

PEDRO PARREIRA ▪ LEOPOLDINA ALVES ▪ LISETE MÓNICO ▪
JORGE HUMBERTO SAMPAIO ▪ TERESA PAIVA

COMPETÊNCIAS EMPREENDEDORAS NO ENSINO SUPERIOR POLITÉCNICO: MOTIVOS, INFLUÊNCIAS, SERVIÇOS DE APOIO E EDUCAÇÃO

Pedro Parreira | Leopoldina Alves | Lisete Mónico
| Jorge Humberto Sampaio | Teresa Paiva

**Competências
empreendedoras no Ensino
Superior Politécnico:
Motivos, influências,
serviços de apoio e educação**

Instituto Politécnico da Guarda
2018

Título

Competências empreendedoras no Ensino Superior Politécnico:
Motivos, influências, serviços de apoio e educação

Coordenação da Edição

Pedro Parreira

Unidade de Investigação em Ciências da Saúde: Enfermagem

Escola Superior de Enfermagem de Coimbra

Leopoldina Alves

Instituto Politécnico de Leiria

Lisete Mónico

Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

Universidade de Coimbra

Jorge Humberto Sampaio

Instituto Politécnico de Bragança

Teresa Paiva

Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior

Instituto Politécnico da Guarda

Coordenação científica

Pedro Parreira

Equipa de coordenação científica

Teresa Paiva; Leopoldina Alves; Jorge Humberto Sampaio

Revisão de Texto

Joana Leal; Liliana Sousa

Maquetização

João Rodrigues

Capa

Humberto Pinto

ISBN: 978-972-8681-74-6

Propriedade: Instituto Politécnico da Guarda; Av. Dr. Francisco Sá Carneiro n° 50,
6300-559 Guarda, Portugal

Contactos: Telf. 271 220 100 | Fax 271 222 690 | Email: udigeral@ipg.pt

Publicação realizada no âmbito do Projeto PIN – Poli Entrepreneurship Innovation Network

Parceria: Instituto Politécnico da Guarda; Instituto Politécnico de Bragança; Instituto Politécnico de Leiria; Escola Superior de Enfermagem de Coimbra; Instituto Politécnico de Beja; Instituto Politécnico de Castelo Branco; Instituto Politécnico de Coimbra; Instituto Politécnico de Portalegre; Instituto Politécnico de Santarém; Instituto Politécnico de Tomar; Instituto Politécnico de Viana do Castelo; Instituto Politécnico de Viseu; Instituto Politécnico do Cávado e Ave.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Agradecimentos

Este trabalho não teria sido possível sem o apoio de toda a rede politécnica, nomeadamente através da participação activa dos seus coordenadores das edições anteriores onde o estudo foi implementado.

E. Náutica Inf. D. Henrique	IP Guarda
E. Poli. U. Algarve	IP Leiria
E. Poli. U. Aveiro	IP Lisboa
E. S. Enf. Coimbra	IP Portalegre
E.S.H.T. Estoril	IP Santarém
IP Beja	IP Setúbal
IP Bragança	IP Tomar
IP Castelo Branco	IP Viana do Castelo
IP Cávado e Ave	IP Viseu
IP Coimbra	

Agradecimento, a título póstumo, ao colega Francisco Costa Pereira, pelo seu envolvimento no início do desenvolvimento destes estudos.

Agradecimento ao COMPETE pelo cofinanciamento do Projeto Poli Innovation Network – PIN, nº16177, 03/SIAC/2015, em que estes estudos se inserem, no âmbito do PORTUGAL 2020 e o FEDER, fundo estrutural europeu.

INTRODUÇÃO

1. O projeto Poliempreende e o projeto PIN..... 3
Teresa Paiva, Leopoldina Alves, Jorge Humberto Sampaio

ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2. A Europa e o Empreendedorismo 15
Carlos Brandão, Teresa Paiva, Helena Saraiva
3. Ambientes Empreendedores: infraestruturas, serviços e outros apoios ao empreendedorismo 33
Teresa Costa, Fernando Valente
4. O Ensino Superior e o Empreendedorismo 55
José Herminio Gomes, Leopoldina Alves, Marina Montezuma Vaquinhas, Rosa Melo, Lúcia Pato, Carla Cruz
5. Competências empreendedoras 65
Catarina Alves, Teresa Felgueira, Teresa Paiva
6. O perfil do empreendedor 77
Amaia Yurrebaso, Carla Cruz, Lúcia Pato
7. Motivações para empreender 99
Marisa Cebola, Sara Proença
8. Oportunidades, incentivos e recursos para empreender 111
Margarida Piteira, Ana Cruz, Fernando Valente, Teresa Costa
9. Avaliação do potencial empreendedor: O Índice de Empreendedorismo de Carland 133
Margarida Piteira, Marisa Cebola, Lisete Mónico, Liliana B. Sousa, Pedro Parreira
10. *Technology Assessment Model* (TAM): Modelos percursores e modelos evolutivos 143
Pedro Parreira, Sara Proença, Liliana B. Sousa, Lisete Mónico

ESTUDOS EMPÍRICOS

11. Formação em empreendedorismo, criação de negócio e empresários na família: Variáveis influentes no potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico português 167
Liliana B. Sousa, Lisete Mónico, Teresa Costa, Amaia Yurrebaso, Anabela Salgueiro-Oliveira, Pedro Parreira
12. Motivações, oportunidades e incentivos para empreender, autoeficácia e potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico português 191
Lisete Mónico, Liliana B. Sousa, Marisa Cebola, Sara Proença, Teresa Paiva, Pedro Parreira
13. Estudos de validação psicométrica das escalas do Questionário de Motivações Empreendedoras dos estudantes 223
Pedro Parreira, Lisete Mónico, Liliana B. Sousa, Margarida Piteira, Leopoldina Alves
14. Estudos preditivos do potencial empreendedor dos estudantes do ensino superior politécnico português 245
Pedro Parreira, Lisete Mónico, Liliana B. Sousa, Fernando Valente, Teresa Paiva

CONCLUSÃO

15. Competências empreendedoras no Ensino Superior Politécnico Português: Reflexões finais 267
Pedro Parreira, Lisete Mónico, Teresa Paiva, Leopoldina Alves, Jorge Humberto Sampaio

- NOTAS CURRICULARES** 275

CAPÍTULO 8

Oportunidades, incentivos e recursos para empreender

Margarida Piteira, Ana Cruz, Fernando Valente, Teresa Costa

RESUMO

O empreendedorismo tem-se constituído como objeto de estudo na literatura dos últimos tempos. Em paralelo, tem-se evidenciado em diversos e vastos projetos de investigação, para além de se constituir como um pilar essencial para o desenvolvimento económico. Um exemplo claro desta tendência é o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), referência a nível mundial na monitorização das dinâmicas de empreendedorismo no mundo, sendo defendido como um fator de crescimento económico e sugerindo políticas adequadas para incentivar a atividade empreendedora. De igual modo, diversas têm sido as perspetivas pelas quais o empreendedorismo tem sido discutido. Assumindo um olhar mais economicista e gestor das suas problemáticas, as dimensões das oportunidades, incentivos e recursos para empreender são incontornáveis. Num mundo incerto, volátil e hipercompetitivo, o sucesso do empreendedorismo depende da capacidade do empreendedor em detetar novos mercados e oportunidades de negócios, bem como da sua capacidade em mobilizar eficazmente os recursos e incentivos para o desenvolvimento do seu empreendimento.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Detecção de oportunidades; Mobilização de incentivos e recursos; Estabilidade do negócio.

Introdução

Nos últimos tempos, o empreendedorismo tem emergido como apanágio para a resolução de múltiplos problemas, nos mais diversos contextos. Denominador comum, nos diversos argumentos, é o seu papel para o crescimento económico, criação de valor, coesão económica e social, melhoria da competitividade, eficiência e inovação, para a sustentabilidade da sociedade e para o desenvolvimento das organizações e das nações. A própria educação para o empreendedorismo tem assumido alguma relevância nas últimas duas décadas. O recente crescimento e desenvolvimento nos currículos e programas dedicados ao empreendedorismo e criação de novos negócios tem sido notável. O número de Instituições de Ensino Superior (IES) que oferecem cursos relacionados com o empreendedorismo ou unidades curriculares incluídas no plano curricular têm crescido significativamente, registando-se alguma legitimidade académica para o desenvolvimento do espírito empresarial (Kuratko, 2005; Parreira, Pereira, & Brito, 2011).

Contudo, o empreendedorismo e os empreendedores não eclodem de forma espontânea e anárquica. Desde as suas origens com Cantillon (1755), que a literatura desta área tem vindo a debater-se sobre as condições promotoras de empreendedorismo e dos seus empreendedores. Consequentemente, os estudos realizados têm divergido em várias direções, contribuindo, assim, para a consolidação das dimensões neste campo da investigação. Efetivamente, a identificação e análise do contexto envolvente ao empreendedorismo, ou condições específicas do ambiente que influenciam o empreendedorismo é uma das áreas de investigação, consideradas um pilar essencial nos modelos conceptuais de empreendedorismo e um fator crucial na decisão de criação de negócios (Gartner, 1985; Gnyawali & Fogel, 1994; Kessler & Frank, 2009; Miller, 1981).

O *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM (Acs et al., 2004) destaca o contexto social, cultural e político como importantes condicionantes ao empreendedorismo. São diversos os fatores que desempenham um papel crítico nas condições socioeconómicas (classificadas como condições nacionais gerais e estruturais do empreendedorismo). Estas condições têm implicações no aparecimento (ou não) de empresas (pequenas, grandes ou médias), nas oportunidades para o empreendedorismo, e no desenvolvimento de capacidades empreendedoras que, por sua vez, terão consequências nas dinâmicas dos negócios e no crescimento económico nacional. Este capítulo aborda a identificação das oportunidades para empreender, os incentivos financeiros e não financeiros que podem potenciar as oportunidades identificadas no

contexto e os recursos necessários que os empreendedores terão que ser capazes de angariar para tornar os seus empreendimentos bem-sucedidos.

