

CEE'2019

Conference on Entrepreneurship Education

September 13 – 2019
Porto, Portugal



organization



FACULDADE DE ENGENHARIA
UNIVERSIDADE DO PORTO

FEP FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DO PORTO



CEE'2019

Table of Contents

Foreword	3
Organizing Team	7
Poster Session	9
Move On: Potencial Empreendedor <i>S. Faria, J. Couto, M. Batista, C. Pereira, C. Carvalho</i>	10
Teaching entrepreneurship: Get ready for Generation Z <i>S. Faria, C. Pereira, C. Carvalho</i>	13
LABi9 –Laboratório de Inov@ção e Desenvolvimento de Projetos na Escola Secundária de Gondomar <i>F. Silveira</i>	16
Education's impact on women entrepreneurship: Turkey, a case study <i>Teresa Dieguez, Ece Günen</i>	23
Competencias y Emprendimiento en un Contexto Digital <i>María Bastida, Miguel Ángel Vázquez Taín, Loreto Fernández Fernández</i>	30
Motivadores de Participação em um Laboratório de Ideias de Negócio <i>J. Colla, P. Afonso, H. Moura</i>	35
Pedagogical Perspectives	42
Autoeficácia empreendedora em Portugal: um estudo transversal em estudantes do ensino superior <i>M.I.B. Ribeiro , A.J.G. Fernandes, I. M. Lopes</i>	43
Perspetiva dos estudantes sobre o papel das Instituições de Ensino Superior Público na promoção do empreendedorismo <i>M.I.B. Ribeiro, A.J.G. Fernandes, P.S.A. Cabo</i>	49
Cómo convertir a los profesores de emprendimiento en modelos de conducta empresarial: desarrollo de una escala de medida de las características necesarias del profesor <i>Paula San-Martín, Ana Fernández-Laviada, Estefanía Palazuelos, Elsa Diez-Busto</i>	55
Teaching Entrepreneurship & Transversal Competences: a Multicultural and Multidisciplinary Approach <i>O. Conceição</i>	61

Educação em Empreendedorismo em Regime Formal, não Formal e Informal. Que impacto no sucesso empresarial nas startups de base tecnológica? <i>Marco Ribeiro Lamas, Maite Cancelo Márquez, Loreto Fernández Fernández</i>	65
Avaliação da necessidade de incorporar a ética para a sustentabilidade na educação para o empreendedorismo: caso dos estudantes de engenharia <i>Fátima Monteiro</i>	70
Application Perspectives	75
Virtudes e Fracassos da Educação Empreendedora: O Caso Endossa <i>E. Possebon, J. Colla</i>	76
The development of entrepreneurial learning methodologies The case of Youth Start–entrepreneurial challenges, Education for entrepreneurship and experimentation of public policies in Portugal <i>Sérgio Leal, Teresa Paiva, Dana Redford, Luísa Carvalho, Cristina Soutinho, Ilda Figueiredo</i>	83
Casos e práticas no ensino e aprendizagem do empreendedorismo no âmbito do currículo da disciplina de Filosofia <i>J. M. Marques Martins Cura</i>	89
Experiências pedagógicas na promoção do empreendedorismo: casos e práticas no ensino e aprendizagem do empreendedorismo <i>Maria João Fernandes, João Ferreira,</i>	91
Heading Towards 4th Generation Incubators: Case ESA BIC Portugal <i>António Louro, C.M.Sousa e Silva, L.M.Ferreira, Carlos Cerqueira</i>	97
Estratégias de Ensino para Fortalecer a Educação Empreendedora em Sede Universitária <i>J. M. Novo Jr., J. J. Pinto Ferreira</i>	104
Regional Perspectives	106
Addressing the Singularities of Female Entrepreneurship among European Countries. The Role of Public Policy <i>Joana Costa</i>	107
Educação para o empreendedorismo: Análise das Práticas didático–pedagógicas e proposta de um novo modelo para o ensino do empreendedorismo em Timor –Leste <i>B. B. H. Carvalho Jesus, R. Quaresma</i>	109
Ecosistema Empreendedor Universitario: Propuesta de una Herramienta de Autoevaluación <i>Camino Ma. Paz, Oliveras Guadalupe, Petz Flavia, Tauro Ma. Agustina, Zwenger Nayla</i>	116
El aprendizaje servicio: una herramienta para introducir la dimensión ética y solidaria de la financiación en la Economía Social en el aula. <i>Loreto Fernández, Ana Olveira</i>	123

