de oportunidade criada pelos conhecimentos técnicos adquiridos pela sua formação académica. Facilmente percebem que seriam capazes de apresentar novas soluções inovadoras para um mercado que estava dentro da sua área de formação. A experiência profissional anterior, na mesma área, também contribuiu para lhes dar confiança e segurança nas suas opções. O local escolhido para implantar a empresa não foi ao acaso, procuram conciliar o trabalho com a sua área de residência.

As maiores dificuldades sentidas aquando da criação da empresa, para os entrevistados do perfil A ou seja, jovens empreendedores, foram questões específicas de financiamento, de excesso de burocracias, da angariação de clientes, validação de produtos, do atraso dos apoios, entre outros. Em ambos os sexos encontramos o mesmo tipo de constrangimentos, ou seja, tanto os homens como as mulheres tiveram problemas com financiamentos e com excesso de burocracia.

..."Primeiro burocráticos. Não temos a empresa na hora, temos a empresa num mês. Temos alguns problemas com a parte da burocracia da criação da empresa que foi um bocadinho demorada..." (homem, entrevistado nº4).

..." A situação de espera do financiamento e conseqüente negação foi um grande constrangimento. Depois tivemos que optar por capitais próprios..." (mulher, entrevistada nº3).

### **5.2.2- Motivações para construir um negócio empreendedor**

As razões apontadas pelos entrevistados que pretendem abrir um negócio, pertencentes ao perfil B, ou seja, jovens potenciais empreendedores, variam desde razões de necessidade de gestão do seu próprio emprego até às razões de projeção pessoal e profissional. Homens e mulheres pretendem abrir um negócio por razões de oportunidade, de serem mais autónomos, criativos, terem poder de iniciativa, pelo desafio, pelo risco, possibilidade de vencer, entre outros. Isto significa que tanto os homens como as mulheres atribuem a mesma importância à construção do negócio empreendedor, ambos querem construir algo deles para se sentirem mais independentes e motivados. Podemos encontrar semelhanças de perceções das motivações pessoais e profissionais em ambos os sexos. Mas, a necessidade de criar o auto emprego, a flexibilização dos horários e dos locais de trabalho, bem como a necessidade de os

conciliar com a atividade profissional que desempenham também são algumas das razões apontadas para quererem abrir um negócio próprio. Em comum os entrevistados do sexo masculino e feminino têm a ideia de abrir um negócio de pequena/média dimensão, de se situarem na sua área de residência e dessa forma poderem contribuir para o desenvolvimento da sua região.

As necessidades de formação para a criação de um negócio próprio também assumem uma certa regularidade, a grande maioria identifica necessidades de formação técnica específica, como o Marketing, economia, gestão, tecnologias de informação, contabilidade, comunicação, entre outras.

..."Não digo necessariamente na área do empreendedorismo, mas lá está conteúdos na área da economia e gestão para que em qualquer situação as pessoas terem noção de que quando vão para o Mercado não há qualquer tipo de noção de como é que as empresas funcionam, o que é que se faz, como é que se pensa, como é que um patrão faz as contas, o que é que tem que fazer para pagar os ordenados e isto e aquilo, não há noção do Mercado nesses aspetos. Nestes aspetos da área da economia e gestão há insuficiência de conteúdos curriculares e programáticos..." (mulher, entrevistada nº1).

..." a consultoria técnica de gestão, de marketing, de internacionalização e divulgar centros de incubação empresarial, viveiros onde podes desenvolver as tuas ideias. Temos vários casos aqui de spin offs da Uminho, de ideias que nasceram lá e estão incubados aqui como empresa..." (homem, entrevistado nº2).

No que diz respeito à escolha da área de atividade e da razão dessa escolha os entrevistados têm posições semelhantes. A área onde pretendem abrir o seu negócio, quer no perfil A quer no perfil B, está ligada à área de formação. As razões para essa escolha vão desde o desejo de poderem trabalhar na sua área de formação, às oportunidades criadas por razões externas, como por exemplo terem meios facilitadores do negócio.

### **5.2.3- Entidades/apoios na construção de um negócio empreendedor**

Constatou-se que todos os entrevistados conhecem as principais instituições de apoio ao empreendedorismo, essencialmente, o IAPMEI, IEFP, QREN, TEC MINHO, LIFTOFF, AVEPARK e

o Centro de Emprego, como instituições promotoras e facilitadoras da criação de um negócio próprio.

..."Conhecemos e tivemos o apoio do IAPMEI, o vale do empreendedorismo que é um concurso que ajuda a que o projeto não morra no primeiro, que nos ajuda a segurar a empresa nos primeiros tempos..." (mulher, entrevistada nº7).

..." No Liftoff também, há apoios internos e na Universidade do Minho funciona muito bem. Há o apoio mas tem que se abrir os olhos, temos que ir procurar. Há apoios e ajudas que custam zero. Eu tive apoio de consultores que custam dinheiro e muito dinheiro, coisas que não aprendes nas aulas e foi gratuito..." (homem, entrevistado nº2).

Relativamente à obtenção e solicitação de apoios e entidades para a construção de um negócio empreendedor, somente o entrevistado nº5 é que não solicitou quaisquer tipos de apoios devido ao apoio familiar.

..."As coisas demoraram o seu tempo, cerca de dois anos até tudo ficar pronto, desde o projeto de arquitetura, o financiamento do banco, não houve aqui grandes apoios externos ou seja não houve apoio nem do IAPMEI nem do IEF. O que aconteceu aqui foi um apoio por parte da família que tinha espaço e capacidade para investir nestes negócios para dar continuidade a um negócio do ramo imobiliário..." (homem, entrevistado nº5).

### **5.3- Incentivos e apoio de amigos/familiares na construção de um negócio empreendedor**

Quanto ao apoio dos familiares e amigos encontramos diferenças geracionais. Todos os entrevistados afirmam que contaram com o apoio dos amigos e familiares, mas alguns no início demonstraram-se um pouco receosos. Os pais, pertencentes a uma geração em que o emprego era para toda a vida, na mesma empresa e na mesma cidade, apoiam a opção dos filhos pelo empreendedorismo, de uma forma cautelosa, pois temos uma cultura conservadora, estando subjacente a ideia de que podem falhar, que pode correr mal.