Oportunidades

De entre as várias abordagens, o empreendedorismo pode ser entendido: (i) pelas pessoas, ou seja, pelas características dos empreendedores; (ii) pelos ambientes e contextos; ou (iii) pelo processo de desenvolvimento do novo negócio. A montante disto está, em primeiro lugar, a existência da oportunidade para empreender e a visão de alguém na sua deteção. Já na década de 70, por exemplo, autores como Kizner (1973), chamaram a atenção para a identificação das oportunidades, como condição imprescindível ao processo empreendedor.

Para vários autores (Drucker, 1993; McMullen & Shepherd, 2006; Schumpeter, 1939; Shane & Venkataraman, 2000), a ação empreendedora implica mobilização e uso de recursos. Esta ação tem de ter em conta as necessidades e/ou oportunidades que uma empresa tem de enfrentar diariamente, exigindo capacidade de mobilização, recombinação, alocação e uso de recursos de forma a responder às exigências internas e externas da mesma.

Para muitos autores (e.g. Bygrave, 1997; Gartner, 1995), a identificação de oportunidades constitui-se como um elemento central no processo de criação de novos empreendimentos, ou seja, a criação de um negócio de sucesso é precedida pelo sucesso no reconhecimento da oportunidade. Uma oportunidade empreendedora é definida por De Bono (1980) como algo que ainda não conhecemos, que queremos fazer e que podemos fazer. Já para Shane & Eckhardt (2003), diz respeito a situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas, mercados e métodos organizativos podem ser introduzidos através da formação de novos meios, fins ou relações meios-fins.

Em relação às origens das oportunidades empreendedoras, Holcombe (2003) identifica três grandes grupos: (i) os fatores que desequilibram o mercado (e.g. as mudanças tecnológicas e nos padrões de consumo, criando desfasamentos que exigem novas respostas através de novas combinações de recursos); (ii) os fatores que aumentam as possibilidades de produção (e.g. a expansão do mercado, possibilitada tanto pelo aumento da população e do rendimento, como pela redução dos custos de transporte e de comunicação); e (iii) as atividades empreendedoras anteriores (e.g. soluções desenvolvidas anteriormente, gerando novos empreendimentos e abrindo novos horizontes para outras oportunidades).

A identificação da oportunidade de negócio tem sido apontada como uma das principais motivações do empreendedor. Os *gaps* nos mercados constituem-se como oportunidades para a ação empreendedora e obtenção de ganhos, constituindo-se como uma importante fonte de criação de novos negócios (Cohen & Winn, 2007). Adicionalmente, as crises sociais e ambientais proporcionam a identificação de oportunidades, potenciando os fatores e as motivações para a criação de valor económico (Kirzner, 1973; Shane, 2000).

No processo de identificação de oportunidades, requer-se, não apenas informação prévia (e.g. Kaish & Gilad, 1991), mas também propriedades cognitivas que possibilitem uma avaliação e reconhecimento da oportunidade (Shane & Venkataraman, 2000). Para Roberts (1991), é importante identificar as informações anteriores, adquiridas a partir da experiência, da educação ou das redes. Estas, por sua vez, vão influenciar as capacidades cognitivas de compreensão, extrapolação, interpretação e aplicação das mesmas por parte do empreendedor. Nesta dinâmica, os empreendedores desenvolvem competências ao longo da sua vida que os induzem a criar novos negócios.

Assim, o empreendedor precisa de um conjunto privilegiado de informações que indiquem a existência de potenciais lucros, emanantes da aparente oportunidade (Casson, 2005). Shane (2000), por sua vez, argumenta que existem três dimensões sobre o conhecimento anterior do empreendedor, que são importantes na descoberta de oportunidades, entre elas os mercados, as formas de atendimento ao mercado e a procura do consumidor. Deste modo, o empreendedor deve ter conhecimento, não apenas sobre a existência de uma necessidade, mas também sobre quais os meios em satisfazê-la.

Contudo, outros autores discordam da ideia de Shane (2003), no que concerne às capacidades cognitivas superiores dos empreendedores que lhes permitem prever oportunidades num mundo incerto (Chiles, Bluedorn, & Gupta, 2007; McMullen & Shepherd, 2006). Outros autores referem ainda que as oportunidades podem ser contruídas (Dimov, 2011; Gartner, 2014).

Uma outra distinção relevante neste campo é a levada a cabo pelo GEM, a qual argumenta que normalmente os indivíduos podem ser levados ao empreendedorismo por dois motivos distintos, nomeadamente: (i) a necessidade; ou (ii) a oportunidade. Estas motivações permitem classificar o empreendedor em duas diferentes categorias: os empreendedores por necessidade ou os empreendedores por oportunidade. Na generalidade, os empreendedores por necessidade representam o grupo das pessoas envolvidas com o empreendedorismo por não ter outra opção de trabalho; já os

empreendedores por oportunidade constituem a parcela dos indivíduos envolvidos com o empreendedorismo, não pela ausência de outra opção de trabalho, mas por terem identificado uma oportunidade de negócio que pretendem perseguir. Alguns autores (c.f. Reynolds, Bygrave, & Autio, 2002) reforçam ainda que os empreendedores movidos por oportunidade são capazes de melhor escolher um empreendimento entre as várias opções possíveis de carreiras.

Por sua vez, os empreendedores por necessidade são indivíduos que, muitas vezes, não têm condições de se inserir no mercado formal de trabalho (e.g. Sivapalan & Balasundaram, 2012), sendo a única alternativa a atividade empreendedora como forma de criar o próprio emprego e as suas fontes de rendimento. Como reforçado por Reynolds, Bygrave, & Autio (2002), estes empreendedores distinguem-se dos que são movidos pela busca de oportunidades, no sentido em que são forçados a iniciar os seus próprios negócios devido à inexistência de outras opções no mercado de trabalho ou porque as existentes são insatisfatórias. No entanto, o empreendedorismo por necessidade e por oportunidade não são necessariamente incompatíveis. Um empreendedor por necessidade pode desenvolver o seu negócio com base na deteção da oportunidade. Em Portugal, por exemplo, em 2013, cerca de 75% dos empreendedores *early-stage* criam negócios motivados pela oportunidade, 21.4% motivados pela necessidade, sendo que os restantes 3.5% alegam uma combinação de motivações para a criação da empresa ou negócio, valores semelhantes aos da média das economias orientadas para a inovação (GEM Portugal, 2013).

Em suma, existem os empreendedores que são motivados por uma oportunidade detetada e os empreendedores movidos pela pressão do desemprego, ou outras condições adversas, ou ainda, embora em menor escala, empreendedores motivados pela combinação de ambas as motivações.

Incentivos

O financiamento do empreendedorismo ou apoios financeiros referem-se à disponibilidade de recursos financeiros para criação de negócios. Um dos aspetos mais difíceis de criação e crescimento dos negócios é a obtenção do capital inicial, devendo ser consideradas fontes de financiamento externas sob a forma de capital próprio e/ou alheio.

O capital inicial normalmente é obtido de indivíduos (família, amigos ou investidores individuais privados chamados de *business angels*), representando cerca de 80% do financiamento inicial na maior parte dos países,

sendo uma combinação de capitais próprios e alheios (Gibbons, Hisrich, & DaSilva, 2015). De facto, Denis (2004) refere três principais fontes de financiamento de capital externo, nomeadamente os investidores empresariais, *business angels* e fundos de capital de risco. Uma vez que o acesso ao financiamento é essencial para iniciar ou expandir um negócio, a União Europeia fornece financiamento para pequenas empresas de diversos modos, não apenas por subvenções ou empréstimos, mas também por financiamento a projetos específicos.

Existem ainda outras fontes de financiamento, designadamente, *leasing*, *renting*, *factoring*, garantia mútua, descobertos contratados, entre outras. Outras fontes de financiamento emergem, e alguns autores defendem o *financial bootstrapping* como uma alternativa viável, descrito por Schinck e Sarkar (2012) como uma forma de obter financiamento através de métodos menos convencionais e exigentes.

O *bootstrapping* é uma forma de financiamento não convencional que inclui um conjunto de técnicas e fontes alternativas de financiamento para dar suporte às atividades no negócio. Segundo Winborg e Landström (2000), existem seis tipos diferentes de *bootstrapping*, especificamente: (i) atrasar os pagamentos, o que implica a negociação das condições do crédito com os fornecedores, com o objetivo de aumentar o prazo médio de pagamento e reter o capital mais tempo; (ii) minimizar as contas a receber, ou seja ter clientes que paguem o mais rápido possível, preferencialmente antes da data de entrega dos bens e serviços; (iii) minimização de investimentos, nomeadamente através de aquisição de equipamentos usados ou à contratação de pessoal temporário; (iv) utilização de recursos da família e amigos, e com um pagamento mensal baixo; (v) acordos de cooperação que podem passar, por exemplo, pela partilha de um espaço físico, bens e equipamentos ou até mesmo de recursos humanos tendo; (vi) subsídios governamentais, quer nacionais, quer provenientes da União Europeia.

Outra forma de financiamento não convencional consiste no *crowdfunding*. Trata-se de um tipo de financiamento que recorre à “multidão” (*crowd*), em que, através de doações via *internet*, é possível o empreendedor conseguir o montante necessário para realizar um projeto.

O *crowdfunding* consiste num apelo aberto, essencialmente através de plataformas electrónicas, para a angariação de recursos financeiros, quer em forma de doações, quer em troca de algum tipo de recompensa e/ou direitos, a fim de apoiar as iniciativas para fins específicos (Belleflamme, Lambert, & Schweinbacher, 2012). Neste modelo, os projetos são disponibilizados em plataformas virtuais para a aprovação, ou seja, *sites* que funcionam como uma

montra dos projetos existentes. Após a aprovação dos mesmos, os projetos são publicados e possuem um objetivo de fundos a ser alcançado. Qualquer pessoa interessada em investir no projeto em questão pode ajudar a realizá-lo. De acordo com o relatório Massolution (2013), os resultados da análise dos dados de 308 plataformas de *crowdfunding* em todo o mundo evidenciam que o *crowdfunding* tem vindo a assumir uma relevância crescente. Trata-se de uma alternativa que tem vindo a ser muito utilizada, com maior incidência na Europa e na América do Norte. Embora inicialmente a utilização do *crowdfunding* estivesse mais focada em doações, empréstimos e recompensas, regista-se que os modelos que oferecem retornos financeiros estão a ganhar importância. Este relatório revela ainda que o *crowdfunding* pode provocar alterações nomeadamente ao nível do papel das instituições financeiras, das políticas dos governos e das formas de inovação das empresas do mundo inteiro.