Perspetiva dos estudantes sobre o papel das Instituições de Ensino Superior Público na promoção do empreendedorismo

M.I.B. Ribeiro | Instituto Politécnico de Bragança, Portugal | Centro de Investigação de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal | CETRAD-UTAD, Vila Real, Portugal | xilote@ipb.pt

A.J.G. Fernandes | Instituto Politécnico de Bragança, Portugal | Centro de Investigação de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal | CETRAD-UTAD, Vila Real, Portugal | toze@ipb.pt

P.S.A. Cabo | Instituto Politécnico de Bragança, Portugal | Centro de Investigação de Montanha, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal | paulacabo@ipb.pt

Abstract

O empreendedorismo pode ser visto como uma solução para a estagnação ou declínio da atividade económica, pelo que os governos têm adotado medidas com o objetivo de o estimular (O'Connor, 2012). A decisão de criar uma nova empresa é reflexo de fatores internos e externos, os quais podem restringir as oportunidades para se tornar num empreendedor. Estes fatores incluem as condições nacionais e/ou com o ambiente onde os indivíduos se encontram inseridos (a cultura, sociedade, família e valores religiosos) e fatores inerentes ao indivíduo (idade, estado civil, género, educação e experiência profissional). Portugal debate-se com uma série de fatores que condicionam o progresso do empreendedorismo, especialmente a cultura, sendo que o ambiente cultural em que os indivíduos se inserem condiciona os seus valores, atitudes e comportamento. O medo de falhar, a aversão ao risco e à incerteza, ao receio social da falência e à rejeição de uma carreira pessoal independente (Marinha, Silva, Carreto, Terrível & Costa, 2014; Amway Europe, 2013; Duarte & Esperança, 2012; Ferreira, Santos & Serra, 2010) limitam o potencial empreendedor dos portugueses.

O empreendedorismo pode ser instigado pela socialização e educação e as competências empreendedoras aprendidas através do ensino e formação (Hoffmann et al., 2005, Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015). Assim, o empreendedorismo é, atualmente, uma competência fundamental nas estratégias educativas definidas pela União Europeia. De facto, alcançar uma massa crítica de jovens empreendedores requer um investimento a longo prazo no desenvolvimento do capital humano (Vassiliou, 2014). Por outro lado, a promoção de uma atividade empresarial efetiva entre os jovens facilita a sua integração no mundo laboral e o aproveitamento do seu potencial para o desenvolvimento sustentável das regiões (Schøtt, Kew & Cheraghi, 2015).

Neste contexto, tem sido enfatizado o papel Instituições de Ensino Superior (IES) na transferência de tecnologia e inovação e no reforço do compromisso com a educação em empreendedorismo. Espera-se que as IES, contribuam para o desenvolvimento de características e atitudes em-

preendedoras nos diplomados, permitindo-lhes aceder ao mercado de trabalho ou criar o seu próprio negócio através da oferta de educação em empreendedorismo (Moreira, 2017).

De facto, a importância do empreendedorismo alerta para a necessidade de criar na escola e na sociedade em geral, uma mentalidade empreendedora, resultante de uma educação para o empreendedorismo, tanto ao nível do estímulo à criação de negócios, como do fomento do intra-empreendedorismo, envolvendo os recursos humanos nos negócios criados. Através da educação para o empreendedorismo, os estudantes têm a oportunidade de explorar uma abordagem mais motivante, dinâmica e compensadora que poderão aplicar no seu próprio negócio, no local de trabalho e/ou no seu quotidiano (Gonçalves, 2009).

Todavia, de acordo com Duarte e Esperança (2012), o empreendedorismo no ensino superior português apresenta alguns entraves quer da parte dos estudantes, quer da parte dos docentes e investigadores. No que concerne aos estudantes, verifica-se a ausência de competências, dificuldade em conseguir apoio financeiro e, também, não persiste a motivação necessária para empreender. Em relação aos docentes e investigadores, salienta-se a inexistência de uma cultura que ligue o ensino ao mundo empresarial e ao mercado, a carência de algumas competências, a dificuldade em aceder ao financiamento e a ausência de motivação.