..."A família às vezes pondera, do género, será que não é melhor desistires da ideia e procurares um emprego mais certo do que estares na incerteza se vai resultar. O que é verdade é que felizmente eu fui sendo teimoso ao ponto de nunca desistir e persistente..." (homem, entrevistado nº2).

...” Quando os envolvíamos na conversa sobre o tema das bicicletas chegavam à conclusão que realmente a bicicleta faz sentido e que tem um enorme potencial de negócio. Senti que todos acreditaram. O meu pai e a minha mãe inicialmente ficaram com o pé atrás e argumentaram que ninguém andava no dia-a-dia de bicicletas, até ao momento que começaram a ver que ei lá faz sentido a bicicleta. Depois mudaram de opinião quando os envolvo nos assuntos e explico as minhas motivações, pensam que realmente é uma boa forma de se movimentarem...” (mulher, entrevistada nº3).

Verificamos que os quatro entrevistados do perfil B, que ainda não constituíram um negócio empreendedor, mas que têm uma boa perspetiva relativamente à construção do mesmo, referem a situação de vulnerabilidade económica, no entanto, todos eles têm boas perspetivas de desenvolvimento do negócio, pois já conseguiram alguns apoios e bolsas de investigação.

Apesar de ser uma amostra pequena é possível verificar pela análise dos discursos dos entrevistados que estamos perante um grupo que se aproxima da realidade portuguesa. As ilações que retiramos da análise das entrevistas vão ao encontro dos dados dos resultados do relatório GEM de 2010, em Portugal. Isto é, são da mesma faixa etária, identificada como a que tem mais propensão para gerar empreendedores, as opções pelo empreendedorismo são maioritariamente motivadas pela oportunidade e o setor de atividade onde pretendem investir é na sua maioria no sector terciário.

Relativamente a outra das hipóteses formuladas: “O empreendedorismo surge como oportunidade ou necessidade para se construir uma carreira autónoma de autoemprego, revelando uma estratégia alternativa de gerir as dificuldades face ao atual contexto de recessão económica e vínculos laborais precários”, esta pode ser, em grande medida, corroborada, dado que o(a)s entrevistado(a)s encontram no empreendedorismo uma forma de projeção profissional e que todos eles enveredam pelo empreendedorismo por motivos de satisfação profissional e autonomia. Encaram o empreendedorismo como a possibilidade de terem algo seu e não motivado pela necessidade face ao atual contexto socioeconómico. Tal poderá estar relacionado com o fato de estarmos perante uma amostra de indivíduos que se encontra numa situação privilegiada e economicamente estável.

Na prática, em todos os casos optaram pelo empreendedorismo para poderem gerir um negócio. Nos discursos referentes aos indivíduos do perfil B, dos que pretendem abrir um

negócio e que estão na fase de construção e finalização da ideia, é possível perceber que é também a gestão e a projeção profissional que os move quando optam pelo empreendedorismo.

Por um lado, procuram um maior controlo dos processos da atividade, dos horários, dos tempos de trabalho e dos locais de trabalho e, por outro é a necessidade de autonomia, de criatividade, independência e de inovação. Estamos perante um grupo que pelas suas características sociográficas, anteriormente analisadas, é bastante reflexivo, no sentido de conhecer e refletir sobre a realidade envolvente. A maioria, quando questionada, refere a sua zona geográfica como ponto estratégico para implementação do negócio, porque pretendem contribuir para o desenvolvimento socioeconómico local e ficar perto dos seus familiares. As opções já não são as grandes cidades onde se encontram as maiores empresas e o poder político-financeiro. Para eles e elas, o empreendedorismo é uma das possibilidades de porem em prática as suas potencialidades e contribuir para a sociedade onde estão inseridos.



## Capítulo 6. A Universidade: ponto de encontro ou desencontro para os potenciais empreendedores.

A introdução do estudo do empreendedorismo no ensino superior, em Portugal, é uma realidade recente iniciada somente em 2002. Sob a coordenação de Redford foi realizado um estudo, em Portugal, a *Educação em Empreendedorismo 2005/2006*, onde se analisou, durante dois anos consecutivos, a evolução do ensino do empreendedorismo nas universidades portuguesas. Este estudo, cujo objetivo era avaliar a evolução da educação do empreendedorismo 2005/2006 face ao ano anterior, abrangeu vinte e uma universidades e vinte e seis disciplinas apresentando um aumento face a 2004 (17 instituições e 21 disciplinas). De salientar, também, que já existem cerca de um terço de centros de empreendedorismo nas universidades portuguesas e que as universidades têm nos seus planos, desenvolver mais infraestruturas como estas no futuro (Moreira, 2009:83-84). A universidade tem, de fato, um papel muito importante na fomentação do empreendedorismo.

“...A Universidade do Minho deu-me a oportunidade de apresentar a minha ideia de negócio num programa que é o IDEA LAB, fui apoiado por consultores excelentes. No Liftoff também, há apoios internos e na Universidade do Minho funciona muito bem. Há o apoio mas tem que se abrir os olhos, temos que ir procurar. Há apoios e ajudas que custam zero. Eu tive apoio de consultores que custam dinheiro e muito dinheiro, coisas que não aprendes nas aulas e foi gratuito. Se eu tive, qualquer pessoa que tenha uma ideia de negócio minimamente viável, credível, poderá usufruir desses apoios. Temos que estar atentos e aproveitar os apoios que estão à nossa volta...” (homem, entrevistado nº2).