Na definição de Saraiva (2011), a atividade empreendedora tem o seu início em uma “visão ou sonho” que, por várias etapas de concepção e implementação, se torna em realidade. Um dos fatores necessários para este contexto aplicado (da “visão/sonho”) diz respeito, efetivamente, à envolvente económica e financeira que permitirá averiguar a viabilidade da ideia de negócio. Neste âmbito, torna-se necessária a elaboração do plano de negócio, de orçamentos e análise das possibilidades de financiamento.

Duarte e Esperança (2012) enfatizam a importância dos modelos teóricos de financiamento e *marketing*. Assim, consideram que, na elaboração do plano de negócios, este deve ser estruturado de forma a ajudar os fundadores da nova empresa a tomar decisões e a transformar objetivos abstratos em etapas operacionais concretas, o acesso a incentivos disponíveis no mercado quer por entidades públicas quer privados e também o acesso a recursos externos que o empreendedor não possui, nomeadamente os de natureza financeira. Por último, sendo o empreendedorismo académico e as *spinoffs* criadas no âmbito das IES, o foco de estudo deste livro, iremos de seguida, analisar a questão dos incentivos disponibilizados por estas entidades.

Segundo Acs et al. (2009), a exploração bem-sucedida dos resultados da investigação combinada com a transferência e difusão do conhecimento, estimula o crescimento e a prosperidade nas economias modernas, sendo que a política de empreendedorismo nas IES é justificada, muitas vezes, pela importância chave de difusão do conhecimento na sociedade. Deve sublinhar-se, no entanto, que esta política se baseia numa visão excessivamente mecânica do sistema económico, onde o conhecimento flui dos centros de produção para as empresas, sendo estas consideradas repositórios passivos das invenções criadas nos centros de saber (Henrekson & Stenkula, 2009).

Ora, gastos em Investigação e Desenvolvimento (I&D) não produzem automaticamente mais inovações ou mais empreendedores que iniciam novos negócios. Este é apenas o primeiro passo de um processo sistémico e interativo de inovação e comercialização. No entanto, este processo tem subjacentes riscos e incertezas, tão mais elevados quanto maior o nível de disrupção da inovação introduzida no mercado, sendo estes fatores que justificam os incentivos ao empreendedorismo e, no caso presente, ao empreendedorismo de base académica que pode desempenhar um papel importante na conversão e exploração do conhecimento produzido nas IES (Grilli, 2014; Locket et al., 2005). Nesta perspetiva, iremos, então, identificar e descrever os incentivos e barreiras internas mais relevantes identificadas na literatura e disponibilizados pelas IES, não em termos abrangentes, mas diretamente ligados aos indivíduos, ou seja, a docentes, investigadores ou estudantes. Neste campo, foram identificados como incentivos e barreiras os modelos de progressão na carreira académica, o sistema de recompensas associado a cada mecanismo de transferência de conhecimento e a falta de recursos e capacidades dos investigadores em áreas consideradas vitais para o sucesso do processo de transferência, bem como os instrumentos de apoio à iniciativa empreendedora dos estudantes.

Segundo O’Gorman et al. (2008), os modelos de progressão na carreira académica vigentes na maioria das IES constituem uma barreira, ou pelo menos um desincentivo para a criação de novas empresas, na medida em que valorizam mais a investigação (produção e publicação de artigos), as atividades de ensino ou o envolvimento na gestão académica em detrimento da comercialização do conhecimento, cujo impacto na carreira é bastante limitado ou mesmo completamente ausente.

Desta forma, diversos autores consideram que o sistema académico de recompensas deve ser adaptado para reconhecer e incentivar os esforços que os investigadores fazem na transferência de conhecimentos, através da criação de novos negócios. O sistema académico deve, também, lidar de forma equilibrada com potenciais conflitos entre a progressão na carreira académica, através da investigação/ publicação pela progressão, pela comercialização de propriedade intelectual ou da criação de novas empresas (Fini et al., 2009). Além disso, outros autores sugerem a adoção de medidas de flexibilização do mercado de trabalho académico, com o objetivo de criar maior flexibilidade para os candidatos a empresários académicos, conciliando a sua posição académica com a eventual posição empresarial nascente (Bieńkowska & Klofsten, 2010).

Vohora et al. (2004) sugerem que as principais barreiras que os cientistas têm que enfrentar na apropriação do retorno de novos conhecimentos

economicamente úteis, no caso da criação de *spinoffs* acadêmicas, podem ser classificadas em termos dos recursos e capacidades necessárias que, sendo dinâmicas, variam ao longo do ciclo de vida da empresa. Se, numa primeira fase do ciclo de vida, são cruciais as competências e habilidades mais orientados para a tecnologia onde o cientista (acadêmico) desempenha um papel central, nas fases posteriores as competências de gestão e comerciais podem ser decisivas (Bjornalli & Gulbrandsen, 2010). Significa que os gabinetes de apoio ao empreendedorismo das IES devem estar preparados não apenas os apoios e incentivos na fase de criação da *spinoff*, mas também para dar suporte nas fases posteriores.

No que se refere aos instrumentos de apoio à iniciativa empreendedora dos estudantes, para além do incentivo formal de integração de unidades curriculares obrigatórias ou facultativas nos currículos dos cursos, podem as IES criar estruturas adequadas como, por exemplo: gabinetes de apoio à transferência de conhecimento e ao empreendedorismo; incubadoras próprias ou em parceria; o acesso a laboratórios e outras estruturas de investigação; o acesso a apoios de consultoria especializada, à elaboração do plano de negócios, à formação em gestão ou à realização da prova de conceito. Analisada a importância dos incentivos ao empreendedorismo, iremos, no tópico seguinte, detalhar o papel dos recursos, especialmente nas primeiras fases do ciclo de vida das novas empresas.

Recursos

O reconhecimento da importância dos recursos para explicar o desempenho competitivo da empresa remonta ao trabalho seminal de Penrose (1959) que descreve as empresas como organizações possuidoras de um conjunto de recursos heterogêneos com potencial produtivo, que foram sendo historicamente construídos e acumulados. Posteriormente, Wernerfelt (1984) definiu os recursos de uma empresa como "aqueles ativos (tangíveis ou intangíveis) que estão ligados à empresa de forma semipermanente" (p.172).

Esta ligação semipermanente implica a mobilidade relativa dos recursos. No entanto, esta mobilidade pode ser inibida pela dificuldade de transferência dos recursos entre as empresas, sem custos adicionais (Barney, 1991). Especialmente a curto prazo, as empresas têm dificuldades no desenvolvimento de novos recursos ou capacidades (Teece et al., 1997), sendo que, apenas a médio e longo prazo, o conjunto de recursos pode ser alterado para melhor responder às exigências impostas pela concorrência ou a direção estratégica estabelecida pela equipa de gestão. Nas novas empresas, o recurso

mais valioso, difícil de imitar e de transferir, é o conhecimento e capacidade dos seus promotores.

Para Barney (1991), os recursos da empresa são "todos os ativos, capacidades, processos organizacionais, atributos da empresa, informação, conhecimento, etc., controladas por uma empresa que lhe permitem conceber e implementar estratégias" (p.101). Esses recursos e capacidades incluem os ativos tangíveis e intangíveis, "habilidades de gestão da empresa, processos e rotinas organizacionais, bem como a informação e o conhecimento que controla" (Barney et al., 2001, p. 625).

De acordo com Wernerfelt (1984), mesmo dentro de um grupo estratégico, as empresas são heterogêneas em relação aos recursos estratégicos que cada uma controla. É a singularidade dos recursos de cada empresa que apoia a sua posição competitiva e que confere sustentabilidade à sua vantagem competitiva (Barney, 1991). Nas *start-ups*, esta singularidade é crucial em todas as dimensões do negócio, mas especialmente no que concerne à sua proposta de valor.

Pelo acima exposto, constatamos que o empreendedorismo e os recursos encontram-se, inevitavelmente, associados. Para que o negócio tenha sucesso, é necessária a existência de recursos. Vários autores neste campo de estudo apontam a importância de reunir recursos básicos no começo do empreendimento, tais como o financiamento, as pessoas e as informações (e.g. Shane & Venkataraman, 2000; Vesper, 1990).

Entendendo o empreendedorismo como um processo, no seu início o recurso crítico é o próprio empreendedor ou a equipa de empreendedores (Venkataraman, 1997). As suas expectativas e visão de futuro são fundamentais para a direção estratégica do negócio e seu conseqüente (in)sucesso. Adicionalmente, é o empreendedor fundador do negócio que reúne os recursos e define ações para enfrentar desafios emergentes, tais como o aconselhamento por meio da rede de contactos, a avaliação dos fatores de decisão dos investidores, a definição do modelo de negócio e a elaboração do plano de negócio, o delegar responsabilidades e/ou o estabelecimento de novas políticas. Neste contexto, e como referem Chandler e Hanks (1994), a definição rigorosa dos recursos críticos, no arranque de um novo negócio, é de suma importância. Estes recursos devem ser identificados, reunidos e adquiridos, para atender à nova oportunidade percebida.

Em paralelo, com a responsabilidade primeira que o empreendedor tem, na configuração de novas operações e sistemas organizacionais, sem os recursos adequados, esta tarefa estaria condenada. Deste modo, os novos

empreendimentos ocorrem apenas quando os empreendedores são bem-sucedidos na mobilização de recursos, em resposta às oportunidades percebidas (Aldrich & Fiol, 1994).