Este trabalho tem por objetivo identificar fatores diferenciadores do comportamento empreendedor dos estudantes do ensino superior. Para tal, analisa as perceções e comportamentos dos estudantes de uma IES pública portuguesa face à criação de novos negócios e relaciona o perfil dos estudantes com a sua apreciação relativamente aos incentivos ao empreendedorismo que a IES deveria disponibilizar aos estudantes.

Material e métodos

Para a realização deste trabalho de investigação optou-se pela realização um estudo transversal, quantitativo e analítico baseado numa amostra acidental constituída por 336 estudantes de uma IES situada no nordeste de Portugal. A recolha de informação teve por base um questionário anónimo, adaptado de General Entrepreneurship Monitor (GEM) (2013), administrado diretamente aos estudantes da instituição, entre o final de 2014 e início de 2015. Os dados foram, posteriormente, tratados com recurso ao software SPSS 23.0. Recorreu-se à estatística descritiva para caracterizar a amostra, nomeadamente, ao cálculo de frequências absolutas e relativas sempre que as variáveis eram qualitativas; e, ao cálculo da média e desvio-padrão sempre que as variáveis eram quantitativas e testou-se a correlação entre a apreciação que os estudantes faziam dos incentivos ao empreendedorismo disponibilizados pela IES e perfil dos estudantes com recurso ao teste de Spearman que mede a intensidade da relação entre variáveis ordinais (Guimarães & Cabral, 2007). Usa, em vez do valor observado, apenas a ordem das observações. Deste modo, este coeficiente não é sensível a assimetrias na distribuição, nem à presença de outliers, não exigindo que os dados provenham de populações normais. O coeficiente de correlação ou Ró de Spearman pode variar entre -1 (correlação inversa perfeita) e 1 (correlação direta perfeita). O teste da correlação ordinal de Spearman permitiu testar a hipótese nula das variáveis não estarem correlacionadas contra a hipótese alternativa das variáveis estarem correlacionadas.

Para verificar se o género, idade e ano frequentado, experiência profissional e experiência empreendedora eram fatores diferenciadores do comportamento empreendedor utilizaram-se os testes de Mann-Whitney e Kruskal-Wallis (Maroco, 2018; Pestana & Gageiro, 2014). O teste de Mann-Whitney foi utilizado sempre que as comparações envolviam apenas duas amostras (género: feminino e masculino; idade: 17 a 21 anos e 22 ou mais anos). Este teste permitiu testar a hipótese nula das medianas serem iguais contra a hipótese alternativa das medianas serem diferentes.

O teste de Kruskal–Wallis foi utilizado sempre que a comparação envolvia mais de duas (k) amostras (ciclo de estudos: licenciatura, pós-graduação e mestrado). O teste de Kruskal–Wallis permitiu testar a hipótese nula da igualdade de medianas contra a hipótese alternativa de nem todas as medianas serem iguais.

Para a execução do estudo analítico foi utilizado um grau de confiança ($1 - \alpha$) de 95% a que corresponde um nível de significância (α) de 5%. Segundo Maroco (2018), a regra de decisão estatística é rejeitar a hipótese nula (H_0) quando o p -value ou probabilidade de significância for inferior ou igual ao nível de significância, ou seja, quando $p\text{-value} \leq \alpha$. Probabilidade de significância ou p -value (p) é o nível mais baixo de α para o qual é possível rejeitar H_0 (Maroco, 2018).

Resultados e discussão

A maioria dos estudantes de uma IES pública localizada no nordeste de Portugal possuía entre 17 e 21 anos (62,3%), era do género feminino (59%) e frequentava o 2º ano (43,3%) de uma licenciatura (97,2%).

A distribuição dos estudantes, de acordo com a experiência profissional, evidencia que grande parte deles possui algum tipo de experiência profissional, apenas 36,4% dos estudantes não tinha qualquer experiência laboral anterior.

A maioria dos estudantes tinha pouca ou nenhuma experiência empreendedora, todavia consegue imaginar-se a iniciar um negócio e alguns deles já são empresários, sendo estes resultados semelhantes aos encontrados por Silva, Gonçalves e Figueira (2014). Efetivamente, no presente estudo apenas 20,1% dos inquiridos revelaram ter experiência empreendedora; 10,7% referiram estar a pensar nessa possibilidade; 5,0% eram empreendedores nascentes, uma vez que já tomaram medidas para criar um novo negócio; e, 4,4% já criaram uma empresa. Apesar disso, a maioria (58,9%) revelou ser um potencial empreendedor: 46,4% conseguia imaginar-se a criar um negócio no futuro; e, 12,5% tinha uma ideia de negócio que acreditava poder vir a ter sucesso. Finalmente, 21,0% dos inquiridos não mostraram nenhum interesse presente ou futuro em criar um negócio.

Os estudantes inquiridos consideraram que a probabilidade de serem capazes de criar um negócio bem-sucedido era, em média, de 47%. Este resultado denota otimismo e algum desconhecimento dos inquiridos, uma vez que a taxa de sobrevivência das empresas portuguesas no quinto ano, segundo a Dun & Bradstreet (2015), foi de cerca de 39%. Todavia, no que respeita ao perfil etário e género do empreendedor português, os estudantes mostraram ter algum conhecimento. De facto, os inquiridos consideraram que a idade ideal para iniciar um negócio era, em média, de 28 anos, idade incluída na faixa etária dos 25–35 anos na qual é maior a dinâmica empreendedora. Este resultado sugere que, de acordo com a perceção dos respondentes, os indivíduos nesta idade tiveram o tempo e oportunidade de desenvolver as suas habilidades e conhecimentos através da educação e experiência profissional. Os resultados do estudo de Schøtt, Kew e Cheraghi (2015) indicam que os jovens, como grupo, apresentam níveis mais elevados (1,6 vezes) de intenção empresarial do que os adultos. Todavia, os jovens pertencentes ao escalão etário dos 25 a 34 anos traduzem essa intenção num nível relativamente elevado de atividade empreendedora, enquanto os jovens do escalão etário inferior, apresentam um declínio significativo entre a intenção e a atividade empreendedora.

Também, a probabilidade de uma mulher ser empreendedora é menor do que no caso de um indivíduo do género masculino e é mais provável que o seja por necessidade (Kelley, Brush, Greene, Herrington, Ali & Kew, 2015). A desigualdade de género na arena empresarial portuguesa foi reconhecida pelos estudantes inquiridos. De facto, os estudantes consideraram que o perfil dominante de um empresário corresponde ao género masculino e era, em média, de 60%. Ou seja, para cada mulher empreendedora, os estudantes acreditam existirem 1,5 empreende-

dores homens. Ora, em 2016, em Portugal para cada mulher que inicia um negócio, existiam 1,71 empreendedores do género masculino reforçando a ideia que a atividade empreendedora continua a ter um carácter fortemente masculino e indicativo de uma generalizada desigualdade de género, ainda prevalecte na sociedade portuguesa, apesar dos progressos realizados nas últimas décadas (GEM, 2017).

Os estudantes mostraram ser pouco proactivos e desinformados sobre os incentivos disponibilizados pela IES para desenvolver suas competências empreendedoras. Efetivamente, desconheciam a existência do Gabinete de Promoção do Empreendedorismo que aconselha potenciais empreendedores estudantes sobre como fazer um plano de negócios, criar um negócio e como financiá-lo; desconheciam que a IES tem uma incubadora de empresas e permite o uso das suas instalações e outros recursos por empresas aí incubadas. Tal reflete-se nas respostas dos estudantes sobre os incentivos que a instituição de ensino deveria disponibilizar para reforçar a capacidade empreendedora dos estudantes já que todos os esquemas de incentivo ao empreendedorismo registaram taxas de concordância acima de 65% o que, em alguns casos, é até inconsistente. De facto, não deve ser o papel da IES identificar oportunidades de mercado para que os estudantes iniciem os seus próprios negócios (74,9%), conceder aos estudantes os recursos financeiros necessários para fazê-lo (70,8%) ou fornecer projetos de trabalho sobre empreendedorismo (65,6%). Por outro lado, os inquiridos consideraram que a instituição deve facilitar a rede de contactos para os estudantes que iniciam um negócio (78,9%); promover a interação entre estudantes empreendedores (78,7%); e, permitir o uso das suas instalações por empresas geridas por estudantes (69,9%). Para além disso, a instituição deve contribuir mais ativamente para sensibilizar os estudantes sobre o empreendedorismo como uma possível escolha de carreira (65,6%) e organizar conferências, palestras e workshops sobre empreendedorismo (69,7%). Estes incentivos são já, atualmente, oferecidos a estudantes e ex-estudantes da IES.

Estes resultados questionam a estratégia relativa à educação para o empreendedorismo implementada pela instituição e alertam para a necessidade de efetuar ajustamentos à mesma. Com vista à sua melhor compreensão efetuou-se uma análise comparativa aos incentivos ao empreendedorismo que a IES deveria disponibilizar aos estudantes, com base no perfil dos estudantes, designadamente, género, idade e ciclo de estudos.

Quando comparados os incentivos ao empreendedorismo disponibilizados por parte da IES tendo em consideração o género dos estudantes foram detetadas diferenças, estatisticamente, significativas (p -value = 0,022) relativamente à organização de conferências/workshops sobre empreendedorismo, tendo sido os indivíduos do género feminino que mais reivindicaram este incentivo.

A idade revelou ser um fator diferenciador (p -value < 0,05) no que diz respeito aos seguintes incentivos: fornecer ideias aos estudantes para criarem os seus próprios negócios; organizar conferências/workshops sobre empreendedorismo; aproximar os estudantes das redes de contacto necessárias para se começar um negócio; permitir a utilização das suas instalações por parte de empresas dirigidas por estudantes; e, dotar os estudantes dos meios financeiros necessários para se criar um novo negócio. São, os estudantes mais velhos (idade igual ou superior a 22 anos) que mais reivindicam estes incentivos.

Finalmente, o ciclo de estudos frequentado revelou não ser um fator diferenciador dos incentivos considerados, apresentando, para todos os incentivos um p -value > 0,05.

Estudou-se, também, a correlação entre experiência profissional, experiência empreendedora e ano frequentado com os incentivos ao empreendedorismo que os estudantes consideraram que a IES lhes deveria disponibilizar. Verificou-se a existência de correlação direta, entre o ano frequentado e a indicação de que IES deveria incluir na sua oferta formativa licenciaturas ou mestrados em empreendedorismo (p -value = 0,027; R^2 = 0,124); experiência profissional e a indicação da necessidade da IES dotar os estudantes dos meios necessários para financiar as suas iniciativas empreendedoras (p -value = 0,037; R^2 = 0,117) e promover o networking entre

estudantes empreendedores (p -value = 0,022; R^2 = 0,128); e, experiência empreendedora e a indicação de que a IES deveria facultar potenciais ideias de negócio (p -value = 0,000; R^2 = 0,204) e disponibilizar projetos de trabalho em empreendedorismo aos estudantes (p -value = 0,000; R^2 = 0,204). Ou seja, à medida que aumenta o nível de formação, a experiência profissional e a experiência empreendedora dos estudantes aumenta a sua concordância com a necessidade da IES disponibilizar estes apoios para fomentar o empreendedorismo estudantil. Note-se, no entanto, que as correlações são fracas pois o valor do coeficiente de correlação encontra-se próximo de zero, denotando a existência de outros fatores que contribuem para a formação da opinião dos estudantes sobre esta temática.

Tradicionalmente, a cultura portuguesa limita a pro-atividade dos jovens e sua busca pela independência e autonomia. Assim, a sociedade, os pais e os jovens esperam que as instituições, como as escolas, cuidem da carreira empresarial dos jovens, através de educação e formação e outros apoios institucionais, como incubadoras de empresas. Essa visão reflete-se nas respostas dos estudantes aos incentivos que a IES devem oferecer para reforçar seu espírito empreendedor. De facto, os estudantes inquiridos mostraram ser pouco proactivos e muito exigentes, já que todos os esquemas de incentivo à atividade de empreendedora registraram taxas de concordância superiores a 65%, o que, em alguns casos, é mesmo inconsistente. Efetivamente, não deve ser o papel da IES identificar boas oportunidades de mercado para que os estudantes criem os seus próprios negócios, ou fornecer aos estudantes os meios financeiros para fazê-lo, ou disponibilizar projetos de trabalho em empreendedorismo.

Estes resultados mostram a necessidade da IES reforçar a formação de pós-graduação em empreendedorismo e a realização e divulgação de eventos sobre empreendedorismo, contribuindo, assim, para uma maior consciencialização dos estudantes sobre o empreendedorismo como possível escolha profissional.

A avaliação que os estudantes fazem dos incentivos ao empreendedorismo que a IES deveria disponibilizar tendo em conta o seu perfil mostrou que: são as estudantes quem mais exige a necessidade da instituição realizar congressos/workshops sobre empreendedorismo; são os estudantes mais velhos os mais exigentes; e, à medida que o nível de formação, experiência profissional e empreendedora dos estudantes aumenta, aumentam as suas reivindicações quanto aos apoios institucionais a serem disponibilizados. Estes resultados levantam uma série de questões a serem abordadas em investigações futuras, nomeadamente, a exigência das estudantes por mais formação é um indicador de uma maior consciência das suas fraquezas ou reflexo do seu desejo de sucesso nos negócios? Porque são os estudantes mais velhos e mais experientes os que mais questionam suas competências empreendedoras e os que mais dependem de outros para empreender? Muitos jovens pretendem tornar-se empresários, mas poucos constituem uma empresa, presumivelmente, devido a formação insuficiente. É, portanto, necessário repensar os modelos de ensino-aprendizagem no ensino superior porque, apesar da manifesta renovação dos currículos dos cursos, o ensino ainda é transmitido como verdade absoluta e irrevogável, limitando o desenvolvimento da capacidade construtiva e criativa dos estudantes. Embora as instituições de ensino superior incluam o empreendedorismo nos currículos dos cursos de licenciatura e mestrado, muitas ainda não estão conscientes de como este assunto é crítico para a integração dos estudantes no mundo empresarial e na economia do país.

Duas limitações podem ser identificadas neste estudo. A primeira tem a ver com o facto de a amostra ser acidental o que poderá estar, eventualmente, a enviesar os resultados, uma vez que a amostra poderá não ser representativa da população em estudo. A segunda limitação prende-se com o facto de o estudo ser transversal e, por essa razão, ser estático. Esta limitação é passível

de ser superada em investigações futuras que permitam acompanhar a evolução das perceções e atitudes dos estudantes no que diz respeito à criação de novas empresas e ao empreendedorismo.

Agradecimentos

Os autores agradecem à (a) Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT, Portugal) e ao FEDER no âmbito do programa PT2020 pelo apoio financeiro ao CIMO (UID/AGR/00690/2019) e ao (b) CETRAD, UI&D financiada por fundos nacionais através da FCT –Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UID/SOC/04011/2019.

References

- Amway Europe (2013). Global Entrepreneurship Report 2013 –Encouraging Entrepreneurs –Eliminating the Fear of Failure. Technische Universität München, GfK Nuremberg.
- Duarte, C. & Esperança, J. P. (2012). Empreendedorismo e Planeamento Financeiro –Transformar oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas. Lisboa: Edições Sílabo.
- Dun & Bradstreet (2015). O empreendedorismo em Portugal 2007/2014. Informa D&B. 1–4.
- Global Entrepreneurship Monitor (2013). GEM Portugal 2004–2013: Uma Década de Empreendedorismo em Portugal. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa e Sociedade Portuguesa de Inovação.
- Global Entrepreneurship Monitor (2017). Global Report 2016. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Gonçalves, V. (2009). Empreendedorismo: do ensino básico ao ensino superior. In X Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Educação
- Guimarães, R. & Cabral, J. (2007). Estatística. Lisboa: McGraw–Hill.
- Hoffmann, A., Larsen, L., Nellemann P. & Michelsen, N. (2005). Quality Assessment of Entrepreneurship Indicators, FORA Report vol. 14. Copenhagen, Ministry of Economics and Business Affairs –Division for Economic and Business Research.
- Kelley, D., Brush, C., Greene, P., Herrington, M., Ali, A. & Kew, P. (2015). Special Report Women's Entrepreneurship 2015. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Marinha, C., Silva, L., Carreto, M., Terrível, P. & Costa, T. (2014). Empreendedorismo Jovem –Um Olhar sobre Portugal. IFDEP. –Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal Departamento de Research.
- Maroco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS statistics, Pero Pinheiro: ReportNumber.
- Moreira, R. (2011). Empreendedorismo na Universidade do Minho –O caso dos diplomados das ciências sociais. Centro de Investigação em Ciências Sociais –Working paper 4, 1–17.
- O'Connor, A. (2012). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. *Journal of Business Venturing*, 1–18.
- Pestana, M. & Gageiro, J. (2014). Análise de Dados para Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS. Lisboa: Edições Sílabo.
- Schøtt, T., Kew, P. & Cheraghi, M. (2015). Future Potential –A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Silva, M., Gonçalves, M. & Figueira, J. (2014). Perfil do estudante empreendedor. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- Vassiliou, A. (2014). European Commission. The Commissioners (2010–2014). Consultado em maio 2019. Disponível em http://ec.europa.eu/archives/commission_2010-2014/vassiliou/index_en.htm