“...Agora falando por exemplo de workshops, seminários, ou seja, a parte mais extracurricular, eu acho, em relação à Universidade do Minho, que eles investem muito nisso. Depois têm um gabinete para o empreendedorismo, o Liftoff, que tem um papel muito importante nisso e lá está nós não estamos ligados à Universidade e daqui a 15 dias vamos a um seminário que vai lá haver. Por isso eu acho que a Universidade nesse aspeto desenvolve bem o seu papel, puxa pelos jovens. Depois isso depende de cada um não é?! Aproveitar. As coisas existem, cada um aproveita o que quer, ou vai ou não vai...” (mulher, entrevistada nº1).

Os entrevistados consideram, maioritariamente, que a universidade tem tido um papel ativo na preparação dos alunos para o empreendedorismo. Apesar de ainda haver muito trabalho

a fazer, muito se tem melhorado nos últimos anos. Afirmam que a Universidade ainda tem um papel fechado e que deveria abrir-se mais à realidade laboral, deveria preparar melhor os alunos para a realidade do mercado de trabalho e trazer mais casos práticos e situações concretas à Universidade.

“...Acho que todos os cursos deveriam ter uma componente de empreendedorismo, de projetos, de incentivo. A universidade tem o papel de criar uma ponte e ligações entre o estudante e o mercado de trabalho e acho que já se está a dar passos para isso. Agora com o Liftoff acho que a universidade já está a começar a potenciar competências, com a tec Minho. Há dois anos ou três não se fazia nada e agora já se vê muito trabalho. O papel da universidade tem sido positivo e evolutivo. Tem promovido muitos workshops e seminários, trazem empreendedores para contarem a sua história, para falarem de obstáculos. É importante levar para as aulas os testemunhos e articular com a parte curricular...” (mulher, entrevistada nº 3).

## **6.1- Introdução de um plano de estudos centrado no empreendedorismo**

Na análise que fazem sobre os planos de estudo dos cursos que eles concluíram e sobre as iniciativas desenvolvidas pela universidade para promover o empreendedorismo, os entrevistados consideram que nos planos de estudo não foram introduzidas/ ou são insuficientes as cadeiras de empreendedorismo ou de técnicas de gestão e marketing. Quando abordados relativamente à introdução de um plano de estudos centrado no empreendedorismo, a entrevistada nº 7 e o entrevistado nº2 não concordam em tornar abrangente e injetar dessa forma o empreendedorismo nos alunos, pois a solução deveria partir por trazer mais situações práticas para a universidade e que os alunos que realmente quiserem enveredar por aí poderão recorrer a entidades específicas no apoio e desenvolvimento de um negócio empreendedor.

“...Não é preciso haver um curso ou uma cadeira para te tornar empreendedor. É um dom, não é qualquer pessoa que é empreendedor, não é qualquer pessoa que tem uma boa ideia. Aliás até podes ter uma boa ideia e seres um péssimo empreendedor e como podes ser um excelente empreendedor e teres uma péssima ideia. E a questão de que o sumo pode ser bom mas se o pacote não for atrativo e bonito não vende. Acho que não é preciso introduzir, quase injetar o empreendedorismo nos cursos, ah porque está na moda, mas sim não criar barreiras e disponibilizar todas as ferramentas necessárias, para os alunos que quiserem

enveredar por essa via terem todos os apoios necessários e criar uma ponte entre a universidade e o meio empresarial, unirem-se mais em prol dos alunos...” (homem, entrevistado nº2).

“...Acho que um plano de estudos formal ficaria muito pesado porque para isso já há uma grande oferta de NBAS para quem quer investir. Tem mais lógica incluir as temáticas nas atividades extra curriculares, com a organização de muitos eventos. Os alunos têm que construir o próprio perfil. Eu acho que o programa ideia lab e todo o apoio gratuito de consultoria gratuitos, é um investimento grande da universidade para os alunos aproveitarem. E preciso investimento e muito estudo da nossa parte, ler coisas de gestão e de marketing, o investimento tem que ser nosso...” (mulher, entrevistada nº6).

Os restantes entrevistados afirmam que seria positivo introduzir um plano de estudos centrado no empreendedorismo, mas reforçam que se deveria incluir mais conceitos de economia, gestão e marketing, bem como a partilha e conhecimento de casos práticos.

“...Acho que uma coisa que funciona muito bem é partilharmos diferentes experiências, convivências, conhecimentos e vivências. Até poderia ser importante um aluno empreendedor na área de agricultura biológica dar uma palestra a uma turma de engenharia civil. Acho que é muito importante esse transferir de conhecimento. Acho que seria interessante um conteúdo standardizado mas mais do que isso acontecer esta transferência de conhecimento. Nessas aulas poderiam trazer experiências empreendedoras para termos conhecimento das suas vivências. Trazer testemunhos à universidade e mais do que isso haver intercâmbio entre professores...” (homem, entrevistado nº9).

“...Penso que seria interessante incluir uma cadeira opcional para quem quisesse enveredar por aí, criar mais cadeiras opcionais e não incluir num sistema rígido, um plano de estudos mais flexível. Penso que as atividades extra curriculares se revelam mais dinâmicas ou então quem optasse por essa cadeira do empreendedorismo, esta deveria ser muito dinâmica, deveria incorporar aulas abertas, convidados, palestrantes que viessem dar testemunho e as competências necessárias para construir um negócio...” (homem, entrevistado nº4).

## **6.2- Papel da Universidade no desenvolvimento de competências**

Relativamente ao papel da universidade, no desenvolvimento das competências consideradas necessárias para estimular o empreendedorismo e nas iniciativas que a

universidade deveria ou poderia promover para fomentar o empreendedorismo, encontramos algumas regularidades nos discursos dos entrevistados. A maioria considera que as competências que deveriam ser mais desenvolvidas são as competências pessoais/comportamentais, isto é, competências, tais como, o sentido de oportunidade, a autocrítica, a perseverança, a comunicação, o trabalho em equipa, entre outros. Referem também a necessidade de desenvolver competências mais técnicas, como por exemplo, na área da Gestão, Economia, do Marketing, na criação de projetos e contratos, etc. Os entrevistados que já tem um negócio empreendedor oscilam entre as competências pessoais (criatividade, autonomia) e técnicas (desenvolver e fazer planos de negócio).