Como alguma literatura tem vindo a defender (e.g. Baum & Locke, 2004), o empreendedor deve desenvolver capacidades para adquirir e sistematizar os recursos operacionais, necessários para iniciar e desenvolver uma organização. Portanto, os empreendedores eficazes devem estar aptos a atrair estes recursos. Numa tentativa de sistematizar este tópico, autores como Renzulli e Aldrich (2005) identificaram quatro tipos de recursos relevantes para o crescimento de um empreendimento, a saber: legais, empréstimo, financeiros e aconselhamento de peritos. Por sua vez, para Brush, Green e Hart (2001) os recursos imprescindíveis na implementação de um novo negócio são seis, especificamente: humanos, sociais, financeiros, físicos, tecnológicos e organizacionais.

Os recursos humanos estão mais relacionados com as características do(s) fundador(es), a equipa de gestão e os membros chave entre o pessoal de uma empresa (Mustar et al., 2006), que, no caso das novas empresas, representam o mais importante recurso da empresa. Os recursos sociais referem-se, no essencial, à construção de redes de contactos das *start-ups* com o sistema produtor de conhecimento (universidades e outros), o meio empresarial, as instituições financeiras e outras entidades relacionadas com o negócio. Os recursos financeiros referem-se, em geral, ao montante total e à natureza dos financiamentos da empresa, incluindo dinheiro, empréstimos, subsídios e os lucros não distribuídos (Mustar et al., 2006).

Especificamente para as *start-ups* académicas, as fontes de financiamento incluem, por exemplo, fundos pessoais dos fundadores, financiamento por *business angel*, capital de risco, capital fornecido pela instituição de origem ou por subsídios públicos, entre outros. Os recursos físicos referem-se às instalações, equipamentos, localização e acesso a matérias-primas (Barney, 1991). O acesso a este tipo de recursos nas *start-ups* académicas é também um aspeto crítico colmatado, muitas vezes, através da sua instalação em incubadoras com o apoio da instituição de origem ou de outras entidades públicas (van Geenhuizen & Soetanto, 2009). Os recursos tecnológicos referem-se a todos os ativos e conhecimentos relacionados com os produtos e tecnologias das empresas (Mustar et al., 2006). Integram-se nesta categoria as patentes, licenças, ou outros direitos de propriedade intelectual obtidos para proteger o núcleo de conhecimento e as suas tecnologias (Brush et al., 2001).

Os recursos organizacionais incluem aspetos relacionados com a forma como uma empresa é organizada, nomeadamente, as estruturas de comunicação e de hierarquia, o planeamento, e a coordenação das estruturas e controlo (Barney, 1991; Mustar et al., 2006). Nas *start-ups* académicas, as equipas de gestão de topo (tendencialmente formadas por engenheiros e cientistas, como referido anteriormente) nem sempre integram elementos com competências nos domínios da gestão e comercialização (Ensley & Hmieleski, 2005).

Não obstante este cenário teórico, a literatura tem vindo a evidenciar que os empreendedores, normalmente, tendem a iniciar o seu negócio com poucos recursos próprios (Lechner & Downing, 2003). Por exemplo, tomando o caso das novas empresas baseadas em conhecimento, esses recursos encerram o conhecimento explícito e tácito do próprio empreendedor, como demonstrado nos estudos de vários autores (e.g. Aldrich & Martinez, 2001; Becker, 1975; Westhead et al., 2005). Os demais recursos necessários vão sendo obtidos junto da rede de relacionamentos do fundador.

No que concerne à relação do empreendedorismo com o meio académico, os recursos são também uma área de grande enfoque. Vários autores que têm analisado a universidade empreendedora chamam a atenção para a importância dos recursos, como o capital humano, os recursos financeiros, os recursos físicos e o potencial comercial (e.g. Kirby, 2004; O'Shea et al., 2005; Rothaermel et al., 2007). Os apoios disponibilizados por algumas IES abrangem uma vasta gama de serviços e facilidades, incluindo o acesso a laboratórios e escritórios de forma gratuita, apoio administrativo, acesso a professores e estudantes, apoio de incubação ou rede de contatos e por vezes compras diretas. Compete aos promotores de novas empresas que são *spinoffs* das IES, aproveitar esses apoios e complementar os recursos próprios.

Se focarmos a nossa atenção nas novas empresas que são *spinoffs* das IES, a natureza das suas atividades e o elevado grau de novidade das suas tecnologias, produtos e serviços, implica que tenham que operar num ambiente de elevada incerteza e dinamismo de mercado. A construção de uma base de recursos inicial é uma das tarefas mais desafiadora para um empreendedor ou uma equipa de empreendedores (Brush et al., 2001).

Nos estágios iniciais, e mesmo nos primeiros anos de vida, os recursos detidos pela empresa, são um dos elementos considerados para avaliar o potencial de uma *start-up*, dada a ausência de um histórico anterior (Bathelt et al., 2010). No entanto, não basta deter os recursos adequados pois, por si só, não geram valor para a empresa, interessa também perceber como as novas empresas utilizam esses recursos, ou seja, como podem gerar produtos e

serviços competitivos e a forma como conseguem conquistar e fidelizar clientes (Lockett et al., 2008).

Segundo Lockett et al. (2009), o impacto de cada recurso considerado individualmente sobre a obtenção de uma vantagem competitiva sustentável é limitado. Assim, não prevê uma associação entre cada recurso e o desempenho da nova empresa, sendo que o seu valor só pode ser potenciado quando combinados com outros recursos em bloco. Além disso, alguns investigadores indicam que não são os recursos em si que geram valor para a empresa, mas a sua funcionalidade e a satisfação de necessidades de segmentos do mercado (Foss et al., 2008). Os fundadores das novas empresas têm, portanto, uma tarefa importante na determinação do uso mais criativo e rentável para os seus recursos e das alternativas futuras para o desenvolvimento ou aquisição de novos recursos (Lockett et al., 2009). No entanto, as *start-ups* apenas poderão alcançar vantagens competitivas sobre os concorrentes se forem capazes de os utilizar de forma criativa, inovadora e diferenciadora.

Em suma, no empreendedorismo um fator motivacional está intrincado na vontade e determinação de alocar recursos ao negócio. A disponibilidade dos recursos constitui-se, assim, como uma oportunidade para empreender, sejam eles económicos ou não, de natureza mais ou menos (in)tangível.

Estabilidade do negócio

Na década de 90, os estudos de Birley e Westhead (1992) permitiram identificar algumas motivações dos empreendedores, nomeadamente ao nível da aprovação, da independência, do desenvolvimento pessoal, da segurança e da autorrealização. Efetivamente, a questão da estabilidade do negócio aparece fortemente associada à necessidade de segurança por parte do empreendedor. Segundo estes autores, a necessidade de segurança evidencia-se pela proteção dos perigos e ameaças advindos do meio.

Uma das necessidades do empreendedor é a segurança financeira, na diminuição do desemprego e no aumento dos rendimentos, tendo em conta os elevados riscos dos empreendimentos. Assim, a insegurança emerge no momento em que o empreendedor não consegue superar as circunstâncias impostas pelo mercado, deparando-se com a possibilidade do seu negócio fracassar.

Greiner (1989) advoga que, em qualquer empresa, inicialmente ocorre um período de evolução, de crescimento constante e estabilidade, que se finaliza com uma etapa mais turbulenta. Durante as diferentes fases do ciclo de

vida das organizações, o comportamento do empreendedor é influenciado e provoca alterações na empresa. No entanto, a estabilidade do negócio é o grande objetivo de qualquer empreendedor, não devendo ser descuidado o pressuposto de que as empresas são compostas por pessoas que, também elas, visam atingir os seus objetivos, devendo estabelecer-se um paralelo entre as necessidades do indivíduo e o ciclo de vida das organizações.

Greiner (1989), na sua teoria relativa ao ciclo de vida das organizações, afirma que a grande ambição do empreendedor, seja qual for o seu negócio, é a oportunidade de satisfazer a necessidade de segurança. No início do ciclo, devido ao risco de as metas não serem atingidas como planeado, a necessidade de segurança tem a probabilidade de ser menos satisfeita. Na segunda fase, a da sobrevivência, a segurança tende a ser suprimida, havendo já uma perspetiva de crescimento do negócio. Segundo este modelo, a segurança é proporcionalmente satisfeita de acordo com a saúde financeira da empresa, aumentando na fase da maturidade. A estabilidade do negócio acompanha, assim, a necessidade de segurança que os empreendedores têm ao longo do ciclo de vida organizacional. Esta estabilidade do negócio depende, em grande medida, da capacidade de mitigação de riscos por parte do empreendedor, sejam estes riscos de mercado, de equipa, tecnológicos, culturais ou financeiros.

Conclusão

A instabilidade económica e política é um dos fatores que influencia fortemente o empreendedorismo, quer pelas estratégias socioeconómicas acionadas ou pela legislação produzida, quer pela pressão das taxas de (des)emprego. Autores como Lerner (1994) têm defendido que, apesar das grandes empresas terem sido historicamente responsáveis, na década de 80, pela maioria dos empregos criados nos Estados Unidos, este cenário alterou-se nos últimos tempos. Constata-se que, nas empresas do índice *Fortune 500*, se têm vindo a perder significativamente empregos em algumas áreas, sendo que as empresas com menos de 100 empregados contribuíram com um aumento de 16 milhões de empregos.

Na Europa, os dados da Comissão Europeia (2003) revelam que dois terços do emprego total se encontram nas PME, sendo um terço assegurado por empresas de grande dimensão. Muitas empresas de grande dimensão deslocaram as suas unidades de produção com o objetivo de reduzir o custo da mão-de-obra. Ademais, o declínio dos sectores industriais tradicionais, nas economias mais desenvolvidas, é acompanhado pelo crescimento dos sectores dos serviços e da tecnologia. Presentemente, as principais oportunidades

surgem na criação de pequenas empresas, nas quais o fenómeno das *start-ups* para fornecer produtos e serviços está cada vez mais vincado.