Podemos, assim, deduzir que as competências que eles identificam como necessárias para estimular o empreendedorismo caminham, lado a lado, com as experiências profissionais e as expectativas individuais dos entrevistados.

“...As próprias universidades não estavam habituadas a essa vertente do empreendedor e do empreendedorismo. Acho que se tiveram que adaptar e investir mais em consultoria e divulgação, de despertar a criatividade. São milhares de alunos. Se em 3000 alunos, 10 tiverem boas ideias é ótimo. Agora há que despertar essas ideias, há que despertar essa ambição. Estas competências podem adquirir-se externamente. A minha veia de empreendedor foi investimento meu e depois me encaminharam para os vários apoios externos. A consultoria especializada ajuda-te nas diferentes áreas porque estas em economia e podes não ter a cadeira de internacionalização ou inovação, tens gestão. Ok mas não tens outras cadeiras que com a consultoria conseguem colmatar essa valência...” (homem, entrevistado nº5).

“...Acho que a nível de técnicas, quer no meu curso e nos outros, apostar mais nas questões de como é que se cria um negócio, dicas úteis para todo o tipo de situações. Se calhar agora andamos mais perdidos e estudar muito por nós e durante os cursos deveria haver cadeiras que nos ajudasse a aprender esses conteúdos...” (mulher, entrevistada nº2).

“...Acho que a nível de técnicas, quer no meu curso e nos outros, apostar mais nas questões de como é que se cria um negócio, dicas úteis para todo o tipo de situações como falar em público, saber estar, ser responsável, autodidata...” (homem, entrevistado nº8).

“...Eu tive na Tec Minho e deu-me quase todas as ferramentas necessárias. Dependendo da área de formação de cada um deverá fazer nos refletir, trabalhar a capacidade de planeamento, criar planos de ações, ver o que é prioritário, capacidade de iniciativa...” (homem, entrevistado nº4).

“...A capacidade de gestão é uma técnica fundamental para gerir um negócio. A autonomia e responsabilidade são fundamentais mas também dependem da personalidade do próprio empreendedor. A capacidade de pesquisar, de procurar, de ser pro ativo. A universidade faz bem esse papel mas depois também depende de nós. Para mim teve muita importância mas a minha pro atividade veio de ambos os lados. Cada um faz o aproveitamento da universidade de acordo com as suas próprias características e motivações...” (mulher, entrevistada nº3).

### **6.3- Iniciativas da Universidade para fomentar o empreendedorismo**

Relativamente às iniciativas que a universidade deveria ou poderia desenvolver para fomentar o empreendedorismo os entrevistados referem, como sendo as mais importantes, a realização de workshops, tertúlias, conferências, laboratório/bolsas de ideias, atividades práticas, promoção de encontros e troca de experiências com ex-alunos ou empresas e prémios para jovens empreendedores. Todos eles reforçam e valorizam o papel da Universidade do Minho neste sentido, afirmando que através da TEC MINHO e do LIFTOFF, têm promovido cada vez mais atividades e competências empreendedoras.

“...Tem promovido muitos workshops e seminários, trazem empreendedores para contarem a sua história, para falarem de obstáculos. É importante levar para as aulas os testemunhos e articular com a parte curricular...” (mulher, entrevistada nº3).

“...A Universidade é para educar, para formar, de fomentar competência e esta cultura empreendedora. Acho que está muito melhor do que há uns anos. Temos muito mais palestras, conferências, seminários, o que é muito importante o contacto de pessoas que já passaram pelo mesmo. Acho que tem feito um bom papel na fomentação de competências transversais essenciais para o Mercado de Trabalho. Tem feito um bom trabalho não só no desenvolvimento das atividades extracurriculares mas também no apoio a novas empresas. Acho que há muita abertura por parte dos professores, estão sempre prontos a ajudar a potenciar novos negócios, seja através do apoio científico, apoio de estrutura. A Universidade tem que ser a nossa porta de abertura para o empreendedorismo e para nos fornecer bases na nossa formação...” (homem, entrevistado nº9).

“...A Universidade do Minho faz vários eventos porque eu própria participo em alguns. Nuns a dar o meu testemunho a cursos específicos, nomeadamente a economia e gestão. Tem

sensibilizado e dinamizado os estudantes. Convém também que as pessoas se mostrem interessadas e estejam atentas ao mercado...” (mulher, entrevistada nº6).

Assim, se pode depreender pelos discursos dos entrevistados que as necessidades identificadas, tanto ao nível das competências como das atividades a desenvolver pela universidade, são as que eles constataram, aquando da procura de emprego e no decorrer da construção do negócio empreendedor, serem as mais importantes no contexto do mercado de trabalho. Tal, leva-nos a considerar que existem muitas semelhanças entre as competências necessárias para estar inserido numa organização de trabalho e as que os potenciais empreendedores identificam como vitais para enveredar por uma carreira empreendedora de sucesso.

Relativamente à outra hipótese de investigação: “O papel do ensino superior é primordial no fomento do empreendedorismo como forma de adquirir competências e conhecimentos relevantes a um comportamento empreendedor”, esta pode ser validada, dado o papel cada vez mais ativo e o esforço e desenvolvimento significativos da universidade no desenvolvimento de competências empreendedoras. O (as) entrevistado (a)s referem a importância do papel da universidade no desenvolvimento de ações e das competências, quando avaliam a importância da formação académica e da própria instituição em si. Esta é, e foi, importante para criar e desenvolver o seu capital pessoal e profissional, embora considerem que ainda haverá muito a fazer e pontos a melhorar.

## Considerações Finais

Atualmente, perante um contexto de crise e recessão económica, os jovens recém-licenciados deparam-se com dificuldades em se inserirem no mercado de trabalho, marcado cada vez mais pela falta de postos de trabalho qualificados.

Face a esta problemática, o empreendedorismo surge como alternativa de integração profissional e como estratégia mobilizadora contra a crescente precarização e flexibilidade laboral. Os fatores políticos, socioeconómicos, sociológicos, bem como o contexto social e a família, são condições fulcrais no processo de empreendedorismo, que se assumem como um instrumento de desenvolvimento económico, contribuindo para uma participação ativa na economia, capaz de gerar emprego e riqueza.

Procurei ao longo desta tese de mestrado, compreender como as representações sociais e diferenças de género influenciavam homens e mulheres nas suas opções por uma carreira empreendedora e quais as implicações na conciliação de uma carreira empreendedora com a esfera privada.

Importa neste momento refletir sobre as conclusões a que chegamos a partir dos resultados obtidos das entrevistas realizadas junto de empreendedores e potenciais empreendedores.

Este estudo procura responder à seguinte questão de partida: "De que forma as representações sociais de género permitem compreender as opções do empreendedorismo como uma estratégia ou não da construção de uma carreira empreendedora e autónoma face ao atual contexto de vulnerabilidade económica". Para uma melhor resposta e compreensão da mesma efetuei nove entrevistas a jovens empreendedores e potenciais empreendedores, sobre as suas trajetórias e experiências, as suas motivações e aspirações relativamente ao contexto académico e à construção de uma carreira empreendedora.

Os jovens entrevistados dividem-se em dois perfis: perfil A "Sou empresário" e perfil B "Quase empresário (a)". Os jovens com um negócio empreendedor do perfil A e os "quase empresários do perfil B, aqueles que ainda não concretizaram ou iniciaram uma carreira empreendedora.

Através da análise das entrevistas realizadas, no que concerne ao percurso escolar e atividade profissional dos jovens entrevistados, verifica-se que todos são licenciados, têm maioritariamente mestrado, sendo que só um entrevistado possui doutoramento. Estamos

perante um grupo bastante heterogéneo, oriundos de várias áreas de formação, que vão desde as ciências sociais às engenharias, o que corrobora a ideia de que os jovens estudantes das ciências sociais não investe, ou estão formatados para construir um negócio empreendedor. Todos valorizam unanimemente o investimento na formação académica e consideram que esta direta ou indiretamente é ou foi importante para a entrada no mercado de trabalho e evolução de uma carreira empreendedora. Neste contexto, a Universidade do Minho é valorizada e reconhecida quer por homens quer por mulheres de ambas as tipologias, sendo que projetam e valorizam o desenvolvimento de competências profissionais e pessoais.

Com o discurso dos jovens entrevistados do perfil A, relativamente às funções que desempenham na empresa, todos eles afirmam um assumir um papel multitarefas. Desta forma podemos concluir que estamos perante jovens dinâmicos, com capacidade de resiliência e polivalentes.

Quando nos debruçamos relativamente ao papel do Ensino Superior e devido ao papel e influência que a formação académica tem no desenvolvimento de competências técnicas, nas atitudes e motivações dos alunos, existe a necessidade por parte das Instâncias do Ensino Superior, de investir no desenvolvimento de um potencial empreendedor dos jovens. Assim sendo, os jovens de ambas as tipologias consideram que a Universidade tem tido um papel ativo na preparação dos alunos para o empreendedorismo e que muito se tem melhorado, reforçando a ideia de que esta deveria introduzir mais casos e situações práticas. As iniciativas desenvolvidas para promover o empreendedorismo são insuficientes ao nível dos planos de estudo, sendo que deveriam ser introduzidas mais cadeiras relacionadas com as técnicas de gestão e marketing. No fomento do empreendedorismo, reforçam as iniciativas da Universidade do Minho, nomeadamente através da promoção e realização de seminários, workshops, conferências.

No que respeita à posição ocupada na hierarquia da empresa, os indivíduos do perfil A, que já têm um negócio empreendedor e a empresa constituída, assumem ocupar decisões de poder e chefia. As mulheres referem ter cargos de responsabilidade e de toda a gestão do negócio, verificando-se cada vez mais o seu papel ativo na sociedade e no mercado de trabalho, na conquista por uma igualdade de género e de oportunidades no acesso e permanência no mercado de trabalho.

No entanto, as mulheres entrevistadas, referem que o estereótipo de género ainda persiste na sociedade, apesar de ter vindo a mudar. Contudo, podemos reforçar que os



entrevistados do sexo masculino da nossa amostra, não subalternizam as mulheres face a eles, considerando que estas têm muito sucesso nos lugares de poder e chefia na gestão de um negócio.

No que diz respeito à conciliação da vida pessoal e privada, somente uma das entrevistadas, mulher e com um negócio empreendedor, é casada e tem filhos, referindo que a sua carreira empreendedora é conciliável com as responsabilidades familiares e pessoais, no entanto, salienta que os estereótipos ainda persistem na sociedade face às mulheres que possuem uma posição de liderança. Verifica-se que todos os outros entrevistados, homens e mulheres, afirmam não terem problemas ao nível da conciliação das tarefas domésticas com a vida profissional e que devido a não terem filhos, se torna mais fácil essa conciliação.

Contudo, todos reforçam que o facto de possuírem um negócio empreendedor lhes ocupa muito mais tempo, não tendo a mesma disponibilidade de tempo para a família, amigos ou atividades de lazer, mas todos, de forma consonante, confessam que o esforço e dedicação são compensados pela enorme satisfação que é criar algo próprio.

Neste sentido, quando nos debruçamos sobre os motivos de satisfação profissional, verifica-se que demonstram que a construção de um negócio empreendedor é motivado pela oportunidade, sendo que ambos os sexos demonstram que ter o próprio negócio lhes dá uma satisfação pessoal e profissional muito grande, sobrepondo-se a fatores económicos. Estamos perante um grupo com grandes perspetivas de progressão profissional, que identifica que o que lhes dá mais satisfação é verem nascer de raiz uma ideia de negócio e uma carreira empreendedora. Quer para homens quer para mulheres, concluímos que a satisfação profissional no desenvolvimento de uma ideia de negócio é a fonte de realização pessoal e profissional, uma forma de adquirirem mais competências, de terem maior autonomia, sem estarem dependentes das ordens de outrem.