As condições económicas e políticas são importantes variáveis a considerar no que diz respeito às motivações para empreender. O modelo de Bygrave (1989) considera, no contexto social, cultural e político, duas dimensões essenciais: (i) as condições nacionais gerais (grau de abertura ao comércio; tipo de governo; características dos mercados financeiros; grau de tecnologia e I&D; existência de infraestruturas físicas; capacidades de gestão; mercado de trabalho; tipo de instituições); e (ii) o enquadramento das condições para o empreendedorismo (financeiras; políticas públicas; programas governamentais; educação e formação; transferência de I&D; infraestrutura comercial e legal; abertura do mercado interno; acesso a infraestruturas físicas; normas sociais e culturais). Estas duas dimensões condicionam as oportunidades para o empreendedorismo, não apenas ao nível da percepção e da existência efetiva de oportunidades, mas igualmente ao nível do desenvolvimento de capacidades empreendedoras e das motivações para empreender.

Em suma, como notam Duarte e Esperança (2014), existem, neste campo, vantagens associadas ao empreendedorismo tais como a criação de novas empresas (que implica um investimento na economia local), a criação de novos empregos, a promoção da competitividade e o desenvolvimento de ferramentas de negócio inovadoras. Consequentemente, o grau de (inst)estabilidade política e económica potencia (ou não) o empreendedorismo, sendo um forte impulsionador do emprego e do crescimento económico, importante numa economia de mercado marcadamente mais globalizada e competitiva.

Ora, é reconhecido que o empreendedorismo e os empreendedores não irrompem de forma natural e desordenada. Diversos estudos têm mostrado que a atividade empreendedora pode depender da existência de um conjunto de condições e que a criação de ambientes empreendedores e de uma cultura favorável ao empreendedorismo pode ser incentivada por um conjunto de políticas promovidas por uma grande diversidade de atores onde cada qual tem um papel específico a desempenhar.

A identificação de oportunidades constitui-se como um elemento central no processo de criação de novos empreendimentos e tem sido apontada como uma das principais motivações do empreendedor para a criação de novas iniciativas empresariais. Ou seja, a criação de um negócio de sucesso é precedida pelo sucesso no reconhecimento da oportunidade. Neste processo são

importantes as experiências prévias dos indivíduos, as suas qualificações, bem como as redes pessoais e profissionais.

No entanto, mesmo num contexto de identificação e adequada avaliação das oportunidades de negócio, o processo de criação e desenvolvimento do mesmo tem subjacentes riscos e incertezas, tão mais elevados quanto maior o nível de disrupção da inovação introduzida no mercado, sendo que, estes fatores justificam a existência de incentivos ao empreendedorismo que podem ser de natureza financeira ou não financeira. Nas fases iniciais do ciclo de vida dos negócios, os obstáculos são frequentemente difíceis de ultrapassar, sendo desejável a existência de mecanismos de apoio que incentivem o empreendedor a resistir às adversidades do processo. Estes incentivos deverão ser desenhados para responder às necessidades reais dos projetos empreendedores, que podem ser muito diferenciados consoante o contexto em que os mesmos se desenrolam. Veja-se, por exemplo, os incentivos no contexto académico que deverão ter especificidades muito próprias e difíceis de encontrar noutras situações.

Finalmente, outro dos aspetos tratados neste capítulo prende-se com os recursos para empreender. Tem sido amplamente reconhecido e demonstrado por diversos autores que o crescimento e desenvolvimento sustentável dos negócios em início do ciclo de vida, estão muito dependentes da capacidade dos empreendedores angariarem os recursos suficientes e adequados. Com efeito, a construção de uma base de recursos inicial é uma das tarefas mais desafiadora para um empreendedor ou uma equipa de empreendedores e a ausência dessa base de sustentabilidade tem levado muitos empreendimentos ao insucesso. No entanto, não basta deter os recursos adequados pois, por si só, não geram valor para a empresa. Interessa também perceber como as novas empresas utilizam esses recursos, ou seja, como podem gerar produtos e serviços competitivos e a forma como conseguem conquistar e fidelizar clientes, sendo esta, reconhecidamente, uma condição base para o sucesso empresarial.

Referências bibliográficas

- Acs, J. Z., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2004). *Global Entrepreneurship Monitor - 2004, Executive Report*. London: Babson / London Business School.
- Acs, Z., Economidou, C., & Sanders, M. (2009). *Knowledge spillovers from creation to exploitation: a theoretical model with implications for firms and public policy*. Working Papers nº 09-32, School of Economics, Universiteit Utrecht.
- Aldrich, H., & Fiol, C. M. (1994). Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*, 19(4), 645-670.

- Aldrich, H., & Martinez, M. (2001). Many are called, but few are chosen: an evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 25(4), 41-56.
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr., D. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27, 625-641.
- Bathelt, H., Kogler, D., & Munro, A. (2010). A knowledge-based typology of university spinoffs in the context of regional economic development. *Technovation*, 30(9-10), 519-532.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Becker, G. (1975). *Human capital*. New York: Columbia University Press.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.
- Bieńkowska, D., & Klofsten, M. (2010). *Creating entrepreneurial networks: Commercialization of research mobility and collaboration during PhD Education*. R&D Management Conference, Manchester.
- Birley, S., & Westhead, P. (1992). A comparison of new firms in “assisted” and “non assisted” areas in Great Britain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 4, 299-338.
- Bjornalli, E., & Gulbrandsen, M. (2010). Exploring board formation and evolution of board composition in academic spin-offs. *Journal of Technology Transfer*, 35(1), 92-112.
- Brush, C. G., Greene, P. G., & Hart, M. M. (2001). From initial idea to unique advantage. The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Academy of Management Executive*, 15(1), 64-80.
- Bygrave, W. (1989). The Entrepreneurship Paradigm (I): A philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 726-732.
- Bygrave, W. (1997). The entrepreneurial process. In W. D. Bygrave (Eds.), *The portable MBA in entrepreneurship* (pp.1-26). New York: John Wiley; Sons.
- Cantillon, R. (1755). *Essay on the nature of commerce*. London: Transaction Publishers.
- Casson, M. (2005). Opportunity Nexus: A Review of Scott Shane: A General Theory of Individual Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(5), 423-430.
- Chandler, G., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(4), 331-349.
- Chiles, T., Bluedorn, A., & Gupta, V. (2007). Approach to entrepreneurship beyond creative destruction and entrepreneurial discovery: A radical Austrian approach to entrepreneurship. *Organization Studies*, 28, 467-493.
- Cohen, B., & Winn M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49.

- Comissão Europeia (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Comissão das Comunidades Europeias. Disponível em http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0027en01.pdf
- De Bono, E. (1980). *Opportunities*. Middlesex: Penguin.
- Denis, D. (2004). Entrepreneurial finance: an overview of the issues and evidence. *Journal of Corporate Finance*, 10(2), 301-326.
- Dimov, D. (2011). Grappling with the unbearable elusiveness of entrepreneurial opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 57-81.
- Drucker, P. (1993). *Post-capitalist society*. Nova York: Harper Business.
- Duarte, C., & Esperança, J. P. (2014). *Empreendedorismo e planeamento financeiro*. Lisboa: Sílabo.
- Ensley, M., & Hmieleski, K. (2005). A comparative study of new venture top management team composition, dynamics and performance between university based and independent start-ups. *Research Policy*, 34, 1091-1105.
- Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2009). Factors fostering academics to start up new ventures: An assessment of Italian founders' incentives. *Journal of Technology Transfer*, 34(4), 380-402.
- Foss, N., Klein G., Kor, Y., & Mahoney, J. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: Toward a new synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 73-94.
- Gartner, W. (1985). A framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Gartner, W. (2014). Notes towards a theory of entrepreneurial possibility. In E. Chell & M. Karatas-Ozkan (Eds.), *Handbook of research in small business and entrepreneurship* (pp. 25-37). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Gartner, W. B. (1985). A framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- GEM, Portugal (2013). Global Entrepreneurship Monitor. Relatório GEM para Portugal 2013: 2004-2013: *Uma Década de Empreendedorismo em Portugal*. Consórcio que integra a SPI, IAPMEI, ISCTE-IUL e FLAD.
- Gibbons, G., Hisrich, R., & DaSilva, C. (2015). *Entrepreneurial Finance: A global perspective*. California: SAGE.
- Gnyawali, D. R., & Fogel, D. S. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 43-62.
- Greiner, L. E. (1989). Evolution and revolution as organizations grow. In D. Asch & C. Bowman (Eds), *Readings in strategic management* (pp. 373-387). London: Palgrave.
- Grilli, L. (2014). High-tech entrepreneurship in Europe: A heuristic firm growth model and three "(un-) easy pieces" for policy making. *Industry and Innovation*, 21(4), 267-284.
- Henrekson, M., & Stenkula, M. (2009). *Entrepreneurship and Public Policy*. Working Paper nº. 804, IFN - Research Institute of Industrial Economics, Stockholm.