Podemos concluir que são diferentes as razões que levam os entrevistados a criar o próprio negócio, sendo que perceberam que seriam capazes de apresentar e criar ideias e soluções inovadoras, pelo desafio, potenciadas pelos conhecimentos e técnicas apreendidas no decorrer da formação académica e investimento pessoal posterior.

Em consonância, aqueles que estão em fase de desenvolvimento da ideia de negócio, têm a ideia de abrir uma empresa de pequena a média dimensão e de ficarem situados na sua área de residência, de forma a contribuírem para o desenvolvimento da sua região, sendo que o mesmo se verifica com os entrevistados que já têm a empresa constituída, pois optaram pelo

mesmo. Deste modo, a cidade de Braga é o local escolhido, para conciliarem o trabalho com a sua área de residência, mas também por ser uma cidade com potencial socioeconómico.

A criação do próprio negócio despoleta vários constrangimentos, sendo que em ambos os sexos encontramos questões relacionadas com o financiamento, excesso de burocracia, validação de produtos e atrasos nos apoios. Porém, estamos perante um grupo de entrevistados privilegiados no que respeita aos apoios da família e amigos, pois todos apoiam e concordam com a construção de um negócio empreendedor. Os pais dos jovens entrevistados, pertencentes a uma geração do emprego para toda a vida, apoiam os filhos a seguirem as suas aspirações, mas sempre com cautela.

Com o final desta investigação, surgiram novos trilhos para posteriores estudos sobre a temática do empreendedorismo.

Julgamos, deste modo, pertinente voltar a realizar entrevistas aos jovens empreendedores e potenciais empreendedores, de forma a conhecer a evolução das suas carreiras empreendedoras.

## Bibliografia:

ABOIM, Sofia (2007), “Clivagens e Continuidades de Género Face à Família em Portugal e Noutros Países Europeus”. In Wall, K. e Amâncio, Lúcia (Eds.), *Família e Género, Atitudes Sociais dos Portugueses*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, pp.35-91.

ABOIM, Sofia (2008). “Género e Modernidade: A Construção Pública do Privado”. In, Manuel Villa Verde, Karin Wall, Sofia Aboim, e Filipe Carreira da Silva (Eds.), *Itinerários: A Investigação nos 25 Anos do ICS* Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, PP 561-582.

AMÂNCIO, Lúcia (1998), *Masculino e feminino. A construção social da diferença*, Porto, Ed. Afrontamento.

BARDIN, Laurence (1997), *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70.

BOURDIEU, Pierre (1999), *A Dominação Masculina*, Oeiras, Celta Editora.

CABECINHAS, Rosa (2004), *Representações Sociais, Relações Intergrupais e Cognição Social*, Paidéia, vol. 14 (28), pp. 125-137.

CABECINHAS, Rosa (2009), “Investigar Representações Sociais: Metodologias e Níveis de Análise” in M.M. Baptista, (ed.), *Cultura: Metodologias e Investigação*, Lisboa, Ver o Verso Edições, pp. 55-66.

CARDOSO, Carlos Cabral et al. (2006), *As competências transversais dos diplomados do Ensino Superior: perspectiva dos empregadores e dos diplomados*. Guimarães: Tecminho/Gabinete de formação contínua, Universidade do Minho.

FERREIRA, Virgínia (2004), “A globalização das políticas de igualdade entre os sexos: do reformismo social ao reformismo estatal”, in Tatau, Godinho e Maria Lúcia Silveira (org.), *Políticas Públicas e Igualdade de Género*. São Paulo: Coordenadoria Especial da Mulher da

Prefeitura, pp.77-102 in <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/brasilien/05630.pdf> - Acedido em 16/03/2012.

FERREIRA, Virginia (org.) (2010), *A Igualdade de Mulheres e Homens no Emprego em Portugal: Políticas e Circunstâncias*, Lisboa, Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE).

FILION, L.J (1999), “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários gerentes de pequenos negócios”, RAUSP, São Paulo, n.2 pp 05-28, Abril/Junho.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Portugal 2010.

GIDDENS, Anthony (2000), *Dualidade da estrutura: agência e estrutura*. Oeiras: Celta Editora.

KOVÁCS, Ilona (2004), “Emprego flexível em Portugal”, *Sociologias*, Porto Alegre, ano 6, nº12, pp.32-67. <http://seer.ufrgs.br/sociologias/article/view/5489> acedido em 21/04/13.

MARQUES, Ana P., MOREIRA, Rita (2011), “Transição para o mercado de trabalho: empreendedorismo numa perspetiva de género, Associação Portuguesa de Profissionais em Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho”.

MOREIRA, Rita (2009), *Mobilidade e o Empreendedorismo no Ensino Superior: o caso Ciências Sociais*, Tese de mestrado, Braga, Universidade do Minho.

POPH (2010), Programa Operacional Potencial Humano in: [http://www.poph.qren.pt/upload/docs/%C3%81rea%20Reservada/2011/CA/8CA/RE\\_2010.pdf](http://www.poph.qren.pt/upload/docs/%C3%81rea%20Reservada/2011/CA/8CA/RE_2010.pdf)

PORTELA, et al. (2008), *Microempreendedorismo em Portugal: experiências e perspectivas*, Lisboa, INSCOO.

QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L.V. (1992), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 1.<sup>a</sup> edição, Lisboa, Gradiva.

QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L.V. (2005), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, 4.<sup>a</sup> edição, Lisboa, Gradiva.

RÊGO, Maria do Céu (2010), “A construção da igualdade de homens e mulheres no trabalho e no emprego na lei portuguesa” in Virgínia Ferreira (org) (2010), *A Igualdade de Mulheres e Homens no Emprego em Portugal: Políticas e Circunstâncias*, Lisboa, Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego (CITE).

SHUMPETER, Joseph (1996), *Ensaio: Empresários, Inovação, Ciclos de Negócio e Evolução do Capitalismo*, Oeiras, Celta Editora.

SETTON, Maria da Graça Jacintho, “*A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea*”, Universidade de São Paulo, nº20, 2002.

VAN CAMPENHOUDT, Luc, *Introdução à análise dos fenómenos sociais* Gradiva, 2003.

VALA, Jorge (2007), “A análise de conteúdo” in Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.), (2007), *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento, pp. 101-127.



# ANEXOS

## **Anexo a- Guião de entrevista para os jovens empreendedores:**

Bom dia/ Boa tarde,

Eu sou aluna do 2º ano do Mestrado em Sociologia- Organizações e Trabalho, da Universidade do Minho e estou a efetuar uma tese de Mestrado sobre o empreendedorismo de jovens qualificados e as representações sociais e diferenças de género subjacentes. Neste trabalho irão constar entrevistas realizadas a jovens licenciados empreendedores ou potenciais empreendedores que tenham terminado os seus ciclos académicos na Universidade do Minho, com idades compreendidas entre os 24 e os 34 anos, do distrito de Braga, que sejam portadores do próprio negócio ou potenciais empreendedores que ainda não o tenham concretizado e que trabalhem por conta de outrem ou estejam em situação de desemprego/inatividade. Necessito de alguma disponibilidade de tempo da sua parte para efetuar a entrevista. Esta, se assim concordar, será registada em suporte áudio. Asseguro-lhe o seu total anonimato. A sua colaboração é fundamental para o sucesso desta investigação. Obrigado.

Nas entrevistas a realizar junto dos potenciais empreendedores da Universidade do Minho, sendo que se pretende aprofundar os seguintes tópicos:

**1- Caraterização pessoal e profissional do entrevistado(a);**

**2- Empreendedorismo no contexto académico;**

**3- Os projetos empreendedores;**

**Caraterização pessoal e profissional do entrevistado(a):**

**Trabalhador independente/ criação do próprio negócio:**

**- Identificação do entrevistado: nome, sexo, idade, habilitações literárias, curso e Universidade frequentada;**

**-Como carateriza a sua empresa? (Plano de negócio, estratégia e gestão de marketing, setor de atividade);**



- O que motivou a criação do próprio negócio?

(maior autonomia, satisfação pessoal e profissional, dificuldade na procura de emprego, conciliação da vida pessoal e profissional, ambicionar um salário mais elevado, conciliação do tempo com outras atividades ou tempo para o lazer e para a família);

- Se possível descreva a função desempenhada na empresa;

- Qual a experiência laboral anterior? (tipo de organização, função desempenhada, duração da experiência laboral, setor de atividade);

- Quais os apoios/financiamentos que foram solicitados e obtidos para a criação da própria empresa? (tempo que demorou a obtenção de financiamentos e quais as entidades a fornecer os mesmos);

- Quais os principais constrangimentos e obstáculos que enfrentou na criação da própria empresa?

(Em caso do entrevistado ser do sexo feminino)

-Sente-se de alguma forma discriminada por ser uma mulher com um negócio empreendedor, numa sociedade marcada por fortes diferenciações de género e desigualdades laborais, sociais e económicas face às mulheres?

(constrangimentos de género, no caso das mulheres, enfrentam maiores dificuldades quer devido à conciliação com a esfera privada, bem como devido a estereótipos de género; dificuldades na obtenção de financiamentos e demasiado tempo de demora; falta de apoios institucionais; dificuldades em contactar fornecedores ou clientes; encontrar o local e os colaboradores para montar o negócio; criação do próprio negócio motivado pela necessidade face à atual crise económica);

- Quais foram os seus principais apoios na construção da empresa? (motivação de familiares, amigos, mentores, quais os principais apoios dados, qual a opinião dos mesmos face a uma nova etapa: a construção da própria empresa);

- Quando a empresa foi fundada qual o envolvimento que tinha com o produto e/ou serviço?

- Como avalia a evolução da empresa até à data presente?

**2- Empreendedorismo no meio acadêmico** (para todos os entrevistados, para os trabalhadores independentes com o próprio negócio ou potenciais empreendedores, jovens qualificados, que de momento se encontrem a trabalhar por conta de outrem ou em situação de desemprego/inatividade):

- Qual considera ser o papel da Universidade no desenvolvimento de um projeto Empreendedor?

(A Universidade tem um papel fulcral no desenvolvimento de um espírito empreendedor):

- Conteúdos curriculares, atividades extracurriculares, convidados qualificados para fornecer palestras acerca do empreendedorismo, estímulos e motivação para a criação do próprio negócio, contatos com entidades, desenvolvimento de competências transversais, promover a realização de encontros académicos como workshops, seminários acerca da temática do empreendedorismo, divulgar os principais apoios e entidades e também quais os obstáculos a enfrentar;

- Por outro lado, a Universidade pode apresentar conteúdos curriculares e programáticos insuficientes acerca do empreendedorismo, falta de divulgação e contatos com as várias entidades ou empresas que proporcionam a criação do próprio negócio, insuficiência de workshops, encontros académicos para debater a temática do empreendedorismo e convite de empreendedores para relatarem as suas experiências, motivações e obstáculos na criação do próprio negócio, não desenvolver nos alunos a criação de competências transversais, para além do plano de estudos formal;

Papel da Universidade no currículo académico dos estudantes:

-Quais as técnicas fundamentais que a Universidade deverá fornecer para a criação do próprio negócio?

- Considera que as instâncias do Ensino Superiores estão formatadas para fornecer competências transversais e estímulo ao empreendedorismo?

- Considera relevante a introdução de um plano de estudos centrado na temática do empreendedorismo?

## **Anexo b: Guião de entrevista para os jovens potenciais empreendedores:**

**Projetos empreendedores** (potenciais empreendedores, que não tenham em decurso um negócio empreendedor e se encontrem em situação de desemprego/inatividade ou trabalhadores assalariados):

### **Em caso de estar em situação de desemprego.**

- Há quanto tempo está no desemprego?

- Quais os meios que mobiliza na procura de emprego? (frequência, quais os meios mobilizados na procura de emprego);

- Quais os principais obstáculos que surgem na procura de emprego?

- Qual a experiência laboral anterior? (tipo de organização, função desempenhada, duração da experiência laboral, setor de atividade);

### **Em caso de ser trabalhador assalariado:**

- Qual a sua situação profissional?

-Caraterização profissional (situação profissional, cargo na hierarquia, tempo de trabalho na empresa, vínculo contratual)

- Como caracteriza a sua empresa? Qual o setor de atividade?

- Caraterização da empresa (setor de atividade)

- Qual a função desempenhada na empresa?

- Qual a relação existente entre a área curricular e a função desempenhada na empresa?

- Qual a sua satisfação pessoal e profissional face ao trabalho que desempenha? (relação interpessoal, satisfação económica, autonomia, independência);

- Quais as experiências laborais anteriores? (tipo de organização, função desempenhada, duração da experiência laboral, setor de atividade);

(Questões para os jovens qualificados, potenciais empreendedores, que se encontrem em situação de desemprego ou trabalhadores assalariados):

- Relativamente à construção de um projeto empreendedor qual é sua ideia de negócio, caracterização da empresa e setor de atividade e o local que pretende e o porquê da escolha dos mesmos?

- Quais os principais constrangimentos que sente que poderá encontrar na criação do próprio negócio? (falta de financiamento, excesso de burocracia, no caso específico das mulheres a conciliação do trabalho com a vida familiar, os estereótipos de género e discriminação a que são sujeitas pela sociedade);

- Quais as principais motivações para criar o próprio negócio? (satisfação pessoal e profissional; criação do próprio negócio motivado pela necessidade face à atual situação económica; perspectivas de um futuro melhor e de um salário melhor; maior independência; maior flexibilização de horários e mais tempo para a família e atividades de lazer; fraca cultura empreendedora na nossa sociedade; o receio de não conseguir concretizar o negócio e o medo de falhar após ter mobilizado recursos);

- Qual a opinião de familiares e amigos e aqueles que não concordam ou não apoiam o porquê?

- Qual a relação existente entre a área de formação e a função que pretende desempenhar e em que medida a área de formação poderá fomentar o empreendedorismo através da aquisição de várias competências?

- Possui conhecimento das entidades e dos recursos a mobilizar, bem como os financiamentos e burocracias?

- Tem amigos ou familiares com empresas? Se sim, qual o negócio empreendedor, o tipo de empresa, o setor de atividade, a localização?

**2- Empreendedorismo no meio acadêmico** (para todos os entrevistados, para os trabalhadores independentes com o próprio negócio ou potenciais empreendedores, jovens qualificados, que de momento se encontrem a trabalhar por conta de outrem ou em situação de desemprego/inatividade):

- Qual considera ser o papel da Universidade no desenvolvimento de um projeto Empreendedor?

(A Universidade tem um papel fulcral no desenvolvimento de um espírito empreendedor):

- Conteúdos curriculares, atividades extracurriculares, convidados qualificados para fornecer palestras acerca do empreendedorismo, estímulos e motivação para a criação do próprio negócio, contatos com entidades, desenvolvimento de competências transversais, promover a realização de encontros académicos como workshops, seminários acerca da temática do empreendedorismo, divulgar os principais apoios e entidades e também quais os obstáculos a enfrentar;

- Por outro lado, a Universidade pode apresentar conteúdos curriculares e programáticos insuficientes acerca do empreendedorismo, falta de divulgação e contatos com as várias entidades ou empresas que proporcionam a criação do próprio negócio, insuficiência de workshops, encontros académicos para debater a temática do empreendedorismo e convite de empreendedores para relatarem as suas experiências, motivações e obstáculos na criação do próprio negócio, não desenvolver nos alunos a criação de competências transversais, para além do plano de estudos formal;

Papel da Universidade no currículo académico dos estudantes:

-Quais as técnicas fundamentais que a Universidade deverá fornecer para a criação do próprio negócio?

- Considera que as instâncias do Ensino Superiores estão formatadas para fornecer competências transversais e estímulo ao empreendedorismo?

- Considera relevante a introdução de um plano de estudos centrado na temática do empreendedorismo?

## Anexo c- Grelha de análise de conteúdo das entrevistas realizadas:

Tema	1. <u>Formação escolar/ atividade profissional</u>	2. <u>Opções empreendedorismo</u>	3. <u>Ensino Superior</u>
<b>Subtema</b>	<p>Ramo de atividade/Situação na profissão</p> <p>Função que desempenha</p> <p>Tempo na função</p> <p>Vínculo contratual</p> <p>Posição hierárquica/tipo de organização</p> <p>Relação e relevância entre a área de formação académica e a atividade profissional que desempenha ou virá a desempenhar</p> <p>Balanço da empresa até à data/ Evolução da empresa no futuro</p>	<p>Motivos de satisfação profissional</p> <p>Experiências profissionais anteriores à atividade atual e tipo de organização / ramo de atividade</p> <p>Funções desempenhadas nas experiências profissionais anteriores</p> <p>Qual a ideia de negócio/setor de atividade em que pretende seu negócio e porquê?</p> <p>Opção de zona geográfica para a implementação da empresa</p> <p>Razão para a criação da empresa: autonomia/ desejo pessoal/ motivação profissional</p> <p>Instituições e conhecimento de entidade a que recorreu/recorreria para criar o seu negócio</p> <p>Obstáculos/constrangimentos na criação do próprio negócio</p>	<p>Incentivos/apoios à criação de um negócio, exemplos de amigos e familiares e exemplos de empreendedores</p> <p>Papel da Universidade no incentivo ao empreendedorismo</p> <p>Formação sobre empreendedorismo: teórica vs prática dos alunos</p> <p>Adequação dos planos de estudos ao empreendedorismo incluindo alguma cadeira sobre empreendedorismo</p> <p>Competências e técnicas a desenvolver pela universidade</p>
<b>Unidade de Contexto</b>			
<b>Comentários</b>			