- Holcombe, R. (2003). The origins of entrepreneurial opportunities. *Review of Austrian Economics*, 16(1), 25-43.
- Kaish, S., & Gilad, B. (1991). Characteristics of opportunities search of entrepreneurs: Sources, interests, general alertness. *Journal of Business Venturing*, 6(1), 45-61.
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education and Training*, 46(8/9), 510–519.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, IL: Chicago Press.
- Lerner, J. (1994). The syndication of venture capital investments. *Financial Management*, 23(3), 16-27.
- Lechner, C., & Dowling, M. (2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 15, 1-26.
- Lockett, A., O'Shea, R., & Wright, M. (2008). The development of the resource-based view of the firm: Reflections from Birger Wernerfelt. *Organization Studies*, 29, 1125-1411.
- Lockett, A., Siegel, D., Wright, M., & Ensley, M. (2005). The creation of spin-off firms at public research institutions: Managerial and policy implications. *Research Policy*, 34, 981-993.
- Lockett, A., Thompson, S., & Uta, M. (2009). The development of the resource-based view of the firm: A critical appraisal. *International Journal of Management Reviews*, 11, 9-28.
- Massolution (2013). *Massolution releases 2013, Crowdfunding Industry Report, Professional Services Close-Up*. Disponível em <http://search.proquest.com/docview/1325230232?accountid=38384>
- McMullen, J., & Shepherd, D. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132-152.
- Mustar, P., Renualt, M., Colombo, M., Piva, E., Fontes, M., Lockett, A., Moray, N. (2006). Conceptualising the heterogeneity of research-based spin-offs: a multi-dimensional taxonomy. *Research Policy*, 35(2), 289-308.
- O'Shea, R., Allen, T., Chevalier, A., & Roche F. (2005). Entrepreneurial orientation, technology transfer and spinoff performance of U.S. universities, *Research Policy*, 34(7), 994-1009.
- O'Gorman, C., Byrne, O., & Pandya, D. (2008). How scientists commercialize new knowledge via entrepreneurship. *Journal of Technology Transfer*, 33, 23-43.
- Parreira, P., Pereira, F., & Brito, N. (2011). *Empreendedorismo e motivações empresariais no ensino superior*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Penrose, E. (1959). *The theory of growth of the firm*. Oxford: Blackwell.
- Renzuli, L. A., & Aldrich, H. (2005). Who can you turn to? Tie activation within core business discussion networks. *Social Forces*, 84(1), 323-341.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2002). *GEM Global Entrepreneurship Monitor: relatório de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (Relatório de Pesquisa 2002)*. Recuperado de

- http://www.ibqp.org.br/upload/tiny_mce/Empreendedorismo%20no%20Brasil%202002%20%20Relat%C3%B3rio.pdf
- Roberts, E. (1991). *Entrepreneurs in High Technology: Lessons from MIT and Beyond*. New York: Oxford University Press.
- Rothaermel F., Agung, S., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: A taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691–791.
- Saraiva, P. (2011). *Empreendedorismo - Do conceito à aplicação, da ideia ao negócio, da tecnologia ao valor* (2ª ed.). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Schinck, A., & Sarkar, S. (2012). *Financial Bootstrapping: A critical entrepreneurship skill*. Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Aveiro.
- Schumpeter, J. (1939). *Business cycles: a theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalism process*. Nova York, Londres: McGraw-Hill.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Shane, S., & Eckhardt, J. (2003). The individual-opportunity nexus. In Z. Acs & D. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 161-191). London: Kluwer Academic Publishers.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-227.
- Sivapalan, A., & Balasundaram, N. (2012). Level of entrepreneurial intention of the management undergraduates in the University of Jaffna, Sri Lanka: Scholars and undergraduates perspective. *South Asian Academic Research Journals*, 2(10), 24-42.
- Teece, D. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- Van Geenhuizen, M., & Soetanto, D. (2009). Academic spinoffs at different ages: A case study in search of key obstacles to growth. *Technovation*, 29(10), 671-681.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective. In J. Katz, & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship research, firm emergence and growth* (pp. 119-138). Greenwich, CT: JAI Press.
- Vesper, K. A. (1900). *New venture strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Vohora, A., Wright, M., & Lockett, A. (2004). Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies. *Research Policy*, 33(1), 147-175.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.

- Westhead P., Ucbasaran D., Wright M., & Binks, M. (2005). Novice, serial and portfolio entrepreneur behaviour and contributions. *Small Business Economics*, 25(2), 109-132.
- Winborg, J., & Landström, H. (2000). Financial bootstrapping in small businesses: examining small business managers' resource acquisition behaviours. *Journal of Business Venturing*, 16, 235-254.

NOTAS CURRICULARES

Amaia Yurrebaso Macho

Doutorada em Psicologia pela Universidade de Salamanca e licenciada em Ciências Políticas e Sociologia, especialidade Industrial pela universidade de Deusto de Bilbao e especialista em Gestão de Recursos Humanos pela Escola de Estudo Empresariais de Bilbao (Universidade do País Basco). Técnica Superior em Prevenção de Riscos Laborais, professora e investigadora da Universidade de Salamanca – Faculdade de Psicologia. As áreas de investigação são a Aprendizagem, gestão e desenvolvimento de pessoas nas organizações e a cultura organizacional e grupos de trabalho. Tem sido investigadora principal em 7 projetos nacionais e internacionais e 13 de carácter profissional ou empresarial. É membro do IDEM (grupo de investigação em Inovação e Desenvolvimento Empreendedor) e do CEUSAL (Cátedra de Empreendedores da universidade de Salamanca).

Email: amaiay@usal.es

Amélia Castilho

Doutorada em Ciências de Enfermagem (ICBAS), Mestre em Gestão e Economia da Saúde (FEUC), Especialista em Enfermagem Médico-Cirúrgica (ESENFC). Professora Adjunta na Escola Superior de Enfermagem de Coimbra. Membro da Unidade de Investigação UICISA_E, com participação em vários projetos de investigação e responsável do projeto “Práticas Profissionais e Ambientes de Cuidados Seguros”, áreas na qual tem desenvolvido investigação e orientado várias teses de mestrado e de doutoramento. Membro do Gabinete de Empreendedorismo da ESENFC, corresponsável pela coordenação do projeto PIN a nível local.

Autora e coautora de artigos e capítulos de livros no âmbito da gestão em enfermagem, segurança dos doentes e empreendedorismo no ensino superior.

Email: afilomena@esenfc.pt

Ana Cruz

Doutoranda em Gestão, especialidade de Finanças pela FEP – U. Porto. Equiparada a Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB), na Unidade Técnico-Científica de Ciências Empresariais da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova. Pós-Graduada em Ciências Empresariais - especialidade de Finanças pela FEP – U. Porto. Especialista do Colégio de Especialidade de Contabilidade Financeira da Ordem dos Contabilistas Certificados. Membro do Conselho Técnico do Centro de Estudos e Desenvolvimento Regional (CEDER) do IPCB e Membro da Comissão Coordenadora do Concurso Poliempreeende no IPCB. Coordenação de cursos de Licenciatura em Contabilidade e Gestão Financeira e Técnico Superior Profissional em Gestão Empresarial. Com trabalhos publicados e prémios técnico-científicos nas áreas de Contabilidade, Finanças, Banca e Seguros, Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional. Membro da equipa de projetos de investigação. Prestação de serviços de formação profissional nas áreas de Gestão, Contabilidade, Finanças e Empreendedorismo e consultoria de empresas.

Email: anacruz@ipcb.pt

Anabela Salgueiro-Oliveira

Doutorada em Enfermagem pela Universidade de Lisboa. Professora Adjunta na Escola Superior de Enfermagem (ESENFC). É vice-coordenadora da estrutura TecCare, do eixo de desenvolvimento estratégico da UICISA-E, para investigação experimental e aplicada em tecnologias dos cuidados de saúde. Membro do Gabinete de

Empreendedorismo da ESEnfC. Investigadora da UICISA: E, coordena projeto “TecPrevInf – Transferência de inovação tecnológica para as práticas dos enfermeiros: contributos para a prevenção de infeções” com financiamento no âmbito do Sistema de Apoio à Investigação Científica e Tecnológica (SAICT). É coinvestigadora no projeto “Seringa Duo”, com apoio no âmbito do Sistema de Incentivos à Investigação & Desenvolvimento Tecnológico, Copromoção. É autora e coautora de vários capítulos de livros e artigos científicos nacionais e internacionais no âmbito da terapia intravenosa, cateterismo venoso periférico e prevenção de infeções, assim como de comunicações orais e posters apresentados em congressos nacionais e internacionais.
Email: anabela @esenfc.pt

Carla Cruz

Doutorada em Educação pela ULHT, Mestre em Psicologia – área de especialidade Psicologia do Trabalho e das Empresas pela FPCE-UP, Pós-Graduada em Administração dos Serviços de Saúde e em Administração dos Serviços de Enfermagem, é Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Viseu (IPV). É Vice-Presidente do Conselho Técnico Científico da Escola Superior de Saúde de Viseu e membro do Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde da Unidade I&D do Instituto Politécnico de Viseu e da Unidade de Investigação em Ciências da Saúde: Enfermagem (UICISA: E). É responsável pelo projeto de vocação empresarial (Poliempreende) na ESSV, desde 2009 até ao presente.
Email: ccruz@essv.ipv.pt

Carlos Brandão

Pós-Graduado em Gestão das Organizações e em Gestão de Centros Históricos é 2009 e até ao presente (com interregno entre 2013-2016), a equipa de Coordenação do Projeto Poliempreende no IPVC. Enquanto Adjunto do Secretário de Estado da Alimentação e da Investigação Agroalimentar do XIX e XX Governo Constitucional, desenvolveu funções no âmbito da estratégia de internacionalização do agroalimentar, muito em particular, no domínio de abertura de novos mercados para as empresas Portuguesas, tendo ainda participado na definição e desenho do projeto EMER - Empreendedorismo em Meio Rural. Tem experiência na área da assessoria de imprensa, comunicação e marketing.
Email: carlos.brandao@ipvc.pt

Catarina Alves

Doutorada em Gestão pela Universidade da Beira Interior (Covilhã - Portugal), com atividades de investigação nas áreas de gestão de empresas familiares e empreendedorismo, é autora e coautora de comunicações apresentadas em conferências nacionais e internacionais e revisora de artigos científicos do Journal of Family Business Management e do Social Responsibility Journal. É Professora Adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda e leciona no 1º e 2º ciclo de estudos nas áreas de gestão, empreendedorismo e contabilidade. É professora/investigadora na Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior do Instituto Politécnico da Guarda e participa em diferentes projetos financiados na área do empreendedorismo, tendo sido tutora do Poliempreende em passadas edições. É também membro da Ordem dos Contabilistas Certificados.
Email: calves@ipg.pt

Fernando Valente

Doutorado em Gestão, Mestre em Gestão e Estratégia Industrial e Licenciado em Organização e Gestão de Empresas pelo Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa. É professor adjunto do Instituto Politécnico de Setúbal - Escola Superior de Tecnologia de Setúbal, na área de Ciências Empresariais, há vinte e dois anos. Tem participado em vários projetos internacionais financiados pela UE e em múltiplos eventos relacionados com as áreas de inovação e empreendedorismo. Tem uma experiência profissional na área empresarial, quer como quadro de empresas, quer na criação e gestão de projetos próprios. Foi responsável, no IPS, pela implementação do Projeto Poliempreende entre 2007 e 2011. É autor ou coautor de um livro, de múltiplos capítulos de livros e de artigos apresentados em conferências nacionais e internacionais, com maior incidência nas áreas dos recursos humanos, da inovação e do empreendedorismo.

Email: fernando.valente@estsetubal.ips.pt

Helena Saraiva

Professora Adjunta no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), na Unidade Técnico Científica de Gestão e Economia. Vice-presidente do Conselho Técnico Científico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão e membro do Conselho Geral do IPG. Tem trabalhos científicos publicados na área do Empreendedorismo, Contabilidade, Finanças e Políticas Públicas. Integra vários grupos e projetos de Investigação nas áreas mencionadas.

Email: helenasaraiva@ipg.pt

Jorge Humberto Sampaio

Licenciado em Contabilidade e Administração, pela ESTG – Instituto Politécnico de Bragança, técnico de empreendedorismo na incubadora de negócios do IPB, docente convidado do departamento de economia e gestão da ESTG –IPB; É coautor de artigos e capítulos de livros no âmbito da temática de empreendedorismo; Tem sido corresponsável, no IPB, pelo desenvolvimento do programa Poliempreende desde 2007; Formador certificado para a área da contabilidade; Membro da Ordem dos Contabilistas Certificados; Foi administrador e consultor de diversas sociedades, exerce funções de consultor de empresas para as áreas financeira e de investimento.

Email: hsampaio@ipb.pt

José Hermínio Gomes

Professor adjunto na Escola Superior de Enfermagem de Coimbra. Investigador na UICISA-E, projeto estruturante: Saúde dos Trabalhadores. Doutorando em Enfermagem na Universidade Católica Portuguesa.

Mestre em Saúde Pública pela Faculdade de Medicina da Universidade Coimbra. Licenciado e Especialista em Enfermagem Comunitária. Especialista em Enfermagem pela Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, Instituto Politécnico de Castelo Branco e Universidade de Évora. Trabalhos científicos publicados na área do Empreendedorismo e Inovação, Enfermagem e Saúde dos Trabalhadores. Membro do Gabinete de Empreendedorismo na Escola Superior de Enfermagem de Coimbra, com colaboração no Projeto Poliempreende desde 2010 até ao presente.

E-mail: herminio@esenfc.pt

Leopoldina Alves

Doutorada, Mestre e Licenciada em Engenharia Mecânica pelo Instituto Superior Técnico da Universidade Técnica de Lisboa. É atualmente Professora Coordenadora no Departamento de Engenharia Mecânica da Escola Superior de Tecnologia Mecânica (ESTG) do Instituto Politécnico de Leiria (IPL), onde leciona desde 1997. Foi Diretora Executiva da OTIC (Oficina de Transferência de Tecnologia e Conhecimento do IPL) e foi, desde 2010 até 2018, Diretora do Centro de Transferência e Valorização do Conhecimento do IPL (CTC). É membro da Comissão Científica do Curso de Engenharia Mecânica, do Curso de Mestrado em Engenharia Automóvel e Mestrado em Engenharia Mecânica – Produção Industrial da ESTG do IPL. Desde 2007 até ao presente tem sido a responsável, no IPLeiria, pela implementação do Projeto Poliemprende. Participa em diversos projetos cofinanciados de promoção do empreendedorismo. Participou em vários júris de provas de Mestrado e Doutoramento, coordenou e realizou vários cursos, formações, workshops e seminários nos domínios do empreendedorismo, transferência de tecnologia e propriedade industrial. Foi júri de diversos concursos de Ideias de negócio e planos de negócio. É autora ou coautora de diversos artigos em revistas internacionais, revistas nacionais e atas de conferências, bem como capítulos de livros. Tem exercido funções de revisor de artigos científicos em revistas internacionais. É inventora de duas patentes nacionais na área da Engenharia Mecânica.

Email: leopoldina.alves@ipleiria.pt

Liliana B. Sousa

Doutorada em Psicologia Forense pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra. Mestre em Avaliação Psicológica, Aconselhamento e Reabilitação pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra. Especialista em Psicologia Clínica e da Saúde pela Ordem dos Psicólogos Portugueses (Especialidades avançadas em Neuropsicologia e Psicologia da Justiça). Foi Bolseira de Doutoramento da Fundação para a Ciência e Tecnologia e tem colaborado em diversos projetos de investigação no âmbito da adaptação, validação e normalização de instrumentos de avaliação psicológica para a população portuguesa. É autora e coautora de artigos e capítulos de livros no âmbito da avaliação neuro psicológica. Tem experiência clínica e formativa de avaliação neuro psicológica em contextos clínicos e forenses, bem como em reabilitação neuro psicológica. Presentemente, integra o projeto “Seringa DUO: Dispositivo inovador para administração endovenosa” (POCI-10-0247-FEDER-017604), onde desenvolve atividade científica no âmbito da investigação clínica com dispositivos médicos.

E-mail: baptililiana@esenfc.pt

Lisete Mónico

Docente da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra desde 1999, onde leciona disciplinas de Metodologia da Investigação e de Psicologia Social e orienta teses de mestrado, doutoramento e pós-doc. Atual coordenadora das Relações Internacionais na Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra e investigadora no Instituto de Psicologia Cognitiva, Desenvolvimento Humano e Social (IPCDHS - unidade de I&D, FCT). Doutorada em Psicologia Social pela Universidade de Coimbra (2010), concluiu o Mestrado Europeu em Psicologia Social na Universidade do Porto (2003) e o Diploma de Estudos Avançados em Psicologia Social na Università degli Studi di Bari (2001).

Recebeu 4 prémios. Participa em diversos projetos de investigação. É autora de livros, capítulos de livros e publicações em revistas com fator de impacto e outras revistas científicas com revisão por pares.

Email: lisete.monico@fpce.uc.pt

Lúcia Pato

Doutorada em Turismo (2012) pela Universidade de Aveiro, Mestre em Engenharia Agronómica (2015) e em Gestão do Desenvolvimento Rural (2004) pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e licenciada em Engenharia Agrícola (1998) pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. É Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Viseu (IPV), lecionando entre outras, as disciplinas de Empreendedorismo, Gestão & Marketing e Turismo em Espaço Rural. A par da sua atividade de docência na Escola Superior Agrária e na Escola Superior de Tecnologia do IPV, desde 2010 é coordenadora na ESAV do programa Poliempree. Integra o Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde (CI & DETS) do IPV e a Unidade de investigação em Competitividade, Governança e Políticas Públicas (GOVCOPP) da Universidade de Aveiro. Lúcia Pato participou de diversas conferências nacionais e internacionais relacionadas com o Empreendedorismo. É autora e coautora de diversas publicações sobre empreendedorismo a nível nacional e internacional. Entre 2010 e 2013 foi membro e responsável regional do projeto de investigação coordenado pela Universidade de Aveiro e financiado pela FCT (“The Overall Rural Tourism Experience and Sustainable Local Community Development”), focando parte da investigação nos comportamentos empreendedores dos agentes da oferta turística. Integra a equipa do projeto de investigação do IPV “Línguas Estrangeiras e Empregabilidade”. Os interesses de investigação incluem o empreendedorismo e o empreendedorismo rural, o turismo rural, o marketing e o desenvolvimento sustentável de comunidades rurais.

Email: mljesus@esav.ipv.pt

Margarida Piteira

Doutorada em Sociologia Económica e das Organizações, pelo Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG) da Universidade de Lisboa (UL); e, Mestre em Comportamento Organizacional, pelo Instituto Superior de Psicologia Aplicada. Professora Adjunta Convidada no ISCAL/IPL; e, investigadora no SOCIUS (Centro de Investigação em Sociologia Económica e das Organizações) /CSG (Consórcio de Investigação em Ciências Sociais e Gestão) do ISEG/UL. Tem lecionado nas áreas da Gestão de Recursos Humanos, Comportamento Organizacional e Metodologias de Investigação, em diversas universidades públicas e privadas. É também consultora na área de Comportamento Organizacional. Autora de livros, capítulos de livros e artigos nas áreas da inovação, conhecimento e criatividade.

Email: margarida_piteira@hotmail.com

Marina Montezuma Vaquinhas

Professora Especialista na Área Científica de Enfermagem, Mestre em Saúde Escolar pela Faculdade de Medicina de Lisboa. Especialista em Enfermagem Comunitária. Professora Adjunta na Unidade Científico-Pedagógica de Enfermagem de Saúde Pública, Familiar e Comunitária, da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra (ESEnfC). Membro da Unidade de Investigação em Ciências da Saúde: Enfermagem da ESEnfC, membro do Gabinete de Relações Nacionais e Internacionais e membro do

Gabinete de Empreendedorismo da Escola Superior de Enfermagem de Coimbra. Integra o Grupo de “Divulgação da Escola e Escola Aberta: Ver para Querer”. Membro da Direção da Delegação Centro da Fundação Portuguesa de Cardiologia. Coordenadora de alguns projetos de extensão à comunidade (Programa 5 ao dia, Saúde sobre rodas e Saúde com afetos). Tem participado na organização de diversos eventos na área do Empreendedorismo e Inovação.

Email: montezuma@esenfc.pt

Marisa Cebola

Doutorada em Ciências da Vida, Especialidade de Fisiologia pela FCM-UNL, 2014; Mestrado em Nutrição Clínica, pela FM-UL, 2017; Professora Adjunta a tempo integral da Licenciatura em Dietética e Nutrição, da Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa – Instituto Politécnico de Lisboa, 2007 (Assistente de 2003 a 2007 a tempo integral); membro do Conselho de Mestrado em Nutrição Clínica, 2017 (parceria da FM-UL com a ESTeSL_IPL) e membro do Conselho de Curso da Licenciatura em Dietética e Nutrição da ESTeSL-IPL. Professora TTT de Cursos LLL da ESPEN – European Society for Clinical Nutrition and Metabolism, 2011. Rede Académica das Ciências da Saúde da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa – RACS-CPLP (RACS), 2016. Integra Projetos de Cooperação com o Ministério da Educação/Ministério da Saúde de Angola, Moçambique e Timor – Leste. Integra a Comissão Coordenadora do Centro de Investigação em Saúde e Tecnologia da Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa (H&TRC – ESTeSL), 2018 e Coordena a Área de Investigação de Gerontologia e Saúde Geriátrica da Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Lisboa (2GHRG – ESTeSL), 2016. Participa em diferentes projetos financiados na área da Nutrição e Gerontologia e Saúde Geriátrica. É autora e coautora de comunicações orais e posters apresentados em congressos nacionais e internacionais, na área da Nutrição. É preleitora convidada em congressos e encontros científicos nacionais e internacionais na área da Nutrição. É detentora de prémios de comunicações orais e posters em congressos nacionais e internacionais. Membro da Ordem dos Nutricionistas, 0387N.

Email: marisa.cebola@estesl.ipl.pt

Pedro Parreira

Pedro Miguel Dinis Santos Parreira é professor adjunto na Escola Superior de Enfermagem de Coimbra. Doutorado em Gestão, especialidade em Organização e Desenvolvimento de Recursos Humanos pelo ISCTE e pós doc em Enfermagem pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Publicou 9 livros e vários artigos em mais de 40 revistas internacionais e nacionais. Leciona várias unidades curriculares nomeadamente Gestão e Empreendedorismo. É professor convidado de várias universidades internacionais. É membro da unidade de investigação UICISA:E. Tem PI registada e vários pedidos de patentes submetidos. Investigador em três unidades de investigação internacionais. É coordenador do Gabinete de Empreendedorismo da ESEnfC com mais de 19 projetos premiados na área da inovação e é coordenador executivo do Tec Care da UICISA:E com vários projetos financiados: Portugal2020, SAICT. POCTEP-4IE, ERASMUS KA2. Orienta/orientou mais de 30 mestrados, doze doutoramentos (nove já defendidos) e três pós doc, também na área da inovação e empreendedorismo. Consultor pela CESO para o Ministério da Saúde de Angola.

Email: parreira@esenfc.pt

Rosa Melo

Pós-Doc “Cuidar com Humanidade”, pela Unidade de Investigação em Ciências de Enfermagem (UICISA:E) da ESEnfC em cooperação com a Universidade Federal de São Paulo, Brasil. Doutoramento em Enfermagem especialização em Gestão de Unidades de Saúde, pela Universidade Católica Portuguesa. Mestre em Ciências da Educação, especialização em Pedagogia Universitária, pela Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade de Coimbra. Professora Adjunta na ESEnfC, na Unidade Científica Pedagógica de Enfermagem Fundamental. Foi membro do Conselho Pedagógico da ESEnfC. Integra o Gabinete de Empreendedorismo da ESEnfC e o projeto Poliempreende. É investigadora principal do projeto estruturante “Implementação da Metodologia de Cuidado Humanidade” inscrito na UICISA:E da ESEnfC. Integra o Instituto de Gineste-Marescotti em Portugal (IGM-Portugal), exercendo funções de formadora e de Diretora de Investigação. Publicou um livro, vários capítulos de livro e artigos científicos em revistas nacionais e internacionais. Realizou várias comunicações a nível nacional e internacional sobre liderança, empreendedorismo e a Metodologia de Cuidado Humanidade.

Email: rosamelo@esenfc.pt

Sara Proença

Doutorada em Economia pelo ISEG/Universidade de Lisboa, na área de especialização da Economia da Energia e Ambiente. A sua tese, intitulada “Impact Assessment of Energy and Climate Policies: A Hybrid Bottom-up General Equilibrium Model (HyBGEM) for Portugal”, foi distinguida com o prémio António Simões Lopes - Melhor Tese de Doutoramento na área das Ciências Económicas e Empresariais. Mestre em Economia Aplicada pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e licenciada em Economia pela mesma Universidade. Professora adjunta na Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Coimbra, onde leciona nos domínios da economia, gestão e empreendedorismo. Orientadora e arguente de diversos trabalhos de fim de curso. Investigadora integrada do Centro de Estudos de Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade (CERNAS/IPC). Autora ou coautora de teses, relatórios e artigos científicos, capítulos de livro, comunicações e palestras. Participação em projetos de investigação nacionais e internacionais. Arbitragem de diversos artigos científicos. Coordenadora, no Instituto Politécnico de Coimbra, do projeto PoliEntrepreneurship Innovation Network (PIN)/Poliempreende. Experiência de consultoria a empreendedores na elaboração e avaliação de projetos de natureza empresarial. Membro de júri de concursos de promoção do empreendedorismo. Formação na área do empreendedorismo, nomeadamente, curso de formadores em empreendedorismo e inovação empresarial, promovido pelo centro UNIAUDAX do ISCTE/IUL; curso de formação de formadores e facilitadores em empreendedorismo, promovido pela GesEntrepreneur; curso P-Start – processos de geração de ideias no apoio a equipas de empreendedores, promovido pelo Instituto Pedro Nunes.

Email: sproenca@esac.pt

Teresa Costa

Maria Teresa Gomes Valente da Costa, doutorada em Gestão. É Pós-doutorada em Gestão pela Universidade de São Paulo na área de Empreendedorismo e Capital Social. Professora Adjunta no departamento de Economia e Gestão do Instituto Politécnico de Setúbal onde leciona e é responsável por diversas unidades curriculares de gestão, empreendedorismo e inovação. Professora convidada da Universidade de São Paulo – Brasil onde leciona e é responsável pela disciplina de Empreendedorismo e

Inovação no Programa de Doutoramento em Administração. Professora convidada em diversas universidades europeias onde tem colaborado na leção de unidades curriculares em programas de licenciatura, mestrado e doutoramento. É diretora do Mestrado em Ciências Empresarias. Membro integrado do Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CiTUR) e participa em vários projetos cofinanciados de empreendedorismo e inovação. Exerceu diferentes cargos de gestão em contextos internacionais, nomeadamente na Philips Portuguesa e no Grupo Sonae. É autora de capítulos de livros e vários artigos publicados em jornais e revistas nacionais e internacionais e membro de vários projetos de investigação nacionais e internacionais. Integra diversas comissões científicas de conferências, jornais e revistas internacionais e júris de avaliação de concursos de ideias e outros, nacionais e internacionais, na área do empreendedorismo.

Email: teresa.costa@esce.ips.pt

Teresa Felgueira

Doutorada em Gestão, especialização em Marketing e Empreendedorismo pela UBI; Mestre em Ciências Empresariais, especialização em Gestão, Estratégia e Desenvolvimento Empresarial pelo IUL – ISCTE; e Licenciada em Gestão, ramo Gestão de Empresas pela UBI. Atualmente, Professora Adjunta e Diretora do Curso de Mestrado em Marketing e Comunicação do IPG, leciona no Mestrado de Marketing e Comunicação e nas Licenciaturas de Marketing, Design de Equipamento, Gestão e Gestão de Recursos Humanos, nas áreas de Marketing e Empreendedorismo. Com trabalhos científicos publicados, é também autora e co-autora de comunicações orais apresentadas em congressos nacionais e internacionais, na área do Marketing e Empreendedorismo. Participa em projetos cofinanciados de promoção do empreendedorismo. Formadora Certificada pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua com o registo CCPFC/RFO-22273/07; e pelo Instituto do Emprego e Formação, com o Certificado de Aptidão Profissional nº. EDF 32647/2004 DC.

Email: tfelgueira@ipg.pt

Teresa Paiva

Doutorada em Gestão, especialidade em Marketing pelo IUL – ISCTE, é Professora Adjunta no Instituto Politécnico da Guarda (IPG), na Unidade Técnico Científica de Gestão e Economia. É diretora da Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior do IPG, unidade de gestão de investigação da instituição, e responsável pela promoção do empreendedorismo e inovação. Com trabalhos científicos publicados na área do Marketing, Empreendedorismo e Inovação, tem sido a responsável, no IPG, pela implementação do Projeto Poliemprende desde 2005 (com um interregno em 2009) até ao presente. Tem um pós graduação em Direção de Aceleradoras e Incubadoras pela Universidade de Salamanca e é formadora certificada em Administração Comercial e Empreendedorismo. Coordenadora nacional do projeto PIN e participa em diferentes projetos cofinanciados de promoção do empreendedorismo, colabora com a Portugal Ventures e outras entidades na avaliação de projetos de empreendedorismo. Experiente na área de consultadoria de Marketing e Inovação.

Email: tpaiva@ipg.pt

O Projeto PIN ao nascer da sequência do trabalho desenvolvido pela rede politécnica para o empreendedorismo e promoção do espírito empresarial, projeto Poliemprende, ao longo de 15 anos, do seu autodiagnóstico e reflexão estratégica, necessariamente tinha de definir como uma das suas atividades o desenvolvimento de estudos científicos que permitissem à rede politécnica analisar o trabalho desenvolvido em diferentes perspetivas e assim redefinir-se, melhorar e proporcionar um apoio mais direcionado para as necessidades empreendedoras, não só dos seus estudantes, como dos indivíduos que procuram as IES para orientação e suporte.

O livro sobre as Competências e Motivações para Empreender enquadra o projeto PIN/Poliemprende no contexto europeu e de ensino superior, analisando as políticas europeias para a educação em empreendedorismo, o perfil do empreendedor, avaliando o seu potencial, as competências empreendedoras a desenvolver, o impacto que as instituições de ensino politécnico têm nessas competências, como promover ambientes e oportunidades, recursos e iniciativas que os ajude a desenvolver e implementar os seus projetos, o que os motiva e quais as diferentes motivações de acordo com as áreas científicas. Realizaram-se estudos empíricos que suportam toda a reflexão e conclusão e permitiu encontrar um suporte para se ter uma visão integrada e integradora da "Instituição de Ensino Superior Empreendedora" que pretendemos ser, e que só é possível conhecendo as aspirações empreendedoras dos estudantes.

cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional