



ESCOLA SUPERIOR DE **COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Promoção do empreendedorismo nas escolas – impacto da *Junior Achievement*
Portugal, Associação Aprender a Empreender

Mestranda: Carla Sofia Laranjeira Marques da Silva

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM PUBLICIDADE E MARKETING

Orientador: Dr. Paulo Farias Rodrigues

Novembro, 2014

Education is the most powerful weapon which you can use to change the world

Nelson Mandela

Most of what you hear about entrepreneurship is all wrong. It's not magic; it's not mysterious; and it has nothing to do with genes. It's a discipline and, like any discipline, it can be learned.

Peter F. Drucker

Declaração anti-plágio

Declaro ser autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Publicidade e Marketing, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Resumo

Cada vez mais estudadas, as relações entre marketing e empreendedorismo são inquestionáveis e o atual contexto do ambiente macroeconómico associado à fragilidade da situação económica de Portugal impõe uma explosão de ações de promoção do empreendedorismo associadas a uma educação para o empreendedorismo, onde a escola pode ter um papel determinante.

Focando-se no Programa *A Empresa* - da *Junior Achievement Portugal* (JAP), Associação Aprender a Empreender (congénere portuguesa da *Junior Achievement* – a maior e mais antiga organização mundial educativa, sem fins lucrativos) este projeto de investigação permite compreender a relação entre a promoção do empreendedorismo nas escolas e a promoção da mudança social na ótica do marketing, bem como avaliar o impacto que a realização destes programas tem nos seus públicos: numa primeira dimensão, o público-alvo dos programas, os alunos e numa segunda dimensão de análise, os voluntários e as empresas associadas.

Considerando a orientação empreendedora, um conjunto multidimensional de competências dos indivíduos empreendedores até aqui explorado apenas do ponto de vista organizacional, verificamos que o contacto com atividades empreendedoras ao longo do percurso escolar facilita a consolidação da orientação empreendedora dos indivíduos, essencial no atual contexto competitivo do mercado de trabalho.

Esta investigação reflete ainda sobre o papel dos negócios na sociedade e o impacto do voluntariado e da cidadania corporativa no apoio ao desenvolvimento de competências entre os jovens. Refletindo sobre o seu papel na sociedade e sobre o impacto que a sua ação pode ter na comunidade, na educação e nos jovens, as empresas têm oportunidade de responder também aos desafios internos relacionados com a responsabilidade social e cidadania corporativa.

Metodologicamente, a investigação é de natureza exploratória quantitativa, tendo a recolha de dados sido feita por via de inquéritos por questionário, aplicados a alunos, voluntários e responsáveis pelas empresas associadas da JAP.

Palavras-chave: empreendedorismo, educação, marketing empreendedor, *Junior Achievement*, orientação empreendedora

Abstract

The relation between marketing and entrepreneurship is unquestionable and the current context of the macroeconomic environment associated with the fragility of the economic situation in Portugal imposes an explosion of actions to promote entrepreneurship and schools must have an important role regarding Entrepreneurship education.

Based on the Company Program - Junior Achievement Portugal (JAP), (Portuguese counterpart of Junior Achievement - the oldest and largest global educational and non-profit organization) this research will enable understanding the relationship between promoting entrepreneurship in schools and promoting social change from the perspective of marketing, as well as assessing the impact that the implementation of these programs have on their audiences: the target of the programs, the students, advisers and the business associates.

Taking into account the entrepreneurial orientation, a multidimensional set of skills of entrepreneurs only explored so far from the organizational point of view, we find that the contact with entrepreneurship activities throughout their schooling years facilitates the consolidation of individuals' entrepreneurial orientation, essential in today's competitive environment of the labor market.

This research also reflects on the role of business in society and the impact of volunteering and corporate citizenship in supporting the development of skills among young people. Reflecting their role in society and the impact that their actions may have on the community, education and youth, businesses also have the opportunity to respond to internal challenges related to social responsibility and corporate citizenship.

Methodologically, the research has a quantitative exploratory nature, with data collection from questionnaire surveys, applied to students, volunteers and JAP affiliates.

Keywords: entrepreneurship, education, entrepreneurial marketing, Junior Achievement, entrepreneurial orientation

Agradecimentos

Agradeço e agradecerei sempre:

ao meu orientador, Paulo Farias Rodrigues, pela infinita paciência e por me mostrar acreditar, mesmo quando eu lhe dava razões para o contrário. Trabalhar com alguém que se admira é mais estimulante e para mim a única forma possível. Sem isso nunca teria conseguido.

à Prof. Sandra Miranda, pelo entusiasmo com que dirige este mestrado e pela ajuda nos momentos cruciais. Foi muito importante neste percurso.

à Professora Cristina Luz que ajudou a desbloquear ideias e se mostrou sempre disponível para colaborar.

aos meus colegas de Mestrado. À Isa Silva, um agradecimento especial – sem ela não teria feito bem muitas coisas. À Rita Apolinário, que ficou para sempre na minha vida.

à Junior Achievement Portugal, cuja descoberta mudou a minha missão profissional.

à Direção e ao *staff* da JAP pelo apoio, pelos dados, pelas dúvidas que me foram tirando. João Pedro Tavares, Erica Nascimento, Pedro Capela e todos os outros que fazem felizes este extraordinário trabalho pela educação em Portugal.

às minhas voluntárias no Programa *A Empresa* – sem vocês, Catarina Oliveira e Filipa Oliveira, estes desafios não teriam sido a mesma coisa. E talvez não tenham percebido, mas ajudaram-me a tomar a decisão de fazer este Mestrado.

à minha escola – sem a Escola Profissional Magestil eu não teria tido um percurso de sucesso nesta área de trabalho.

aos meus colegas de trabalho, que me ajudaram sempre que precisei. E que me aturaram cheia de stress em muitos momentos destes 2 anos. Mais do que um extraordinário grupo de colegas, um grupo de amigas e amigo.

um agradecimento especial à Vera Mendes, que me ajudou a resolver alguns problemas e me desafia sempre a pensar mais sobre as coisas e outro à Vera Nóbrega, pela ajuda num momento importante deste trabalho.

aos meus amigos. *You know who you are.*

à minha irmã.

ao meu pai. aos meus sobrinhos. à minha família. à Rita.

Dedico este trabalho aos meus alunos. Dedico este esforço e esta alegria à minha mãe.

Índice de conteúdos

Introdução.....	1
Capítulo 1 - Enquadramento teórico	5
1.1. O empreendedorismo – campo de investigação	5
1.1.1. Porquê estudar o empreendedorismo?.....	5
1.2. Marketing e empreendedorismo – marketing empreendedor.....	8
1.3. Promoção do empreendedorismo, educação para o empreendedorismo. 11	
1.4. Impacto da educação para o empreendedorismo.....	18
1.4.1. A intenção empreendedora e a orientação empreendedora	18
1.4.2. A função social das empresas na educação para o empreendedorismo	24
Capítulo 2 - A <i>Junior Achievement</i>	28
2.1. A JA Worldwide.....	28
2.2. A JA-YE Europe	31
2.3. A Junior Achievement Portugal, Associação Aprender a Empreender ..	39
2.4. O Programa A Empresa, Company Program	43
Capítulo 3 – Enquadramento metodológico.....	50
3.1. Pergunta de partida, objeto de análise e objetivos	50
3.2. Modelo de pesquisa	50
3.3. Tipo de investigação.....	54
3.4. Recolha de dados, caracterização do instrumento e dimensões de análise	55
Questionário 1 – Alunos.....	58
Questionário 2 – Voluntários	59
Questionário 3 – Empresas.....	60
3.5. Universo	63
3.6. Teste piloto/pré-teste	63
3.7. Amostra	64

3.8. Procedimentos de análise de dados	65
3.9. Avaliação da qualidade do estudo	65
Capítulo 4 – Resultados e Discussão.....	67
4.1. Caracterização da amostra.....	67
Quadro 1. Caracterização sociodemográfica - Alunos.....	67
Quadro 2. Caracterização sociodemográfica - Voluntários.....	69
Quadro 3. Caracterização sociodemográfica - Empresas.....	70
4.2. Análise e discussão de resultados.....	71
Conclusões	94
Limitações e sugestões para investigação futura.....	98
Bibliografia.....	100
Anexos.....	104

Índice de Anexos

Anexo A. Questionário Alunos

Anexo A1. Caracterização Questionário Alunos

Anexo B. Questionário Voluntários

Anexo B1. Caracterização Questionário Voluntários

Anexo C. Questionário Empresas

Anexo C1. Caracterização Questionário Empresas

Anexo D. Resultados Questionário Alunos

Anexo E. Resultados Questionário Voluntários

Anexo F. Resultados Questionários Empresas

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo GEM (adaptado de GERA Report 2012)	22
Figura 2. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> em Portugal.....	44
Figura 3. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> por turmas.....	45
Figura 4. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> por miniempresas.....	45
Figura 5. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> por alunos.	46
Figura 6. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> por professores.)	46
Figura 7. Evolução do Programa <i>A Empresa</i> por voluntários.....	47
Figura 8. Objeto de análise e variáveis: Alunos, Voluntários, Empresas	50
Figura 9. Quadro Europeu de referência para a Educação em Empreendedorismo.	52
Figura 10. Síntese das dimensões de análise.....	54
Figura 11. Dimensões de análise ALUNOS.....	55
Figura 12. Dimensões de análise VOLUNTÁRIOS.	56
Figura 13. Dimensões de análise EMPRESAS.	57
Figura 14. Questionário Alunos. Dimensões temáticas.	59
Figura 15. Questionário Voluntários. Dimensões temáticas.....	60
Figura 16. Questionário Empresas. Dimensões temáticas.	62

Índice de quadros

Quadro 1. Caracterização sociodemográfica - Alunos.....	67
Quadro 2. Caracterização sociodemográfica - Voluntários.....	69
Quadro 3. Caracterização sociodemográfica - Empresas.....	70

Índice de Tabelas

Tabela 1. Identificação das qualidades de um empreendedor. Questionário Alunos.....	71
Tabela 2. Razões para alguém criar o seu próprio negócio. Questionário Alunos.....	73
Tabela 3. Intenção de abrir um negócio no futuro. Questionário Alunos.	74
Tabela 4. Intenção de abrir um negócio no futuro*Género. Questionário Alunos.....	74

Tabela 5. Envolvimento ao longo do Programa. Questionário Alunos.....	75
Tabela 6. Assiduidade ao longo do Programa. Questionário Alunos.....	75
Tabela 7. Avaliação das sessões por preferência. Questionário Alunos.	76
Tabela 8. Impacto da experiência/competências adquiridas. Questionário Alunos.	77
Tabela 9. Avaliação global do Programa <i>A Empresa</i> . Questionário Alunos.	78
Tabela 10. Avaliação e identificação de motivos de interesse do Programa <i>A Empresa</i> . Questionário Alunos.	78
Tabela 11. Possibilidade de recomendação do Programa. Questionário Alunos.	79
Tabela 12. Grau de satisfação com o Programa <i>A Empresa</i> . Questionário Alunos.	80
Tabela 13. Envolvimento e gratificação com o Programa <i>A Empresa</i> . Questionário Voluntários.	81
Tabela 14. Contributo dos voluntários para o desenvolvimento de competências dos alunos. Questionário Voluntários.	82
Tabela 15. Papel da empresa e impacto das ações na comunidade. Questionário Voluntários.	83
Tabela 16. Eficácia das parcerias Empresa/Escolas. Questionário Voluntários.	83
Tabela 17. Importância do investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade. Questionário Empresas.	84
Tabela 18. Eficácia das parcerias Empresas/Escolas. Questionário Empresas.	85
Tabela 19. Atividades de responsabilidade social e corporativa. Questionário Empresas.	85
Tabela 20. Motivos de envolvimento em atividades de responsabilidade social e corporativa. Questionário Empresas.	86
Tabela 21. Identificação de áreas de impacto social. Questionário Empresas.	86
Tabela 22. Relevância do voluntariado na área da educação. Questionário Empresas.	87
Tabela 23. Número de colaboradores envolvidos em voluntariado. Questionário Empresas.....	88

Tabela 24. Frequência das ações de voluntariado. Questionário Empresas...	88
Tabela 25. Tempo disponibilizado para ações de voluntariado. Questionário Empresas.	88
Tabela 26. Reconhecimento interno do voluntariado. Questionário Empresas.	89
Tabela 27. Responsável pelo envolvimento em questões sociais. Questionário Empresas.	89
Tabela 28. Identificação de razões para a promoção do voluntariado. Questionário Empresas.....	90
Tabela 29. Características desenvolvidas através do voluntariado. Questionário Empresas.....	90
Tabela 30. Avaliação do sistema de educação português/desenvolvimento de competências. Questionário Empresas.....	91
Tabela 31. Avaliação do sistema de educação português/desenvolvimento de competências empreendedoras. Questionário Empresas.....	92
Tabela 32. Probabilidade de recomendação da JAP. Questionário Empresas.	92
Tabela 33. Avaliação do impacto JAP para o futuro dos jovens. Questionário Empresas.	93
Tabela 34. Impacto JAP/desenvolvimento de competências. Questionário Empresas.	93

Introdução

As relações entre o marketing e o empreendedorismo têm sido estudadas nos últimos anos. O ambiente macroeconómico adverso e as fragilidades da situação económica de Portugal impõem, de forma inquestionável, uma explosão de atividades empreendedoras e uma educação que vise desenvolver a cultura do empreendedorismo. Até os governos se têm (pelo menos teoricamente) empenhado nisso.

A *Junior Achievement Portugal* (JAP), Associação Aprender a Empreender (congénere portuguesa da *Junior Achievement* – a maior e mais antiga organização mundial educativa, sem fins lucrativos), visa levar às escolas programas que contribuam para o desenvolvimento do empreendedorismo junto de crianças e jovens.

A JAP é uma organização sem fins lucrativos que desenvolve o empreendedorismo, gosto pelo risco, criatividade, responsabilidade, iniciativa e inovação junto das crianças e jovens, através das escolas. A *Junior Achievement Portugal* é financiada por um conjunto de empresas associadas que acreditam que riqueza é sinónimo de educação e pretendem viabilizar junto dos jovens, através de formação, o espírito empreendedor, ajudando a prepará-los para vingarem numa economia global.

A *Junior Achievement* foi criada em 1919 nos E.U.A. Em 1963, a organização lança um centro de operações regional, a *Junior Achievement-Young Enterprise* (JA-YE *Europe*). Atualmente e através de uma rede com mais de 100 000 voluntários na Europa e 330 000 em todo o mundo, a JA fornece programas escolares e extraescolares para alunos dos 6 aos 30 anos. Esta organização está presente em 122 países, dos quais 39 na Europa e chega a mais de 9 milhões de alunos, dos quais 3 milhões são europeus. (fonte: <http://japortugal.org>).

Na atual conjuntura económica global as empresas conhecem poucas fronteiras e é importante que os jovens possam ter, eles próprios, esta experiência, sensibilizando-se para os desafios existentes, bem como para as oportunidades. Um dos objetivos desta investigação passa por tentar compreender de que forma a orientação empreendedora dos indivíduos, enquanto fenómeno comportamental multidimensional, se desenvolve ao longo dos anos através da educação.

Um modelo de educação voltado para este tipo de desenvolvimento pessoal servirá a todos aqueles que queiram desenvolver-se profissional e pessoalmente com um papel ativo na sociedade, movidos pela curiosidade capaz de transformar o mundo. Será esta a missão da escola (de todas as escolas), encontrar formas de contribuir para que os alunos possam, um dia, fazer o que fizerem profissionalmente, mudar o mundo. Cidadãos responsáveis, criativos, críticos, empreendedores, serão cidadãos dotados de capacidades para esse milagre da mudança, capaz de responder aos desafios do mundo atual.

Em 2009, o *World Economic Forum*¹ determina essencial o apoio à educação para o empreendedorismo e produz um relatório que apresenta práticas possíveis para o desenvolvimento de um esforço global nesta área, partindo do princípio de que a educação para o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento de competências, atitudes e comportamentos que são a base para o crescimento económico. Facilitar o acesso e a exposição a práticas que permitem desenvolver o empreendedorismo no âmbito dos sistemas de ensino em todos os níveis é o foco das recomendações deste Relatório. Pôr em contacto estudantes e empreendedores, dentro e fora da escola, de uma forma transversal a todos os níveis de ensino e disciplinas, de uma forma muito prática, é um dos principais objetivos destas recomendações. Esta vertente prática aproxima os estudantes do contexto real de trabalho, do mundo dos negócios, facilitando o acesso da escola ao exterior através da ligação entre o mundo dos negócios e as escolas. Considerando a urgência deste esforço, este Relatório aponta a importância da educação para o empreendedorismo como forma de desenvolver nos jovens as competências necessárias para atender aos desafios globais, aumentar a compreensão sobre a atual situação económica global, legitimando o empreendedorismo com um papel fulcral na educação, que permite construir um novo sistema educativo mais próximo da realidade atual.

As empresas que se empenham na promoção do empreendedorismo contribuem para gerar mais oportunidades e futuros ativos mais competentes e preparados. Esta investigação tenta também compreender de que forma o apoio à educação do empreendedorismo, e a ação da *Junior Achievement Portugal* em particular, tem retorno para as empresas. Encontrar este retorno passa por tentar

¹ *Educating the Next Wave of Entrepreneurs*. Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century. A Report of the Global Education Initiative. World Economic Forum Switzerland, April 2009.

compreender, junto das empresas associadas, que benefícios este investimento tem. E estes benefícios podem ser avaliados através do nível de satisfação dos colaboradores que através dos programas de voluntariado da associação intervêm diretamente neste processo ou ainda a médio e longo prazo ao nível de contratação de futuros colaboradores.

Considera-se que associar estrategicamente uma marca a uma causa social pode gerar reações no consumidor com implicação/influência direta no ato de escolha (Pringle e Thompson, 2000). Estará esta causa do investimento na educação a ser evidenciada pelas empresas que se associam a estas iniciativas? As empresas associadas da JAP reconhecem o retorno social institucional no âmbito dos ganhos sociais – mudanças de comportamentos sociais – contribuindo para a educação de cidadãos mais pró-ativos? – ou este investimento terá também impacto ao nível da produtividade e das pessoas gerando, com ações de voluntariado, maior empenho e motivação dos colaboradores?

Promover a cidadania e o desenvolvimento social é uma preocupação das empresas que se associam a programas desta natureza? Que retorno será este?

Segundo Kotler (1971), o produto social, “product”, desenvolvido numa ONG é a Ideia, o Conhecimento, a Convicção, a Atitude, o Hábito ou o Comportamento que se quer transmitir aos segmentos-alvo para que estes atuem em conformidade. Poderá neste contexto o empreendedorismo ser analisado enquanto “product” das organizações que implementam programas ou estratégias que visam o seu desenvolvimento junto dos jovens? A partir do estudo desta organização, a JAP, uma ONG, poder-se-á tentar compreender o empreendedorismo como um produto social que poderá ser posteriormente replicado na cultura do empreendedorismo das empresas e da sociedade, tentando determinar em que medidas os alunos a replicam de forma consciente.

Visto como um motor de desenvolvimento económico o empreendedorismo tem vindo a ser estudado numa perspetiva organizacional, justificando-se esta investigação pelo facto de se focar na perspetiva individual associada ao comportamento empreendedor que pode ser potenciado pelas experiências de empreendedorismo em contexto escolar.

Assim, nesta dupla vertente, define-se, para esta dissertação a seguinte questão de partida: qual o impacto da promoção do empreendedorismo nos alunos através da ação do Programa *A Empresa* da *Junior Achievement Portugal*? Esta investigação desenvolve-se a partir dos seguintes objetivos: avaliar se o Programa *A Empresa* contribui para o desenvolvimento de uma orientação empreendedora dos alunos, compreender qual a perceção que os voluntários têm sobre o impacto da sua ação nos jovens e como este trabalho pode contribuir para o desenvolvimento das suas próprias competências e determinar que benefícios são obtidos pelas empresas no apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo nas escolas.

Esta dissertação assume a forma de um estudo exploratório e quantitativo, desenvolvido com base na análise dos questionários realizados a 3 públicos diferentes: alunos que realizaram o Programa *A Empresa* promovido pela *Junior Achievement Portugal*, voluntários que apoiaram a implementação deste Programa nas escolas e empresas associadas da JAP.

O trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro refere-se ao enquadramento teórico e apresenta o conceito de empreendedorismo enquanto campo de investigação, passando por uma breve abordagem da relação entre marketing e empreendedorismo, refletindo ainda sobre a promoção e educação para o empreendedorismo e a função social das empresas nesse âmbito. Aborda-se ainda neste capítulo a perspetiva de alguns autores sobre intenção e orientação empreendedora, conceitos fulcrais para esta investigação. O capítulo 2 é dedicado à *Junior Achievement*, apresentando a *JA Worldwide*, a *JA-YE Europe*, a *Junior Achievement Portugal*, *Associação Aprender a Empreender* e o Programa *A Empresa*, *Company Program*, sobre o qual incidirá o estudo quantitativo desta dissertação. O capítulo 3 reflete o enquadramento metodológico desta investigação, cujos resultados são apresentados e discutidos no capítulo 4. Por último, são apresentadas as conclusões e enunciadas as limitações na execução do estudo e possíveis linhas de investigação futura, bem como evidenciada a sua importância.

Capítulo 1 - Enquadramento teórico

O primeiro grande desafio de qualquer trabalho sobre empreendedorismo surge quando se pensa sobre o conceito e a sua abrangência. Até ao início do século em que vivemos faltava a este campo de investigação um quadro teórico que sustentasse a sua inclusão numa área de investigação. A aplicação do conceito faz-se, portanto, apoiada em quadros teóricos existentes noutros campos (o que permitirá porventura a sua apropriação para várias áreas de investigação). As teorias e os métodos utilizados para investigar o empreendedorismo variam de acordo com o domínio de investigação, em que o assunto é objeto de estudo. A natureza da análise influencia a própria definição de empreendedorismo e o nível de importância que desempenha enquanto variável dependente ou independente.

1.1. O empreendedorismo – campo de investigação

Venkataraman (1997) define o campo de investigação do empreendedorismo como a análise de como, por quem e com que oportunidades se criam e exploram novos produtos e serviços. Consequentemente, esta abordagem conduz ao estudo das fontes de oportunidades, o processo de descoberta, avaliação e exploração de oportunidades bem como os indivíduos que descobrem, avaliam e exploram estas oportunidades.

1.1.1. Porquê estudar o empreendedorismo?

Shane e Venkataraman (2000) consideram três razões essenciais: muita informação técnica está incorporada em produtos e serviços (Arrow, 1962) e o empreendedorismo pode ser visto como um mecanismo social que permite converter o conhecimento técnico em produtos e serviços. O segundo aspeto a considerar reside na ideia de que o empreendedorismo é um mecanismo através do qual as ineficiências temporárias e espaciais de uma economia são descobertas e ultrapassadas (Kirzner, 1997). Finalmente, o empreendedorismo pode ser encarado como um dos principais motores de mudança numa sociedade capitalista (Schumpeter, 1934). Shane e Venkataraman (2000) consideram ainda que estudar negócios terá de passar por estudar o empreendedorismo, conceito sem o qual esse campo de estudo estaria sempre incompleto. Esta assunção passará pela ideia de que o empreendedorismo não só é um mecanismo de alavanca de novos negócios como

qualquer negócio terá de se posicionar de forma empreendedora nos mercados em que opera. E quanto mais competitivos os mercados mais urgente essa necessidade.

Não só as relações entre o marketing e o empreendedorismo têm sido estudadas nos últimos anos como o ambiente macroeconómico adverso e as fragilidades da situação económica de Portugal impõem, de forma inquestionável, o crescimento de ações empreendedoras que nos poderão permitir estudar os fenómenos do empreendedorismo em diversas áreas de investigação.

Explorando o conceito urge esclarecer que no âmbito desta investigação empreender não é só criar empresas. Passa pela capacidade de risco, mas também pelo saber fazer. Planear, calcular oportunidades e identificar ameaças, ter capacidade de iniciativa, de forma responsável e racional, conduzirá à capacidade de inovar. Requisitos como estes não afetam só a quantidade mas a qualidade da atividade dos empresários e os modelos de competitividade das empresas.

Para se ser empreendedor é necessário ter oportunidades. Enquanto o reconhecimento de oportunidades é um processo subjetivo, as oportunidades por si só são fenómenos objetivos que indivíduos dotados de determinadas competências serão capazes de reconhecer. O comportamento empreendedor é transitório (Carroll & Mosakowsky, 1987) mas as competências pessoais não. Daí que a escola possa ser um palco privilegiado de desenvolvimento de competências pessoais dos indivíduos.

De acordo com Hisrich (2008), o empreendedorismo é um processo que permite criar algo diferente e com valor, dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais. A satisfação vem a ser não só económica como pessoal.

A literatura relacionada com o comportamento empreendedor enquanto um previsor do sucesso ou do fracasso empresarial é em grande parte baseada nas descobertas relacionadas com as variáveis demográficas e as características dos empreendedores (Nandram e Samsom, 2007). Não tendo ainda sido encontrada uma descrição correta dos traços do perfil do empreendedor bem-sucedido, variáveis demográficas e características psicológicas e comportamentais (Gartner, 1988) tem sido difícil distinguir a importância relativa do indivíduo e dos fatores contextuais, na explicação do desempenho empreendedor (Sorensen, 2008). De acordo com Gartner (1988) a perspetiva da análise não deveria centrar-se nos traços, mas nos

comportamentos. E a educação para o empreendedorismo poderá moldar comportamentos.

Muitos estudos empíricos comprovam que a entrada no empreendedorismo não é determinada pelos incentivos financeiros (Licht e Siegel, 2006), sendo as características pessoais e as atitudes que exercem uma influência na decisão do indivíduo, de se tornar empreendedor (Wagner e Sternberg, 1993).

A palavra empreendedor tem origem francesa (*entrepreneur*) e significa aquele que assume riscos e começa algo de novo. Daí que a atitude empreendedora dos indivíduos seja conotada com a sua capacidade de iniciativa e assunção de riscos.

Explorando as teorias de Schumpeter, Praag (1999) considera que as funções económicas do empreendedor são inovar e liderar, ao mesmo tempo que decide os objetivos da sua organização. O empreendedorismo nas organizações dependeria assim das competências dos indivíduos que as lideram, desempenhando assim a liderança um papel fulcral neste processo.

Drucker (1993) reforça o papel da inovação na ação empreendedora, enquanto fatores-chave para a contínua sustentabilidade dos negócios. Vemos uma vez mais o empreendedorismo associado à inovação. Embora a inovação possa ser encarada como a semente do processo empreendedor (Dornelas, 2008) ele não se esgota aí. O empreendedor é aquele que apresenta determinadas competências e habilidades que permitam criar e desenvolver projetos de sucesso, sejam eles de cariz empresarial ou não.

Cunningham e Lischeron (1991) identificaram as várias escolas do pensamento do empreendedorismo. A escola do “grande homem” acredita no perfil do empreendedor como algo inato no indivíduo, a escola das características psicológicas atribui aos empreendedores valores, atitudes e necessidades que os motivam a aproveitar oportunidades, a escola clássica considera a inovação como característica central do comportamento empreendedor, a escola de gestão focaliza o empreendedor como dono do negócio, a escola da liderança considera o empreendedor um líder e a escola do intra-empreendedorismo, que sugere que características empreendedoras, bem como a inovação, podem ser úteis dentro do ambiente empresarial, independentemente do cargo ocupado. Esta última permite-

nos considerar que o empreendedorismo pode associar-se a motivações individuais dos indivíduos dentro das organizações.

1.2. Marketing e empreendedorismo – marketing empreendedor

O marketing e o empreendedorismo têm sido associados em estudos que procuram reconhecer o marketing empreendedor como uma ferramenta que permite contribuir para o desempenho das organizações. O espírito inovador, associado a ações inovadoras de marketing, são essenciais quer para a inserção quer para a manutenção de pequenas e médias empresas no mercado.

O marketing empreendedor surge assim diretamente relacionado com a realidade dos pequenos negócios. Segundo Stokes (2000), a dificuldade em aplicar as bases do marketing tradicional a esta realidade abriu espaço a esta nova forma de encarar o marketing - utilização de métodos informais e não estruturados para criar produtos diferenciados e inovadores, capazes de competir nos mercados e atingir novos clientes.

Ainda de acordo com o mesmo autor, este será o marketing realizado pelos proprietários de pequenas e médias empresas que podem, assim, ser chamados de empreendedores. E o sucesso destas empresas deriva do perfil do empreendedor, uma vez que é o resultado do seu comportamento, da sua formação e das suas competências.

As pequenas e médias empresas contribuem significativamente para o crescimento económico por serem importantes fontes de inovação e geradoras de emprego (muitas vezes geradoras do primeiro emprego).

Os investigadores consideram que passámos de uma economia de base industrial para uma economia empreendedora (Drost, 2010), baseada na proliferação de pequenos negócios. A importância crescente de pequenas e médias empresas descentraliza a indústria e confirma a crescente dependência do conhecimento como recurso competitivo. A produção em pequena escala e o conhecimento como recurso competitivo são características comuns de empreendedorismo. Em 2012, o tecido

empresarial português era constituído por 96,1 % de empresas com menos de 10 pessoas.²

Desde 1987 a *American Marketing Association* inclui a discussão sobre marketing e empreendedorismo nas suas conferências anuais e o *American Marketing Association's Research Symposium on Marketing and Entrepreneurship* (AMA, 2009) veio dar mais espaço e visibilidade ao tema através de diferentes formas de promoção desta nova área de investigação: o *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, edições especiais de publicações como o *European Journal of Marketing*, *Marketing Education Review* (EUA), *Management Decision* (Reino Unido) e o *Journal of Marketing: Theory and Practice* (EUA), entre outras.

O marketing tem muitas contribuições a oferecer ao estudo do empreendedorismo, assim como o empreendedorismo alinha criatividade e inovação. Criatividade e inovação são conceitos-chave para a compreensão do empreendedorismo. Se a criatividade pode ser vista como a aptidão para pensar de maneira diferente, tendo ideias novas, a inovação é o processo social que permite a deteção de novas oportunidades, pondo a criatividade ao serviço da criação de novos produtos ou métodos que permitam a criação de valor.

O empreendedorismo permite explorar ideias e transformá-las em valor, o que no âmbito do marketing pressupõe a criação de novos produtos ou serviços. Da deteção de oportunidades chega-se à criação de valor.

Reconhecer, descobrir, criar e explorar oportunidades são centrais nos processos empreendedores, sendo centrais para o marketing. Baron e Shane (2007) destacam a existência de características em determinados indivíduos que lhes permitem detetar oportunidades, relacionando a facilidade de perceção e geração de ideias com criatividade, o que se concretiza no reconhecimento da oportunidade. Para que uma nova ideia tenha um potencial lucrativo no futuro, precisa de ser transformada pela criatividade.

Considerado como o marketing praticado por empreendedores no contexto das pequenas e médias empresas, o marketing empreendedor, ao contrário do modelo clássico definido por Kotler em que o processo se inicia com a identificação das

² Fonte: Pordata

necessidades de mercado, parte da inovação (Lima e Zoschke, 2008), alinhando, portanto, as duas dimensões, inovação e criatividade.

Stokes (2000) comparou os dois tipos de abordagem, os princípios tradicionais de marketing e o marketing realizado por empreendedores no contexto das pequenas e médias empresas realçando a ideia de que enquanto no marketing tradicional a orientação para o cliente pressupõe o foco no mercado, vindo em seguida o desenvolvimento de produtos, a abordagem do marketing empreendedor pressupõe a orientação para a inovação, focando-se na ideia, sendo intuitiva a avaliação das necessidades de mercado. Acresce que enquanto nos modelos tradicionais a inteligência de marketing se fundamenta através de pesquisas formalizadas os empreendedores obtêm informações essenciais através da exploração da sua rede de relações.

Gerald E. Hills (2006) pioneiro na criação de uma cadeira de Empreendedorismo numa universidade americana, considera que uma das principais características associadas ao marketing empreendedor relaciona-se com a “oportunidade” ou, mais precisamente, pressupõe a identificação de uma oportunidade, podendo os contextos escolares funcionar como ótimos espaços para a deteção dessas oportunidades. Destaca ainda a criatividade necessária para acompanhar o lado intuitivo do marketing empreendedor. As constantes mudanças em que vivemos e o apoio das novas tecnologias revolucionam a cada dia a forma como pensamos e fazemos as coisas. A criação de novas ideias de negócio vai colocar os empreendedores num contexto em que o estabelecimento de networks, a orientação para a ação e a rapidez de acesso a novos meios de difusão os aproxima dos consumidores e potencia a comunicação permanente com os consumidores.

Qualquer empresa ou organização precisa de colaboradores criativos e empreendedores, uma vez que estes são uma força motriz de inovação, de diferenciação, de criação de valor e de identidade. Assim, falar de empreendedorismo na criação de empresas, de intra-empreendedorismo e de organizações empreendedoras é considerar a existência de uma cultura empreendedora, essencial em contexto de desenvolvimento económico, já que parece ser incontestável existir uma relação direta entre este e o nível de empreendedorismo. A sua promoção é particularmente importante no contexto socioeconómico em que vivemos.

O Empreendedorismo e as competências empreendedoras, nomeadamente a criatividade, a inovação, a resiliência, entre outras, são uma mais-valia para o marketing e o desempenho de qualquer empresa nesta área. O marketing tem de ser, cada vez mais, um marketing empreendedor, principalmente no ambiente dinâmico, mais competitivo e em constante mutação em que empreendedores e empresas estão envolvidos atualmente. (Maritz et al., 2009)

E é este contexto atual que impõe clarificar o que é indispensável à promoção do empreendedorismo ou de uma cultura empreendedora. Um ambiente dinamizador do empreendedorismo deve basear-se e sustentar-se num programa integrado de nível nacional que integre vários atores direta ou indiretamente relacionados com o empreendedorismo, facilitador da comunicação entre os agentes educativos dos vários níveis de ensino e o contexto real. Deste contexto real fazem parte as empresas, entidades que possuam infraestruturas que possam vir a funcionar como incubadoras de ideias ou projetos, associações e outras organizações que se liguem às escolas pontual ou continuamente apoiando-as ao nível da consultoria e apoio técnico.

1.3. Promoção do empreendedorismo, educação para o empreendedorismo

A promoção da educação em empreendedorismo pressupõe a consideração de uma cultura de educação que vê o conhecimento numa perspetiva dinâmica, evolutiva, prática (*aprender fazendo*), em permanente reorganização e adequação ao contexto, voltada para o exterior e para a comunidade. Requer a conceção da aprendizagem contextualizada, a única capaz de detetar oportunidades.

Sexton e Bowman (1984) defendiam, nos anos 80, que a educação para o empreendedorismo tem de ser considerada como uma extensão do empreendedorismo que pressupõe uma relação contínua entre a teoria e a prática. Acreditando que a cultura empreendedora assenta em quatro eixos (saber, saber fazer, saber ser, saber estar), a educação em empreendedorismo, formal e informal, pode ser transversal a todos os ambientes educativos.

Pela sua natureza, o empreendedorismo - ação, inovação, criação de serviços e produtos - tem de fazer parte da educação em geral. Importa que cada aluno desenvolva estas dinâmicas seja em que situação profissional for; por conta própria

ou por conta de outrem; cada um de nós tem de agir, sendo convidado a inovar, e a criar, é chamado, no desempenho da sua profissão, a criar serviços e produtos. E esse perfil pode trabalhar-se em todos os níveis de ensino. As dimensões que caracterizam o empreendedorismo - o espírito de autonomia, de iniciativa, de decisão, de criatividade, de inovação do indivíduo – são dimensões que reforçam a dinâmica educativa (Ciobotaru, 2013).

Reynolds et al. (2002) realizaram um estudo nos Estados Unidos da América acerca do fenómeno do empreendedorismo, recorrendo a dados demográficos para encontrar as características do empreendedor. Entre as principais conclusões deste estudo a educação surge como um fator significativo no empreendedorismo nascente.

Volkman (2004) refere que a educação para o empreendedorismo é importante para a saúde de qualquer universidade e para a economia do próprio país. O trabalho nesta área pode começar bem antes da universidade, nos níveis de ensino que a antecedem.

Em 2009, no Fórum Económico Mundial, debateram-se questões relacionadas com o tema “Educando a próxima onda de empreendedores” e deste debate saem algumas recomendações publicadas num relatório que apela a mudanças nos sistemas educacionais de todo o mundo para ajudar a desenvolver o espírito empreendedor e melhorar a economia global. Este documento (*Educating the Next Wave of Entrepreneurs, Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century*) redigido pela GEI (*Global Education Initiative*) propõe ainda o desenvolvimento de ecossistemas empreendedores (os programas desenvolvidos nas escolas e as parcerias com empresas podem gerá-los) e a importância da educação em empreendedorismo como forma de desenvolver competências, atitudes e comportamentos necessários para criar emprego, gerar crescimento económico, melhorar o bem-estar da sociedade e estimular a inovação para enfrentar desafios globais.

Este relatório aponta para a necessidade de transformação do sistema educacional. Segundo o documento, as instituições de educação em todos os níveis (primário, secundário, superior) devem adotar métodos e ferramentas do século 21, como abordagens multidisciplinares e métodos de ensino interativos para incentivar a criatividade, inovação, pensamento crítico, reconhecimento de oportunidades e

consciencialização social. Este esforço terá de passar também pelo trabalho conjunto entre governos e empresas privadas (escolas e empresas).

Cooney (2010) considera essencial uma aposta forte na educação para o empreendedorismo que conduza ao desenvolvimento de competências empreendedoras desde muito cedo, aproveitando e potenciando características dos indivíduos como a criatividade, a inovação, a capacidade de arriscar, a aptidão para reconhecer e explorar oportunidades, a curiosidade, a propensão para a construção e utilização de redes. Começando cedo podem continuar a explorar-se estas competências ao longo do percurso escolar. A atitude empreendedora deve estar sempre presente no âmbito geral da educação, na educação em geral e não confinada a uma disciplina. Suscitar as capacidades empreendedoras de um indivíduo pode acontecer em qualquer área do saber.

Um modelo de educação em empreendedorismo possível baseia-se na oferta de programas de desenvolvimento de competências empreendedoras. Este será um processo integrado e transversal que responda a quatro perguntas essenciais: o quê? Como? Quem? Onde? (Lamas, 2012):

O quê? Promover comportamentos e mentalidades empreendedoras, incentivando a motivação e a capacidade de liderança, desenvolver a criatividade, a inovação e treinar a capacidade de pensar “fora da caixa”, desenvolver competências de gestão e identificar oportunidades;

Como? Através de práticas pedagógicas de ensino-aprendizagem centradas no aluno que permitam desenvolver projetos multidisciplinares, concursos de ideias, concursos de planos de negócios, recorrendo sempre que possível a práticas de *learning by doing* e proporcionando a interação permanente com contextos reais e sempre que possível com empreendedores;

Quem? Alunos, formandos, professores e formadores de todos os níveis de ensino, gestores e consultores de negócios, mentores e *coaches*;

Onde? No sistema educativo formal e em todos os níveis de ensino (básico, secundário, profissional e superior) de forma transversal a todas as disciplinas; centros e entidades de formação, autarquias, empresas, ONG's.

Diretrizes nacionais e europeias (em 1994 através da *European Round Table of Industrialists*, o Projeto Nacional de Educação para o Empreendedorismo de 2007 e em 2009, no Fórum Económico Mundial) apontam a urgência da promoção do empreendedorismo. As propostas têm como principal objetivo contribuir para a definição de abordagens mais sistemáticas da educação para o empreendedorismo e potenciar o papel do ensino na criação de uma cultura mais empreendedora nas sociedades europeias. A questão central prende-se com a necessidade de fazê-lo de forma transversal, numa perspetiva abrangente e consolidada nos vários níveis de ensino, tendo em conta a complexidade da sociedade atual.

A educação para o empreendedorismo é um processo complexo, que tem evoluído nos últimos anos e cada vez mais se defende a ideia de que os sistemas educativos podem contribuir para promover o empreendedorismo em todos os níveis, desde o primeiro ciclo do ensino básico até à universidade. (Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem, nota da Comissão Europeia, 2006).

Em 2013, no documento redigido pela Direção Geral de Educação, *Educação para a Cidadania*, a Educação para o Empreendedorismo surge como uma das suas linhas orientadoras e “visa promover a aquisição de conhecimentos, capacidades e atitudes que incentivem e proporcionem o desenvolvimento de ideias, de iniciativas e de projetos, no sentido de criar, inovar ou proceder a mudanças na área de atuação de cada um perante os desafios que a sociedade coloca” (pág. 5 do referido documento).

Entre os vários fatores que influenciam o empreendedorismo, nomeadamente, atributos pessoais, fatores contextuais/sociais, família e modelos de referência empreendedores, surge também o ensino/formação. O ensino surge como um dos fatores com maior influência, na medida em que a teoria de que o empreendedorismo seria inato, já não reúne muito apoio entre os investigadores.

O empreendedorismo pode ser promovido através de uma cultura empreendedora, desempenhando o ensino um papel privilegiado a esse nível.

O empreendedorismo e os atributos ou competências dos indivíduos que se lhe associam implicam atitudes que não se requerem apenas àqueles que são os proprietários ou os gestores das empresas. Considera-se uma atitude necessária a todos os trabalhadores e aos cidadãos em geral (Drost, 2010).

Acreditando que a aptidão para o empreendedorismo não constitui um dom inato e natural, não vem inscrita no código genético das pessoas, deve cultivar-se. Desde cedo, nas famílias. Desde cedo, nas escolas.

Porque nem todas as famílias possuirão o capital necessário ao desenvolvimento dessas atitudes cabe à escola esse papel de generalizar a aquisição de atitudes e saberes necessários à inovação e ao empreendedorismo. É na escola que se pode aprender e treinar competências que estimulem uma relação positiva com o risco, permitam saber calcular e identificar oportunidades e ameaças, desenvolvendo ainda a capacidade de iniciativa responsável e racional. Para que cumpra este papel a escola terá de experimentar estratégias de educação para o empreendedorismo abrindo-se ao meio envolvente, voltando-se cada vez mais para o exterior e permitindo aos cidadãos o crescimento saudável nesta sociedade tão competitiva quanto os seus mercados.

A educação para o empreendedorismo tem vindo a conquistar terreno no debate público nos últimos anos, sendo muitas vezes colocada no cerne das questões relacionadas com o futuro das políticas económicas para a competitividade, no contexto global da economia do conhecimento e da sociedade da informação. Assim, empreender pode ser visto como uma forma de encarar a realidade enquanto conjunto de oportunidades de mudança e inovação. (Muofhe, N.J., e Du Toit, W.F., 2011)

Em 1994 a *European Round Table of Industrialists* (ERT), através do seu grupo para as políticas educativas, publicou um documento denominado «*Education for Europeans: Towards the Learning Society*», onde se manifestavam as principais preocupações dos maiores industriais e grupos económicos europeus em relação aos problemas económicos e sociais de uma Europa que se debatia com a pressão da competitividade dos mercados globais e com a importância do investimento no potencial humano, nomeadamente no que diz respeito aos sistemas educativos e de formação de todos os cidadãos europeus. As considerações iniciais deste documento de referência apontavam para a existência de um desfasamento entre a educação de base proporcionada pelos sistemas educativos e de formação inicial e as necessidades reais do mundo do trabalho, destacando as competências necessárias para a integração no mercado laboral e para a empregabilidade. A ERT alertou então para esta questão problemática considerando que em função deste desfasamento os

estudantes viriam a mostrar-se desiludidos não só com a qualidade como principalmente com a eficácia da sua formação inicial, o que os levaria a ter expectativas baixas em relação ao seu futuro profissional (o que em muitos casos levaria ainda ao elevado absentismo e desistência precoce dos estudos, atrasando e dificultado a entrada no mundo do trabalho qualificado).

Ainda de acordo com a ERT, uma das grandes mudanças verificadas ainda no final do século passado foi o conceito de um só emprego para toda a vida. Efetivamente o que se constata é que existe cada vez mais mobilidade profissional e trocas de emprego, o que vem implicar o reconhecimento e valorização de novas capacidades profissionais associadas a competências como a flexibilidade, o espírito de iniciativa, a disponibilidade para assumir novas responsabilidades, o trabalho em equipa, a capacidade de assumir riscos. Estes conceitos dominam hoje os mercados de trabalho e as políticas de empregabilidade, pelo que justificam o investimento e a preocupação com as aprendizagens ao longo da vida bem como o reforço do desenvolvimento destas competências desde a formação inicial.

Em 2004 é apresentado à Comissão Europeia o Relatório Intermédio sobre o progresso do Programa «Educação e Formação 2010». Os indicadores referenciados neste relatório de balanço dos trabalhos desenvolvidos, reiteram a necessidade da integração da dimensão Europeia nos sistemas de educação e de formação dos Estados-membros, para além da dimensão das políticas nacionais. São dadas indicações para o reforço da dimensão Europeia ao nível do Grupo de Trabalho sobre competências-chave e entre as oito competências-chave para a aprendizagem ao longo da vida encontra-se o Empreendedorismo.

Sarkar (2007) refere que, independentemente dos traços empreendedores serem mais prevalentes nalguns indivíduos do que noutros, o empreendedorismo pode ser promovido através de uma cultura empreendedora, que pode contribuir para a promoção de competências empreendedoras, em relação com um processo, onde inevitavelmente estará presente a educação para o empreendedorismo em todos os níveis de ensino. Segundo este autor o ambiente externo, onde se incluem a cultura, a educação e as políticas públicas, pode ser promotor do empreendedorismo.

Hynes (1996) enfatiza a importância da educação para o empreendedorismo desde os primeiros anos de escolaridade e em áreas não diretamente relacionadas

com a gestão, na medida em que muitas vezes os estudantes de outras áreas têm ideias, mas depois não têm os conhecimentos de gestão necessários para as desenvolver e implementá-las no mercado de forma consistente e eficaz. Programas dinâmicos e transversais a várias disciplinas podem resolver este desfasamento.

Fleming (2005), citando Vesper et al (1989), refere igualmente, que o empreendedorismo pode ser culturalmente adquirido e posteriormente influenciado pela educação e pelo treino.

Ter conhecimentos ou determinadas capacidades não significa ser competente, sendo necessário saber mobilizá-las no momento oportuno e de forma adequada. Num contexto de trabalho, atualizar aquilo que se sabe em função do contexto específico permite reagir com sucesso. A competência realiza-se na ação (Le Boterf, 1994). Deste modo, aprender fazendo implica trabalhar a capacidade de tomar decisões, de executar e de errar. Agir desta forma permite aos alunos intervir na sua própria realidade, respondendo aos seus problemas e aos dos outros de forma ativa ao mesmo tempo que permite a criação de um sentido de causalidade entre as ações e os resultados e entre os conhecimentos adquiridos em meio escolar e a vida social, por meio da transferência de saberes de um para outro contexto. Esta transferência de saberes não é automática, adquire-se através do exercício prático que permita estabelecer pontes entre os dois universos.

O *aprender fazendo* implica que o aluno seja o ator principal da sua própria formação, colocando-o em situações de trabalho práticas e reais com efeitos visíveis dentro da comunidade em que se insere. O professor assume assim um papel de mediador entre o aluno e o mundo à sua volta. A teoria do pragmatismo do americano John Dewey (1859-1952), pioneira das teorias e métodos que privilegiam a aprendizagem prática vem a constituir a base filosófica do método de projetos que colocam os alunos a adquirir conhecimentos a partir das necessidades detetadas na vida real. Philippe Perrenoud (2000) considera que para ajudar os alunos a desenvolver competências os professores têm de trabalhar por problemas e projetos, propor tarefas complexas e desafios que os incitem a mobilizar os seus conhecimentos. Esta metodologia pedagógica pressupõe uma pedagogia ativa, cooperativa, aberta para a cidade ou para o bairro, seja na zona urbana ou rural. Uma pedagogia aberta à comunidade, portanto. As práticas de desenvolvimento do empreendedorismo que pressupõem a criação de negócios que satisfaçam

necessidades ou resolvam problemas da comunidade vêm ao encontro destes métodos pedagógicos ao mesmo tempo que privilegiam a centralidade da prática e da aprendizagem em contextos reais de trabalho.

Se o desenvolvimento económico resulta do desempenho das pessoas e das organizações de forma transversal, ele é potenciado pelo espírito empreendedor e este espírito empreendedor não existe apenas quando direcionado para a criação de empresas. Ainda assim o espírito empreendedor potencia o desenvolvimento do espírito empresarial, alavanca óbvia desse desenvolvimento. E a criação de empresas, mesmo em contexto escolar, serve esse propósito.

O grupo de peritos da Comissão Europeia (2008, *Council Resolution on better integrating lifelong guidance into lifelong learning strategies*) que se debruçou sobre o programa de trabalho que permitiu identificar as competências-chave para a aprendizagem ao longo da vida definiu o empreendedorismo como uma competência essencial, considerando que empreender engloba uma componente ativa e uma componente passiva, podendo este conceito ser entendido como uma propensão para inovar mas também como a capacidade para acolher e desenvolver a inovação proveniente de fatores externos. Inclui acolher a mudança, assumir responsabilidades pelas próprias ações, a formulação de objetivos e a tentativa do seu cumprimento e a vontade e motivação para o sucesso.

1.4. Impacto da educação para o empreendedorismo

1.4.1. A intenção empreendedora e a orientação empreendedora

Drost (2010) explora o conceito “intenção empreendedora” como sendo a intenção de um indivíduo se envolver em empreendedorismo (aqui definido como a transformação de inovação (independentemente da fonte) num novo produto, serviço ou negócio, a fim de tirar proveito de uma oportunidade de mercado. Compreender o que impulsiona o empreendedorismo é uma importante questão na área de investigação da gestão. O empreendedorismo tem sido associado ao crescimento económico e prosperidade, à introdução de novos produtos, processos, soluções e serviços para consumidores e fabricantes, contribuindo para a criação de novos postos de trabalho em economias desenvolvidas e em desenvolvimento e fornecendo

significado aos indivíduos que procuram autonomia, desafio e uma oportunidade para ser criativo.

A autora tenta construir um modelo que permita perceber a relação entre a intenção empreendedora e os fatores que a antecedem. Trata-se de quatro variáveis: educação para o empreendedorismo, experiência empreendedora, personalidade proativa e eficácia empreendedora. Segundo esta autora e este modelo é a eficácia empreendedora (determinada pelos outros 3 fatores) que conduz à intenção empreendedora. Destes fatores, apenas a personalidade proativa não é facilmente alterada ou influenciada pela educação ou outros programas formais. Os outros podem desenvolver-se a partir da educação para o empreendedorismo.

A autora defende a educação como um espaço privilegiado para verificar quatro competências críticas e absolutamente necessárias a um empreendedor: reconhecer oportunidades para novos negócios, avaliar oportunidades, iniciar um negócio e empreendedorismo organizacional. Quanto mais elevada for a perceção destas competências maior será a intenção empreendedora. E assim, a escola seria o espaço possível para o reconhecimento e desenvolvimento destas competências.

Reconhecendo que a literatura sobre a educação para o empreendedorismo não é suficientemente clara, a mesma autora refere um estudo realizado (na Finlândia) com alunos que estiveram em contacto com programas de desenvolvimento do empreendedorismo na sua formação e que se viram positivamente afetados e com confiança suficiente para iniciar o seu próprio negócio num espaço de 5 anos após a sua formação. Estes programas educacionais traduziram-se em comportamentos empreendedores na Finlândia, com impacto positivo no emprego.

O estudo permitiu também perceber que a vertente prática deste tipo de programas também contribui para aumentar a intenção empreendedora. As competências adquiridas em sala de aula, complementadas com contactos em contexto real tornam as experiências mais impactantes. A participação ativa em contextos reais e as experiências reais fazem muito mais do que apenas aulas. E mesmo as pessoas mais naturalmente proativas viram aumentadas as suas competências quando em contacto com contextos reais.

A orientação empreendedora tem surgido neste campo de estudo associada ao processo empreendedor de uma organização. Ao associá-lo ao conceito, mais individual, de intenção empreendedora, podemos associá-la ainda ao comportamento empreendedor dos indivíduos. Ao considerá-la um fenómeno comportamental, as competências que a determinam, podem ser potenciadas e estimuladas. A orientação empreendedora pode, assim, referir-se ao processo empreendedor. De acordo com Lumpkin e Dess (1996) ela gira em torno dos métodos, das práticas e dos estilos dos indivíduos que agem de forma empreendedora.

Um estudo da JA-YE (*Junior Achievement Young Enterprise Europe*) realizado pela FreshMinds³ permitiu analisar o papel das empresas na sociedade e o impacto do voluntariado e cidadania corporativa no desenvolvimento de competências nos jovens. Responderam ao inquérito mais de 500 líderes empresariais de toda a Europa, incluindo das empresas associadas da JAP. Tendo como objetivo a partilha de opiniões sobre atitudes, aspirações e ações relativas ao papel das empresas na sociedade e o valor acrescentado do trabalho voluntário e de apoio à comunidade, este estudo permite perceber que a maioria das empresas considera que o desenvolvimento de competências empresariais e financeiras é fraco no seu país, deixando às escolas espaço aberto para este investimento. Os empresários inquiridos acreditam que os programas JA desempenham um papel importante na aquisição e desenvolvimento de competências, ajudando a preparar os jovens com as aptidões de que eles precisam para o futuro.

Estas competências moldariam aquilo a que podemos chamar orientação empreendedora dos indivíduos em contexto real de trabalho, empresarial ou não.

Tendo em conta que a maioria dos inquiridos considera que o sistema educativo do seu país não prepara os jovens com as competências adequadas para a sua entrada no mercado de trabalho e reconhecem que estes têm falta de *soft skills* essenciais (como confiança, técnicas de apresentação, *networking*, motivação, foco nos resultados e trabalho em equipa) a JA é indicada como uma organização capaz de desenvolver estas competências associadas também às competências de empreendedorismo.

³ *Closing the gap between business and education*, 2011

Entre as suas principais preocupações, a preparação dos jovens para a economia global, uma das principais competências do século XXI, concretiza-se através de vários programas como o EwB (*Enterprise without Borders*⁴) e o GEP⁵ (*Global Enterprise Project*).

No contexto atual de globalização, a rápida circulação de produtos e marcas pelo planeta tornou o mercado cada vez mais global e muito menos local. Assim, a criação de novas ideias de negócio deverão ter esta realidade em conta, até porque as influências nos comportamentos dos consumidores provêm também das origens mais dispersas.

O desenvolvimento de programas de educação para o empreendedorismo orientados para o reconhecimento das competências essenciais ao desenvolvimento de uma intenção empreendedora poderá relacionar-se com o conceito de orientação empreendedora.

A orientação empreendedora, como um fator competitivo, é evidenciada pela tendência da empresa em empregar dimensões da introdução de inovação ao produto ou serviço, da proatividade e da propensão em assumir riscos calculados (Covin e Slevin, 1991; Lumpkin e Dess, 1996; Wiklund, 1999). Ora, estas competências, desenvolvidas ao longo da vida, permitirão aos indivíduos comportar-se de forma mais proativa, assumir riscos, ser criativos na resolução de problemas, fatores competitivos no mercado de trabalho.

Lumpkin e Dess (1996), ao abordar a orientação empreendedora relacionada com a performance das organizações, destacam fatores moderadores dessa relação. Entre eles a associação à orientação empreendedora de competências como a autonomia, inovação, capacidade de assumir riscos, proatividade e agressividade competitiva.

⁴ O *Enterprise without Borders* (EwB) foi desenvolvido com o propósito de dar aos alunos a oportunidade de criar parcerias internacionais, como parte da sua experiência Junior Achievement no âmbito do *Company Program* (Programa *A Empresa*). Apoiado pela Direção Geral de Educação e Cultura da Comissão Europeia, permite aos alunos ganhar novas competências ao fazer negócios além-fronteiras.

⁵ O *Global Enterprise Project* (GEP) é uma iniciativa lançada em 2011 pela JA-YE Europe em parceria com a ERT (*European Round Table of Industrialists*) e a *European Schoolnet* com o objetivo de promover uma maior compreensão e reconhecimento de conceitos como a globalização e o empreendedorismo na economia global.

Wiklund (1998) afirma que o comportamento empreendedor a nível individual pode ser determinante para a organização, sendo muito semelhante no caso das pequenas empresas.

De acordo com o modelo GEM (o maior estudo sobre empreendedorismo, à escala global) (GEM Portugal 2012) a educação e formação profissional é um indutor de eficiência, dentro do contexto social, cultural e político como o empreendedorismo é também uma atitude que leva ao reconhecimento de oportunidades e capacidades detetadas, trabalha sobre o medo de falhar e a reputação da atividade empreendedora. Segundo o mesmo modelo, a educação para o empreendedorismo é um dos fatores determinantes da relação existente entre inovação e empreendedorismo.

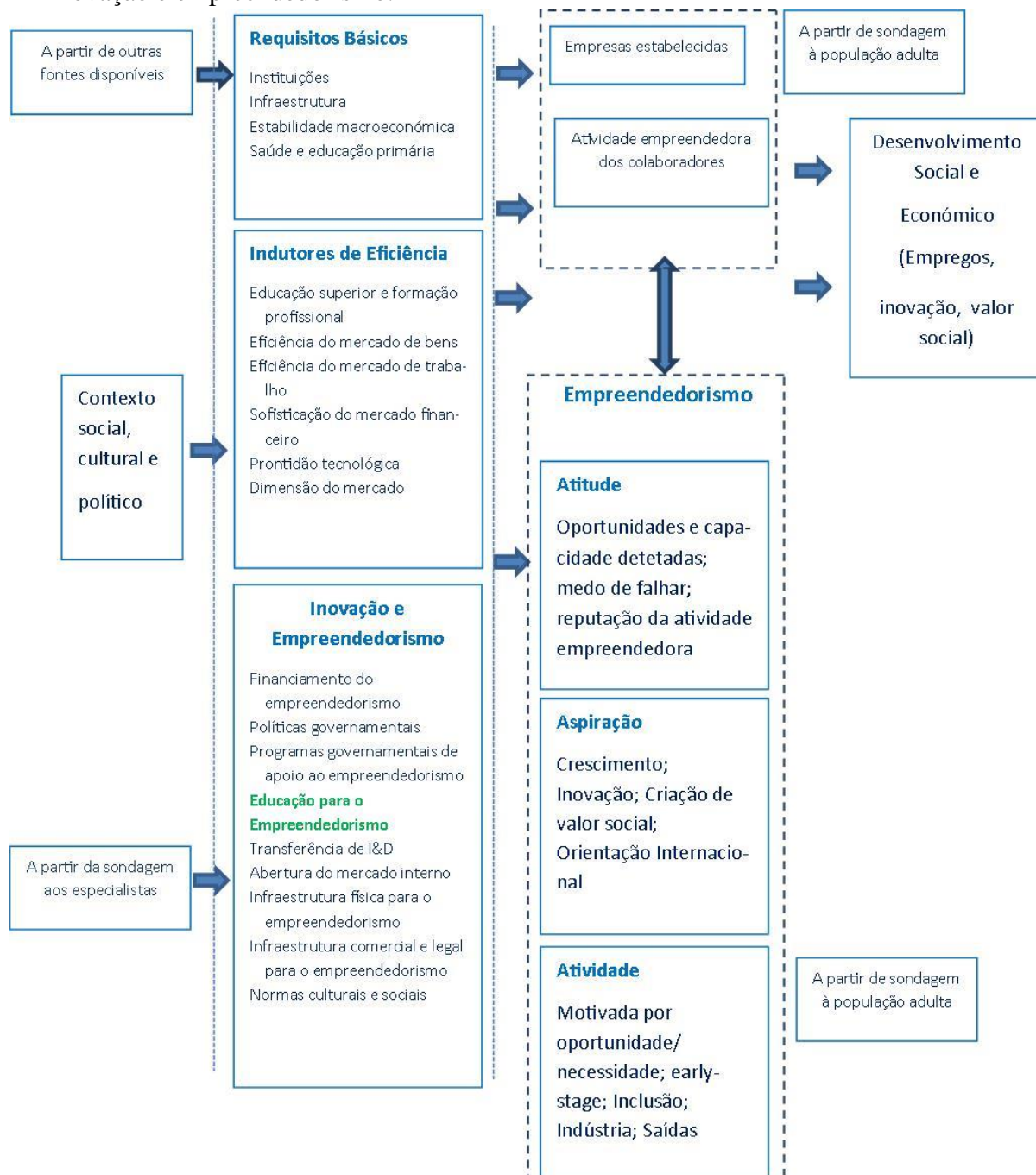


Figura 1. Modelo GEM (adaptado de GERA Report 2012)

Utilizando este modelo foi identificado um conjunto de 9 condições estruturais que são utilizadas para melhor se entenderem os fatores impulsionadores e os constrangimentos do empreendedorismo num país. Entre essas condições – financiamento do empreendedorismo, políticas governamentais de apoio ao empreendedorismo, transferência de I&D, abertura do mercado interno, infraestrutura física para o empreendedorismo, infraestrutura comercial e legal para o empreendedorismo, normas culturais e sociais e educação para o empreendedorismo, o GEM assume esta última condição estrutural como um dos indutores de eficiência a considerar. Segundo este estudo, indutores de eficiência são fatores facilitadores do empreendedorismo. Estas condições estruturais vêm ainda a ser os indicadores do potencial de um país para promover o empreendedorismo.

Segundo o relatório produzido pelo GEM em 2012, os especialistas portugueses consideram que a educação e formação no país tendem a ser parcialmente insuficientes, sendo mais críticos que os especialistas localizados nos restantes contextos estudados (Políticas governamentais, Apoio financeiro, Programas governamentais, Transferência de Investigação e Desenvolvimento, Infraestrutura Comercial e Profissional, Abertura do Mercado/Barreiras à Entrada, Acessos a Infraestruturas Físicas, Normas Culturais e Sociais).

Os especialistas avaliam bastante desfavoravelmente os níveis básico e secundário do sistema educativo quanto à sua capacidade de promover a atividade empreendedora, mas, por outro lado, têm uma opinião muito positiva da formação superior em gestão e negócios.

Reverendo a literatura dedicada ao conceito da orientação empreendedora, ele é multidimensional e baseia-se nas diferentes tipologias de empreendedorismo (Neto et al., 2013). No âmbito deste trabalho uma das suas dimensões passará pelo conjunto de competências adquiridas através da educação e da formação ao longo da vida.

O aparecimento de associações, projetos, organizações empenhadas em contribuir para o desenvolvimento de uma nova cultura de empreendedorismo através da educação, vem alargar o âmbito da intervenção e chega cada vez mais às escolas portuguesas. As próprias empresas veem esta forma como uma possibilidade

de intervir civicamente na comunidade em que estão inseridas (*Closing the gap between business and education*, 2011).

Está pouco estudado o impacto da educação para o empreendedorismo e modelos empresariais empreendedores para a escolha de carreiras.

Esta investigação poderá abrir caminho a um estudo mais alargado que permita compreender a relação entre as intenções empreendedoras dos estudantes que tiveram experiências de empreendedorismo e os que não as tiveram. Tal relação permitiria eventualmente relacionar a relação entre a educação empresarial e a intenção empreendedora, a formação da orientação empreendedora dos indivíduos. Compreender a relação entre a influência da educação para o empreendedorismo e a escolha de carreiras para investir no desenvolvimento e implementação de mais programas de educação para o empreendedorismo como forma de as empresas intervirem socialmente.

Haverá uma relação positiva entre as intenções empreendedoras e a educação para o empreendedorismo?

A educação para o empreendedorismo tornou-se um tópico importante da agenda política tornando-se uma prioridade para muitas políticas de países industrialmente desenvolvidos (Maflay, 2005)

1.4.2. A função social das empresas na educação para o empreendedorismo

Para estudar a Responsabilidade Social Empresarial, Archie Carroll (1979) propôs um modelo em forma de pirâmide que assenta em quatro estruturas (da base para o topo): Responsabilidade Económica, Responsabilidade Legal, Responsabilidade Ética e, por último, Responsabilidade Filantrópica. A Pirâmide de Carroll define as diferentes formas de impacto da empresa na sociedade. Para o autor, a base desta pirâmide revela-se na sua vertente económica, na perspetiva da organização enquanto entidade lucrativa, o primeiro objetivo de uma entidade empresarial deve ser o de gerar retorno económico à organização. De forma complementar esse lucro deve ser legal - Responsabilidade Legal - devendo a entidade estar consciente das leis e da sua aplicação na sua atividade. Para além de existir um fluxo financeiro legítimo é necessário que os projetos desta entidade sejam

éticos aos olhos da sociedade. No topo da pirâmide encontra-se a Responsabilidade Filantrópica que se revela pelo auxílio e contribuições que realiza para a comunidade, quer em recursos quer em melhoria da qualidade de vida, sendo que as empresas que atingem este patamar de Responsabilidade Social Empresarial muitas vezes separam-se da sua entidade primária de negócios passando a desenvolver projetos sociais para a comunidade envolvente. Esta é uma perspetiva organizacional diferente da tradicional, uma vez que propõe um modelo em que já não importa apenas o retorno financeiro e o seu contexto legal, importam também as suas ações inseridas num contexto social e económico visando também as comunidades envolventes considerando a empresa enquanto organismo atuante na sociedade. A responsabilidade social será assim uma extensão do papel das empresas na sociedade.

Nos anos 80, outros modelos foram surgindo (Freire e Sousa, 2010) nomeadamente relacionados com desempenho social corporativo, como os de Strand (1983), Carroll e Hoy (1984) e Wartick e Cochran (1985) que se tornaram mais evidentes pelas tentativas de medir e gerenciar a responsabilidade social e corporativa. O tema passou a estar na ordem do dia, nomeadamente com as questões relacionadas com o meio ambiente (Freire e Sousa, 2010) na década de 90 e nos anos 2000. Melo Neto e Froes (2002) referem-se ao consumo de recursos naturais das empresas, que são património da humanidade. Girando em função da sociedade e do que a ela pertence a empresa deverá, segundo estes autores, prestar-lhe contas da eficiência com que usa esses recursos.

Em 1971 Kotler refere-se ao marketing social como o desenho, implementação e controlo de programas que têm como principal objetivo aumentar a aceitabilidade de uma ideia, causa ou prática social junto de determinado público-alvo. Esta conceção vem a desenhar o marketing social como o conjunto de atividades, técnicas e estratégias utilizadas para estimular e promover mudanças sociais, como alterações de crenças, atitudes e comportamentos.

Pringle e Thomson (1999) veem o marketing das causas sociais como uma ferramenta de marketing que permite a ligação, com benefícios mútuos, de uma marca ou empresa a uma causa social relevante.

A responsabilidade social pode ser entendida como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade. A Responsabilidade Social Corporativa pode ser entendida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que contribuam para a melhoria da sua qualidade de vida (Levek et al., 2002). O marketing social tem vindo a ser utilizado como uma estratégia empresarial e um meio que estabelece formas de comunicação que divulgam as ações sociais das empresas. O marketing social, associado à responsabilidade social, é, então, utilizado como uma estratégia empresarial e como um meio que estabelece formas de divulgação das ações sociais empresariais, comunicando-as à rede de interessados na empresa direta ou indiretamente. Dessa forma as organizações destacam-se no mercado em que atuam.

As empresas têm uma função social que tem ganho impacto nos últimos anos, o desenvolvimento sustentável envolve agora aspetos económicos, ambientais e sociais. A responsabilidade social e corporativa das empresas que se associam à JA extrapola a relação entre *stakeholders* associados direta e indiretamente ao negócio da empresa, aproximando-se da conotação relacionada com a gestão das relações comunitárias.

A investigação na área da responsabilidade social e corporativa tem vindo ao encontro da consolidação do conceito como algo intrinsecamente interdisciplinar, multidimensional e associado a uma abordagem sistémica, focada nas relações entre *stakeholders* associados direta e indiretamente ao negócio da empresa, o que vem a conduzir a um alargamento do seu campo de atuação aconselhando-se a sua incorporação na orientação estratégica da empresa, refletida em desafios éticos para as dimensões económica, ambiental e social dos negócios (Enderle e Davis, 1998).

Kotler (1971) define o produto social desenvolvido numa ONG como a ideia, o conhecimento, a convicção, o hábito ou o comportamento que se pretende transmitir ao público-alvo, para que este aja em conformidade. Assumindo que o produto da JAP são os seus programas e a possibilidade que eles oferecem de viabilizar, junto dos jovens, através de formação, o espírito empreendedor, ajudando a prepará-los para vingarem numa economia global, este produto é mais complexo quando oferece também às empresas a possibilidade de participação direta, através do papel dos voluntários que se deslocam às escolas.

As organizações, a partir de uma postura dita socialmente responsável, empreendem ações sociais que vão desde a tradicional filantropia até parcerias com o terceiro setor, e incluem programas de voluntariado empresarial como forma de se orientarem estrategicamente para a comunidade. E o voluntariado dos colaboradores surge assim como uma prática de cidadania corporativa.

Uma empresa que se associa à JA reconhecerá esta dimensão estratégica, tendo em conta que oferece aos seus colaboradores a possibilidade de intervir nas escolas, participando diretamente nos processos que contribuem para o desenvolvimento de áreas como a cidadania, desenvolvimento de carreiras, economia, empreendedorismo, ética, literacia financeira e negócios, tão importantes para as empresas. Percebe-se através de programas desta natureza que as empresas podem desempenhar um papel ativo na educação e ter um impacto social positivo na comunidade, através da educação e da proximidade aos jovens. No inquérito referido, as empresas reconhecem estas práticas como atividades de responsabilidade social, reconhecendo ainda que o voluntariado oferece um leque de atributos positivos aos colaboradores que contribuem positivamente para os seus níveis de entusiasmo.

O empreendedorismo também pode ser visto como uma forma de criar valor para os outros e desta forma as empresas criam valor dentro da comunidade em que se inserem quando participam ativamente na promoção deste tipo de educação. O valor pode ser financeiro, cultural ou social.

Capítulo 2 - A *Junior Achievement*

2.1. A *JA Worldwide*

A *Junior Achievement Worldwide* assume o empreendedorismo como uma das principais forças do seu trabalho junto dos jovens e uma das três competências-chave que estes programas pretendem desenvolver (sendo as outras a capacidade de gerar trabalho e a literacia financeira). Criada em 1919 nos Estados Unidos e existindo na Europa (pela primeira vez no Reino Unido) desde 1962, esta associação tem inspirado gerações de empreendedores, contribuindo para a educação de alguns milhões de jovens no mundo.

Em 1918 Theodore Vail, Presidente da *American Telephone & Telegraph* (AT&T) e cofundador da *Junior Achievement* afirma acreditar que o futuro do país passa por formar os indivíduos de forma a que eles satisfaçam plenamente as suas obrigações e responsabilidades enquanto cidadãos. Num período de prosperidade, pessoas como Vail percebem que os hábitos se adquirem na juventude e hábitos de poupança e conhecimentos de economia são tão necessários ao desenvolvimento quanto a indústria, pelo que criar condições de aproximação do mercado à escola se desenha como um caminho possível.

Fundada por Horace Moses, Theodore Vail e o Senador Murray Crane de Massachusetts, a *Junior Achievement* iniciou a sua atividade em 1919 como um grupo de pequenos clubes de negócios para estudantes em Springfield, Massachusetts. Formalmente organizada, a *Junior Achievement* revelava mais-valias importantes para a época. O êxodo rural para as cidades impunha a qualificação de mão-de-obra e o desenvolvimento do empreendedorismo. Os estudantes eram levados a pensar num plano de negócio, adquirindo competências diversificadas que lhes permitissem criar os seus próprios produtos, comunicá-los, vendê-los e justificá-los financeiramente. Com o apoio financeiro de empresas e de indivíduos a *Junior Achievement* foi-se associando a organizações das mais diversas áreas como Rotários, Escuteiros, escolas e até igrejas que foram cedendo espaços para os estudantes se encontrarem e desenvolverem os seus projetos. Em pouco tempo, os alunos começavam a competir em feiras e exposições regionais sendo apoiados e avaliados por líderes empresariais.

Em 1925, Calvin Coolidge (30º Presidente dos Estados Unidos, entre 1923 e 1929) recebe nos Jardins da Casa Branca um evento que tinha como objetivo apresentar a organização e angariar fundos para a sua expansão nacional. No final dessa década havia 800 Clubes JA com cerca de 9000 estudantes empreendedores distribuídos por 13 cidades em Massachusetts, Nova Iorque, Rhode Island e Connecticut. Não parou de crescer.

Durante a 2ª Guerra Mundial os estudantes dos clubes JA usaram a sua criatividade para criar produtos novos e diferentes ao serviço do esforço de guerra. Em Chicago um grupo de estudantes JA ganhou um contrato para fabricar 10 000 cabides de calças para o Exército norte-americano; em Pittsburgh, estudantes JA criaram uma caixa forrada especialmente para transportar dispositivos incendiários que foi aprovada pelo Departamento de Defesa e vendida localmente; noutras cidades estudantes JA construíram incubadoras de bebé usando tochas de acetileno em locomotivas abandonadas.

Grandes executivos da década de 40, como Samuel Bayard Colgate (fundador do império Colgate), James Cash Penney (grande empreendedor fundador das J.C.Penney stores), Joseph Sprang (da Gillette) e muitos outros contribuíram para o crescimento da organização. Os sucessos dos projetos criados neste contexto começaram a ter alguma visibilidade mediática, começando a aparecer em revistas nacionais da época tais como a TIME, Young America, Colliers, LIFE, Ladies Home Journal e Liberty.

Nesta década a JA alastra a sua atividade a 27 cidades em 18 estados e o seu programa-bandeira, *JA Company Program* atinge mais de 12 000 estudantes.

Estreitando cada vez mais a relação com as escolas, a *Junior Achievement* cresceu cinco vezes mais na década de 50. Em 1955, o Presidente Eisenhower (Dwight David Eisenhower foi o 34º Presidente dos Estados Unidos, de 1953 a 1961) declarou a semana de 30 de janeiro a 5 de fevereiro como a Semana Nacional *Junior Achievement (National Junior Achievement Week)*. Pouco tempo depois as operações da organização (e o *Company Program*) alastravam-se a 139 cidades em todos os estados (nesta década 66 000 estudantes criaram mais de 3000 miniempresas no âmbito do *Company Program*).

Foi ainda nesta década que a *Junior Achievement* extravasou as fronteiras criando-se a JA Canada.

A visibilidade da JA continuou a aumentar e em 1962 o ex-governador do Connecticut, John Davis Lodge torna-se Presidente da organização. DeWitt Wallace, editor da *Reader's Digest*, contribuiu com um impulso adicional quando em 1967 garantiu o apoio da revista para a organização da *National Association of Junior Achievement Companies*, um evento de 3 dias, que reunia estudantes de todo o país, que partilhavam as suas experiências e aprendiam com líderes de empresas e outros formadores a desenvolver competências. Numa experiência apresentada como “the best week of your life”, este evento reunia cerca de 3000 estudantes que eram desafiados a pensar e resolver problemas práticos baseados em situações reais do dia-a-dia dos negócios, de uma forma criativa e desafiante.

Foi ainda neste ano de 1962 que se criou a primeira congénere europeia, a *Young Enterprise (YE United Kingdom)*.

No início de 1970, a *Junior Achievement* iniciou o seu primeiro programa na escola, o Projeto de Negócios, para estudantes do ensino médio acompanhados por voluntários. A popularidade do projeto empresarial foi tão grande que a *Junior Achievement* logo iniciou o *Business Basics*, um programa para o ensino básico orientado por voluntários do ensino secundário que tivessem participado em projetos da *Junior Achievement*. A procura por estes novos programas foi esmagadora e as experiências *Junior Achievement* estendiam-se assim a vários níveis de ensino. A *Junior Achievement* tinha a visão de que todas as crianças mereciam, e podiam compreender, a educação económica em todos os níveis de ensino, assumindo o seu papel de ponte entre a educação e o mundo laboral e viabilizando, através da formação, o espírito empreendedor e a literacia financeira. Os profissionais das empresas que se disponibilizam enquanto voluntários a ir às escolas dedicam o seu tempo e experiência ao ensino dos jovens e as salas de aula abrem-se ao exterior como até então não acontecia.

Atualmente, graças ao apoio de mais de 112 mil voluntários que vão às salas de aula das escolas americanas a *Junior Achievement* atinge mais de 4 milhões de alunos em todos os níveis de ensino. A partir do seu escritório em Colorado Springs,

a *JA Worldwide* apoia cerca de 150 escritórios regionais com mais de 20 programas a ser implementados a nível nacional.

Com o aparecimento de afiliadas internacionais a organização ganha uma dimensão global e em 2004 foi criada a *JA Worldwide* de forma a unir a *Junior Achievement USA* e as organizações internacionais. A *JA Worldwide* atinge mais de 10 milhões de alunos por ano, através de 30 programas diferentes, podendo contar hoje com mais de 100 milhões de alunos (*JA Alumni*). (<http://www.ja-ye.org/>)

Desde a sua fundação a *Junior Achievement* desenvolveu programas para investir, envolver e inspirar jovens de todas as idades, baseados em três valores essenciais: respeito, integridade e excelência. O seu objetivo é inspirar e preparar jovens para ter sucesso numa economia global, ensinando os alunos a criar negócios que criem emprego ou competências e valores que reforcem locais de trabalho, ao mesmo tempo que se desenvolvem competências que gerem riqueza. A organização acredita no potencial ilimitado dos jovens, respeita o seu talento e criatividade criando oportunidades de aprender fazendo.

2.2. A *JA-YE Europe*

A *JA-YE Europe* é o centro operacional regional europeu da *JA Worldwide*. É a maior promotora europeia de educação para o empreendedorismo tendo atingido, através dos seus programas, cerca de 3,2 milhões de alunos em 39 países em 2013⁶.

O *JA-YE Company Program* é reconhecido pela Comissão Europeia como uma “Best Practice” em Educação para o empreendedorismo.

Financiada por empresas, instituições, fundações e indivíduos, a *JA-YE* é uma organização sem fins lucrativos que une setores públicos e privados para proporcionar aos jovens dos diferentes níveis de ensino (básico, secundário e universitário) experiências que contribuam para o desenvolvimento de competências, espírito empreendedor e literacia financeira, essenciais ao sucesso na economia global.

A *JA-YE Europe* acredita que desenvolver o espírito empreendedor entre os jovens é essencial para a inovação e sustentabilidade associadas à criação de

⁶ Fonte: <http://ja-ye.org/about-ja-ye-europe>

emprego. Os estudos da organização sugerem que entre 15% a 20% dos estudantes que participaram em programas de desenvolvimento do empreendedorismo⁷ (como o *Programa A Empresa*, na escola secundária) iniciarão o seu próprio negócio, percentagem 5 vezes maior do que a população em geral. Dentro de uma geração 40-50% destes estudantes revelar-se-ão empreendedores no mundo dos negócios.

A educação para o empreendedorismo funciona como uma ponte entre a escola e o mercado de trabalho e permite aos jovens estudantes conhecer os desafios que se impõem em contextos reais. As experiências proporcionadas por estes programas contribuem para o desenvolvimento de competências como o trabalho em equipa, a capacidade de assumir riscos, capacidade de iniciativa, criatividade e autoconfiança, necessárias em qualquer posto de trabalho, em qualquer área de atividade.

A *JA-YE Europe* reúne organizações em 39 países europeus - Albânia, Arménia, Áustria, Bélgica, Bulgária, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estónia, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Islândia, Irlanda, Isle of Man, Israel, Itália, Letónia, Lituânia, Luxemburgo, Macedónia, Malta, Moldávia, Holanda, Noruega, Polónia, Portugal, Roménia, Rússia, Sérvia, Eslováquia Eslovénia, Espana, Suécia, Suíça, Turquia e Reino Unido - e coordena as competições europeias dos programas aplicados nestes países.

Além dos programas envolvidos nestas Competições (e de que se falarão na parte sobre a *Junior Achievement Portugal*) a organização europeia é responsável por vários programas e parcerias de abrangência internacional que se passam a apresentar.

*ASTEER Project*⁸

O objetivo deste projeto é desenvolver um conjunto de ferramentas europeias que permitam medir o impacto da Educação para o Empreendedorismo e as competências empreendedoras dos estudantes de vários níveis de ensino. O objetivo da educação para o empreendedorismo é dotar as pessoas de conhecimentos, competências e atitudes para atuar de forma empreendedora. Com o objetivo de determinar o grau em que este objetivo foi alcançado, é essencial ter uma ferramenta

⁷ Fonte: <http://ja-ye.org/our-impact/what-we-care-about/entrepreneurship>

⁸ www.asteeproject.eu

para avaliar o impacto da educação para o empreendedorismo. Com base em pesquisas e identificação de indicadores, os parceiros do projeto desenvolveram questionários para os três níveis de ensino e várias faixas etárias: 10-11 anos de idade, 16-17 anos de idade e jovens de 20 anos ou mais.

*Entrepreneurial Skills Pass*⁹

A JA-YE Europe e a CSR Europe (*The European Business Network for Corporate Social Responsibility*) desenvolvem uma iniciativa em toda a Europa a que chamaram "Changing Lives" que pretende preparar os jovens europeus com competências para conseguir um emprego ou iniciar um negócio. Esta ação mobiliza a rede da CSR Europe, com mais de 5000 empresas, e pretende ampliar e melhorar as contribuições das empresas para a educação para o empreendedorismo levando as principais competências do século 21 a dezenas de milhares jovens, a fim de atender às necessidades do empregador e estimular o autoemprego.

No centro desta iniciativa está a criação do ESP, uma qualificação única e nova, que certifica que os alunos tiveram uma experiência de empreendedorismo real de um ano letivo inteiro na escola, e que têm o conhecimento e competências necessários para iniciar um negócio ou ser empregados com sucesso.

*Enterprise without Borders*¹⁰

Enterprise without Borders (EwB) foi desenvolvido com o propósito de dar aos alunos a oportunidade de criar parcerias internacionais, como parte da sua experiência *Junior Achievement*. A base do programa consiste na criação de um perfil onde as equipas apresentam a sua miniempresa e iniciam um "dating game". Através de uma plataforma online, professores e equipas de todos os países JA-YE registam-se para poderem dar início ao intercâmbio. Conceitos como a importação, exportação, trocas comerciais, estão na base deste programa, com o intuito de desafiar as equipas a estabelecerem parcerias e joint-ventures com outras miniempresas e, desta forma, tornar os seus negócios mais reais e completos.

*European Action Group*¹¹

⁹ www.entrepreneurialskillspass.eu

¹⁰ www.jaewb.org

O EAG é uma rede de organizações, associações, empresas, instituições e indivíduos com uma vasta experiência no campo da educação para o empreendedorismo. A EAG está empenhada em desenvolver *networking* e partilha de conhecimento, promovendo o ensino do empreendedorismo junto dos educadores, políticos, líderes empresariais, empresários e instituições europeias, bem como a sua avaliação, pesquisa e desenvolvimento. Cumprindo os seus esforços para divulgar a mensagem sobre a importância da educação empreendedora na Europa e no mundo, este grupo de ação criou três grupos de trabalho - alcance, boas práticas e indicadores.

*Global Enterprise Project*¹²

Numa parceria com a ERT (*European Round Table of Industrialists*) e a *European Schoolnet*, a JA-YE Europe aplica a nível europeu um programa que pretende promover consciência sobre a globalização, empreendedorismo e competências necessárias para o sucesso numa economia global.

Durante a iniciativa de 3 anos, 40 mil jovens entre as idades de 15 e 18 anos terão a oportunidade de aprender competências empresariais valiosas e aplicar os seus conhecimentos em novas formas de abordagem. Com o apoio dos seus professores, eles serão expostos a uma variedade de abordagens de aprendizagem pela prática e poderão trabalhar com pessoas de uma variada gama de indústrias e backgrounds. Mais de 2000 colaboradores da comunidade empresarial serão voluntários nos eventos deste programa. O *Global Enterprise Project* (GEP) vai expandir as boas práticas existentes nessas organizações com os educadores e as principais partes interessadas na comunidade empresarial.

*Leaders for a Day*¹³

Este programa oferece aos jovens a oportunidade de aprender com um alto executivo acompanhando-o durante um dia inteiro. O objetivo é ajudar os jovens estudantes a informarem-se melhor sobre escolha de carreiras, alargar a sua rede de conhecimentos e melhorar as suas oportunidades de carreira. Esta experiência inspira os jovens a serem empreendedores introduzindo-os no mundo real de trabalho e

¹¹ www.europeanactiongroup.eu

¹² www.globalenterpriseproject.eu

¹³ www.leadersforaday.ja-ye.org

confrontando-os com soluções criativas e inovadoras de resolver problemas reais. São convidados a participar nesta iniciativa alunos que fizeram o Programa *A Empresa* e durante este dia os alunos selecionados estão ligados a líderes que os envolvem em todas as suas atividades de trabalho.

*Sci-tech Challenge*¹⁴

Este desafio pretende motivar estudantes entre os 15 e os 18 anos a considerar a escolha de carreiras relacionadas com a matemática, ciência e tecnologia, sensibilizando-os para a importância destas áreas para os desafios do futuro. Trata-se de um programa de 3 anos que atingirá cerca de 10 000 alunos de escolas secundárias que participarão no desafio organizado pela JA-YE. Patrocinado pela ExxonMobil, este desafio conta com a participação de mais de 200 colaboradores da empresa.

*Skills for the Future*¹⁵

Associando-se neste programa à Hyundai Motor Europe, a JA-YE e esta empresa pretendem promover uma maior compreensão e consciência da importância das áreas da ciência, tecnologia, engenharia e matemática (STEM) para o seu futuro e empregabilidade. A iniciativa “Skills for the Future” pretende transmitir e partilhar as melhores práticas destas organizações tendo em conta estas áreas do saber junto dos educadores e da comunidade.

Mais de 10 000 jovens entre os 15 e os 18 anos em 15 países europeus aprendem competências STEM, aplicando-as em novas formas. Com o apoio dos professores, serão expostos a variadas formas de aprendizagem *learning by doing* trabalhando com voluntários da Hyundai de toda a Europa. Mais de 400 colaboradores são envolvidos como voluntários.

*Social Enterprise Programme*¹⁶

O marketing social está em franco desenvolvimento face aos enormes desafios socioeconómicos de hoje. Para além da criação de negócios responsáveis pensa-se cada vez mais em soluções sociais novas e inovadoras. Os jovens preocupam-se cada vez mais em aplicar as competências de negócios e criatividade

¹⁴ www.scitech.ja-ye.org

¹⁵ www.skillsforthefuture.eu

¹⁶ www.sep.ja-ye.org

para resolver os problemas sociais da sua comunidade de forma sustentável. As parcerias deste programa aproximam os mundos da educação, formação, competências, trabalho e comunidade para inspirar e reconhecer nos jovens empreendedores sociais. O objetivo é aumentar o número de potenciais empreendedores sociais, proporcionando o acesso à educação em empreendedorismo social para jovens entre os 15 e os 18 anos de idade em toda a Europa.

*Social Innovation Relay*¹⁷

Com o objetivo de alcançar 39 mil alunos em 17 países em 2014, o Social Innovation Relay (SIR) é a maior iniciativa educacional global baseada numa mistura de tutoria virtual e face-a-face, proporcionando aos jovens competências e experiência empresarial para competir no mercado de trabalho do século 21. O programa é projetado especificamente para aumentar o acesso à educação para o empreendedorismo e para aumentar os benefícios associados a essa educação. Mentores da HP, empresa patrocinadora, ajudam as equipas a desenvolver e aperfeiçoar os seus conceitos de negócio via online e com tutoria face-a-face, apresentando resultados a nível nacional e numa final global.

*STEM Innovation Camp*¹⁸

O *Science, Technology, Engineering and Maths (STEM) Innovation Camp* é uma iniciativa desenvolvida pela *JA-YE Europe* em parceria com a *Blackberry*. O *STEM Innovation Camp* ajuda a desenvolver a consciência da importância das áreas relacionadas com a ciência, tecnologia, engenharia e matemática entre os estudantes do secundário com idades entre os 15 e os 18 anos oriundos de 14 países do mundo inteiro, que contactam com modelos de negócio de sucesso da indústria *Blackberry*.

Este evento foca-se em desenvolver competências para resolver problemas e estimular a inovação dos jovens. Os alunos recebem um desafio específico para resolver dentro de um período limitado de tempo. A ligação entre negócios e educação ajuda os alunos a desenvolver competências relevantes para o local de trabalho, aplicando a sua aprendizagem académica na vida real.

*The Entrepreneurial School*¹⁹

¹⁷ www.sir.ja-ye.org

¹⁸ www.innovationcamps.ja-ye.org

Este projeto é cofinanciado pelo CIP (*Competitiveness and Innovation Programme*) da Comunidade Europeia. Pretende envolver 4000 professores nos próximos 3 anos em 18 países. O objetivo do consórcio é produzir um Guia Virtual para o Ensino do Empreendedorismo com 75 a 100 ferramentas e métodos organizados em 35 diferentes pacotes para professores do ensino básico e secundário. Pretende-se facilitar a promoção de práticas de empreendedorismo nas escolas fornecendo ferramentas e um quadro de avaliação da qualidade deste ensino nos vários níveis de ensino.

À semelhança do que acontece nos Estados Unidos através da ação da JA *Worldwide*, a JA-YE *Europe* tem a preocupação de realizar estudos de avaliação do impacto do seu trabalho junto dos jovens e incentiva as suas organizações europeias a fazê-lo²⁰. Estes estudos de avaliação de impacto incidem não só sobre o impacto sobre os alunos como sobre a ação das empresas que investem neste apoio.

Em 2007 a JA-YE *Europe* realizou um estudo de avaliação do impacto do Programa *A Empresa* conduzido por uma entidade externa à organização²¹ que permitiu concluir que 15 % dos alunos que realizaram o Programa *A Empresa* começaram os seus próprios negócios entre os 20 e os 29 anos. Além desta predisposição para iniciar o seu próprio negócio, este estudo revela as razões que levaram os estudantes a participar no programa, a predisposição para recomendar o programa a outros estudantes e a sua avaliação sobre as competências empreendedoras desenvolvidas ao longo do projeto (trabalho em equipa, capacidade de resolução de problemas, tomada de decisão, competências para iniciar e desenvolver um negócio). Entre as conclusões deste estudo os resultados revelam que os jovens veem a sua experiência como uma oportunidade para desenvolver o seu potencial empreendedor e se veem orientados para esta área de atividade no futuro.

Um estudo realizado pela Young Enterprise UK²² relaciona a predisposição para a criação de novos negócios de jovens que tiveram experiências *Junior*

¹⁹ www.entrepreneurialschool.eu

²⁰ A avaliação do impacto é de tal forma importante para a organização que dedica um espaço exclusivo do seu site oficial a este assunto: <http://ja-ye.org/our-impact/> onde publica os estudos de avaliação que vão sendo realizados.

²¹ Estudo realizado por ENRI - Company Programme 2007 Survey Report Europe – Does entrepreneurship education have any impact on value creation in Europe?

²² Alumni Evaluation - Top Ten Headlines

Achievement com os seus pares que não tiveram essa oportunidade. Entre as principais conclusões deste estudo importa realçar que jovens *alumni* são mais propensos em envolver-se em atividades empreendedoras, numa percentagem maior que a taxa média da população. Os jovens *alumni* consideram-se mais competentes e preparados para o mercado de trabalho que os seus pares.

Em 2011, a JA Sweden publica um estudo de avaliação²³ que permite avaliar o impacto dos efeitos das experiências de empreendedorismo dos estudantes suecos na criação de emprego. O autor do estudo justifica a sua importância pela falta de estudos académicos que avaliem a importância da educação e das experiências de empreendedorismo para o futuro dos jovens. O estudo revela que a experiência e a prática que estes programas possibilitam pode ser mais benéfica para os jovens do que a teoria. Avaliam-se dimensões como a criação de emprego (associada à criação da própria empresa), orientação para o empreendedorismo, desenvolvimento de competências empreendedoras.

O estudo da JA-YE *Europe* de 2011 já referido neste trabalho²⁴ investiga o papel dos negócios na sociedade e o impacto do voluntariado e da cidadania corporativa no apoio ao desenvolvimento de competências entre os jovens, ou seja, no apoio à educação para o empreendedorismo através dos programas da *Junior Achievement*. Entre as suas principais conclusões reconhece-se a importância do papel das empresas na sociedade, reforçando a ideia de que os sistemas de educação não estão preparados para transmitir aos jovens as competências necessárias para entrar com sucesso no mercado de trabalho. Essas competências são, no entanto reconhecidas nos jovens que fazem os programas JA, podendo estes funcionar como uma ponte entre a educação e o mundo dos negócios ou o mercado de trabalho. Neste estudo as empresas refletem sobre o seu papel na sociedade e sobre o impacto que a sua ação pode ter na comunidade, na educação e nos jovens. As empresas inquiridas reconhecem encorajar os seus colaboradores a envolverem-se em atividades de voluntariado e cidadania corporativa associadas à educação através dos programas da JA. Os voluntários consideram bastante positivo o impacto que a sua ação pode ter nos jovens e de como este trabalho também pode contribuir para o desenvolvimento de competências pessoais.

²³ Practice Makes Perfect? A Longitudinal Investigation of Junior Achievement (JA) Sweden Alumni and Their Entrepreneurial Careers, 1990-2007

²⁴ *Closing the gap between business and education*

Em 2012 a Dinamarca publica o estudo do impacto da educação para o empreendedorismo através do *Company Program*²⁵. O Relatório deste estudo aprofunda e clarifica aquilo que se entende no país por educação para o empreendedorismo e refere-se às intenções, atitudes, ambições e comportamento empreendedor dos estudantes que tiveram estas experiências na escola, quer no secundário quer no ensino superior. No cerne da educação para o empreendedorismo os autores deste relatório consideram a educação prática orientada para a comunidade, através da criatividade, criação de valor, desenvolvimento da capacidade de iniciativa e ação, criando valor, a nível, económico, social, cultural. Educação e formação para o empreendedorismo têm um impacto positivo na motivação e propensão para iniciar um negócio mas independentemente da criação de negócios no futuro é importante considerar aquilo a que neste estudo se chama comportamento empreendedor, competências que orientam os indivíduos para a criação de valor.

2.3. A Junior Achievement Portugal, Associação Aprender a Empreender

A JAP é a congénere portuguesa da *Junior Achievement*. A apoiá-la estão os associados (empresas e outras instituições) que, através das suas quotas e donativos, permitem o desenvolvimento deste projeto de promoção do empreendedorismo junto das escolas de todo o país. A JAP inspira e prepara crianças e jovens para conseguirem vencer e ter sucesso numa economia global através da educação e consciencialização nas seguintes áreas: Cidadania e ética, Desenvolvimento de carreiras, Empreendedorismo e Literacia financeira.

Em Portugal desde novembro de 2005, a *Junior Achievement Portugal*, Associação Aprender a Empreender promove, à semelhança das organizações internacionais de que faz parte, os valores da responsabilidade e empreendedorismo junto dos jovens estudantes portugueses, através de atividades que os envolvem e ligam diretamente ao mundo empresarial, preparando-os para o mundo do trabalho. Numa ótica de educação para o empreendedorismo, aprender a empreender é ganhar sentido de responsabilidade, confiança, capacidade de decisão e assunção de riscos, desenvolver o espírito crítico e criativo ao serviço da inovação.

²⁵ *Impact of Entrepreneurship Education in Denmark – 2011*

Este trabalho é feito com a ajuda de voluntários, colaboradores das empresas associadas e professores das escolas locais que consideram a educação para o empreendedorismo uma mais-valia no percurso de crescimento dos jovens.

Em 2006 a Associação Aprender a Empreender chegou a mais de 1.000 jovens, tendo sido o melhor arranque europeu de sempre de uma congénere da *Junior Achievement*. Só com o programa piloto, Economia para o Sucesso, atingiram-se 1075 jovens, envolvendo ainda 42 professores e 77 voluntários em 7 escolas.

Nesta fase experimental, o objetivo foi adaptar conteúdos programáticos e familiarizar alunos, professores, associados e voluntários com a forma de atuação da organização. No primeiro semestre de atividade de 2006, foram feitos contactos com a Câmara Municipal de Oeiras, por forma a contar com a participação de escolas deste concelho em programas da Associação. Esta parceria resultou no envolvimento de 4 escolas do município de Oeiras. No total, 7 escolas públicas da área da Grande Lisboa estiveram envolvidas no primeiro programa da Aprender a Empreender. Foi de tal forma entusiasta a receção deste programa por parte das empresas associadas e dos seus colaboradores, que se criou a solução de participarem dois voluntários por cada turma, de modo a envolver todos os interessados.

O resultado positivo alcançado na parceria feita com a Câmara Municipal de Oeiras levou a Associação a procurar novas parcerias com um maior número de municípios, para implementação do *roll-out* do Programa “Economia para o Sucesso” e ao longo do ano letivo 2006/2007 juntaram-se escolas dos concelhos da Amadora, Cascais, Lisboa e Sintra. Neste ano letivo, os programas atingiram já mais de 14 000 alunos em quase 200 escolas.

O estímulo ao desenvolvimento de uma cultura de responsabilidade individual é difundido nas escolas, desde o 1º ano à universidade, através de programas adequados a diferentes faixas etárias. Com esta formação pretende-se trazer o mundo real até aos jovens portugueses, abrindo as suas mentes para todo o seu potencial e para uma melhor compreensão de questões como:

- A importância da educação na preparação para o mundo do trabalho;
- O impacto das relações económicas na vida das pessoas;
- A importância das economias orientadas para os clientes;

- O espírito empresarial e empreendedor;
- A função das empresas e da inovação numa economia global;
- A responsabilidade das pessoas relativamente a questões de natureza ambiental, social e o seu dever de agir de modo ético.

Em 5 anos a JAP atingiu, com a implementação dos seus programas em Portugal, 85 000 alunos, envolvendo mais de 4000 professores e mais de 4000 voluntários²⁶. Uma característica fundamental de todos os programas da JAP é o envolvimento direto das pessoas do mundo empresarial. Os voluntários estabelecem a ponte entre a teoria aprendida na escola e a prática e atuam como exemplos a seguir pelos alunos. Com o apoio do professor responsável os voluntários deslocam-se às salas de aula oferecendo aos alunos novas perspetivas de vida; têm o papel de os ajudar a encarar a vida com maior sentido de determinação e responsabilidade.

Através de programas apropriados para cada idade, desde o ensino básico até ao universitário, com o seu leque de iniciativas e diversas atividades, a JAP estimula o desenvolvimento de uma cultura de responsabilidade individual, estreitando a distância entre a escola e o mercado de trabalho, princípio comum a todas as organizações desde a sua criação.

Atualmente a JAP aplica em Portugal 10 programas: A Família (6-7 anos), A Comunidade (7-8 anos), A Europa e Eu (10-12 anos), É o Meu Negócio (13-15 anos), Economia para o Sucesso (14-15 anos), Bancos em Ação (15-16 anos), Braço Direito (14–18 anos), *Innovation Challenge* (16-18 anos), *A Empresa* (16–18 anos), *Start Up* (19-30 anos) que abrangem todos os níveis de ensino e várias faixas etárias atingindo anualmente mais de 25 000 alunos.

Os programas da JAP estimulam processos cognitivos que contribuem para a geração de ideias e desenvolvimento da criatividade. E a assunção de que inovação e criatividade estão interligadas é até concretizada através de um dos programas que a associação implementa em Portugal, o *Creativity & Innovation Challenge*. O *Creativity & Innovation Challenge* consiste na resolução de um problema proposto aos alunos do ensino secundário, em 12 horas de trabalho. Este desafio foca-se em

²⁶ Relatório de Gestão e Contas 2009/2010, JAP

processos inovadores e criativos baseados em situações reais de negócios com as quais as empresas têm de lidar no seu dia-a-dia.

Quer através do Programa *A Empresa* (destinado aos alunos do ensino secundário) quer através do *Start-up Programme* (programa semelhante destinado aos alunos do ensino superior) a JAP promove a criação de ideias de negócio inovadoras, projetadas para o mercado real através de um plano de negócios, de produção, financeiro e de marketing.

O desenvolvimento dos programas da JAP deve grande parte do seu sucesso à relação que estabelece com os seus associados. Providencia um programa de responsabilidade social corporativa ideal para todas as empresas, na medida em que não restringe o seu papel a contribuições financeiras, mas possibilita a sua participação na implementação dos programas que visam alcançar, com qualidade e motivação, o maior número de alunos possível. Os profissionais destas empresas são incentivados a disponibilizar o seu tempo e experiência, em regime de voluntariado, ao ensino dos jovens. Este trabalho é desenvolvido em parceria com os docentes das escolas envolvidas, com o intuito de construir e apresentar programas didáticos de acordo com o nível escolar dos alunos. E esta rede de relações vai ao encontro das necessidades dos jovens que veem assim aberto o caminho para a implementação das suas ideias.

A *Junior Achievement Portugal* acrescenta ao seu nome a expressão “Aprender a Empreender”, assumindo-o como um dos seus principais objetivos, indo simultaneamente ao encontro das ideias centrais do seu campo de ação: “Não se nasce empreendedor. Aprende-se.” já que concebe o empreendedorismo como uma atitude de vida que precisa de ser construída e desenvolvida.

A rede Alumni é a rede constituída por antigos alunos que tiveram experiências *Junior Achievement* ao longo do seu percurso escolar e está já formalmente organizada²⁷ em Portugal desde 2009. A JA Alumni Portugal tem como objetivo criar e proporcionar mais e melhores oportunidades para os alumni da *Junior Achievement Portugal* (JAP) de forma a que estes atinjam o seu potencial máximo na vida pessoal e profissional. O seu principal objetivo é complementar o

²⁷http://sponsor.jaye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1016:4466053410038311:::PI016_HID_INSTITUTION_ID:31429

trabalho desenvolvido pela JAP, baseada no conceito internacional desenvolvido em diversos países europeus e que culminou na unificação de várias Alumni nacionais numa Alumni Europeia – a JA-YE Alumni *Europe*. Os membros são maioritariamente participantes do programa JA-YE *Company Programme – A Empresa*, em Portugal, e todos partilham a paixão por empreendedorismo e liderança. A rede Alumni dá aos seus membros a oportunidade de construir relações e redes além-fronteiras, enquanto ganham experiência em gestão de projetos, planeamento de eventos e liderança, bem como lançar e gerir uma organização. Para além disto, a organização proporciona um fórum inspirador e entusiasta para desenvolvimento pessoal, construção de competências e uma oportunidade para ser parte em inúmeros eventos e atividades desenvolvidas tanto a nível europeu como a nível nacional.

2.4. O Programa *A Empresa, Company Program*

A Empresa é o programa bandeira da *Junior Achievement*, é o mais antigo e o que tornou a organização mundialmente conhecida. Considerado uma *best practice* pela Comissão Europeia, conta igualmente com o alto patrocínio do Presidente da República em Portugal. O programa desafia alunos do ensino secundário a criar e a gerir uma miniempresa, ao longo de um ano letivo e em contexto sala de aula. Uma vez constituída a equipa/miniempresa, os alunos contam com o apoio do professor e de um voluntário para que, num trabalho em equipa, consigam atingir os objetivos que o programa propõe: identificar as responsabilidades dos cargos e oportunidades de liderança; organizar a miniempresa, vender títulos de participação, produzir um produto ou serviço, colocá-lo no mercado, e manter registos financeiros; elaborar um plano de negócios; desenvolver uma apresentação de vendas; descrever e calcular impostos a serem pagos pela miniempresa; explicar como os dividendos são determinados e pagos; avaliar o impacto empresarial no sistema económico português.

A JAP recomenda que o Programa *A Empresa* dure um ano letivo inteiro, ou seja, entre 15 a 25 semanas. Os alunos reúnem-se semanalmente entre 1 a 3 horas, embora seja necessário que os alunos realizem trabalho adicional. O professor responsável pela implementação do programa orienta o trabalho com os alunos, organizando os grupos de trabalho que constituirão cada equipa ou miniempresa (e estes grupos podem ser de uma mesma turma ou de alunos de várias turmas). O

voluntário é uma pessoa vinda do mundo empresarial (colaboradores das empresas associadas) que irá orientar e aconselhar os alunos na gestão das suas miniempresas. O voluntário acrescenta valor ao programa através da partilha das suas experiências profissionais e contribuindo com o *know-how* do mercado de trabalho. A JAP faculta os materiais necessários para o programa, que incluem o manual do aluno e o manual do professor/voluntário com a planificação detalhada de todas as atividades necessárias ao desenvolvimento do programa, e ainda um bloco de títulos de participação por miniempresa (títulos de participação que devem ser vendidos pelos alunos, como se de ações se tratasse, a fim de angariar o capital necessário para iniciar as atividades e desenvolvimento de produtos ou serviços). Todos os novos voluntários e professores recebem formação e aconselhamento por parte da JAP antes do início do programa. À semelhança do que acontece com os *Alumni*, também professores e voluntários que realizaram o programa são convidados a partilhar as suas experiências com os novos professores e voluntários.

Este programa foi implementado em Portugal pela primeira vez no ano letivo de 2007/2008 e desde então não tem parado de crescer. Neste primeiro ano-piloto o programa foi implementado na área da Grande Lisboa – Cascais, Lisboa, Oeiras e Sintra – em 7 escolas secundárias e 1 escola profissional. Cerca de 120 alunos criaram 21 miniempresas, apoiadas por 11 voluntários. Atualmente é aplicado a nível nacional, tendo ultrapassado os 3000 alunos no ano letivo 2013/14. O crescimento do Programa em Portugal pode ver-se representado nos gráficos seguintes:

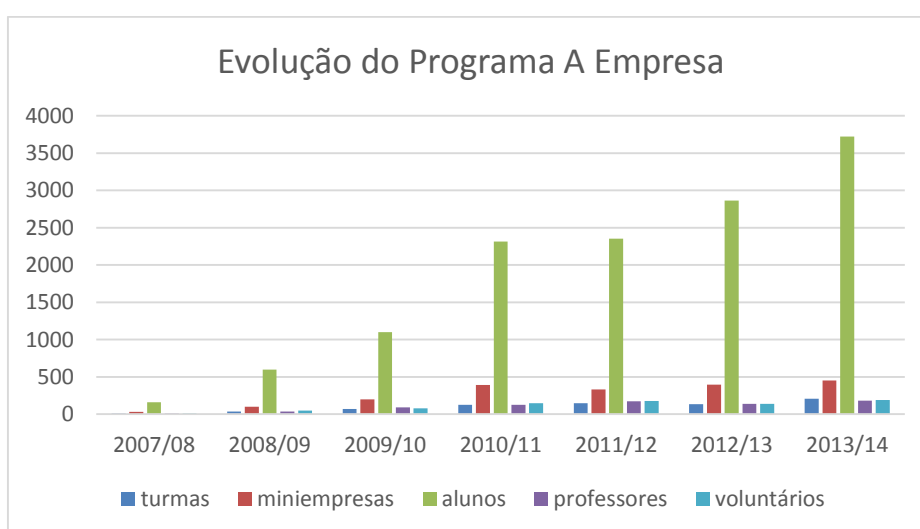


Figura 2. Evolução do Programa *A Empresa* em Portugal. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora)

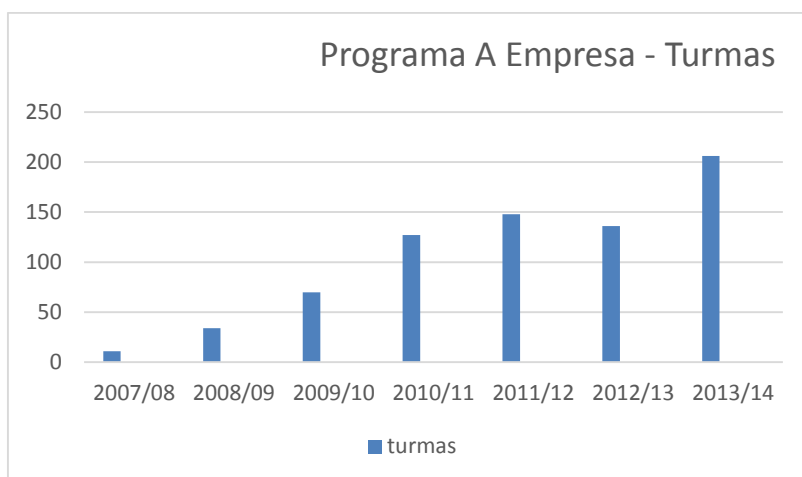


Figura 3. Evolução do Programa *A Empresa* por turmas. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora).

Tendo iniciado com 11 turmas, no ano letivo 2013/14 participaram no programa 206 turmas.

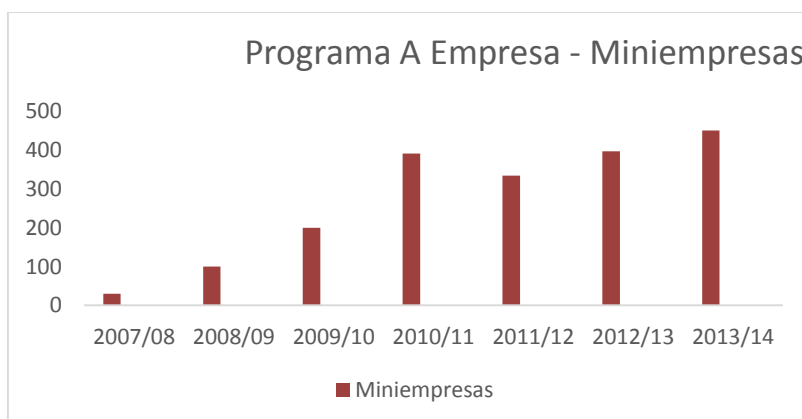


Figura 4. Evolução do Programa *A Empresa* por miniempresas. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora)

Tendo sido iniciado com 30 miniempresas, no ano letivo 2013/14 criaram-se no Programa 450 miniempresas.

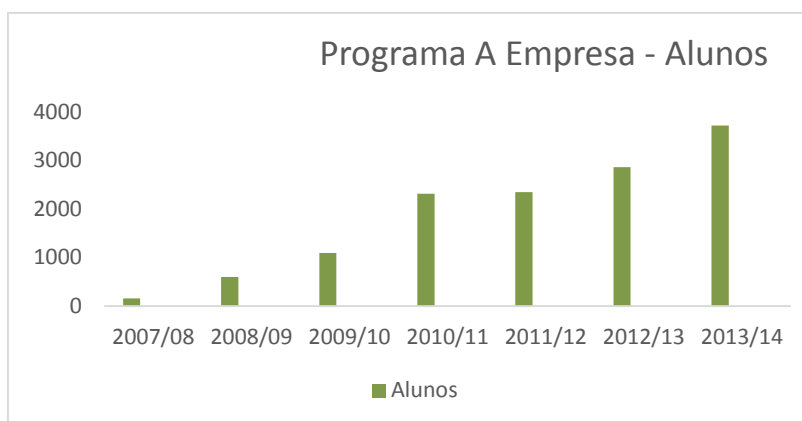


Figura 5. Evolução do Programa *A Empresa* por alunos. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora)

No primeiro ano letivo de realização do programa em Portugal participaram 160 alunos tendo chegado a 3723 alunos no ano letivo 2013/14.

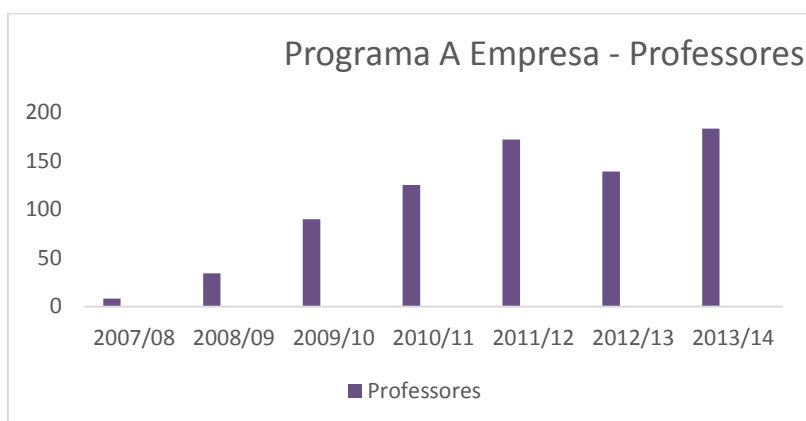


Figura 6. Evolução do Programa *A Empresa* por professores. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora)

Em 2007/08 foram 8 os professores que participaram no programa tendo 183 professores levado o programa às suas salas de aula em 2013/14.

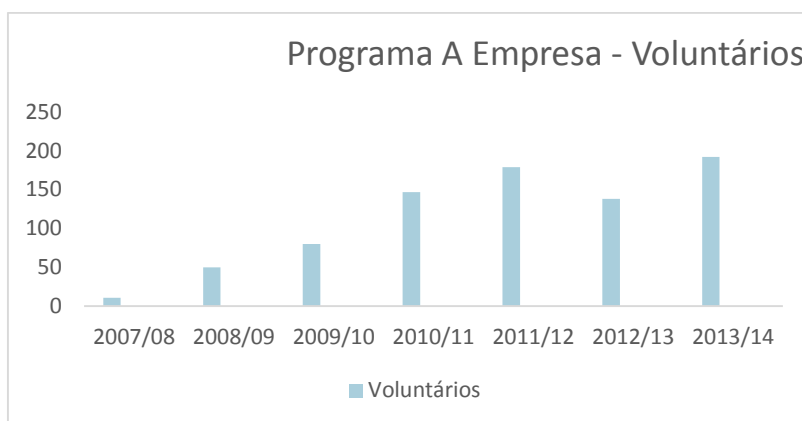


Figura 7. Evolução do Programa *A Empresa* por voluntários. Fonte: *Junior Achievement Portugal*. (Gráfico elaborado pela autora)

Em 2013/14 foram 192 os colaboradores de empresas que investiram o seu tempo na realização deste programa como voluntários nas escolas.

Para além das sessões realizadas em sala de aula com o professor e o voluntário os alunos têm oportunidade de passar por várias experiências que dão visibilidade aos seus projetos e permitem o contacto com o público e com as empresas associadas da JAP, que os avaliam e validam as suas ideias de negócio. O Júri é composto por colaboradores das empresas associadas e parceiras da JAP e avalia as melhores 20 equipas que passam diretamente à competição nacional do programa *A Empresa*. Este evento surge, portanto, como uma das fases intermédias da competição.

A Feira Ilimitada, normalmente realizada num centro comercial (em vários pontos do país, no ano letivo de 2013/14 realizaram-se 5 feiras: Lisboa, Leiria, Porto, Faro, Vila Real) é aberta ao público. Permite aos alunos apresentarem as suas miniempresas e dá-lhes a possibilidade de expor e vender os seus produtos ou serviços. Trata-se do desafio de gerar negócio com o trabalho desenvolvido até ao momento e põe-nos em contacto com pessoas ligadas ao mundo dos negócios. Permite-lhe ainda comparar as suas competências e a sua criatividade com os outros alunos. Estes são eventos com visibilidade nos media, o que permite aos alunos um enorme potencial de divulgação das suas ideias e às empresas um espaço de comunicação corporativa importante.

A Competição Nacional *A Empresa* é a celebração anual da *Junior Achievement Portugal* – Aprender a Empreender e permite conhecer as melhores

miniempresas criadas ao longo do ano em todo o país. Neste evento, as miniempresas selecionadas apresentam os resultados do seu negócio e dos conhecimentos adquiridos. Durante a Competição, a *Junior Achievement* permite que as miniempresas se apresentem perante um painel de um júri constituído por CEO's de grandes empresas que irá avaliar de que forma cada equipa vai ao encontro dos critérios da Competição, comparando-as com as restantes miniempresas, em cada etapa. A vencedora desta competição é levada pela *Junior Achievement Portugal* a participar na Competição Europeia que todos os anos é organizada pela *Junior Achievement – Young Enterprise*. Além da equipa vencedora que representa Portugal na Competição Europeia há mais prémios nesta competição. Alguns dos prémios desta Competição são oportunidades de estágio nas empresas, grandes empresas por vezes multinacionais, que abrem as suas portas a estes alunos e os ajudam a desenvolver as ideias de negócio apresentadas e contribuem para o desenvolvimento de competências pessoais numa oportunidade única de aproximação ao mercado de trabalho.

Estes prémios voltam a ter visibilidade nos *media* e constituem uma oportunidade de comunicação quer para estes negócios dos alunos quer para as empresas que assim se veem associadas a um grande evento de promoção do empreendedorismo entre os jovens²⁸.

Ao mesmo tempo que concorrem com as equipas portuguesas a nível nacional as miniempresas portuguesas estão registadas na plataforma do Programa *Enterprise without Borders*, o que confere desde o início e a todos os projetos uma dimensão internacional. Esta plataforma permite o intercâmbio de ideias, trabalhos, troca de serviços entre miniempresas e até parcerias que permitem vender os produtos ou arranjar fornecedores fora do país. As *joint-ventures* criadas respondem à necessidade de educar os jovens para os desafios da economia global. Ainda no domínio da internacionalização do projeto, a *JA-YE Europe Trade Fair* dá oportunidade aos alunos de mostrar as suas ideias inovadoras num contexto

²⁸ A equipa portuguesa que representou Portugal na Competição Europeia de 2014, a *25th JA-YE Europe Company of the Year Competition*, ganhou o *Remarkable Customer Service Award* atribuído pela Citi Foundation e este prémio teve um impacto nos media nacionais que ultrapassou as 25 referências em jornais, revistas e televisões portuguesas. Anil Wadhvani, Citi's CEO of Consumer Banking in Europe, the Middle East and Africa justifica o prémio dizendo: "We're delighted to help the next generation of European entrepreneurs become the progress makers of tomorrow. Student companies that anticipate changing needs and create value by improving the customer experience and innovating can be very beneficial to our consumers"

internacional e vender os seus produtos e serviços ao público em geral numa feira internacional que junta, a meio do ano letivo, miniempresas dos países que estão a realizar o Programa em vários países da Europa. Também aqui os alunos estão em contacto com o mundo dos negócios através das empresas que os avaliam.²⁹

²⁹ Nesta competição também são atribuídos prémios que não só distinguem as ideias de produtos ou serviços como as competências demonstradas pelos alunos na Feira: espírito de equipa, competências de comunicação e atendimento ao público

Capítulo 3 – Enquadramento metodológico

3.1. Pergunta de partida, objeto de análise e objetivos

Define-se para esta dissertação a seguinte questão de partida: qual o impacto da promoção do empreendedorismo nas escolas através da ação da Junior Achievement Portugal, nomeadamente o Programa *A Empresa*? Esta investigação desenvolve-se a partir dos seguintes objetivos: avaliar se esta ação contribui para o desenvolvimento de uma orientação empreendedora dos alunos que fazem os programas, compreender qual a perceção que os voluntários têm sobre o impacto da sua ação nos jovens e como este trabalho pode contribuir para o desenvolvimento das suas próprias competências e determinar que benefícios são obtidos pelas empresas e pelos seus colaboradores no apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo nas escolas.

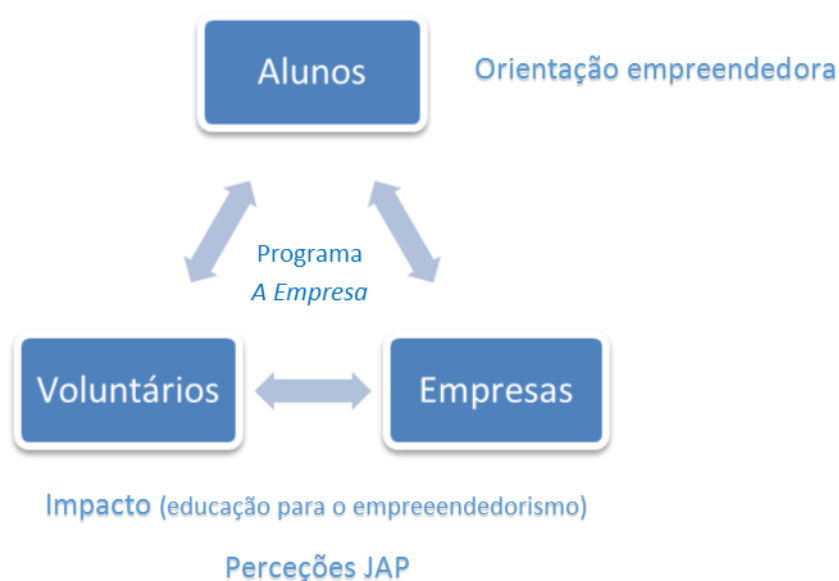


Figura 8. Objeto de análise e variáveis: Alunos, Voluntários, Empresas

3.2. Modelo de pesquisa

Tendo em conta a revisão da literatura e os objetivos propostos para esta investigação recorreremos a modelos que permitem identificar as dimensões de análise contempladas nos programas de educação para o empreendedorismo aplicados atualmente na Europa.

O projeto ASTEE (*Assessment Tools and indicators for Entrepreneurship Education*) nasce da necessidade de reconhecer o impacto da educação para o empreendedorismo em diferentes níveis de ensino. Focando-se na importância da educação para o empreendedorismo como forma de impulsionar o crescimento económico na Europa, acredita na possibilidade de ampliar o potencial empreendedor dos jovens, ajudando-os a desenvolver um olhar mais crítico para oportunidades empresariais, competências para realizar projetos, e uma aptidão mais evidente para assumir responsabilidades. O desenvolvimento destas competências-chave requer um ambiente escolar que incentiva a invenção e a criatividade, permitindo a tomada de riscos e valorizando os erros como forma de aprender.

O principal papel dos programas de educação para o empreendedorismo é aumentar o conhecimento dos alunos destacando a trajetória empreendedora como opção de carreira viável, desenvolvendo atitudes positivas, conhecimento empresarial e competências pessoais.

O reconhecimento desta urgência levou a União Europeia a desenvolver um modelo que ilustra as diferentes dimensões que as iniciativas educacionais devem focar nesta ação de desenvolvimento de competências de indivíduos empreendedores. Este quadro permite-nos isolar dimensões de análise de competências cujo desenvolvimento está previsto nestes programas.

Publicado em junho de 2014, o primeiro relatório deste projeto isola as dimensões de avaliação da educação para o empreendedorismo de acordo com o quadro europeu de referência para a educação para o empreendedorismo.

Desenvolvido por Heinonen e Poikkijoki (2006) este quadro (Figura 9) tem sido utilizado por vários organismos e grupos de trabalho europeus como forma de estabelecer um quadro de referência para o apoio à educação para o empreendedorismo.

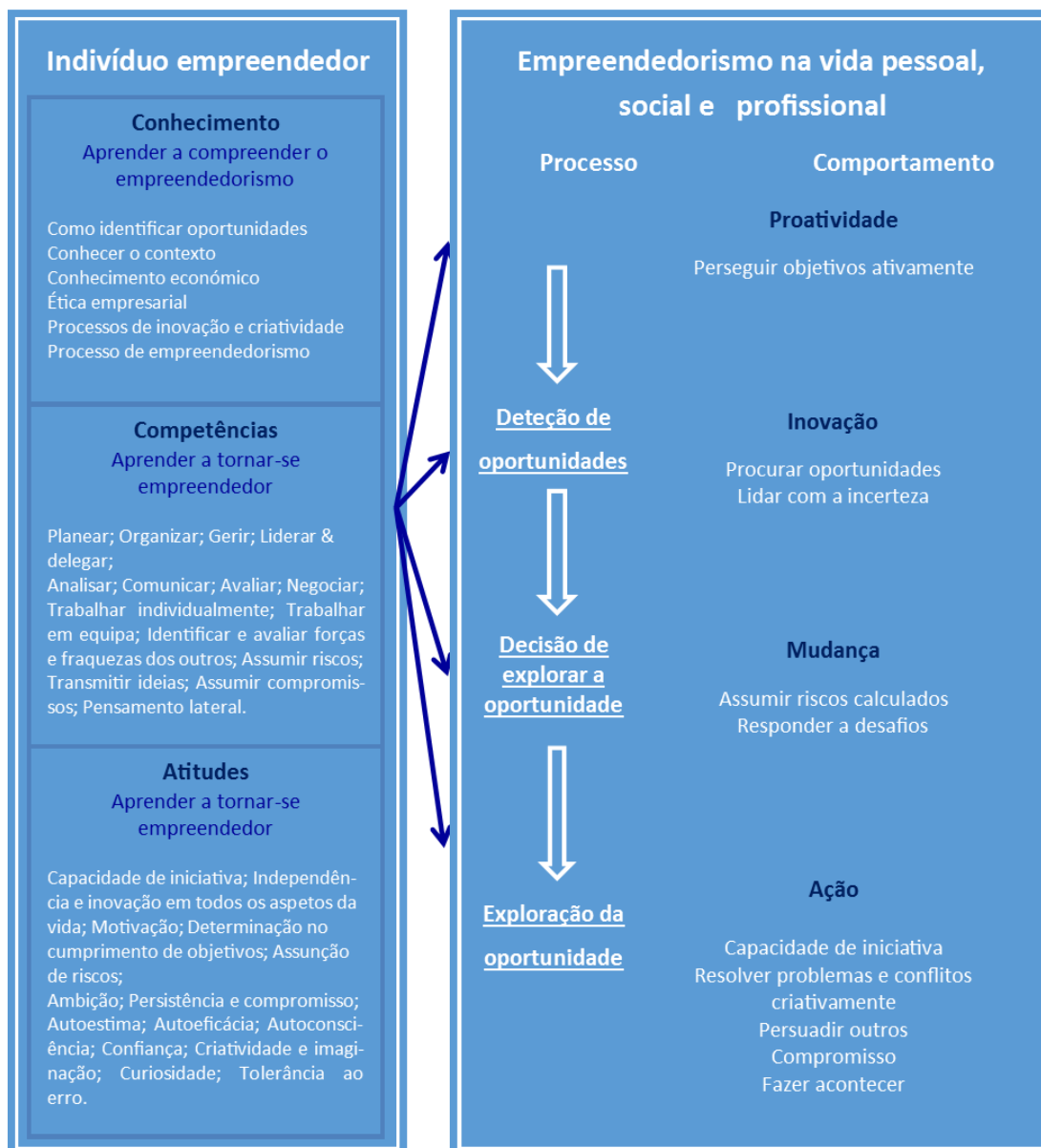


Figura 9. Quadro Europeu de referência para a Educação em Empreendedorismo. (Quadro elaborado pela autora)

A partir deste quadro definem-se as 5 dimensões relevantes deste processo de educação para o empreendedorismo: competências, conhecimento, enquadramento (*mindset*), relação com a educação e relação com a escolha de carreira. Ao considerarmos a orientação empreendedora um fenómeno comportamental, admitimos considerar serem estas as competências que a determinam e que através da educação podem ser potenciadas e estimuladas. A orientação empreendedora pode, assim, referir-se também ao processo empreendedor, sendo através dele que se verifica.

Indo ao encontro das referências europeias previstas neste quadro de referência e dos estudos de impacto realizados noutros países, podemos identificar as dimensões consideradas nos questionários utilizados para este estudo relativamente aos alunos que consideramos aqui representar a dimensão “indivíduo empreendedor”.

A dimensão “voluntários” é validada pelo mesmo quadro de referência, uma vez que trabalham diretamente com os alunos no apoio ao desenvolvimento das competências, são agentes de conhecimento neste âmbito, fazem parte do enquadramento empreendedor (*entrepreneurial mindset* associado ao mundo dos negócios) e o resultado da sua ação pode contribuir para a escolha de carreira dos alunos. O Programa *A Empresa* pressupõe o acompanhamento dos voluntários ao longo de todo o processo empreendedor que configura. Por outro lado, os voluntários respondem ainda sobre as perceções sobre o papel da sua empresa relativamente ao apoio a estes programas e práticas de cidadania corporativa.

A necessidade de avaliação do impacto no que diz respeito às empresas e que esteve na origem dos estudos realizados noutros contextos europeus tem como objetivos: aumento do número de voluntários que participam nos programas da JAP, aumento do valor do voluntariado para a economia e sociedade, reconhecimento das práticas de voluntariado e cidadania corporativa, alteração de pressupostos relativos a voluntariado e envolvimento com a comunidade, avaliação da importância do investimento na educação em todas as idades, avaliação da imagem da JAP e do seu impacto na comunidade. Essas dimensões estão também presentes nos instrumentos utilizados nesta investigação e estes pressupostos de análise podem resumir-se no esquema seguinte:

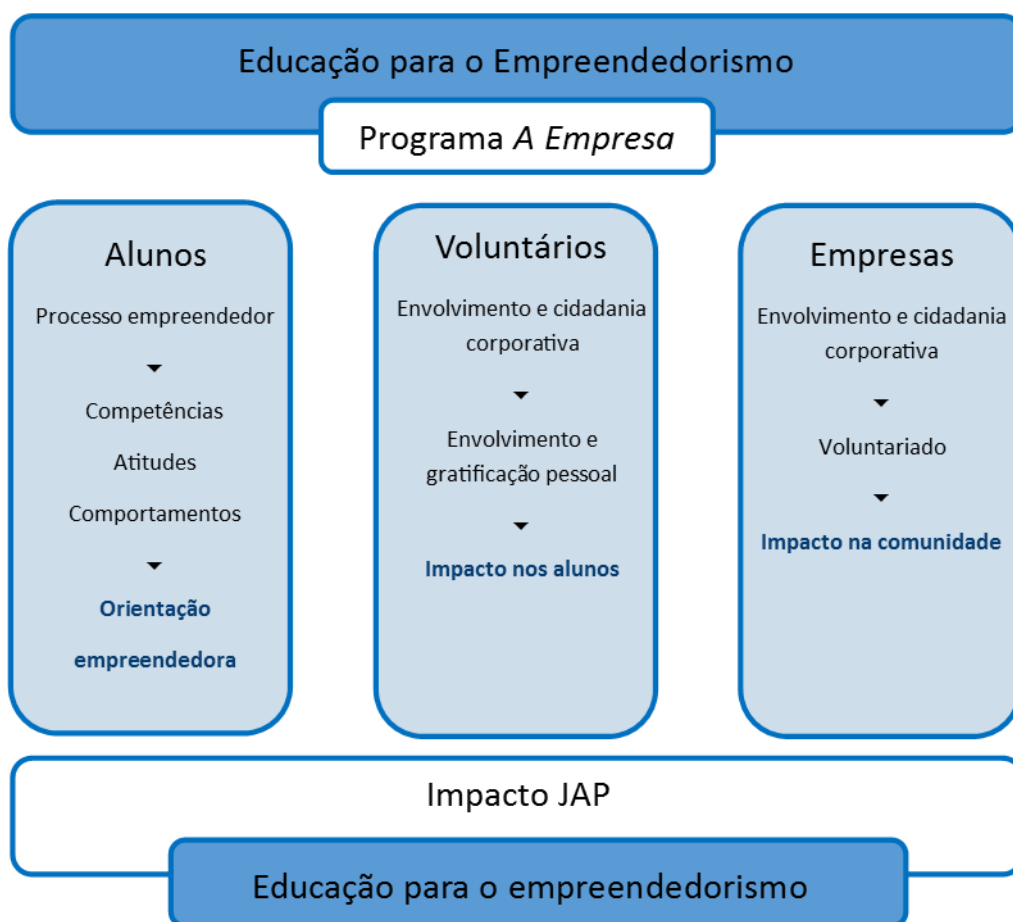


Figura 10. Síntese das dimensões de análise. (Quadro elaborado pela autora)

3.3. Tipo de investigação

Esta investigação é de natureza exploratória quantitativa, tendo a recolha de dados sido feita por via de inquéritos por questionário, aplicados a alunos, voluntários e responsáveis pelas empresas associadas da JAP. A pesquisa exploratória deste trabalho justifica-se pelo facto de não existirem estudos sobre o tema na perspetiva do impacto da ação dos programas da *Junior Achievement* em Portugal, nomeadamente o Programa *A Empresa* sobre o qual incidirá esta análise. A natureza descritiva da investigação visa expor características da população estudada face às dimensões em análise, tendo também por objetivo conhecer e descrever os atores deste mercado específico bem como entender o seu comportamento.

3.4. Recolha de dados, caracterização do instrumento e dimensões de análise

Os dados foram obtidos através de inquérito por questionário direto³⁰, uma vez que é o próprio inquirido a responder. O questionário foi o instrumento escolhido para responder ao problema teórico proposto porque se adapta aos objetivos de investigação e modelo de análise. Foram realizados três questionários aplicados aos 3 públicos do programa em análise: alunos, voluntários e empresas.

Tendo em conta o principal objetivo de investigação relativamente aos alunos - avaliar se esta ação contribui para o desenvolvimento de uma orientação empreendedora dos alunos que fazem os programas – as variáveis em análise são validadas a partir do quadro de referência europeu para a educação para o empreendedorismo (Figura 9) criadas em 2006 por Heinonen e Poikkijoki.

Os questionários dirigidos aos alunos e aos voluntários foram realizados com base nos questionários aplicados pela Associação no final de cada ano letivo que remetem para as dimensões de análise previstas nos estudos de qualidade e avaliação realizados pelas suas congéneres europeias inspirados no modelo de análise previsto a partir do Quadro Europeu de Referência para a Educação para o Empreendedorismo.

Este estudo poderá permitir assim uma análise comparativa desta população de jovens estudantes com outras na Europa relativamente a algumas das dimensões de análise comuns: importância do programa, trabalho em equipa, liderança, capacidade de decisão, assunção de risco, motivação, técnica de vendas e negociação, escolha mais apropriada de carreira profissional, mais conhecimento sobre responsabilidade social, mais motivação e empenho. Pretende-se tentar ainda compreender se a orientação empreendedora surge como resultado do processo empreendedor e pode estar associada às escolhas de carreira.

³⁰ Alunos: anexo A; voluntários: anexo B; empresas: anexo C



Figura 11. Dimensões de análise ALUNOS

Relativamente aos voluntários tentaremos validar o que ganham individualmente os colaboradores que trabalham com os alunos participantes e de que forma este trabalho vai ao encontro dos pressupostos da sua organização face à responsabilidade social e corporativa inerente ao apoio a estes programas.



Figura 12. Dimensões de análise VOLUNTÁRIOS.

O questionário aplicado às empresas foi realizado com base num estudo da JA-YE *Europe* de 2011³¹ já referido neste trabalho que pretende investigar o papel dos negócios na sociedade e o impacto do voluntariado e da cidadania corporativa no apoio ao desenvolvimento de competências entre os jovens. Ao inquirir as empresas associadas da JAP pretende-se (re)conhecer este apoio das empresas à educação para o empreendedorismo através destes programas em Portugal.



Figura 13. Dimensões de análise EMPRESAS.

As questões foram construídas de forma a estabelecer uma interligação entre os questionários e as referências teóricas apresentadas. A Escala de Likert é um tipo de escala de resposta psicométrica, através da qual os respondentes especificam o seu nível de concordância com uma afirmação. Para medir o grau de intensidade das respostas da amostra, foi aplicada a escala de Likert nos três questionários, para que os inquiridos indiquem o grau de concordância ou discordância em relação a determinada afirmação ou séries de afirmações, considerando uma escala de cinco pontos, em que 1. Discordo Totalmente, 2. Discordo, 3. Não Concordo/Nem Discordo, 4. Concordo e 5. Concordo Totalmente, permitindo assim avaliar as opiniões dos inquiridos.

³¹ Anexo A

Questionário 1 – Alunos³²

Construído a partir dos questionários usados pela associação para avaliar o impacto dos programas nos alunos no final de cada ano letivo, o questionário usado para este estudo abrange as dimensões de análise previstas no Quadro Europeu de Referência para a Educação em Empreendedorismo.

Dimensões de análise Alunos	Itens relativos a cada tema
Competências, atitudes, comportamentos	<ul style="list-style-type: none"> ■ Identificação das qualidades mais importantes de um empreendedor ■ Avaliação das qualidades mais importantes de um empreendedor – identificação de competências ■ Identificação e avaliação das principais razões para alguém criar o seu próprio negócio ■ Autoavaliação quanto às condições para vir a abrir um negócio no futuro ■ Experiências proporcionadas ao longo do Programa ■ Competências trabalhadas ao longo do Programa
Consciência do processo de aprendizagem (processo empreendedor)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Autoavaliação quanto à classificação como “empreendedor” ■ Identificação e avaliação das principais razões para alguém criar o seu próprio negócio ■ Autoavaliação quanto às condições para vir a abrir um negócio no futuro ■ Avaliação do envolvimento no Programa
Orientação empreendedora	<ul style="list-style-type: none"> ■ Intenção de vir a abrir um negócio no futuro ■ Autoavaliação quanto às condições para vir a abrir um negócio no futuro ■ Intenção quanto à escolha de profissão

³² Questionário: anexo A; caracterização do questionário: anexo A1

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Identificação de competências adquiridas ao longo do Programa
Impacto JAP	<ul style="list-style-type: none"> ■ Opinião acerca do Programa ■ Possibilidade de recomendação do Programa a outros <ul style="list-style-type: none"> ■ Relação com o Voluntário ■ Conhecimento prévio acerca do Programa ■ Avaliação do envolvimento no Programa: assiduidade, empenho, adequação das sessões, conhecimento adquirido nas sessões ■ Avaliação geral do Programa ■ Avaliação da satisfação com o Programa ■ Possibilidade de vir a ser voluntário
Caracterização sociodemográfica	<ul style="list-style-type: none"> ■ Género ■ Ano letivo de realização do Programa <i>A Empresa</i> ■ Tipo de escola ■ Ano de escolaridade da realização do Programa ■ Idade aquando da realização do Programa ■ Distrito de residência ■ Ocupação atual

Figura 14. Questionário Alunos. Dimensões temáticas.

Questionário 2 – Voluntários³³

O questionário aplicado aos Voluntários foi construído a partir do questionário realizado pela JAP no final de cada ano letivo como forma de avaliar o grau de satisfação dos voluntários ao longo do ano.

Dimensões de análise	Itens relativos a cada tema
Voluntários	
Envolvimento e cidadania corporativa e apoio à comunidade	<ul style="list-style-type: none"> ■ Incentivo (da organização a que pertence) para o voluntariado JAP ■ Impacto do investimento em atividades de apoio

³³ Questionário: anexo B; caracterização do questionário: anexo B1.

	<p>à comunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Avaliação da eficácia da parceria entre empresas e escolas ➤ Atividades de cidadania e responsabilidade corporativa ➤ Campos de ação
Envolvimento e gratificação pessoal	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Relação com o Professor responsável ➤ Relação com a associação ➤ O valor da experiência de voluntariado
Impacto nos alunos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoio no desenvolvimento de competências pessoais dos alunos
Impacto JAP	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Programas de voluntariado ➤ Frequência de contacto com a JAP ➤ Dificuldades de implementação do Programa
Caracterização sociodemográfica	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Género ➤ Idade ➤ Habilitações literárias ➤ Funções na empresa ➤ Distrito de residência

Figura 15. Questionário Voluntários. Dimensões temáticas.

Questionário 3 – Empresas³⁴

Baseado no questionário realizado para o estudo *Closing the gap between business and education*, de 2011, o questionário dirigido às empresas abrange quatro grandes áreas temáticas que correspondem às dimensões de análise previstas para este público-alvo: Envolvimento e cidadania corporativa e apoio à comunidade, Envolvimento e voluntariado, Impacto do voluntariado, Educação para o empreendedorismo e Perceções sobre a JAP. A última e sexta parte diz respeito à caracterização sociodemográfica dos inquiridos que, por representarem as organizações que dirigem, contemplam perguntas que permitem caracterizar o setor de atividade da empresa.

³⁴ Questionário: anexo C; caracterização do questionário: anexo C1.

Dimensões de análise Empresas	Itens relativos a cada tema
Envolvimento e cidadania corporativa e apoio à comunidade	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tendo em conta o papel das empresas na sociedade, importância atribuída ao investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade ▶ Considerando os grupos-alvo beneficiados com iniciativas de empreendedorismo (alunos do ensino secundário), avaliação da eficácia da parceria entre empresas e escolas, entre o mundo dos negócios e o ensino ▶ Atividades de responsabilidade social e corporativa em que a empresa se envolve ▶ Relação entre a crise económica e este tipo de atividades ▶ Motivo(s) por que as organizações se envolvem em atividades de responsabilidade social e corporativa ▶ Principais áreas de atuação nesta área ▶ Envolvimento em questões sociais
Envolvimento e voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Percentagem de colaboradores envolvidos em programas de voluntariado encorajados pela organização ▶ Frequência das ações de voluntariado estimuladas pela organização junto dos seus colaboradores ▶ Tempo do horário de trabalho anual disponibilizado aos colaboradores para ações de voluntariado ▶ Controlo/acompanhamento das horas de voluntariado ▶ Reconhecimento da organização aos colaboradores que fazem voluntariado ▶ Envolvimento pessoal nalguma ação de voluntariado voltado para a comunidade ▶ Razões para a promoção do voluntariado
Impacto do voluntariado	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Voluntariado e avaliação dos colaboradores ▶ Envolvimento em questões sociais ▶ Características desenvolvidas nos colaboradores através do voluntariado

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Valor acrescentado do voluntariado
Educação para o empreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aspetos a que dá mais relevância quando encoraja colaboradores a participar voluntariamente em programas relacionados com a educação ➤ Relação entre a formação do sistema de educação e as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho ➤ Avaliação do sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências empreendedoras dos jovens ➤ Avaliação do sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências financeiras dos jovens ➤ Importância atribuída ao envolvimento das pessoas do mundo dos negócios na educação ➤ Envolvimento da organização em atividades que permitam envolver os jovens no mundo dos negócios
Perceções sobre a JAP	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conhecimento das atividades da <i>Junior Achievement</i> ➤ Tipo de envolvimento em atividades da <i>Junior Achievement</i> ➤ Recomendação de envolvimento com a <i>Junior Achievement</i> a outras pessoas ➤ Avaliação das atividades da <i>Junior Achievement</i> ao nível da preparação dos jovens para o futuro ➤ Competências desenvolvidas nos jovens através das atividades da <i>Junior Achievement</i>
Caracterização sociodemográfica	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Setor de atividade da empresa ➤ Distrito da sede da empresa ➤ Caracterização sociodemográfica dos respondentes: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Idade ➤ Habilitações literárias ➤ Funções na empresa

Figura 16. Questionário Empresas. Dimensões temáticas.

3.5. Universo

O universo desta recolha é definido em função dos 3 públicos em análise - alunos, empresas, voluntários - sendo o processo de amostragem definido por conveniência.

Os alunos inquiridos realizaram o Programa *A Empresa* em Portugal enquanto alunos do ensino secundário/profissional entre o ano letivo 2007/2008 e o ano letivo 2013/2014 e têm todos idade acima dos 15 anos, de ambos os géneros. Num universo de 740 alunos que passaram por todas as fases do Programa e participaram na Competição Nacional responderam ao questionário 111 alunos³⁵.

Os voluntários são colaboradores das empresas associadas da JAP, que se deslocaram às escolas enquanto consultores do Programa *A Empresa* entre o ano letivo 2007/2008 e o ano letivo 2013/2014. O universo atual é composto por 192 voluntários e responderam ao questionário 84.

As “empresas” estão representadas por uma amostra de responsáveis de empresas associadas da JAP. A JAP tem neste momento 40 empresas associadas e responderam ao questionário 31.

3.6. Teste piloto/pré-teste

O questionário dos alunos foi testado a 2 de maio de 2014 a partir de uma amostra de 10 indivíduos a realizar o Programa *A Empresa* no presente ano letivo (2013/14) com o intuito de analisar a sua fiabilidade e identificar erros ou dificuldades de preenchimento por parte dos inquiridos. Este teste, presencial e simultâneo, resultou no levantamento dos principais comentários feitos pelos alunos durante o preenchimento do questionário.

O pré-teste considerou a avaliação das perguntas tentando compreender se as perguntas previstas eram corretamente compreendidas pelos inquiridos, se tinham um grau de dificuldade ajustado à população-alvo, se a lista de respostas propostas às

³⁵ No período entre maio e agosto de 2014 obtiveram-se 118 respostas aos questionários. Foram invalidados 7. 5 questionários por terem sido respondidos por professores e 2 que foram invalidados por estarem incompletos.

perguntas fechadas cobriam as respostas possíveis, se se detetavam passagens inesperadas de assuntos e no geral, as percepções sobre o questionário. O facto de este pré-teste ter sido feito presencialmente permitiu ir acompanhando os comentários dos inquiridos. Em consequência, foram feitas alterações na formulação de algumas afirmações, tendo a versão final do questionário sido disponibilizada na Internet entre maio e agosto de 2014.

O teste aplicado aos voluntários foi testado a partir de uma amostra de 4 indivíduos com experiência de voluntariado do Programa *A Empresa* (experiência mínima de 2 anos e máxima de 5 anos) a realizar o Programa também este ano letivo (2013/14). Em consequência das suas observações e sugestões foram feitas alterações na formulação de algumas afirmações, tendo a versão final do questionário sido disponibilizada na Internet entre maio e agosto de 2014.

O questionário aplicado às empresas foi realizado com base nas perguntas do questionário realizado para o estudo *Closing the gap between business and education* realizado pela JA-YE *Europe*, através da FreshMinds Limited. Uma vez que o questionário já tinha sido validado internacionalmente, não foi necessário aplicar os mecanismos habituais de validação do instrumento de pesquisa. Outro motivo importante para manter o mesmo questionário prende-se com a possibilidade de comparação dos dados obtidos em Portugal e noutros países.

3.7. Amostra

O método de amostragem foi escolhido tendo em conta os objetivos e condicionantes do estudo tendo a amostra sido selecionada por conveniência: os alunos que responderam ao questionário fazem parte do universo de alunos que tendo estado presentes nas Competições Nacionais do Programa *A Empresa*, fizeram o programa completo. Relativamente aos voluntários, independentemente de poderem ter feito outros Programas da JAP, fizeram também o Programa *A Empresa*. No que diz respeito às empresas, responderam ao questionário empresas associadas da JAP.

No que diz respeito aos alunos, foi usada uma amostra com 111 indivíduos, relativamente aos voluntários considera-se uma amostra de 84 indivíduos e foram inquiridas 31 empresas associadas da JAP.

3.8. Procedimentos de análise de dados

Os questionários foram disponibilizados na Internet, com recurso a plataforma Google própria para o efeito (<https://docs.google.com/forms>). A escolha da Internet deveu-se à maior facilidade em conseguir um maior número de respostas num curto período de tempo e uma disseminação mais rápida dos questionários através de intermediários. Quando comparados com questionários em papel, os questionários online são respondidos com maior celeridade e existe uma maior facilidade em lembrar os destinatários, recorrendo a mecanismos de comunicação eletrónica. A JAP colaborou no processo de disseminação dos questionários através das suas bases de dados e foi necessário recorrer à sua intervenção várias vezes para lembrar os destinatários dos questionários. A utilização da Internet permite ainda abranger diversas regiões do país sem a necessidade de deslocação.

A análise dos dados recolhidos foi elaborada através da utilização do *software* estatístico IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), versão 21, para o Windows 8.

3.9. Avaliação da qualidade do estudo

Relativamente aos alunos, este trabalho pretende compreender como elementos e dimensões da orientação empreendedora se manifestam nos indivíduos que tiveram experiências empreendedoras ao longo do seu percurso escolar. Estas experiências estão concentradas no desenvolvimento do Programa *A Empresa da Junior Achievement*. Procuramos identificar de que forma é possível facilitar a orientação empreendedora dos indivíduos, de forma a consolidar um modelo de educação que permita, por um lado, desenvolver competências cruciais para o desenvolvimento da orientação empreendedora, por outro avaliar o grau de satisfação dos indivíduos envolvidos neste Programa.

O grau de satisfação dos indivíduos envolvidos neste Programa passa pelos voluntários que, enquanto elementos exteriores à escola, se envolvem no processo educativo dos alunos através do apoio aos professores em sala de aula e à JAP em competições (enquanto membros do júri, por exemplo). Pretende-se avaliar a

percepção que os voluntários têm sobre o impacto que a sua ação pode ter nos jovens e de como este trabalho também pode contribuir para o desenvolvimento de competências pessoais.

No que diz respeito às empresas, focamos esta investigação na dimensão de análise sobre o papel dos negócios na sociedade e o impacto do voluntariado e da cidadania corporativa no apoio ao desenvolvimento de competências entre os jovens, levando-as a refletir sobre o seu papel na sociedade e sobre o impacto que a sua ação pode ter na comunidade, na educação e nos jovens, respondendo ainda aos desafios internos relacionados com a responsabilidade social e cidadania corporativa.

Capítulo 4 – Resultados e Discussão

4.1. Caracterização da amostra

Antes de dar início à análise de dados propriamente dita, neste primeiro subcapítulo são caracterizadas as amostras dos questionários realizados para os 3 públicos em análise: Alunos, Voluntários e Empresas.

Quadro 1. Caracterização sociodemográfica - Alunos

Variável	#	%
Género		
Feminino	70	63%
Masculino	41	37%
Total	111	100%
Idade		
Entre os 15 e os 27 anos		
Ano letivo da realização do Programa		
2007/2008	5	5%
2008/2009	3	3%
2009/2010	6	5%
2010/2011	11	10%
2011/2012	23	21%
2012/2013	34	31%
2013/2014	29	26%
Ano de escolaridade aquando da realização do Programa		
10º	12	11%
11º	69	62%
12º	30	27%
Idade aquando da realização do Programa		
14	1	1%
15	6	5%
16	13	12%
17	29	26%
18	32	29%
20	9	8%
21	7	6%

22	1	1%
23	1	1%
25	1	1%
Tipo de escola		
Profissional	62	56%
Secundária	49	44%
Privada	61	55%
Pública	50	45%
Distrito de residência		
Lisboa	63	57%
Porto	24	22%
Aveiro	4	4%
Coimbra	4	4%
Faro	4	4%
Braga	3	3%
Setúbal	3	3%
Leiria	2	2%
Beja	1	1%
Santarém	1	1%
Vila Real	1	1%
Viseu	1	1%
Ocupação atual		
Estudante	72	65%
Trabalhador/estudante	28	25%
Desempregado	6	5%

No que diz respeito à amostra de alunos, 63% (70) dos inquiridos correspondem a indivíduos do género feminino e 37% (41) ao género masculino, com idades compreendidas entre os 15 e os 27 anos. 31% (34) destes alunos realizaram o Programa *A Empresa* no ano letivo de 2012/2013, tendo 5% (5) dos alunos inquiridos realizado o Programa no primeiro ano da sua implementação em Portugal, 2007/2008. No que diz respeito ao ano de escolaridade em que realizaram o Programa, 62% (69) dos alunos inquiridos realizaram-no no 11º ano ou equivalente (no caso dos cursos profissionais), tendo apenas 11% (12) realizado no 10º ano e 27% (30) no 12º ano ou equivalente. No que diz respeito ao tipo de escola em que os alunos realizaram o Programa a amostra revela-se bastante equilibrada, uma vez que 56% (62) dos inquiridos são ou eram à data da realização do programa alunos do

ensino profissional com uma maior incidência de escolas privadas. Relativamente ao distrito de residência 57% (63) dos alunos inquiridos residem no distrito de Lisboa e 22% (24) no Porto. Quanto à sua ocupação atual 65% (72) dos inquiridos são atualmente estudantes, enquanto 25% (28) já trabalham podendo estudar simultaneamente e 5% (6) dos alunos inquiridos estão desempregados. 67% (74 alunos) tinham entre 16 e 18 anos quando realizaram o programa, o que coincide com o facto de a maioria ter tido essa experiência durante o 11º ano ou equivalente.

Quadro 2. Caracterização sociodemográfica - Voluntários

Variável	#	%
Género		
Feminino	29	35%
Masculino	55	65%
Total	84	100%
Idade		
Entre 22 e 63 anos		
Habilitações literárias		
Licenciatura	50	60%
Mestrado	24	29%
MBA	2	2%
Doutoramento	1	1%
12º ano	1	1%
Outro	6	7%
Distrito de residência		
Lisboa	51	61%
Porto	18	21%
Setúbal	7	8%
Aveiro	2	2%
Braga	2	2%
Faro	2	2%
Coimbra	1	1%
Santarém	1	1%

A amostra de Voluntários é constituída por 65% (55) indivíduos do género masculino e 35 % (29) do género feminino, no total de 84 inquiridos. Os inquiridos têm entre 22 e 63 anos. A pergunta idade é aberta, mas de acordo com as respostas podemos distribuir os resultados da seguinte forma:

Idades compreendidas entre 22 e 29 anos: 8 inquiridos; idades compreendidas entre 30 e 39 anos: 30 inquiridos; idades entre 40 e 49 anos: 24 pessoas; idades entre 50 e 58 anos: 14 inquiridos e idades compreendidas entre 60 e 63 anos: 8 inquiridos. Desta forma podemos verificar que mais de metade dos inquiridos (54) têm entre 30 e 49 anos. No que diz respeito às habilitações literárias, 60% (50) dos Voluntários inquiridos são licenciados e 29% (24) têm Mestrado, vivendo sobretudo no distrito de Lisboa (61% que correspondem a 51 indivíduos) e Porto (21% correspondentes a 18 indivíduos).

Quadro 3. Caracterização sociodemográfica - Empresas

Variável	#	%
Setor de atividade da empresa		
Financeiro / consultoria financeira	11	35%
Informação e tecnologia	6	19%
Serviços profissionais	5	16%
Venda a retalho	2	6%
Telecomunicações	2	6%
Manufatura	1	3%
Produtos de consumo	1	3%
Outra	3	10%
Distrito da sede da empresa		
Lisboa	29	94%
Porto	2	6%
Idade do respondente		
25 a 35 anos	7	23%
36 a 45 anos	10	32%
46 a 50 anos	8	26%
mais de 50 anos	6	19%
Habilitações literárias do respondente		
Licenciatura	19	61%
Mestrado	8	26%
Outro	2	6%

A amostra relativa às empresas associadas da JAP é constituída por 31 empresas, em que 35 % (11) atuam no setor financeiro/consultoria financeira, seguindo-se 6 empresas (19%) do setor de informação e tecnologia e 5 (16%) que oferecem serviços profissionais. 94% (29) das empresas inquiridas têm a sua sede em Lisboa, havendo apenas 2 (os restantes 6%) com sede no Porto.

Relativamente à idade, 32% (10) dos respondentes têm entre 36 e 45 anos, 26% (8 indivíduos) têm entre 46 a 50 anos, 23% (7) têm entre 25 a 35 anos e 19% (6) têm mais de 50 anos. Em termos de formação académica, mais de metade da amostra possui licenciatura (61%), o que corresponde a 19 indivíduos, ao que se seguem 26% (8) com Mestrado.

4.2. Análise e discussão de resultados

No modelo de análise deste trabalho foram definidas dimensões de análise para cada um dos 3 públicos em análise (Figura 9). Tendo em conta que foram realizados 3 questionários, numa tentativa de não tornar esta análise demasiado extensa, neste subcapítulo selecionamos as perguntas mais significativas para cada uma das dimensões, remetendo os resultados das restantes perguntas dos questionários para anexos³⁶.

Resultados do questionário aplicado aos Alunos

Dentro da dimensão de análise “competências, atitudes, comportamentos”, os alunos identificam, a partir de uma lista, as competências necessárias de um empreendedor, fazendo uma avaliação do que entendem ser as qualidades mais importantes de um empreendedor.

Tabela 1. Identificação das qualidades de um empreendedor. Questionário Alunos.

Para ti ser empreendedor é...	Média	Desvio padrão
ter iniciativa	4,71	,562
ser capaz de arriscar	4,50	,645
ser criativo na resolução de problemas	4,43	,655
sair da zona de conforto	4,27	,863
ser líder	4,17	,785
ser otimista	4,07	,794
criar o seu próprio negócio	3,79	,810
Respostas válidas	111	

Escala de 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem concordo
Concordo Concordo totalmente

³⁶ Anexo D: Resultados Questionário Alunos, Anexo E: Resultados Questionário Voluntários e Anexo F: Resultados Questionário Empresas

A percepção dos inquiridos sobre o que é ser empreendedor é definida com base na pontuação média obtida para cada afirmação ou item, ou seja, na média dos valores numéricos relativos a cada resposta, ponderada de acordo com a respetiva frequência.

Os valores médios atribuídos a cada uma destas afirmações permitem-nos compreender quais os itens mais valorizados e menos valorizados pelos inquiridos. De acordo com estes valores, a razão mais apontada pelos inquiridos é ter iniciativa (m=4,71, d.p.0.56), sendo a razão menos valorizada a criação do seu próprio negócio (m=3,73, d.p. 0,81). Ser capaz de arriscar (m=4,5, d.p. 0,645) e ser criativo na resolução de problemas (m=4,43, d.p. 0,655) são as razões mais valorizadas a seguir ao espírito de iniciativa. Ordenadas as razões apontadas pelos inquiridos obtemos a seguinte ordem de importância

- ter iniciativa
- ser capaz de arriscar
- ser criativo na resolução de problemas
- sair da zona de conforto
- ser líder
- ser otimista
- criar o seu próprio negócio

De realçar que todas as respostas estão acima do ponto médio da Escala de Likert utilizada (3) pelo que se verifica que os inquiridos tendem a concordar com as características identificadas.

Para verificar se as diferenças entre rapazes e raparigas são estatisticamente significativas foi calculado o teste de One-Way Anova, sendo que os valores obtidos se situam acima dos 0,05, logo não são significativos do ponto de vista estatístico.

O espírito de iniciativa, a capacidade de assumir riscos, a criatividade ao serviço da resolução de problemas são, para os alunos, as qualidades mais importantes de um empreendedor. Sair da zona de conforto, a capacidade de liderança e o otimismo são características essenciais para um empreendedor. A

tendência para concordar com as afirmações revelam que a criação do próprio negócio também caracteriza aquilo que estes jovens entendem ser uma competência de um empreendedor.

Ainda dentro da dimensão relacionada com o processo empreendedor consideramos importante avaliar as principais razões que podem levar alguém a criar o seu próprio negócio.

Tabela 2. Razões para alguém criar o seu próprio negócio. Questionário Alunos.

O que pode levar alguém a ter o seu próprio negócio?	Média	Desvio padrão
Construir algo	4,70	,515
Opção de emprego	3,88	,839
Ganhar mais dinheiro	3,70	,900
Não ter patrão	3,35	,997
Ter mais tempo livre	2,41	1,065
Trabalhar menos	1,95	,985
Respostas válidas	111	

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo
 Concordo Concordo totalmente

Os valores médios atribuídos a cada uma destas razões permitem-nos compreender quais os itens mais valorizados e menos valorizados pelos inquiridos. A razão mais valorizada pelos inquiridos é “construir algo” (m=4,70, d.p. 0,515) seguida de opção de emprego (m=3,88, d.p. 0,839). As afirmações mais próximas dos pontos mínimos são “ter mais tempo livre” (m= 2,41, d.p. 1,065) e “trabalhar menos” (m=1,95, d.p. 0,985) pelo que os inquiridos revelam ter consciência de que o processo empreendedor pode ser difícil e dar muito trabalho.

A primeira pergunta relacionada com a dimensão “orientação empreendedora” é uma pergunta direta sobre a intenção destes alunos virem a abrir um negócio no futuro.

Tabela 3. Intenção de abrir um negócio no futuro. Questionário Alunos.

Pensas em abrir um negócio no futuro?	#	%
Sim	41	36,9
Talvez, ainda não sei	63	56,8
Não	7	6,3
Total	111	100,0

A maioria dos Alunos (56,8%, o que corresponde a 63 inquiridos) não descarta essa possibilidade respondendo “talvez, não sei”, enquanto que 36,9% (o que corresponde a 41 alunos) afirma que sim, tem essa intenção. Apenas 7 alunos (6,3%) diz não ter essa intenção.

Para verificar as diferenças entre homens e mulheres foi calculado o teste Qui-quadrado. Os valores obtidos situam-se acima dos 0,05, pelo que não se consideram estatisticamente significativos. No entanto, o quadro seguinte permite-nos perceber que as raparigas revelam o maior nível de indecisão quanto à probabilidade de abrir um negócio que os rapazes, Por outro lado, dentro dos inquiridos que dizem “não” elas estão também em maior número.

Tabela 4. Intenção de abrir um negócio no futuro*Género. Questionário Alunos.

Pensas em abrir um negócio no futuro?	Género		Total
	Feminino	Masculino	
Sim	21	20	41
Talvez, ainda não sei	44	19	63
Não	5	2	7
Total	70	41	111

A pergunta “Porquê?” não é de resposta obrigatória, no entanto, 46 alunos justificaram a sua opção. De notar que só respostas com “sim” e talvez, ainda não sei” é que justificam a sua opção; não há justificação para nenhum “não”. As respostas dos alunos prendem-se com motivos emocionais (associados, por exemplo, à concretização de um sonho), criação do próprio emprego (a que surge associada a ideia de que é importante “ter algo nosso”) e a necessidade de inovação /

diferenciação da ideia de negócio (razões mais externas aos indivíduos, relacionadas com os mercados e a necessidade de inovar ou diferenciar). Nestas respostas, há uma predominância das razões do domínio interno (mais emocionais)³⁷.

Ainda na dimensão “Impacto JAP” é importante aferir o tipo de envolvimento dos alunos de acordo com vários critérios como o nível de participação e assiduidade.

Tabela 5. Envolvimento ao longo do Programa. Questionário Alunos.

De que forma te envolvereste no Programa?	#	%
Participando ativamente e ajudando a tomar decisões	78	70,3
Participando de forma ativa	20	18
Envolvendo-me pouco	8	7,2
Mantendo-me à margem e não indo além do que é obrigatório para a disciplina	5	4,5
Total	111	100,0

70,3% (78) dos alunos considera ter participado ativamente e ajudando a tomar decisões ao longo do Programa e 18% (20 alunos) de forma ativa.

A assiduidade é uma forma de reconhecer o envolvimento dos alunos e de acordo com os resultados na pergunta 14, 80,2% (89 inquiridos) dos alunos afirma ter estado presente em todas as sessões do Programa. Este é um dado importante que permite refletir o envolvimento, uma vez que em muitas escolas as sessões do Programa são realizadas fora do horário regular de aulas, até para que se compatibilizem com a disponibilidade dos Voluntários.

Tabela 6. Assiduidade ao longo do Programa. Questionário Alunos.

Estiveste presente em todas as sessões do Programa?	#	%
Sim	89	80,2
Não	22	19,8
Total	111	100,0

³⁷ As respostas podem ser vistas no Anexo E_Resultados Questionários_Alunos

Na dimensão “Impacto JAP” esta pergunta permite perceber quais as sessões/temas do Programa que mais agradam aos alunos e tendo em conta que todas as respostas se encontram acima do ponto médio da escala utilizada (3) verificamos que os alunos gostaram ou gostaram muito de todas as sessões. A criação das miniempresas (m=4,41, d.p. 0,732), a participação em competições da JAP (m=4,40, d.p. 0,947) e a participação nas feiras, contacto com o público (m=4,39, d.p. 1,028) ocupam o topo das preferências dos alunos, o que revela que são precisamente as atividades com mais visibilidade para o exterior que mais entusiasma os alunos. As atividades de que os alunos consideram gostar menos (embora os resultados se situem acima do ponto médio) são as atividades iniciais, quando os projetos estão ainda numa fase embrionária.

Tabela 7. Avaliação das sessões por preferência. Questionário Alunos.

Das sessões abaixo descritas identifica as que gostaste mais e menos, segundo a escala apresentada.	Média	Desvio padrão
Criação das miniempresas	4,41	,732
Participação em competições da JAP	4,40	,947
Participação nas feiras, contacto com o público	4,39	1,028
Escolha do produto/serviço	4,24	,917
Sessões com o(s) voluntário(s)	4,14	,999
Avaliação das ideias de produtos/serviços	4,12	,902
Comercialização do produto/serviço	4,05	,971
Reuniões de direção	4,03	,929
Análise de resultados, escolha do nome do produto/serviço	4,01	,939
Escolha do líder, atribuição dos cargos	4,00	,924
Elaboração do plano de negócios	3,88	,912
Processo produtivo (procura de fornecedores, matérias-primas, etc)	3,82	,974
Estudo de mercado	3,76	,946
Apresentação dos objetivos globais do Programa	3,71	,824

Escala de 1 a 5: Não gostei Gostei pouco Nem muito nem pouco Gostei Gostei muito

A pergunta que se segue é importante para a dimensão “orientação empreendedora” porque os alunos identificam as competências adquiridas ao longo do Programa, sendo possível extrapolar os resultados para aquilo que consideramos serem competências essenciais do indivíduo com a referida orientação

empreendedora, aplicável em qualquer área profissional e não apenas no mundo dos negócios.

Tabela 8. Impacto da experiência/competências adquiridas. Questionário Alunos.

De que forma é que a experiência Junior Achievement te ajudou em cada uma das seguintes situações:	Média	Desvio padrão
Pensar criativamente	2,68	,575
Defender ideias	2,67	,593
Trabalhar em equipa	2,67	,561
Comunicar efetivamente com os outros	2,62	,589
Comunicar de forma mais clara	2,61	,620
Tomar (boas) decisões	2,61	,559
Resolução de problemas	2,59	,579
Gerir dinheiro	2,22	,680
Falar em público, fazer apresentações	2,55	,710
Desenvolver a autoconfiança	2,55	,643
Gestão de tempo	2,53	,615
Conversar com pessoas (adultos) que não conheces	2,50	,699
Ser líder	2,47	,585
Contribuir para a comunidade	2,45	,697
Negociar	2,40	,636
Utilizar a tecnologia	2,32	,690
Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas	2,30	,758
Respostas válidas	111	

Escala 1 a 3: De forma nenhuma Um pouco Muito

Todas as perguntas se encontram acima do ponto médio da escala utilizada (2) pelo que os alunos tendem a considerar que a experiência *junior achievement* os ajudou no desenvolvimento de todas as competências referidas. Os valores atribuídos a cada pergunta são muito próximos, mas as competências associadas ao pensamento criativo, à defesa de ideias e ao trabalho em equipa são as que os alunos consideram mais importantes neste processo.

A avaliação do Programa permite reconhecer o nível de satisfação dos alunos com esta experiência e traz contributos à dimensão “Impacto JAP”.

Tabela 9. Avaliação global do Programa *A Empresa*. Questionário Alunos.

Considera as seguintes questões para avaliá-lo de forma global o Programa - <i>A Empresa</i>	Média	Desvio padrão
Valeu a pena	4,55	,710
Desafiante	4,52	,699
Uma grande experiência de aprendizagem	4,51	,773
Interessante	4,45	,723
Divertido	4,11	,802
Deu muito trabalho	3,95	1,025
Mudou a minha forma de estar na escola	3,70	1,269
Difícil	3,45	,979
Respostas válidas	111	

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem concordo
Concordo Concordo totalmente

Todas as respostas a esta pergunta se encontram acima do ponto médio da escala utilizada (3). No entanto os resultados são interessantes porque se por um lado os alunos tendem a valorizar a ideia de que a experiência “valeu a pena” (m=4,55, d.p. 0,710) por outro lado também a consideram difícil (m=3,45, d.p. 0,979). “deu muito trabalho” (m=3,95, d.p. 1,025) mas mais importante do que isso foi divertido (m=4,11, d.p. 0,802), interessante (m=4,45, d.p. 0,723) e uma grande experiência de aprendizagem (m=4,51, d.p. 0,773).

A pergunta que se segue permite, ainda no âmbito da avaliação do Programa, identificar as áreas de trabalhos que o Programa proporciona e a avaliação dos alunos a essas atividades.

Tabela 10. Avaliação e identificação de motivos de interesse do Programa *A Empresa*. Questionário Alunos.

O Programa <i>A Empresa</i> é interessante porque permite:	Média	Desvio padrão
Criar um produto/serviço inovador	4,59	,694
Comunicar com Empresários/Profissionais	4,32	,800
Trabalhar com os vários departamentos da empresa (Marketing, RH, TIC, etc)	4,23	,901
Atividades diferentes em Sala de Aula	4,22	,825
Trabalhar com o(s) voluntário(s)	4,13	1,037
Discussões em Sala de Aula	3,86	1,022

Reuniões de Direção	3,79	,964
Respostas válidas	111	

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo
Concordo Concordo totalmente

Todas as repostas a esta pergunta se encontram acima do ponto médio da escala utilizada (3) pelo que os alunos consideram interessantes as sessões e as atividades que elas proporcionam. A criação de um produto ou serviço inovador é o que mais suscita o interesse dos alunos ($m=4,59$, d.p. 0,694), logo seguida da possibilidade de comunicar com empresários e profissionais ($m=4,32$, d.p.0,8), mais uma vez atividades que permitem dar visibilidade ao projeto.

A heterogeneidade das atividades, associada à experiência em vários departamentos e à diversificação de atividades em sala de aula são também apontadas como atividades de grande interesse.

A visibilidade das atividades e a diversificação das tarefas em sala de aula surgem assim como mais-valias associadas à implementação do Programa.

O impacto JAP é também aferido pela possibilidade de recomendação do programa a outros e é inequívoco que os alunos sentem esse impacto como positivo tendo em conta que 97,3% (o que corresponde a 108 alunos) recomendaria a experiência a um amigo.

Tabela 11. Possibilidade de recomendação do Programa. Questionário Alunos.

Recomendarias este Programa a um amigo?	#	%
Sim	108	97,3
Não	3	2,7
Total	111	100,0

O grau de satisfação geral do Programa é aferido diretamente através de uma pergunta em que os alunos revelam estar muito próximos do ponto máximo da escala utilizada ($m=8,31$), o que demonstra o nível elevado de satisfação com a experiência.

Tabela 12. Grau de satisfação com o Programa *A Empresa*. Questionário Alunos.

	Média	Desvio padrão
Numa escala de 1 - 10, em que 1 é o mais insatisfeito e o 10 totalmente satisfeito, qual é o teu grau de satisfação, em termos gerais, com o Programa <i>A Empresa</i> ?	8,31	1,762

Resultados do questionário aplicado aos Voluntários

De acordo com o modelo de análise apresentado e as dimensões de análise identificadas para o público “Voluntários” procedemos à identificação e análise de uma pergunta para cada dimensão, remetendo os resultados das restantes perguntas para anexo (Anexo F).

Relativamente à dimensão de análise “Envolvimento e gratificação pessoal” a pergunta 7, cuja tabela de resultados se apresenta a seguir, revela a perceção dos inquiridos relativamente ao tipo de envolvimento pessoal durante a implementação do Programa. Com base na pontuação média obtida para cada afirmação podemos analisar os itens mais valorizados e os menos valorizados pelos inquiridos. De acordo com estes valores o aspeto que os voluntários mais valorizam é o retorno da experiência enquanto processo de aprendizagem, uma vez que a média de resposta está muito próxima do ponto máximo na escala de Likert utilizada (m=4,679, d.p. 0,49)

A única resposta que se situa abaixo do valor médio da escala utilizada (3) é “Tenho dificuldade em gerir o tempo entre as minhas responsabilidades profissionais e as exigências de ser Voluntário” (m=2,9, d.p. 1,18) o que nos permite perceber que esta atividade de voluntário é encarada com empenho e se enquadra dentro das responsabilidades dos inquiridos.

Tendo em conta que as restantes afirmações todas as respostas estão acima do ponto médio da Escala de Likert utilizada (3), pelo que se verifica que os inquiridos tendem a concordar com as afirmações. Entre os dois pontos máximos as quatro afirmações mais valorizadas realçam a gratificação pessoal associada à experiência como voluntário, uma vez que revelam ter trabalhado bem com o professor (O Professor e eu trabalhámos bem em conjunto: m=4,21), consideram sentir que têm

um papel importante da educação dos jovens com quem trabalharam (Sinto que tenho um papel importante na educação dos jovens que acompanho: $m=4,36$), não só repetiriam a experiência ($m=4,51$) como pretendem incentivar outras pessoas a serem voluntárias da JAP ($m=04,53$).

Para verificar se as diferenças entre mulheres e homens são estatisticamente significativas foi calculado o teste One-Way Anova sendo que todos os valores obtidos se situam acima de 0,05, logo não são significativos.

Tabela 13. Envolvimento e gratificação com o Programa *A Empresa*. Questionário Voluntários.

Indique em que medida concorda com as afirmações que a seguir se apresentam.	Média	Desvio padrão
Também eu aprendi com esta experiência	4,679	,4948
O meu trabalho como Voluntário do programa JAP foi uma experiência positiva	4,643	,5064
Vou incentivar outras pessoas para serem Voluntários da Junior Achievement Portugal	4,536	,5692
Voltaria a repetir a experiência	4,512	,7990
Sinto que tenho um papel importante da educação dos jovens que acompanho	4,369	,7076
O Professor e eu trabalhamos bem em conjunto	4,214	,7293
A formação que recebi da JAP permitiu-me implementar o programa na sala de aula com sucesso	3,833	1,0848
Tenho dificuldade em gerir o tempo entre as minhas responsabilidades profissionais e as exigências de ser Voluntário	2,917	1,1843
Respostas válidas	84	

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo
Concordo Concordo totalmente

Para refletir a dimensão “Impacto nos alunos” selecionamos a pergunta 8 do questionário. Nesta pergunta os Voluntários manifestam o seu grau de concordância com afirmações sobre o seu papel ao nível do desenvolvimento de competências pessoais dos alunos.

Tabela 14. Contributo dos voluntários para o desenvolvimento de competências dos alunos. Questionário Voluntários.

Como voluntário posso ajudar os alunos a desenvolver determinadas competências pessoais.	Média	Desvio padrão
Trabalhar em equipa	2,774	,4209
Pensar criativamente	2,762	,4285
Desenvolver a autoconfiança	2,762	,4285
Comunicar com os outros	2,726	,4486
Defender ideias	2,690	,4903
Resolução de problemas	2,667	,4742
Falar em público, fazer apresentações	2,643	,5064
Contribuir para a comunidade	2,619	,5356
Tomar (boas) decisões	2,536	,5017
Ser líder	2,476	,5483
Negociar	2,452	,5007
Gerir dinheiro	2,381	,5788
Gestão de tempo	2,369	,5549
Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas	2,333	,6463
Utilizar a tecnologia	2,286	,5926

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo Concordo Concordo totalmente

Todas as respostas a esta pergunta se situam entre 1 e 3, o ponto médio da escala utilizada, pelo que os Voluntários inquiridos revelam não ter opinião formada sobre o impacto da sua ação junto dos alunos ao nível do desenvolvimento de competências pessoais, com tendência para discordar. Os voluntários tendem a não reconhecer o seu papel ao longo do processo empreendedor dos alunos, contudo, no questionário dirigido aos alunos, estes revelam uma opinião muito positiva sobre a intervenção do voluntário ao longo do programa, reconhecendo a sua importância neste processo.

A pergunta 9 incide sobre a dimensão “Envolvimento e Cidadania Corporativa e Apoio à Comunidade” e os Voluntários avaliam o papel da sua empresa relativamente a este aspeto.

Perante a pergunta “Pensando no papel da SUA empresa na comunidade, quão relevante/impactante considera o investimento efetuado em atividades de apoio à comunidade” 67,9% (57 indivíduos) dos inquiridos consideram “Muito importante” o investimento efetuado pela sua empresa neste tipo de atividades, a que se seguem

27,4% (23 Voluntários) que consideram esse investimento “Importante”. Apenas 1 voluntário considera “Pouco importante” e 3 consideram não saber.

Atribuir importância ao investimento em atividades de apoio à comunidade contribui para considerarmos também importante ou muito importante o apoio à educação para o empreendedorismo, como um exemplo desse tipo de atividades.

Tabela 15. Papel da empresa e impacto das ações na comunidade. Questionário Voluntários.

Pensando no papel da SUA empresa na comunidade, quanto relevante/impactante considera o investimento efetuado em atividades de apoio à comunidade.	#	%
Muito importante	57	67,9
Importante	23	27,4
Não sei	3	3,6
Pouco importante	1	1,2
Total	84	100,0

A dimensão relativa ao “Impacto JAP” é avaliada pelos Voluntários a partir da avaliação da eficácia das parcerias entre empresas e escolas através da implementação do Programa *A Empresa*. De acordo com os Voluntários e tendo em conta os grupos-alvo que beneficiam do Programa *A Empresa* as parcerias desta natureza entre empresas e escolas são muito eficazes (64% das respostas que correspondem a 54 indivíduos) ou eficazes (29,8% das respostas, que correspondem a 25 indivíduos).

Tabela 16. Eficácia das parcerias Empresa/Escolas. Questionário Voluntários.

Tendo em conta os grupos-alvo (alunos do ensino secundário) que beneficiam do Programa -“A Empresa” em que medida considera eficazes parcerias desta natureza entre empresas e escolas?	#	%
Muito eficazes	54	64,3
Eficazes	25	29,8
Pouco eficazes	3	3,6
Ineficazes	1	1,2
Não sei	1	1,2
Total	84	100,0

Resultados do questionário aplicado às Empresas

As primeiras questões do questionário dirigido às Empresas permitem-nos analisar o posicionamento deste público face à primeira dimensão de análise, Envolvimento e cidadania corporativa e apoio à comunidade.

A primeira pergunta permite compreender que os inquiridos consideram que o investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade é bastante importante (61,3%, o que corresponde a 19 respostas) e muito importante (35,5%, o que corresponde a 11 respostas).

Tabela 17. Importância do investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade. Questionário Empresas.

Tendo em conta o papel das empresas na sociedade, que importância atribui ao investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade?	#	%
Bastante importante	19	61,3
Muito importante	11	35,5
Nada importante	1	3,2
Total	31	100,0

Enquanto associadas da JAP estas empresas conhecem o trabalho da associação, investindo não só financeiramente como através de voluntariado e apoio logístico a Competições, por exemplo, podendo por isso manifestar-se acerca da avaliação da eficácia da parceria entre empresas e escolas, entre o mundo dos negócios e o ensino.

Considerando os grupos-alvo beneficiados com iniciativas de empreendedorismo (alunos do ensino secundário, no caso específico do Programa *A Empresa*), estas empresas consideram que a parceria entre o mundo dos negócios e o ensino se revela muito eficaz (51,6% das respostas, o que corresponde a 16 empresas inquiridas) e bastante eficaz (29% das respostas, o que corresponde a 9 empresas).

Tabela 18. Eficácia das parcerias Empresas/Escolas. Questionário Empresas.

Considerando os grupos-alvo beneficiados com iniciativas de empreendedorismo (alunos do ensino secundário), até que ponto considera eficaz a parceria entre empresas e escolas, entre o mundo dos negócios e o ensino?	#	%
Muito eficaz	16	51,6
Bastante eficaz	9	29,0
Pouco eficaz	6	19,4
Total	31	100,0

O incentivo ao voluntariado surge como uma das mais importantes ações de responsabilidade social e corporativa para estas Empresas, já que 83,9% (26 empresas) considera que Encoraja os colaboradores a fazer voluntariado dentro daquilo que é a sua política de responsabilidade social e corporativa. 67,7% (o que corresponde a 21 empresas) participa em atividades de apoio à comunidade local e 58,1% (18 empresas) contribui financeiramente para projetos de solidariedade.

Tabela 19. Atividades de responsabilidade social e corporativa. Questionário Empresas.

Em que tipo de atividades de responsabilidade social e corporativa a sua empresa se envolve habitualmente?	#	%
Encoraja os colaboradores a fazer voluntariado	26	83,9
Participação em atividades de apoio à comunidade local	21	67,7
Contribuição financeira para projetos de solidariedade	18	58,1
Faz trabalho pro bono	6	19,4
Promove atividades de <i>fundraising</i> (angariação de fundos/ captação de recursos)	5	16,1

As empresas estão conscientes da importância do impacto social e consideram que ter um impacto social positivo enquanto organização (96,8%, o que equivale a 30 entre as 31 empresas inquiridas) é o seu principal objetivo quando se envolvem em atividades de responsabilidade social e corporativa. 83,9% (o que corresponde a 26 organizações) das empresas envolvem-se neste tipo de atividades porque esta é uma forma de ir ao encontro dos seus valores. Tendo em conta que mais de metade dos inquiridos aponta motivos relacionados com os colaboradores – 54,8% (17) indica fazê-lo para desenvolver outras competências dos colaboradores e

51,6% (16) – estas atividades respondem a desafios relacionados com o público interno das organizações.

Tabela 20. Motivos de envolvimento em atividades de responsabilidade social e corporativa. Questionário Empresas.

Por que motivo(s) as organizações se envolvem em atividades de responsabilidade social e corporativa?	#	%
Ter um impacto social positivo enquanto organização	30	96,8
Ir ao encontro dos valores da empresa	26	83,9
Gerir a reputação e a notoriedade da organização	17	54,8
Desenvolver outras competências dos colaboradores	17	54,8
Team building (espírito de equipa)	16	51,6
Atrair, motivar e reter colaboradores	13	41,9
Contribuir para a reputação social da empresa (ganhar publicidade gratuita)	10	32,3
Melhorar o posicionamento	9	29
Cumprir requisitos legais de responsabilidade social e corporativa	7	22,6

No que diz respeito às áreas em que estas organizações pretendem causar impacto, a educação surge em primeiro lugar com 83,9% (o que corresponde a 26 empresas) o que vai ao encontro do facto de todas se encontrarem ligadas de alguma forma à JAP. 71% (22 empresas) pretende causar impacto na comunidade local e ao nível do desenvolvimento jovem (poderá o desenvolvimento jovem estar associado também à educação ou à criação de emprego jovem).

Tabela 21. Identificação de áreas de impacto social. Questionário Empresas.

Quais são as principais áreas em que a sua organização pretende atuar e causar impacto?	#	%
Educação	26	83,9
Comunidade local	22	71
Desenvolvimento jovem	22	71
Combate à pobreza	12	38,7
Ambiente	9	29
Artes e cultura	3	9,7
Saúde	3	9,7
Apoio a catástrofes	3	9,7

Estes resultados vão ao encontro dos resultados europeus obtidos através do estudo que deu também origem a este questionário³⁸.

Quando encorajam trabalhadores a participar voluntariamente em programas relacionados com a educação, as empresas dão sobretudo relevância ao impacto que podem ter na vida dos estudantes. Ter impacto na vida dos estudantes é, sem dúvida, o seu principal objetivo (67,7% dos inquiridos, o que corresponde a 21 empresas, apontam este como o aspeto mais relevante). Tão importante quanto o compromisso requerido (29% - 9 - apontam-no como aspeto relevante) é a natureza da organização que pretende apoiar.

Tabela 22. Relevância do voluntariado na área da educação. Questionário Empresas.

Quais os aspetos a que dá mais relevância quando encoraja colaboradores a participar voluntariamente em programas relacionados com a educação?	#	%
Ter impacto na vida dos estudantes	21	67,7
O compromisso requerido	9	29
A natureza da organização que pretende apoiar	9	29
Apoio da organização que se vai apoiar	7	22,6
Flexibilidade dos programas	4	12,9
Benefícios profissionais	4	12,9
Qualidade dos materiais	4	12,9
Formação necessária	3	9,7
Deslocações previstas	2	6,5

As empresas inquiridas admitem que até um quarto dos seus trabalhadores estão envolvidos em programas de voluntariado encorajados pela organização – 77,4%, o que corresponde a 24 empresas dizem ter entre 0 e 25% dos seus colaboradores envolvidos em programas de voluntariado encorajados a nível interno, o que permite atribuir uma importância relevante à promoção do voluntariado.

³⁸ *Closing the gap between business and education*, Junior Achievement Young Enterprise

Tabela 23. Número de colaboradores envolvidos em voluntariado. Questionário Empresas.

Que percentagem de colaboradores da sua empresa pensa estarem envolvidos em programas de voluntariado encorajados pela vossa organização?	#	%
0-25%	24	77,4
26-50%	6	19,4
51-75%	1	3,2
Total	31	100,0

De acordo com a importância atribuída à promoção interna do voluntariado, as empresas inquiridas estimulam continuamente ações de promoção deste tipo de atividade. 61,3% das empresas (19) considera a frequência das ações de forma contínua.

Tabela 24. Frequência das ações de voluntariado. Questionário Empresas.

Em geral qual é a frequência das ações de voluntariado que a sua organização estimula junto dos seus colaboradores?	#	%
Contínua	19	61,3
Ad Hoc	7	22,6
1 vez por ano	2	6,5
1 vez por mês	2	6,5
1 vez por trimestre	1	3,2
Total	31	100,0

Relativamente ao tempo que as organizações disponibilizam aos seus colaboradores para ações de voluntariado, 45,2% das empresas (14) disponibilizam entre 2 e 3 de trabalho ao ano, enquanto 16,1% (5) afirmam disponibilizar mais do que 5 dias de trabalho, que mais uma vez demonstra a importância do voluntariado para estas organizações.

Tabela 25. Tempo disponibilizado para ações de voluntariado. Questionário Empresas.

Quanto tempo do seu horário de trabalho anual a sua organização disponibiliza aos colaboradores para ações de voluntariado?	#	%
2-3 dias de trabalho	14	45,2
Até 1 dia de trabalho	5	16,1

Mais do que 5 dias de trabalho	5	16,1
4-5 dias de trabalho	4	12,9
Não sei	3	9,7
Total	31	100,0

Tal como são encorajados a nível interno para fazer voluntariado, essa ação é reconhecida publicamente por parte da organização. 71% (22) das empresas reconhece publicamente os seus colaboradores que se envolvem em voluntariado, enquanto 45,2% o faz através de feedback pessoal. Apenas uma empresa (3,2%) admite não dar nenhum tipo de reconhecimentos aos colaboradores que fazem voluntariado.

Tabela 26. Reconhecimento interno do voluntariado. Questionário Empresas.

Que reconhecimento a sua organização dá aos colaboradores que fazem voluntariado?	#	%
Reconhecimento público da organização	22	71
Feedback pessoal	14	45,2
É tido em conta para progressão de carreira	4	12,9
Nenhum	1	3,2

O envolvimento em questões sociais é conduzido em 38,7% (12) destas empresas pelo Departamento de Recursos Humanos enquanto que para 32,3% (10) essa é uma valência atribuída ao CEO, vindo o departamento de responsabilidade social apenas a seguir com 22,6% (7) empresas.

Tabela 27. Responsável pelo envolvimento em questões sociais. Questionário Empresas.

Quem na sua empresa conduz o envolvimento em questões sociais?	#	%
O Departamento de RH	12	38,7
CEO	10	32,3
O Departamento de Responsabilidade Social	7	22,6
Os executivos individualmente	2	6,5
Total	31	100,0

A principal razão que leva os responsáveis por estas empresas a promover o voluntariado é o facto de este tipo de ação refletir os valores da organização (48,4%, ou seja, 15 inquiridos, revelam ser esta a principal razão para a promoção do voluntariado). Para 38,7% (12) a principal razão da promoção do voluntariado na sua empresa é a possibilidade de devolver algo à comunidade enquanto que apenas 4 pessoas (o que representa 12,9%) o faz por reconhecerem uma oportunidade para melhorar competências.

Tabela 28. Identificação de razões para a promoção do voluntariado. Questionário Empresas.

Qual a principal razão que o leva a promover o voluntariado na sua empresa?	#	%
Refletir os valores da sua organização	15	48,4
Devolver algo à comunidade	12	38,7
Melhorar competências	4	12,9
Total	31	100,0

O voluntariado é visto como fonte de entusiasmo por 71% (22) dos inquiridos. Além do entusiasmo os inquiridos revelam reconhecer que estas ações contribuem para o desenvolvimento de competências de comunicação nos seus colaboradores (48,4%, o que corresponde a 15 indivíduos) sendo também uma atividade inspiradora (segundo 45,2% dos inquiridos). Esta pergunta permite perceber que os inquiridos reconhecem os efeitos que o voluntariado tem nos seus colaboradores a nível pessoal.

Tabela 29. Características desenvolvidas através do voluntariado. Questionário Empresas.

Que características vê os colaboradores da sua organização desenvolver através do voluntariado?	#	%
Entusiasmo	22	71
Competências de comunicação	15	48,4
Inspiração	14	45,2
Trabalho de equipa	13	41,9
Energia renovada	12	38,7
Adaptabilidade	9	29
Resiliência / Espírito de sacrifício	7	22,6
Capacidade de liderança	3	9,7
Networking	2	6,5

Os resultados obtidos no conjunto de perguntas que enquadram a dimensão de análise Educação para o Empreendedorismo é particularmente importante nesta análise, uma vez que se pretende aferir aspetos importantes no que diz respeito à relação que estes programas de desenvolvimento do empreendedorismo entre os jovens permitem entre o mundo dos negócios e a escola.

Os responsáveis por estas empresas consideram que o sistema de educação não forma os jovens com as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho, uma vez que 29% (9) dos inquiridos considera que o faz de forma pobre e 25,8% (8) de forma muito pobre.

Tabela 30. Avaliação do sistema de educação português/desenvolvimento de competências. Questionário Empresas.

Em que medida acredita que o sistema de educação forma os jovens com as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho?	#	%
De forma pobre	9	29,0
De forma muito pobre	8	25,8
Nem muito nem pouco pobre	8	25,8
Bem	3	9,7
Bastante bem	2	6,5
Muito bem	1	3,2
Total	31	100,0

Associado ao défice de formação de competências para entrar no mundo do trabalho, o sistema de educação português é visto de forma frágil no que respeita ao desenvolvimento de competências empreendedoras dos jovens, uma vez que 67,7% (21) dos inquiridos o considera não muito bem-sucedido nesta matéria e 32,3% (10) o considera nada bem-sucedido.

Tabela 31. Avaliação do sistema de educação português/desenvolvimento de competências empreendedoras. Questionário Empresas.

Quão bem-sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências empreendedoras dos jovens?	#	%
Não muito bem-sucedido	21	67,7
Nada bem-sucedido	10	32,3
Total	31	100,0

A dimensão “Impacto JAP” permite-nos analisar o tipo de envolvimento destas empresas com a associação. Quando inquiridos acerca da probabilidade de recomendar a outras pessoas o envolvimento com a Junior Achievement, 71% dos inquiridos (22) consideram-no muito provável, enquanto 19,4% vê essa possibilidade como provável. Apenas 1 inquirido (3,2%) o considera muito improvável, o que revela o impacto positivo que as atividades da organização em estudo tem dentro destas empresas.

Tabela 32. Probabilidade de recomendação da JAP. Questionário Empresas.

Qual a probabilidade de recomendar a outras pessoas o envolvimento com a <i>Junior Achievement</i> ?	#	%
Muito provável	22	71,0
Provável	6	19,4
Nem improvável nem provável	2	6,5
Muito improvável	1	3,2
Total	31	100,0

Esse impacto positivo é reforçado pelos resultados da pergunta seguinte, através dos quais verificamos que os 77,4% (24) inquiridos consideram que as atividades da Junior Achievement fazem uma diferença considerável no que respeita à preparação dos jovens para o futuro.

Tabela 33. Avaliação do impacto JAP para o futuro dos jovens. Questionário Empresas.

Do que conhece das atividades da Junior Achievement em que medida é que elas contribuem para preparar melhor os jovens para o futuro?	#	%
Faz uma diferença considerável	24	77,4
Faz uma diferença razoável	6	19,4
Faz uma pequena diferença	1	3,2
Total	31	100,0

Refletindo sobre as competências que as atividades da Junior Achievement desenvolvem nos jovens, 90,3% (28 inquiridos) identificam competências empreendedoras, 83,9% (26) competências pessoais e 80,6% (25) competências que permitem ter uma perceção do contexto real de trabalho. Todas as competências identificadas se relacionam com o lado prático dos projetos e com as competências, atitudes e comportamentos previsto no quadro europeu de referência para o Empreendedorismo, sendo que a que tem menos reconhecimento é a que pressupõe conhecimentos normalmente associado ao sistema de ensino tradicional – conhecimentos específicos associados a áreas de conhecimento disciplinares - Conhecimentos específicos (ciências, línguas, matemática) com 19,4% de respostas (6 respostas).

Tabela 34. Impacto JAP/desenvolvimento de competências. Questionário Empresas.

Que competências as atividades da <i>Junior Achievement</i> desenvolvem nos jovens?	#	%
Competências empreendedoras	28	90,3
Competências pessoais	26	83,9
Perceção do contexto real de trabalho	25	80,6
Comunicação	22	71
Experiência(s)	21	67,7
Transformar conhecimentos em competências práticas	21	67,7
Competências práticas	15	48,4
Competências de negócios	14	45,2
Competências financeiras	11	35,5
Literacia	8	25,8
Conhecimentos específicos (ciências, línguas, matemática)	6	19,4

Conclusões

O empreendedorismo é encarado como um dos principais motores de mudança social e a educação para o empreendedorismo é fundamental para o desenvolvimento de competências, atitudes e comportamentos que são a base para o crescimento económico. Tendo vindo a ser estudado numa perspectiva organizacional justificámos a focalização deste trabalho numa perspectiva individual, que se impõe num momento em que as recomendações internacionais apontam a educação para o empreendedorismo como uma das mais importantes metas dentro dos sistemas de educação.

Definimos como primeiro objetivo deste trabalho avaliar se o Programa *A Empresa* contribui para o desenvolvimento de uma orientação empreendedora dos alunos. Os resultados obtidos através do estudo quantitativo permitem-nos acreditar que a identificação de uma orientação empreendedora dos indivíduos é potenciada pelo processo empreendedor proporcionado pelas experiências de empreendedorismo em contexto escolar de que o Programa *A Empresa* é exemplo. As experiências de empreendedorismo proporcionadas pelo Programa *A Empresa* são vistas pelos alunos como oportunidades de desenvolvimento das competências, atitudes e comportamentos que enformam as bases do comportamento empreendedor dos indivíduos (ter iniciativa, ser capaz de arriscar, ser criativo na resolução de problemas, sair da zona de conforto, ser líder, ser otimista, criar o seu próprio negócio). Curiosamente, a criação de um negócio próprio não é considerada pelos alunos como uma das mais importantes características de um empreendedor. Na realidade, cidadãos proativos, capazes de assumir riscos, responsáveis, criativos, críticos, empreendedores, são focos de mudança e desenvolvimento em qualquer contexto profissional. Ainda assim, uma larga maioria destes jovens admite poder vir a abrir um negócio no futuro. Acreditando que vivemos numa economia tendencialmente empreendedora, baseada nos pequenos negócios, dotar os indivíduos das competências necessárias é fulcral numa sociedade que investe na formação dos seus cidadãos ao longo de tantos anos do seu percurso de vida.

Os alunos reconhecem a importância destas experiências e o impacto que elas têm na sua formação, vendo-as como uma grande experiência de aprendizagem. Apesar de reconhecerem o esforço associado ao muito trabalho que tiveram

consideram o Programa suficientemente interessante para ter mudado a sua forma de estar na escola. As competências adquiridas são reconhecidas pelos alunos e vão ao encontro do que se prevê serem as competências, atitudes e comportamentos do indivíduo empreendedor. A orientação empreendedora surge assim como resultado de um processo de aprendizagem prática através destes programas que permite desenvolver competências, atitudes, comportamentos.

O segundo objetivo desta investigação passava pela possibilidade de avaliar a perceção que os voluntários têm sobre o impacto que a sua ação pode ter nos jovens e de como este trabalho também pode contribuir para o desenvolvimento de competências pessoais. Os Voluntários do Programa reconhecem os benefícios do seu envolvimento quer em termos pessoais quer profissionais. Acreditam que o seu contributo nas escolas pode fazer a diferença e consideram que o investimento neste tipo de ações é muito importante, realçando o facto de que o investimento em parcerias desta natureza é muito eficaz. Estas práticas de cidadania corporativa são tão enriquecedoras a nível pessoal que o Voluntários recomendam a experiência e reconhecem o papel da associação ao serviço do desenvolvimento do espírito empreendedor dos jovens que acompanham, fazendo da sua ação voltada para a comunidade uma forma de intervir socialmente. Ações de voluntariado desta natureza permitem reconsiderar as políticas de responsabilidade social e corporativa das empresas que se associam desta forma à JAP, uma vez que assim se extrapola a relação entre *stakeholders* associados direta e indiretamente ao negócio da empresa, aproximando-se da conotação relacionada com a gestão das relações comunitárias.

Reconhecer esta dimensão estratégica permite às empresas oferecer aos seus colaboradores a oportunidade de participar diretamente nos processos que contribuem para o desenvolvimento de áreas como a cidadania, desenvolvimento de carreiras, economia, empreendedorismo, ética, literacia financeira e negócios, tão importantes para as empresas. Através deste tipo de intervenção as empresas podem desempenhar um papel ativo na educação e ter um impacto social positivo na comunidade, através da educação e da proximidade aos jovens. Além disso, como é corroborado pelos Voluntários, este tipo de voluntariado oferece um leque de atributos positivos aos colaboradores que contribuem positivamente para os seus níveis de entusiasmo.

As organizações têm um papel importante no desenvolvimento da sociedade e dos jovens através do voluntariado e da cidadania corporativa. O voluntariado ajuda os jovens a preparem-se para o mercado de trabalho. Estes programas contribuem para o desenvolvimento de competências essenciais no atual contexto competitivo e os alunos reconhecem o potencial transformador destes programas. E as organizações que se envolvem reconhecem o mesmo potencial. O voluntariado tem impacto nas gerações futuras e no desenvolvimento de competências destas gerações

A educação para o empreendedorismo deve ser encarada numa cultura de educação que prevê que o conhecimento deve ser encarado numa perspetiva dinâmica e sobretudo prática, adequada ao contexto e voltada para o exterior e para a comunidade. A abertura das escolas à intervenção das empresas através dos seus voluntários é a única forma possível de pôr em prática este modelo de educação. Recriar situações de aprendizagem contextualizadas é a única forma possível de ajudar os jovens a detetar oportunidades, o que no marketing se revela absolutamente essencial.

A natureza do conceito de empreendedorismo (que pode ser associado a inovação, criação de produtos e serviços mas sobretudo ação) induz a sua inclusão nos planos curriculares de forma a desenvolver nos indivíduos, desde cedo, um perfil de autonomia, de espírito de iniciativa, de decisão, de criatividade e de inovação tão importantes no atual contexto competitivo em que as sociedades se desenvolvem. O trabalho em equipa, o sentido de compromisso e de responsabilidade são fulcrais nestes programas de educação para o empreendedorismo. E tais práticas devem ser contempladas no sistema educativo formal de todos os níveis de ensino.

Uma educação voltada para o empreendedorismo através dos programas da *Junior Achievement*, nomeadamente o Programa *A Empresa*, permite entender melhor o mundo dos negócios. Os alunos aprendem a tomar decisões e a desenvolver competências pessoais que, no mundo em constante mudança em que vivemos, lhes permite adaptar-se de forma mais rápida e sobretudo mais competitiva.

Os resultados desta investigação permitem considerar que as competências adquiridas com os programas da JAP vêm colmatar falhas do sistema de ensino tradicional. Porque estes Programas se focam no desenvolvimento de competências permitindo aos alunos aplicar conhecimentos, derivando percurso de aprendizagem

em conhecimento aplicado. Desta forma o mundo dos negócios pode ter um papel ativo na educação das gerações futuras. Porque consideram que o sistema de educação forma pobremente os jovens com as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho, as empresas reconhecem o valor crescido destes Programas e a urgência destes planos de educação para o empreendedorismo. Comparando com o estudo internacional também as empresas portuguesas associadas da JAP pretendem causar impacto junto dos jovens e da comunidade local, admitindo que o atual sistema de educação não prepara os jovens com as competências necessárias para enfrentar o mercado de trabalho.

Os resultados desta investigação permitem-nos ainda considerar que a orientação empreendedora pode passar a ser vista do ponto de vista individual, como o conjunto de competências pessoais que permite aos indivíduos posicionar-se de forma mais competitiva no mercado, independentemente da profissão que escolherem. A facilidade de escolha de carreira e a determinação ao nível da concretização de objetivos pode ser uma das vertentes desta orientação empreendedora dos indivíduos e pode ser consequente do contacto com estas atividades empreendedoras proporcionadas pela aproximação das empresas às escolas, nomeadamente através de organizações como a *Junior Achievement*.

Tendo em conta que definimos também como objetivo determinar que benefícios são obtidos pelas empresas no apoio ao desenvolvimento do empreendedorismo nas escolas, além dos aspetos já mencionados, os resultados permitem-nos considerar que a maioria das empresas inquiridas considera que este tipo de apoio vai ao encontro dos valores da sua organização. De origem anglo-saxónica, estes modelos de intervenção social através das escolas, têm provas dadas noutros países e muitas empresas associadas da JAP, empresas globais, veem agora chegar a oportunidade de o fazer também em Portugal. Efetivamente, a educação é a área de intervenção em que estas empresas pretendem causar mais impacto. A *Junior Achievement* faz a ponte necessária entre a educação e o mundo dos negócios. Através do voluntariado, as empresas podem ter um papel ativo na educação dos jovens que acompanham, assumindo assim um papel ativo na preparação das gerações futuras. Os benefícios que as empresas reconhecem passam também pelos efeitos que veem nos seus colaboradores que reconhecem o entusiasmo motivado por estas atividades.

Sendo esse um dos principais objetivos desta dissertação, os resultados obtidos através deste estudo permitem-nos acreditar que este tipo de educação para o empreendedorismo facilita a orientação empreendedora dos indivíduos e estas práticas permitem consolidar um modelo de educação que permite, por um lado, desenvolver competências cruciais para o desenvolvimento da orientação empreendedora enquanto fator de diferenciação dos indivíduos no mercado de trabalho, por outro lado, facilitar a aproximação do mundo empresarial às escolas enquanto fator de desenvolvimento das comunidades.

Limitações e sugestões para investigação futura

O trabalho desenvolvido na presente dissertação incide sobre uma amostra por conveniência de alunos que realizaram o Programa *A Empresa* ao longo dos seus 7 anos de existência em Portugal tendo-se verificado que o maior número de inquiridos realizou o Programa nos anos letivos mais recentes, o que pode enviesar algumas considerações, uma vez que os inquiridos ainda estão sob o efeito próximo destas atividades. Tendo em conta que se trata de um estudo de impacto a nível comportamental, a distância temporal dos acontecimentos analisados pode permitir um apuramento mais objetivo de resultados.

Uma outra limitação prende-se com a restrição dos públicos em análise. A ação da *Junior Achievement* assenta sobre a ligação que faz entre as escolas e as empresas através das empresas suas associadas. Nas escolas, os professores têm, obviamente, um papel determinante na condução destas atividades e sem o seu empenho e o alinhamento da sua prática com os objetivos deste tipo de educação estas atividades não seriam possíveis. Um modelo de aprendizagem centrado na prática do *aprender fazendo* muda o enquadramento que os professores terão de fazer às suas atividades e a forma como adaptam os planos curriculares a um novo leque de ações que mudará também, além da dos alunos, a sua forma de estar na escola. Acreditando que a educação para o empreendedorismo pode ser transversal a várias áreas do conhecimento, qualquer professor poderá assumir essa função na escola. Assim, faltando a esta investigação essa dimensão dos professores, sugere-se que numa investigação futura se compreenda esse papel e se avalie esse impacto.

Aquando do 50º aniversário da rede europeia, a própria JA-YE realizou um estudo de impacto dos seus programas em que entrevistou Alumni da *Junior Achievement* no sentido de tentar justificar a importância do apoio público à educação para o Empreendedorismo, nomeadamente através desta organização. Este estudo incluiu também estudos de caso de empresários que tiveram experiências desta natureza durante o seu percurso escolar e que reconhecem esse percurso como determinante para o seu sucesso atual. A *Young Enterprise UK* já consegue afirmar que Alumni com mais de 30 anos ganham 3 vezes mais que os seus pares ou que iniciaram os seus próprios negócios. Parece-nos, de facto, interessante, perceber esse tipo de impacto nos alunos portugueses, o que só alguma distância temporal poderá permitir. Além disso parece-nos óbvio que um estudo de impacto desta natureza só ficará completo quando se confrontarem os dois tipos de população, a que não teve experiências empreendedoras ao longo do seu percurso escolar e a que teve alguma experiência desta natureza (podendo ser o Programa *A Empresa* ou outra). Compreender se há diferenças entre estes dois tipos de população abrirá caminho à compreensão do fenómeno de uma forma bem mais objetiva.

Bibliografia

- Ashley**, Patrícia Almeida et al. *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- Carmo, H., & Ferreira, M. M.** (2008). *Metodologia da Investigação* (2ª ed.). Lisboa: Universidade Aberta.
- Carroll, A.** (1991) *The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders*. *Business Horizons*, v. 34, n. 4, p. 34-48
- Carroll, A.** (1999) *Corporate Social Responsibility: evolution of a definitional construct*. *Business Society*, v. 38, n. 3, p. 268-295
- Carroll, G., & Mosakowski, E.** (1987). *The career dynamics of self-employment*. *Administrative Science Quarterly*, 32: 570-589
- Ciobotaru, Adrian-Claudiu.** (2013) *Entrepreneurial Education as a society project. An essay on the conceptualization of the spirit of initiative and entrepreneurship in educational field*. *Review of Economic Studies and Research Virgil Madgearu*, 2013, no. 1
- Chell, Elizabeth,** (1991). *Social Enterprise and Entrepreneurship Towards a Convergent Theory of the Entrepreneurial Process*. *International Small Business Journal* 25(1)
- Chell, E. Baines, S.** (2000) 'Networking, Entrepreneurship and Micro-business Behaviour', *Entrepreneurship and Regional Development* 12(3): 195–205
- Cunningham, J. Barton; Lischeron, Joe.** (1991) *Defining Entrepreneurship*. *Journal of Small Business Management*, v. 29, n. 1; p. 45-61, Jan 1991.
- Dolabela, Fernando** (1999). *Oficina do Empreendedor*. São Paulo: Cultura Editores Associados
- Dornelas, José Carlos.** (2008) *Empreendedorismo*, Editora Elsevier
- Drost, Ellen A.** (2010). *Entrepreneurial Intentions of Business Students in Finland: Implications for Education*. *Advances In Management*, Vol. 3 (7) July (2010)
- Drucker, P. (1993). *Post-capitalist Society*. Routledge
- Espírito Santo, P.** (2010). *Introdução à Metodologia das Ciências Sociais*, Lisboa, Ed. Sílabo
- Evans, L.B. Siegfried, J.J.** (1994) Empirical studies of entry and exit: a survey of the evidence. *Review of industrial organization*, 9, p.121-155
- Gartner, W.B.** (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American Journal of Small Business* 12(4): 11-32
- Heinonen, J. e Poikkijoki, S-A.** (2006). *An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: mission impossible?*, *Journal of Management Development*, 25(1), 80 – 94
<http://noticias.universia.com.br/destaque/noticia/2006/07/10/437270/marketing-empendedor-x-marketing-tradicional.html> consultado a 5 de setembro de 2014
<http://www.pordata.pt/Portugal/Empresas+nao+financeiras+com+menos+de+10+pe-soas+ao+servico+em+percentagem+do+total+de+empresas+nao+financeiras+por+se-ctor+de+atividade+economica-701> consultado em 5 de setembro de 2014
<http://www.socialresearchmethods.net/kb/survey.php> consultado em maio de 2014
- Hisrich, Robert D.,** (2008) *Entrepreneurship*, McGraw-Hill
- Kirpalani, Nicole.** *Developing Entrepreneurial Self-Efficacy in Marketing Students by Using Simulation-Based Pedagogy*. Society for Marketing Advances
- Kirzner, I.** (1997). *Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach*. *Journal of Economic Literature*, 35: 60-85.

- Kotler**, Philip & **Keller**, Kevin, *Marketing Management*. 14th edition, Prentice Hall, 2012
- Lazear**, Edward P. (2005) *Entrepreneurship*. Journal of Labor Economics, vol. 23, no. 4
- Le Boterf**, G. (1995). *De la compétence: Essai sur un attracteur étrange*. Paris: Les Éditions de L'Organization.
- Le Boterf**, G. (1997). *De la compétence à la navigation professionnelle*. Paris: Les Éditions de L'Organization.
- Lima**, Edmilson; **Zoschke**, Ana Cláudia Knoll (2008) *Tipos de influência da rede de relação de empreendedoros e atividades de marketing na pequena e média empresa*. Rio de Janeiro: EnANPAD
- Licht** Amir N. e **Siegel** Jordan I. (2006) *The Social Dimensions of Entrepreneurship*.
- Lumpkin**, G. T.; **Dess**, Gregory G. (1996) *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. The Academic of Management Review, v. 21, n. 1, p. 135-172, January 1996.
- Maritz**, Alex, **Frederick**, Howard, **Valos**, Michael, (2009) *A discursive approach to entrepreneurial marketing: Integrating academic and practice theory*. eContent Management Pty Ltd. Small Enterprise Research (2009–2010) 17: 74–86.
- Martens**, Cristina & **Freitas**, Henrique (2008). *Orientação empreendedora nas organizações e a busca de sua facilitação*. Revista Gestão.Org – Volume 6 – Número 1 – p. 90-108
- Melo Neto**, Francisco e **Froes**, César, *Empreendedorismo social e a transição para a sociedade sustentável*, RIO DE JANEIRO: Qualitymark, 2002
- Moreira**, C. D. (2007). *Teorias e práticas de investigação*. Lisboa: ISCSP.
- Muofhe**, N.J., & **Du Toit**, W.F. (2011). *Entrepreneurial education's and entrepreneurial role models' Influence on career choice*. SA Journal of Human Resource Management/SA Tydskrif vir Menslikehulpbronbestuur, 5(1), Art. #345, 15 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/sajhrm.v9i1.345>
- Murphy**, Patrick J.; **Liao**, Jianwen; **Welsch**, Harold (2005). *A conceptual history of entrepreneurial thought*. Academic of Management Conference, 65th Annual Meeting, Honolulu
- Sørensen**, Jesper B. (2008) *Peer effects and entrepreneurship*. Harvard Business School
- Oliveira**, J. Vidal. (2012). *Marketing Research. Investigação em Marketing*. Sílabo.
- Perrenoud**, P. (1999) *Construir as competências desde a escola*. Artmed Editora
- Perrenoud**, Philippe (2013). *Desenvolver Competências ou Ensinar Saberes?*, Penso
- Praag**, C. Mirjam Van (1999). *Some Classic Views of Entrepreneurship*. DE Economist, Volume 147, N,º 3
- Pringle**, Hamish & **Thompson**, Marjorie (1999): *Brand Spirit – how cause related marketing builds strong brands*. West Sussex: John Wiley and Sons Ltd
- Shane**, S.; **Venkataraman**, S. (2000) *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Academy of Management Review, 25:217-26
- Schumpeter**, J. (1934). *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Row.
- Stokes**, David (2000) *Putting into marketing: the process of entrepreneurial marketing*. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. Bradford, v. 2, n. 1, p. 1-16, Spring.
- Wagner**, R. K. e **Sternberg**, R. J. (1993). *The g-centric view of intelligence and job performance is wrong*. Current Directions in Psychological Science, 2(1), 1 – 5

Relatórios

“Enhancing creativity and innovation, including entrepreneurship, at all levels of education and training” (2009) – this is the Strategic objective 4 within the “Strategic framework for European co-operation in education and training (“ET 2020”)(2009/C 119/02).

«Educação para o desenvolvimento do espírito empresarial» – Fomentar a promoção das atitudes e competências empresariais no ensino básico e secundário. Relatório Final do Grupo de Peritos. Publicações DG Empresa. Bruxelas. Comissão Europeia (2004).

Alumni Evaluation Top Ten Headlines.(2008) Young Enterprise United Kingdom
Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: , Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem

Are Students Prepared for the Workplace? New Tools for a New Generation. (2013) A JA Education Blueprint Initiative.

Closing the gap between business and education, Final Report 2011, JA-YE Europe, FreshMinds Limited

Educating the Next Wave of Entrepreneurs, Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century - A Report of the Global Education Initiative, World Economic Forum, Switzerland, April 2009

Educating the Next Wave of Entrepreneurs. Unlocking entrepreneurial capabilities to meet the global challenges of the 21st Century. A Report of the Global Education Initiative. World Economic Forum Switzerland, April 2009.

Enhancing Europe’s Competitiveness. (2014) Fostering Innovation-driven. Entrepreneurship in Europe. World Economic Forum 2014

Entrepreneurship 2020 Action Plan. (2013). Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee of the regions. European Commission, Brussels, 2013

Entrepreneurship Education and the World of Work. Comenius Network. Peter Härtel / Michaela Marterer STVG, Austria

European Union Education and Training 2020 strategy 4th priority and from the 7th key competence: “Sense of initiative and entrepreneurship” of the European Reference Framework

Global Entrepreneurship Monitor 2004

How to assess and evaluate the influence of entrepreneurship education. A report of the ASTEE project with a user guide to the tools. June 2014. The ASTEE project – Assessment Tools and Indicators for Entrepreneurship Education.

Impact of Entrepreneurship Education in Denmark – 2011, The Danish Foundation for Entrepreneurship – Young Enterprise, February 2012

Impact. 50 Years of Young Enterprise (2012). Kingston University study into the effectiveness of the UK’s leading enterprise education charity.

Impact. 50 Years of Young Enterprise, Kingston University study into the effectiveness of the UK’s leading enterprise education charity

Implementation of Education and Training 2010 – Work Programme – Focus Group on Key Competences Report. Bruxelas. Comissão Europeia (2005).

JA-YE Europe Company Programme 2007 Survey Report Europe, Does entrepreneurship education have any impact on value creation in Europe?, JA-YE Europe 2007

Practice Makes Perfect? A Longitudinal Investigation of Junior Achievement (JA) Sweden Alumni and Their Entrepreneurial Careers, 1990-2007, JA Sweden, febreury 2011

Projecto do Procedimento Best: «Mini-Empresas no ensino secundário» – Relatório final do grupo de peritos, Publicações DG Empresa. Bruxelas. Comissão Europeia (2005).

Relatório Anual 2010-2011, *Junior Achievement Portugal*, novembro de 2011

Relatório Anual 2011-2012, *Junior Achievement Portugal*, novembro de 2012

Relatório Anual 2012-2013, *Junior Achievement Portugal*, novembro de 2013

Relatório de Gestão e Contas 2008-2009, *Junior Achievement Portugal*, fevereiro de 2010

Relatório de Gestão e Contas 2009/2010, *Junior Achievement Portugal*, setembro de 2010

Relatório e Contas 2006, *Junior Achievement Portugal*, abril de 2007

Anexo A. Questionário Alunos

Anexo A1. Caracterização Questionário Alunos

Anexo B. Questionário Voluntários

Anexo B1. Caracterização Questionário Voluntários

Anexo C. Questionário Empresas

Anexo C1. Caracterização Questionário Empresas

Anexo D. Resultados Questionário Alunos

Anexo E. Resultados Questionário Voluntários

Anexo F. Resultados Questionários Empresas

Impacto do Programa "A Empresa", da Junior Achievement Portugal_ALUNOS

Este questionário é realizado no âmbito de uma dissertação de Mestrado da Escola Superior de Comunicação Social - IPL sobre o impacto da promoção do empreendedorismo nos jovens através da ação da Junior Achievement Portugal. Obrigada pela tua participação.

***Obrigatório**

1. Da lista abaixo seleciona as 2 qualidades mais importantes de um empreendedor. *

Marcar tudo o que for aplicável.

- ser capaz de criar o seu próprio negócio
- ser criativo na resolução de problemas
- ser capaz de arriscar
- ser otimista
- ser líder
- ter espírito de iniciativa
- sair da zona de conforto

Outra. Qual?

.....

.....

.....

.....

.....

2. Para ti ser empreendedor é... *

Avalia cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
... criar o seu próprio negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ser criativo na resolução de problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ser capaz de arriscar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ser otimista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ser líder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...ter iniciativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...sair da zona de conforto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Consideras-te um(a) empreendedor(a)? (Seleciona 1 opção) *

Marcar apenas uma oval.

- Nada empreendedor
- Quase nada
- Nem pouco nem muito empreendedor
- Um pouco
- Muito empreendedor

4. Quais são as principais razões para alguém criar o seu próprio negócio? Seleciona 2. *

Marcar tudo o que for aplicável.

- O desejo de trabalhar menos
- A falta de opção (outro emprego)
- O desejo de ter mais tempo livre
- O desejo de ganhar mais dinheiro
- O desejo de não ter patrão
- O desejo de criar algo

Outra. Qual?

.....

5. O que pode levar alguém a ter o seu próprio negócio? *

Avalia cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente
Trabalhar menos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opção de emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ter mais tempo livre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ganhar mais dinheiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não ter patrão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Construir algo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outra. Qual?

.....

.....

.....

.....

.....

6. Quais são as principais dificuldades para criar um negócio próprio em Portugal? *

Avalia cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
O capital inicial/dificuldades em obter crédito e financiamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O conhecimento/formação necessários quanto ao negócio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saber a área em que pretende atuar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os impostos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A concorrência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A instabilidade/insegurança de não ter um emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possuir "cunhas" adequadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Outro? Qual?

.....

.....

.....

.....

.....

7. Pensas em abrir um negócio no futuro? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Talvez, ainda não sei
- Não

Porquê?

.....

.....

.....

.....

.....

8. Se sim, com quantos anos pretendes fazê-lo? (Selecione 1 opção)

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 21 anos
- Entre 22 e 24 anos
- Entre 26 e 30 anos
- Mais de 31 anos

9. Neste momento sentes-te capacitado para abrir o teu próprio negócio? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Porquê? *

.....

.....

.....

.....

.....

10. Que profissão pretendes seguir? *

.....

11. Se tivesses hipótese de escolher, optarias por participar no Programa A Empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Porquê?

.....

.....

.....

.....

.....

12. O Programa já tinha sido recomendado/referido por alguém antes de teres participado nele? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Outra:

13. De que forma te envolvereste no Programa? (Selecione 1 opção) *

Marcar apenas uma oval.

- Mantendo-me à margem e não indo além do que é obrigatório para a disciplina
- Envolvendo-me pouco
- Participando de forma ativa
- Participando ativamente e ajudando a tomar decisões

14. Estiveste presente em todas as sessões do Programa? *

Se sim, passa à pergunta à pergunta 16

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

15. Se não, Porquê? (Selecione até 2 opções)

Marcar tudo o que for aplicável.

- Problemas com transportes
- Falta de interesse
- Doença
- Eventos escolares
- Muito para estudar/trabalhos de casa
- Obrigações familiares
- Outros motivos

16. O que achaste da duração das sessões do Programa? *

Marcar apenas uma oval.

- Demasiado longas
- Adequadas
- Demasiado curtas

17. O que achaste da informação recebida em cada sessão? *

Avalia cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Muito complicada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adequada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muito simples	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inútil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Das sessões abaixo descritas identifica as que gostaste mais e menos, segundo a escala apresentada. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não gostei	Gostei pouco	Nem muito nem pouco	Gostei	Gostei muito
Apresentação dos objetivos globais do Programa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação das miniempresas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escolha do líder, atribuição dos cargos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escolha do produto/serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avaliação das ideias de produtos/serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudo de mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Análise de resultados, escolha do nome do produto/serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Processo produtivo (procura de fornecedores, matérias-primas, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elaboração do plano de negócios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comercialização do produto/serviço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participação nas feiras, contacto com o público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reuniões de direção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sessões com o(s) voluntário(s)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Participação em competições da JAP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. De que forma é que a experiência Junior Achievement te ajudou em cada uma das seguintes situações: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	De forma nenhuma	Um pouco	Muito
Comunicar efetivamente com os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resolução de problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pensar criativamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tomar (boas) decisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicar de forma mais clara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerir dinheiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar em equipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser líder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conversar com pessoas (adultos) que não conheces	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falar em público, fazer apresentações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Defender ideias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizar a tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribuir para a comunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolver a autoconfiança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Assinala as declarações com as quais mais te identificas, em relação ao teu Voluntário:

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Estava bem preparado para cada uma das sessões/etapas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Articulava as suas intervenções com o professor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explicou as coisas de forma clara e compreensível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentou o programa de uma forma interessante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partilhou experiências do seu trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajudou-nos nas diversas fases do trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deu exemplos práticos que me ajudaram a compreender melhor o caminho a seguir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribuiu para que eu tivesse aprendido mais ainda e foi inspirador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É um exemplo que eu poderia seguir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Considera as seguintes questões para avaliares de forma global o Programa - A Empresa *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Divertido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interessante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Difícil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uma grande experiência de aprendizagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valeu a pena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deu muito trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desafiante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mudou a minha forma de estar na escola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. O Programa A Empresa é interessante porque permite: *

Avalia cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente
Atividades diferentes em Sala de Aula	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reuniões de Direção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar com os vários departamentos da empresa (Marketing, RH, TIC, etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discussões em Sala de Aula	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicar com Empresários/Profissionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar com o(s) voluntário(s)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criar um produto/serviço inovador	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Recomendarias este Programa a um amigo? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

24. Numa escala de 1 - 10, em que 1 é o mais insatisfeito e o 10 totalmente satisfeito, qual é o teu grau de satisfação com o grau de satisfação, em termos gerais, com o Programa A Empresa? *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Gostarias de vir a ser voluntário da Junior Achievement? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Porquê?

.....

Informação sobre ti e a tua Escola

Género *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Idade *

Ano letivo em que realizaste o Programa A Empresa *

Marcar apenas uma oval.

- 2007/2008
- 2008/2009
- 2009/2010
- 2010/2011
- 2011/2012
- 2012/2013
- 2013/2014

Escola: *

Marcar apenas uma oval.

- Secundária
- Profissional

Marcar apenas uma oval.

- Pública
- Privada

Ano de escolaridade em que fizeste o Programa A Empresa *

Marcar apenas uma oval.

- 10º
- 11º
- 12º

Tinhas quantos anos? *

Residência (distrito) *

Marcar apenas uma oval.

- Aveiro
- Beja
- Braga
- Bragança
- Castelo Branco
- Coimbra
- Évora
- Faro
- Guarda
- Leiria
- Lisboa
- Portalegre
- Porto
- Santarém
- Setúbal
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Viseu

Ocupação atual: *

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Trabalhador/estudante
- Desempregado
- Outra:

Com tecnologia



ANEXO A1_Caracterização do questionário aplicado aos Alunos

Perguntas do questionário	Objetivos/dimensões de análise/classificação da pergunta
<p>Pergunta 1. Obrigatória.</p> <p>Da lista abaixo seleciona as 2 qualidades mais importantes de um empreendedor.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ ser capaz de criar o seu próprio negócio▪ ser criativo na resolução de problemas▪ ser capaz de arriscar▪ ser otimista▪ ser líder▪ ter espírito de iniciativa▪ sair da zona de conforto	<p>Identificação das qualidades mais importantes de um empreendedor. O constructo avaliado é a definição de empreendedor. Resposta fechada de escolha múltipla.</p> <p>As dimensões apresentadas relacionam-se com os conceitos mais comuns associados às definições de empreendedorismo apresentadas na revisão da literatura sobre o tema e com os objetivos dos modelos de educação para o empreendedorismo apresentados. São ainda as atitudes consideradas essenciais no processo “aprender a ser empreendedor” do Quadro Europeu de referência para a Educação em Empreendedorismo.</p> <p>A seleção de apenas duas qualidades permite isolar as características (atitudes) que os inquiridos relevam no indivíduo empreendedor.</p>
<p>Outra. Qual?</p>	<p>Resposta aberta. Apesar de a pergunta de carácter obrigatório ser fechada, a possibilidade de responder “outro” permite ao inquirido identificar outra dimensão que</p>

	<p>pode vir a ser considerada enquanto dimensão de análise.</p>
<p>2. Para ti ser empreendedor é...</p> <p>Obrigatória.</p> <p>... criar o seu próprio negócio ...ser criativo na resolução de problemas ...ser capaz de arriscar ...ser otimista ...ser líder ...ter iniciativa ...sair da zona de conforto</p> <p>Avalia cada uma das seguintes afirmações.</p> <p>Escala: Discordo totalmente. Discordo. Não discordo nem concordo. Concordo. Concordo totalmente.</p>	<p>As dimensões apresentadas relacionam-se com os conceitos mais comuns associados às definições de empreendedorismo apresentadas na revisão da literatura sobre o tema (criação de negócios, criatividade, assunção de riscos, liderança, capacidade de iniciativa).</p> <p>A Escala de Likert é um tipo de escala de resposta psicométrica, através da qual os respondentes especificam o seu nível de concordância com uma afirmação.</p> <p>Segundo Brace (2005) há efeitos a ter conta quando se utiliza esta escala. O efeito de ordem alerta para a tendência para a esquerda nas escalas preenchidas pelos inquiridos. O efeito “Acquiescense” é a tendência para dizer “sim” a questões com as quais nem se concorda nem discorda. Para que estes dois efeitos se compensem o ideal é colocar os níveis de discordância à esquerda e os de concordância à direita. Este pressuposto é válido para todas as perguntas em que se utiliza esta escala neste questionário.</p> <p>As respostas possíveis estão construídas como <i>statements</i> acerca do indivíduo empreendedor:</p> <p><i>Para ti ser empreendedor é criar o seu próprio negócio</i></p> <p><i>Para ti ser empreendedor é ser criativo na resolução de problemas.</i></p>

	<p><i>Para ti ser empreendedor é ser capaz de arriscar</i></p> <p><i>Para ti ser empreendedor é ser otimista</i></p> <p><i>Para ti ser empreendedor é ser líder</i></p> <p><i>Para ti ser empreendedor é ter iniciativa</i></p> <p><i>Para ti ser empreendedor é sair da zona de conforto</i></p>
<p>3.Consideras-te um(a) empreendedor(a)?</p> <p>Obrigatória.</p> <p>Nada empreendedor</p> <p>Quase nada</p> <p>Nem pouco nem muito empreendedor</p> <p>Um pouco</p> <p>Muito empreendedor</p>	<p>O termo constructo latente é normalmente utilizado quando aplicável a uma variável que não pode ser medida diretamente ou isolada através de uma única questão. Assim, esta questão de autoavaliação relaciona-se com o constructo latente neste trabalho. E a utilização da escala permite avaliar o nível de concordância do inquirido e o nível de consciência de si face ao principal constructo deste trabalho.</p>
<p>4. Quais são as principais razões para alguém criar o seu próprio negócio?</p> <p>Obrigatória.</p> <p>Seleciona 2.</p> <p>O desejo de trabalhar menos</p> <p>A falta de opção (outro emprego)</p> <p>O desejo de ter mais tempo livre</p> <p>O desejo de ganhar mais dinheiro</p> <p>O desejo de não ter patrão</p> <p>O desejo de criar algo</p> <p>Outra. Qual? Resposta aberta.</p>	<p>As variáveis aqui expostas enquadram-se na dimensão <i>mindset</i> empreendedor do Quadro Europeu de Referência.</p> <p>A possibilidade de acrescentar mais razões permitirá tentar perceber que outras características os inquiridos consideram</p>

	fazer parte desta dimensão <i>mindset</i> empreendedor.
<p>5. O que pode levar alguém a ter o seu próprio negócio?</p> <p>Obrigatória.</p> <p>Avalia cada uma das seguintes afirmações.</p> <p>Trabalhar menos</p> <p>Opção de emprego</p> <p>Ter mais tempo livre</p> <p>Ganhar mais dinheiro</p> <p>Não ter patrão</p> <p>Construir algo</p> <p>Outra. Qual?</p>	<p>Avaliação do nível de concordância do inquirido com <i>statements</i> acerca do <i>mindset</i> empreendedor.</p> <p>A abertura da pergunta pretende alargar o campo de opções para a construção do <i>mindset</i> empreendedor dos inquiridos, dando a possibilidade de inclusão de outras razões não consideradas no questionário.</p>
<p>6. Quais são as principais dificuldades para criar um negócio próprio em Portugal?</p> <p>O capital inicial/dificuldades em obter crédito e financiamento</p> <p>O conhecimento/formação necessários quanto ao negócio</p> <p>Saber a área em que pretende atuar</p> <p>Os impostos</p> <p>A concorrência</p>	<p>Ainda de acordo com a dimensão <i>mindset</i> empreendedor estas perguntas vão ao encontro de outra dimensão do Quadro Europeu de Referência, o conhecimento (que engloba variáveis como conhecimento do contexto, conhecimento económico, ética empresarial e processo de empreendedorismo).</p> <p>A escala usada avalia o nível de concordância dos inquiridos relativamente às condições necessárias para abrir um negócio em</p>

<p>A instabilidade/insegurança de não ter um emprego</p> <p>Possuir "cunhas" adequadas</p>	<p>Portugal, o que permitirá avaliar o conhecimento sobre esta área de atuação.</p>
<p>7. Pensas em abrir um negócio no futuro?</p> <p>Sim</p> <p>Talvez, ainda não sei</p> <p>Não</p> <p>Porquê?</p>	<p>Estas perguntas inserem-se na dimensão “escolha de carreira” focadas na possibilidade do indivíduo abrir um negócio no futuro. Além disso permitem também abordar a dimensão "orientação empreendedora”.</p> <p>As perguntas fechadas dicotómicas obrigam</p>
<p>8. Se sim, com quantos anos pretendes fazê-lo?</p> <p>(Seleciona 1 opção)</p> <p>Menos de 21 anos</p> <p>Entre 22 e 24 anos</p> <p>Entre 26 e 30 anos</p> <p>Mais de 31 anos</p>	<p>o inquirido a assumir uma posição face ao que é perguntado, mas a possibilidade de responder “talvez” (o ponto neutral da resposta) denuncia a incerteza dos inquiridos em relação a esta decisão.</p> <p>A resposta aberta “porquê” pretende levar os inquiridos a refletir sobre a escolha de carreira.</p>
<p>9. Neste momento sentes-te capacitado para abrir o teu próprio negócio?</p> <p>Marcar apenas uma oval.</p> <p>Sim</p> <p>Não</p> <p>Porquê?</p>	<p>Relacionada ainda com a dimensão “escolha de carreira” esta pergunta pretende levar o inquirido a refletir sobre o domínio das competências necessárias para abrir um negócio.</p> <p>A pergunta aberta permite a reflexão acerca das competências individuais.</p>
<p>10. Que profissão pretendes seguir?</p>	<p>Resposta aberta de carácter obrigatório</p>
<p>O Programa A Empresa</p>	
<p>11. Se tivesses hipótese de escolher, optarias por participar no Programa A Empresa?</p> <p>Sim</p>	<p>As duas primeiras perguntas relacionadas com o impacto do Programa A Empresa permitem relacionar identificar a perceção geral sobre o Programa.</p>

<p>Não</p> <p>Porquê?</p>	
<p>12. O Programa já tinha sido recomendado/referido por alguém antes de teres participado nele?</p> <p>Marcar apenas uma oval.</p> <p>Sim</p> <p>Não</p> <p>Outra:</p>	
<p>13. De que forma te envolvereste no Programa?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantendo-me à margem e não indo além do que é obrigatório para a disciplina ▪ Envolvendo-me pouco ▪ Participando de forma ativa ▪ Participando ativamente e ajudando a tomar decisões 	<p>Estas perguntas permitem identificar as atitudes dos alunos em relação ao envolvimento com o Programa. São perguntas de autoavaliação dessas atitudes.</p>
<p>14. Estiveste presente em todas as sessões do Programa?</p> <p>Se sim, passa à pergunta à pergunta 16</p> <p>Sim</p> <p>Não</p>	
<p>15. Se não, Porquê?</p> <p>Marcar tudo o que for aplicável.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Problemas com transportes ▪ Falta de interesse ▪ Doença ▪ Eventos escolares ▪ Muito para estudar/trabalhos de casa ▪ Obrigações familiares ▪ Outros motivos 	

<p>16. O que achaste da duração das sessões do Programa?</p> <p>Demasiado longas</p> <p>Adequadas</p> <p>Demasiado curtas</p>	
<p>17. O que achaste da informação recebida em cada sessão?</p> <p>Muito complicada</p> <p>Adequada</p> <p>Muito simples</p> <p>Útil</p> <p>Inútil</p>	<p>Aplicação da escala de Likert para avaliar o nível de concordância.</p>
<p>18. Das sessões abaixo descritas identifica as que gostaste mais e menos, segundo a escala apresentada.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresentação dos objetivos globais do Programa ▪ Criação das miniempresas ▪ Escolha do líder, atribuição dos cargos ▪ Escolha do produto/serviço ▪ Avaliação das ideias de produtos/serviços ▪ Estudo de mercado ▪ Análise de resultados, escolha do nome do produto/serviço ▪ Processo produtivo (procura de fornecedores, matérias-primas, etc) ▪ Elaboração do plano de Negócios ▪ Comercialização do produto/serviço 	<p>Esta pergunta refere-se às fases previstas ao longo do Programa e permite avaliar o tipo de envolvimento emocional dos alunos em relação a cada uma das fases.</p> <p>A escala apresentada apresenta os diferentes níveis de acordo com o gosto (Não gostei. Gostei pouco. Nem muito nem pouco. Gostei. Gostei muito)</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participação nas feiras, contacto com o público ▪ Reuniões de direção ▪ Sessões com o(s) voluntário(s) ▪ Participação em competições da JAP 	
<p>19. De que forma é que a experiência Junior Achievement te ajudou em cada uma das seguintes situações:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicar efetivamente com os outros ▪ Resolução de problemas ▪ Pensar criativamente ▪ Tomar (boas) decisões ▪ Gestão de tempo ▪ Comunicar de forma mais clara ▪ Gerir dinheiro ▪ Trabalhar em equipa ▪ Ser líder ▪ Negociar ▪ Conversar com pessoas (adultos) que não conheces ▪ Falar em público, fazer apresentações ▪ Defender ideias ▪ Utilizar a tecnologia ▪ Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas ▪ Contribuir para a comunidade ▪ Desenvolver a autoconfiança 	<p>Autoavaliação relativamente ao impacto da experiência ao nível do desenvolvimento de competências (o que permite cruzar as dimensões de análise <i>Competências, Atitudes e Comportamentos com Impacto JAP</i>)</p>

<p>20. Assinala as declarações com as quais mais te identificas, em relação ao teu Voluntário:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estava bem preparado para cada uma das sessões/etapas ▪ Articulava as suas intervenções com o professor ▪ Explicou as coisas de forma clara e compreensível ▪ Apresentou o programa de uma forma interessante ▪ Partilhou experiências do seu trabalho ▪ Ajudou-nos nas diversas fases do trabalho ▪ Deu exemplos práticos que me ajudaram a compreender melhor o caminho a seguir ▪ Contribuiu para que eu tivesse aprendido mais ainda e foi inspirador ▪ É um exemplo que eu poderia seguir 	<p>Esta pergunta pretende avaliar a relação do aluno com o voluntário JAP.</p>
<p>21. Considera as seguintes questões para avaliares de forma global o Programa – A Empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Divertido ▪ Interessante ▪ Difícil ▪ Uma grande experiência de aprendizagem ▪ Valeu a pena ▪ Deu muito trabalho 	<p>A dimensão relativa ao impacto do Programa A Empresa aparece através da avaliação de algumas afirmações sobre o impacto pessoal da experiência através de uma escala de Likert. Nesta pergunta pretende avaliar-se o Programa de forma geral.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desafiante ▪ Mudou a minha forma de estar na escola 	
<p>22. O Programa A Empresa é interessante porque permite:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividades diferentes em Sala de Aula ▪ Reuniões de Direção ▪ Trabalhar com os vários departamentos da empresa (Marketing, RH, TIC, etc) ▪ Discussões em Sala de Aula ▪ Comunicar com Empresários/Profissionais ▪ Trabalhar com o(s) voluntário(s) ▪ Criar um produto/serviço inovador 	<p>O objetivo desta pergunta é compreender o impacto do Programa de acordo com as diferentes fases/processos/atividades do programa que permitem também caracterizar o <i>processo empreendedor</i> inerente à aplicação do Programa.</p>
<p>23. Recomendarias este Programa a um amigo?</p> <p>Sim</p> <p>Não</p>	
<p>24. Numa escala de 1 - 10, em que 1 é o mais insatisfeito e o 10 totalmente satisfeito, qual é o teu grau de satisfação com o grau de satisfação, em termos gerais, com o Programa A Empresa?</p> <p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</p>	<p>Para terminar a dimensão “impacto do Programa A Empresa” os alunos têm de avaliar o seu grau de satisfação em termos gerais, usando uma escala de avaliação de satisfação.</p>
<p>25. Gostarias de vir a ser voluntário da Junior Achievement?</p> <p>Sim</p> <p>Não</p>	<p>A pergunta fechada dicotómica obriga o entrevistado a tomar posição mas a pergunta aberta permite explorar as razões da escolha da alternativa.</p>

<p>Porquê?</p>	<p>Esta dimensão pode ser interessante na medida em que permite avaliar a intenção dos alunos em permanecerem ligados à associação (os alumni contribuem ativamente para a divulgação da associação e da educação para o empreendedorismo). A reflexão sobre as razões para ser voluntário poderá permitir reforçar as ideias sobre o impacto do programa a nível pessoal.</p>
<p>Caracterização sociodemográfica</p>	
<p>Género Idade Ano letivo em que realizaste o Programa A Empresa Escola: Secundária, Profissional Pública, Privada Ano de escolaridade em que fizeste o Programa A Empresa Tinhas quantos anos? Distrito de residência Ocupação atual: Estudante Trabalhador/estudante Desempregado Outra</p>	<p>A caracterização sociodemográfica dos entrevistados incide sobre aspetos que permitem caracterizar os alunos relativamente à experiência com o Programa A Empresa para que possamos traçar o seu perfil.</p>

Impacto do Programa "A Empresa", da Junior Achievement Portugal_VOLUNTÁRIOS

Este questionário é realizado no âmbito de uma dissertação de Mestrado da Escola Superior de Comunicação Social - IPL sobre o impacto da promoção do empreendedorismo nos jovens através da ação da Junior Achievement Portugal. Obrigada pela sua participação.

*Obrigatório

1. Em que programa(s) foi Voluntário? (Se durante o ano letivo foi Voluntário em mais de um programa, por favor assinale quais) *

Marcar tudo o que for aplicável.

- A Família
- A Comunidade
- Economia para o Sucesso
- A Europa e Eu
- É o Meu Negócio
- Bancos em Ação
- A Empresa

2. No contacto prévio com o professor, antes da 1ª sessão do programa, foram-lhe fornecidas informações acerca da turma? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

3. Alguém da sua empresa o incentivou a ser voluntário da Junior Achievement Portugal?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Em caso afirmativo, quem?

Marcar apenas uma oval.

- Departamento de RH
- Departamento de Responsabilidade Social - Corporate Affairs
- Departamento de Marketing e Comunicação
- Chefia Direta
- Colega que já tinha participado anteriormente

Outro. Quem?

.....

4. Indique a frequência com que teve contacto com a Junior Achievement Portugal durante o período do programa: *

Marcar apenas uma oval.

- Antes do programa
- Depois de algumas sessões
- No final do programa
- Nunca

5. Teve alguma dificuldade particular na implementação do programa da Junior Achievement Portugal? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

6. Se Sim, por favor indique quais (Indique no máximo 3 opções)

Marcar tudo o que for aplicável.

- Indisciplina dos alunos
- Falta de apoio do Professor
- Falta de apoio da Junior Achievement Portugal
- Falta de motivação dos alunos
- Atividades do programa com pouco interesse
- Falta de tempo

Outra. Qual?

.....

7. Indique em que medida concorda com as afirmações que a seguir se apresentam. *

Avalie cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	Discorda Totalmente	Discorda	Não Concordo nem Discordo	Concorda	Concorda Totalmente
O Professor e eu trabalhamos bem em conjunto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A formação que recebi da JAP permitiu-me implementar o programa na sala de aula com sucesso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tenho dificuldade em gerir o tempo entre as minhas responsabilidades profissionais e as exigências de ser Voluntário	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O meu trabalho como Voluntário do programa JAP foi uma experiência positiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vou incentivar outras pessoas para serem Voluntários da Junior Achievement Portugal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Também eu aprendi com esta experiência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sinto que tenho um papel importante da educação dos jovens que acompanho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voltaria a repetir a experiência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Como voluntário posso ajudar os alunos a desenvolver determinadas competências pessoais. *

Avalie cada uma das seguintes afirmações.

Marcar apenas uma oval por linha.

	De forma nenhuma	Um pouco	Muito
Comunicar com os outros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resolução de problemas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pensar criativamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tomar (boas) decisões	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestão de tempo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerir dinheiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar em equipa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser líder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Negociar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falar em público, fazer apresentações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Defender ideias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizar a tecnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contribuir para a comunidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desenvolver a autoconfiança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Pensando no papel da SUA empresa na comunidade, quão relevante/impactante considera o investimento efetuado em atividades de apoio à comunidade. *

Marcar apenas uma oval.

- Nada importante
- Pouco importante
- Importante
- Muito importante
- Não sei

10. Tendo em conta os grupos-alvo (alunos do ensino secundário) que beneficiam do Programa -“A Empresa” em que medida considera eficazes parcerias desta natureza entre empresas e escolas? *

Marcar apenas uma oval.

- Ineficazes
- Pouco eficazes
- Eficazes
- Muito eficazes
- Não sei

11. Em que tipo de atividades de cidadania e responsabilidade corporativa a sua organização se envolve? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Participação em atividades de apoio à comunidade local
- Contribuições financeiras de solidariedade
- Encoraja os colaboradores a ser voluntários
- Faz trabalho pro bono
- Não se envolve

Outra(s). Qual(uais)?

.....

.....

.....

.....

.....

12. Quais são os principais campos de ação em que a sua organização pretende ter algum impacto? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Educação
- Desenvolvimento local
- Juventude
- Ambiente
- Artes e cultura
- Saúde
- Combate à pobreza
- Outra:

13. Partilhe em algumas linhas a sua opinião acerca da experiência de ter sido Voluntário. *

.....

.....

.....

.....

.....

14. É voluntário noutra organização?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Informações pessoais

Género *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
 Masculino

Idade *

.....

Habilitações literárias *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Licenciatura
 Mestrado
 Doutoramento
 Outra:

Funções na empresa *

.....

Distrito de residência *

Marcar apenas uma oval.

- Aveiro
 Beja
 Braga
 Bragança
 Castelo Branco
 Coimbra
 Évora
 Faro
 Guarda
 Leiria
 Lisboa
 Portalegre
 Porto
 Santarém
 Setúbal
 Viana do Castelo
 Vila Real
 Viseu

ANEXO B1_Caracterização do questionário aplicado aos Voluntários

Perguntas do questionário	Objetivos/dimensões de análise/classificação da pergunta
<p>1. Em que programa(s) foi Voluntário?</p> <p>A Família</p> <p>A Comunidade</p> <p>Economia para o Sucesso</p> <p>A Europa e Eu</p> <p>É o Meu Negócio</p> <p>Bancos em Ação</p> <p>A Empresa</p>	<p>Muitos voluntários do Programa A Empresa foram já voluntários de outros Programas da JAP. Esta pergunta permite perceber o envolvimento dos voluntários com a Associação.</p>
<p>2. No contacto prévio com o professor, antes da 1ª sessão do programa, foram-lhe fornecidas informações acerca da turma?</p> <p>*</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não 	<p>Tendo em conta o conhecimento que temos deste público, sabemos que para muitos destes voluntários é a primeira vez que estão numa sala de aula a lidar com jovens destas idades. O contacto prévio com o professor pode ser determinante para esclarecer acerca da turma, características dos alunos, preparação das sessões.</p>
<p>3. Alguém da sua empresa o incentivou a ser voluntário da Junior Achievement Portugal?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não <p>Em caso afirmativo, quem?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Departamento de RH ▪ Departamento de Responsabilidade Social - <i>Corporate Affairs</i> ▪ Departamento de Marketing e Comunicação ▪ Chefia Direta 	<p>Esta pergunta impõe-se, na medida em que permite refletir sobre o impacto que este tipo de ações de voluntariado relacionadas com a Educação para o Empreendedorismo têm nas empresas.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colega que já tinha participado anteriormente <p>Outro. Quem?</p>	
<p>4. Indique a frequência com que teve contacto com a <i>Junior Achievement Portugal</i> durante o período do programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Antes do programa ▪ Depois de algumas sessões ▪ No final do programa ▪ Nunca 	<p>A frequência de contacto com a JAP permite avaliar o tipo de envolvimento dos voluntários com a Associação a longo do ano, o que poderá permitir considerações acerca da autonomia do processo de trabalho nas escolas.</p>
<p>5. Teve alguma dificuldade particular na implementação do programa da <i>Junior Achievement Portugal</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não 	<p>À semelhança da anterior, esta pergunta permite avaliar o nível de envolvimento do voluntário com a JAP.</p>
<p>6. Se Sim, por favor indique quais (3 opções)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indisciplina dos alunos ▪ Falta de apoio do Professor ▪ Falta de apoio da <i>Junior Achievement Portugal</i> ▪ Falta de motivação dos alunos ▪ Atividades do programa com pouco interesse ▪ Falta de tempo <p>Outra. Qual?</p>	<p>Além do envolvimento com a JAP é importante compreender a posição dos voluntários relativamente ao processo, caso considerem ter tido dificuldades de implementação do Programa. A possibilidade de escolha múltipla de 3 opções e a pergunta aberta permitirá compreender as razões apontadas para estas dificuldades.</p>
<p>7. Indique em que medida concorda com as afirmações que a seguir se apresentam.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ O Professor e eu trabalhamos bem em conjunto ▪ A formação que recebi da JAP permitiu-me implementar o programa na sala de aula com sucesso 	<p>Esta pergunta incide sobre o processo de implementação do Programa e o tipo de envolvimento do voluntário.</p> <p>A Escala de Likert é uma escala de resposta psicométrica, através da qual os respondentes especificam o seu nível de</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenho dificuldade em gerir o tempo entre as minhas responsabilidades profissionais e as exigências de ser Voluntário ▪ O meu trabalho como Voluntário do programa JAP foi uma experiência positiva ▪ Vou incentivar outras pessoas para serem Voluntários da <i>Junior Achievement Portugal</i> ▪ Também eu aprendi com esta experiência ▪ Sinto que tenho um papel importante da educação dos jovens que acompanho ▪ Voltaria a repetir a experiência 	<p>concordância com uma afirmação. Estas afirmações relacionam-se com o trabalho do voluntário na escola e a ligação com a associação.</p>
<p>8. Como voluntário posso ajudar os alunos a desenvolver determinadas competências pessoais.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicar com os outros ▪ Resolução de problemas ▪ Pensar criativamente ▪ Tomar (boas) decisões ▪ Gestão de tempo ▪ Gerir dinheiro ▪ Trabalhar em equipa ▪ Ser líder ▪ Negociar ▪ Falar em público, fazer apresentações ▪ Defender ideias ▪ Utilizar a tecnologia ▪ Trabalhar com pessoas de diferentes origens e culturas 	<p>Avaliando estas afirmações os voluntários devem refletir sobre o seu impacto sobre os alunos ao nível do desenvolvimento de competências, ao longo do processo empreendedor.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuir para a comunidade ▪ Desenvolver a autoconfiança 	
<p>9. Pensando no papel da SUA empresa na comunidade, quão relevante/impactante considera o investimento efetuado em atividades de apoio à comunidade.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nada importante ▪ Pouco importante ▪ Importante ▪ Muito importante ▪ Não sei 	<p>À semelhança do que acontece com o questionário dirigido às empresas associadas esta pergunta pretende levar os inquiridos a avaliar a importância do papel da sua empresa na comunidade.</p> <p>Esta e as perguntas seguintes – 10, 11, 12 – incidem sobre a dimensão <i>envolvimento e cidadania corporativa</i>, fornecendo dados sobre o papel das empresas na educação para o empreendedorismo.</p>
<p>10. Tendo em conta os grupos-alvo (alunos do ensino secundário) que beneficiam do Programa -“A Empresa” em que medida considera eficazes parcerias desta natureza entre empresas e escolas?</p>	<p>A escala usada está organizada na seguinte forma: Ineficazes, Pouco eficazes, Eficazes, Muito eficazes, Não sei</p>
<p>11. Em que tipo de atividades de cidadania e responsabilidade corporativa a sua organização se envolve?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Participação em atividades de apoio à comunidade local ▪ Contribuições financeiras de solidariedade ▪ Encoraja os colaboradores a ser voluntários ▪ Faz trabalho <i>pro bono</i> ▪ Não se envolve ▪ Outra(s). Qual(quais)? 	

<p>12. Quais são os principais campos de ação em que a sua organização pretende ter algum impacto?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Educação ▪ Desenvolvimento local ▪ Juventude ▪ Ambiente ▪ Artes e cultura ▪ Saúde ▪ Combate à pobreza ▪ Outra: 	<p>Os campos de ação em que a organização pretende ter algum impacto permitem isolar a Educação como uma prioridade possível.</p> <p>A abertura da pergunta permite considerar outras formas de ter impacto na comunidade não contempladas.</p>
<p>13. Partilhe em algumas linhas a sua opinião acerca da experiência de ter sido Voluntário.</p>	<p>Esta pergunta aberta permitirá tentar perceber a posição dos voluntários face ao voluntariado. Proceder-se-á a uma análise qualitativa dos comentários dos voluntários, tendo em conta que a pergunta é de resposta obrigatória.</p>
<p>14. É voluntário noutra organização?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não 	<p>Esta pergunta permitirá perceber se o envolvimento dos voluntários se prende com esta temática em particular ou se envolve outras áreas de apoio à comunidade.</p>
<p>Caracterização sociodemográfica</p>	
<p>Género</p> <p>Feminino</p> <p>Masculino</p> <p>Habilitações literárias</p> <p>Licenciatura</p> <p>Mestrado</p> <p>Doutoramento</p> <p>Outra</p>	<p>A caracterização sociodemográfica dos voluntários faz-se através de perguntas fechadas para o efeito.</p>

<p>Funções na empresa</p> <p>Distrito de residência</p>	<p>Tendo em conta que esta é uma pergunta aberta, para facilitar o tratamento da informação os dados relativos às “funções na empresa” são agrupados em: direção, departamento de gestão, departamento de comunicação, departamento de RH, departamento financeiro, área técnica, outro.</p>
---	--

Impacto do Programa "A Empresa", da Junior Achievement Portugal_Empresas

Este questionário é realizado no âmbito de uma dissertação de Mestrado da Escola Superior de Comunicação Social - IPL sobre o impacto da promoção do empreendedorismo nos jovens através da ação da Junior Achievement Portugal. Obrigada pela sua participação.

* Obrigatório

1. Tendo em conta o papel das empresas na sociedade, que importância atribui ao investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada importante
- Pouco importante
- Muito importante
- Bastante importante
- Não sei

2. Considerando os grupos-alvo beneficiados com iniciativas de empreendedorismo (alunos do ensino secundário), até que ponto considera eficaz a parceria entre empresas e escolas, entre o mundo dos negócios e o ensino? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada eficaz
- Pouco eficaz
- Muito eficaz
- Bastante eficaz

3. Em que tipo de atividades de responsabilidade social e corporativa a sua empresa se envolve habitualmente? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Participação em atividades de apoio à comunidade local
- Contribuição financeira para projetos de solidariedade
- Encoraja os colaboradores a fazer voluntariado
- Faz trabalho pro bono
- Promove atividades de fundraising (angariação de fundos/ captação de recursos)
- Nenhuma

Outras atividades de responsabilidade social / cidadania corporativa. Quais?

.....

4. A crise económica afetou a sua organização relativamente a este tipo de atividades? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 Não sei

5. Por que motivo(s) as organizações se envolvem em atividades de responsabilidade social e corporativa? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Ter um impacto social positivo enquanto organização
 Ir ao encontro dos valores da empresa
 Atrair, motivar e reter colaboradores
 Gerir a reputação e a notoriedade da organização
 Desenvolver outras competências dos colaboradores
 Team building (espírito de equipa)
 Contribuir para a reputação social da empresa (ganhar publicidade gratuita)
 Melhorar o posicionamento
 Cumprir requisitos legais de responsabilidade social e corporativa

Outros. Quais?

.....

6. Quais são as principais áreas em que a sua organização pretende atuar e causar impacto? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Educação
 Comunidade local
 Desenvolvimento jovem
 Ambiente
 Artes e cultura
 Saúde
 Combate à pobreza
 Apoio a catástrofes
 Não aplicável

Outra. Qual?

.....

7. Quais os aspetos a que dá mais relevância quando encoraja colaboradores a participar voluntariamente em programas relacionados com a educação? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Ter impacto na vida dos estudantes
- O compromisso requerido
- A natureza da organização que pretende apoiar
- Flexibilidade dos programas
- Formação necessária
- Benefícios profissionais
- Qualidade dos materiais
- Apoio da organização que se vai apoiar
- Deslocações previstas

8. Que percentagem de colaboradores da sua empresa pensa estarem envolvidos em programas de voluntariado encorajados pela vossa organização? *

Marcar apenas uma oval.

- 0-25%
- 26-50%
- 51-75%
- 76-100%
- Não sei

9. Em geral qual é a frequência das ações de voluntariado que a sua organização estimula junto dos seus colaboradores? *

Marcar apenas uma oval.

- Contínua
- Ad hoc
- Uma vez por ano
- Uma vez por trimestre
- Uma vez por mês
- Uma vez por semana
- Não sei

Outra. Qual?

.....

10. Quanto tempo do seu horário de trabalho anual a sua organização disponibiliza aos colaboradores para ações de voluntariado? *

Marcar apenas uma oval.

- Até 4 horas
- Até um dia de trabalho
- 2-3 dias de trabalho
- 4-5 dias de trabalho
- Mais do que 5 dias de trabalho
- Não sei

11. Como é que a sua organização controla ou acompanha as horas de voluntariado? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Não controla
- Através de uma base de dados / registo online ou eletrónico
- Timesheet/ relatório de atividades
- Relatório
- Através do departamento de RH
- Informalmente
- Responsável pelo departamento de responsabilidade social/corporativa
- Através da organização a quem o colaborador presta voluntariado

Outra forma. Qual?

.....

12. Que reconhecimento a sua organização dá aos colaboradores que fazem voluntariado? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Nenhum
- Feedback pessoal
- Reconhecimento público da organização
- É tido em conta para progressão de carreira
- Recompensa financeira

Outro. Qual?

.....

13. Considera que o voluntariado pode contribuir para a avaliação dos seus colaboradores? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

14. Está pessoalmente envolvido nalguma ação de voluntariado voltado para a comunidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

15. Quem na sua empresa conduz o envolvimento em questões sociais?

Marcar apenas uma oval.

- CEO
- Os executivos individualmente
- O departamento de responsabilidade social e/ou corporativa
- O departamento de Recursos Humanos
- O departamento de Relações Públicas

Outro. Qual?

.....

16. Qual a principal razão que o leva a promover o voluntariado na sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

- Devolver algo à comunidade
- Refletir os valores da sua organização
- Criação de oportunidades de networking
- Melhorar a reputação da sua organização
- Melhorar competências
- Contribuir para o crescimento da sua organização

Outra. qual?

.....

17. Que características vê os colaboradores da sua organização desenvolver através do voluntariado?

Selecione 2.

Marcar tudo o que for aplicável.

- Entusiasmo
- Trabalho de equipa
- Competências de comunicação
- Inspiração
- Capacidade de liderança
- Resiliência / Espírito de sacrifício
- Energia renovada
- Competências de comunicação
- Networking
- Adaptabilidade
- Não sei

Outra. Qual?

.....

18. O voluntariado acrescenta valor:

Marcar apenas uma oval.

- À sua organização
- À sociedade em geral
- Aos seus colaboradores a nível pessoal
- Aos seus colaboradores a nível profissional
- Às organizações a quem é prestado

Outra. Qual?

.....

19. Em que medida acredita que o sistema de educação forma os jovens com as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho? *

Marcar apenas uma oval.

- De forma pobre
- De forma muito pobre
- Nem muito nem pouco pobre
- Bem
- Muito bem
- Bastante bem
- Não sei

20. Quão bem sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências empreendedoras dos jovens? *

Marcar apenas uma oval.

- Nada bem sucedido
- Não muito bem sucedido
- Bem sucedido
- Muito bem sucedido
- Não sei

21. Quão bem sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências financeiras dos jovens?

Marcar apenas uma oval.

- Nada bem sucedido
- Não muito bem sucedido
- Bem sucedido
- Muito bem sucedido
- Não sei

22. Considerando o papel dos negócios na sociedade, qual o grau de importância que atribui ao envolvimento das pessoas do mundo dos negócios na educação?

Marcar apenas uma oval.

- Nada importante
- Pouco importante
- Importante
- Muito importante
- Não sei

23. A sua organização envolve-se em atividades que permitam envolver os jovens no mundo dos negócios?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não sei

Se sim, quais?

.....

24. Como avalia o seu grau de conhecimento das atividades da Junior Achievement?

Marcar apenas uma oval.

- Quase nada
- Conheço muito pouco
- Conheço um pouco
- Conheço bem
- Conheço bastante

25. Qual o seu tipo de envolvimento em atividades da Junior Achievement?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Já visitei escolas ou participei em palestras como orador
- Fiz parte do júri em competições
- A minha empresa investe financeiramente na organização
- Fui/sou voluntário numa miniempresa
- A minha organização providencia produtos ou materiais gratuitamente
- Membro de um órgão da organização

Outro. Qual?

.....

26. Qual a probabilidade de recomendar a outras pessoas o envolvimento com a Junior Achievement?

Marcar apenas uma oval.

- Improvável
- Muito improvável
- Nem improvável nem provável
- Provável
- Muito provável

27. Do que conhece das atividades da Junior Achievement em que medida é que elas contribuem para preparar melhor os jovens para o futuro?

Marcar apenas uma oval.

- Não fazem diferença
- Faz uma pequena diferença
- Faz uma diferença razoável
- Faz uma diferença considerável
- Não sei

28. Que competências as atividades da Junior Achievement desenvolvem nos jovens?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Competências pessoais
- Competências empreendedoras
- Competências de negócios
- Comunicação
- Experiência(s)
- Competências financeiras
- Conhecimentos específicos (ciências, línguas, matemática)
- Competências práticas
- Transformar conhecimentos em competências práticas
- Percepção do contexto real de trabalho
- Literacia
- Nenhumas
- Não sei

Outras. Quais?

.....

29. Qual o setor de atividade da sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

- Financeiro / consultoria financeira
- Serviços profissionais
- Informação e tecnologia
- Manufatura
- Setor público
- Venda a retalho
- Produtos de consumo
- Telecomunicações
- Cuidados de saúde

Outra. Qual?

.....

Dados pessoais

Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 25 a 35 anos
- 36 a 45 anos
- 46 a 50
- mais de 50 anos

Habilitações literárias

Marcar tudo o que for aplicável.

- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento
- Outro

Funções na empresa *

.....

Distrito da sede da empresa

Marcar apenas uma oval.

- Aveiro
- Beja
- Braga
- Bragança
- Castelo Branco
- Coimbra
- Évora
- Faro
- Guarda
- Leiria
- Lisboa
- Portalegre
- Porto
- Santarém
- Setúbal
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Viseu

ANEXO C1_ Caracterização do questionário aplicado às empresas

Perguntas do questionário	Objetivos/dimensões de análise/classificação da pergunta
1. Tendo em conta o papel das empresas na sociedade, que importância atribui ao investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade?	Dentro da dimensão de análise “Envolvimento e cidadania corporativa e apoio à comunidade” a primeira pergunta leva os inquiridos a avaliar a importância do investimento das empresas em atividades de apoio à comunidade numa escala de Likert em que os inquiridos se pronunciam de acordo com Nada importante, Pouco importante, Muito importante, Bastante importante e Não sei. Esta primeira avaliação incide sobre o envolvimento das empresas num contexto geral de atividades de apoio à comunidade para que se possa refletir sobre a natureza desse tipo de envolvimento e as motivações implícitas.
2. Considerando os grupos-alvo beneficiados com iniciativas de empreendedorismo (alunos do ensino secundário), até que ponto considera eficaz a parceria entre empresas e escolas, entre o mundo dos negócios e o ensino?	Ainda dentro da mesma dimensão da pergunta anterior esta avaliação permitirá compreender as perceções das empresas relativamente ao estado deste tipo de parcerias. Pede-se aos inquiridos que avaliem a eficácia das parcerias entre empresas e escolas.
3. Em que tipo de atividades de responsabilidade social e corporativa a sua empresa se envolve habitualmente?	Numa pergunta de escolha múltipla os inquiridos identificam as atividades em

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participação em atividades de apoio à comunidade local ▪ Contribuição financeira para projetos de solidariedade ▪ Encoraja os colaboradores a fazer voluntariado ▪ Faz trabalho <i>pro bono</i> ▪ Promove atividades de <i>fundraising</i> (angariação de fundos/ captação de recursos) ▪ Nenhuma <p>Outras atividades de responsabilidade social / cidadania corporativa. Quais?</p>	<p>que as suas empresas se envolvem habitualmente</p>
<p>4. A crise económica afetou a sua organização relativamente a este tipo de atividades?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não ▪ Não sei 	<p>Esta pergunta surge como forma de consolidar a importância destas atividades, uma vez que em momentos de retração parece haver uma diminuição do investimento nestas áreas.</p>
<p>5. Por que motivo(s) as organizações se envolvem em atividades de responsabilidade social e corporativa?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ter um impacto social positivo enquanto organização ▪ Ir ao encontro dos valores da empresa ▪ Atrair, motivar e reter colaboradores ▪ Gerir a reputação e a notoriedade da organização ▪ Desenvolver outras competências dos colaboradores ▪ <i>Team building</i> (espírito de equipa) 	<p>Tendo em conta que este questionário se baseia num estudo de impacto realizado a nível europeu, seguimos os conteúdos das perguntas desse questionário. Mantivemos as atividades referidas, abrindo a pergunta com outras atividades.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuir para a reputação social da empresa (ganhar publicidade gratuita) ▪ Melhorar o posicionamento ▪ Cumprir requisitos legais de responsabilidade social e corporativa ▪ Outros. Quais? 	
<p>6. Quais são as principais áreas em que a sua organização pretende atuar e causar impacto?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Educação ▪ Comunidade local ▪ Desenvolvimento jovem ▪ Ambiente ▪ Artes e cultura ▪ Saúde ▪ Combate à pobreza ▪ Apoio a catástrofes ▪ Não aplicável ▪ Outra. Qual? 	<p>Esta pergunta permite perceber a importância dada à educação como área de intervenção social destas empresas.</p>
<p>7. Quais os aspetos a que dá mais relevância quando encoraja colaboradores a participar voluntariamente em programas relacionados com a educação?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ter impacto na vida dos estudantes ▪ O compromisso requerido ▪ A natureza da organização que pretende apoiar ▪ Flexibilidade dos programas ▪ Formação necessária ▪ Benefícios profissionais ▪ Qualidade dos materiais ▪ Apoio da organização que se vai apoiar 	<p>Iniciando a secção de perguntas sobre o envolvimento das empresas e o voluntariado, esta pergunta pretende isolar os aspetos relevantes deste investimento em voluntariado relacionado com a educação.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deslocações previstas 	
<p>8. Que percentagem de colaboradores da sua empresa pensa estarem envolvidos em programas de voluntariado encorajados pela vossa organização?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 0-25% ▪ 26-50% ▪ 51-75% ▪ 76-100% ▪ Não sei 	<p>Ainda na dimensão “envolvimento e voluntariado” as 3 perguntas que se seguem – 8, 9, 10 - permitem avaliar o impacto do voluntariado na organização relativamente ao número de colaboradores e à frequência das suas ações.</p>
<p>9. Em geral qual é a frequência das ações de voluntariado que a sua organização estimula junto dos seus colaboradores?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contínua ▪ Ad hoc ▪ Uma vez por ano ▪ Uma vez por trimestre ▪ Uma vez por mês ▪ Uma vez por semana ▪ Não sei 	
<p>10. Quanto tempo do seu horário de trabalho anual a sua organização disponibiliza aos colaboradores para ações de voluntariado?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Até 4 horas ▪ Até um dia de trabalho ▪ 2-3 dias de trabalho ▪ 4-5 dias de trabalho ▪ Mais do que 5 dias de trabalho ▪ Não sei 	<p>Este tipo de perguntas permite avaliar o grau de importância que estas ações têm para as empresas bem como o impacto que terão no quotidiano dos voluntários.</p>

<p>11. Como é que a sua organização controla ou acompanha as horas de voluntariado?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Não controla ▪ Através de uma base de dados / registo online ou eletrónico ▪ <i>Timesheet</i>/ relatório de atividades ▪ Relatório ▪ Através do departamento de RH ▪ Informalmente ▪ Responsável pelo departamento de responsabilidade social/corporativa ▪ Através da organização a quem o colaborador presta voluntariada ▪ Outra forma. Qual? 	<p>Dentro da dimensão de análise “impacto do voluntariado” as perguntas que se seguem permitem perceber este impacto dentro da organização e de que formas se gere este impacto dentro da empresa. As práticas de gestão das atividades de voluntariado contribuem para analisar este tipo de impacto.</p>
<p>12. Que reconhecimento a sua organização dá aos colaboradores que fazem voluntariado?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nenhum ▪ Feedback pessoal ▪ Reconhecimento público da organização ▪ É tido em conta para progressão de carreira ▪ Recompensa financeira ▪ Outro. Qual? 	
<p>13. Considera que o voluntariado pode contribuir para a avaliação dos seus colaboradores?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não 	
<p>14. Está pessoalmente envolvido nalguma ação de voluntariado voltado para a comunidade?</p>	

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não 	
<p>15. Quem na sua empresa conduz o envolvimento em questões sociais?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ CEO ▪ Os executivos individualmente ▪ O departamento de responsabilidade social e/ou corporativa ▪ O departamento de Recursos Humanos ▪ O departamento de Relações Públicas ▪ Outro. Qual? 	
<p>16. Qual a principal razão que o leva a promover o voluntariado na sua empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Devolver algo à comunidade ▪ Refletir os valores da sua organização ▪ Criação de oportunidades de <i>networking</i> ▪ Melhorar a reputação da sua organização ▪ Melhorar competências ▪ Contribuir para o crescimento da sua organização <p>Outra. qual?</p>	
<p>17. Que características vê os colaboradores da sua organização desenvolver através do voluntariado?</p> <p>Selecione 2.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entusiasmo ▪ Trabalho de equipa ▪ Competências de comunicação ▪ Inspiração ▪ Capacidade de liderança 	

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Resiliência / Espírito de sacrifício ▪ Energia renovada ▪ Competências de comunicação ▪ <i>Networking</i> ▪ Adaptabilidade ▪ Não sei ▪ Outra. Qual? 	
<p>18. O voluntariado acrescenta valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ À sua organização ▪ À sociedade em geral ▪ Aos seus colaboradores a nível pessoal ▪ Aos seus colaboradores a nível profissional ▪ Às organizações a quem é prestado ▪ Outra. Qual? 	
<p>19. Em que medida acredita que o sistema de educação forma os jovens com as competências necessárias para entrar no mundo do trabalho?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De forma pobre ▪ De forma muito pobre ▪ Nem muito nem pouco pobre ▪ Bem ▪ Muito bem ▪ Bastante bem ▪ Não sei 	<p>Esta pergunta inicia a série de perguntas que se seguem sobre “Educação para o Empreendedorismo”. Neste conjunto de perguntas pede-se aos inquiridos que reflitam sobre o papel das empresas na Educação, nomeadamente no apoio ao desenvolvimento de competências dos jovens.</p>
<p>20. Quão bem-sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências empreendedoras dos jovens?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nada bem-sucedido ▪ Não muito bem-sucedido ▪ Bem-sucedido ▪ Muito bem-sucedido 	<p>Ainda dentro da mesma dimensão da pergunta anterior – Educação para o Empreendedorismo – as perguntas 20 e 21 levam os inquiridos a avaliar o sistema de educação português através de uma escala que evidencia o seu grau de sucesso relativamente ao desenvolvimento de competências.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não sei 	
<p>21. Quão bem-sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências financeiras dos jovens?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nada bem-sucedido ▪ Não muito bem-sucedido ▪ Bem-sucedido ▪ Muito bem-sucedido ▪ Não sei 	
<p>22. Considerando o papel dos negócios na sociedade, qual o grau de importância que atribui ao envolvimento das pessoas do mundo dos negócios na educação?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nada importante ▪ Pouco importante ▪ Importante ▪ Muito importante ▪ Não sei 	<p>A escala utilizada permite avaliar o grau de importância dada ao envolvimento das empresas com a educação.</p>
<p>23. A sua organização envolve-se em atividades que permitam envolver os jovens no mundo dos negócios?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sim ▪ Não ▪ Não sei ▪ Se sim, quais? 	<p>Depois da avaliação da importância da relação entre os negócios e a educação torna-se importante compreender em que tipo de atividades deste género estas organizações se envolvem.</p>
<p>24. Como avalia o seu grau de conhecimento das atividades da <i>Junior Achievement</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quase nada ▪ Conheço muito pouco ▪ Conheço um pouco ▪ Conheço bem 	<p>As restantes perguntas do questionário permitem analisar a dimensão relacionada com a JAP. A dimensão de análise a que chamámos “percepções sobre a JAP” permitirá avaliar o tipo de envolvimento destas empresas com a JAP e o impacto que as suas atividades</p>

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conheço bastante 	<p>têm nos jovens que fazem os seus programas.</p>
<p>25. Qual o seu tipo de envolvimento em atividades da <i>Junior Achievement</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Já visitei escolas ou participei em palestras como orador ▪ Fiz parte do júri em competições ▪ A minha empresa investe financeiramente na organização ▪ Fui/sou voluntário numa miniempresa ▪ A minha organização providencia produtos ou materiais gratuitamente ▪ Membro de um órgão da organização ▪ Outro. Qual? 	
<p>26. Qual a probabilidade de recomendar a outras pessoas o envolvimento com a <i>Junior Achievement</i>?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Improvável ▪ Muito improvável ▪ Nem improvável nem provável ▪ Provável ▪ Muito provável 	
<p>27. Do que conhece das atividades da <i>Junior Achievement</i> em que medida é que elas contribuem para preparar melhor os jovens para o futuro?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Não fazem diferença ▪ Faz uma pequena diferença ▪ Faz uma diferença razoável ▪ Faz uma diferença considerável ▪ Não sei 	

<p>28. Que competências as atividades da <i>Junior Achievement</i> desenvolvem nos jovens?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Competências pessoais ▪ Competências empreendedoras ▪ Competências de negócios ▪ Comunicação ▪ Experiência(s) ▪ Competências financeiras ▪ Conhecimentos específicos (ciências, línguas, matemática) ▪ Competências práticas ▪ Transformar conhecimentos em competências práticas ▪ Perceção do contexto real de trabalho ▪ Literacia ▪ Nenhuma ▪ Não sei ▪ Outras. Quais? 	<p>Esta pergunta pode revelar-se particularmente importante porque permite relacionar as competências desenvolvidas pelas atividades da JAP com as competências consideradas no quadro Europeu de Referência para a Educação para o Empreendedorismo.</p> <p>A abertura da pergunta poderá fornecer também indicações sobre aspetos relevantes para as organizações.</p>
<p>Caracterização sociodemográfica</p>	
<p>29. Qual o setor de atividade da sua empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Financeiro / consultoria financeira ▪ Serviços profissionais ▪ Informação e tecnologia ▪ Manufatura ▪ Setor público ▪ Venda a retalho ▪ Produtos de consumo ▪ Telecomunicações ▪ Cuidados de saúde ▪ Outra. Qual? 	

Idade	
25 a 35 anos	
36 a 45 anos	
46 a 50 anos	
Mais de 50 anos	
Habilitações Literárias	
Licenciatura	
Mestrado	
Doutoramento	
Outro	
Funções na empresa	
Distrito da sede da empresa	

ANEXO D_ Resultados do questionário aplicado aos Alunos

(Resultado e análise das perguntas não apresentadas no capítulo 4)

Pergunta 1. Identificação das qualidades mais importantes de um empreendedor

Da lista abaixo seleciona as 2 qualidades mais importantes de um empreendedor.	#	%
ser criativo na resolução de problemas	64	57,7
ter espírito de iniciativa	51	45,9
ser capaz de arriscar	42	37,8
ser líder	23	20,7
sair da zona de conforto	23	20,7
ser capaz de criar o seu próprio negócio	20	18
ser otimista	10	9
Outra	6	5,4

Ser criativo na resolução de problemas é a qualidade mais importante de um empreendedor (57,7%, 64 respostas), ao que se segue ter espírito de iniciativa (45,9%, com 51 respostas) e ser capaz de arriscar (37,8%, 42 respostas).

A pergunta aberta “outra, qual?” obteve 6 respostas. Um dos indivíduos acrescentou uma característica da lista às que havia referido, considerando 3 qualidades, um aluno refere a responsabilidade (*ser responsável*) e os outros 4 expõem razões externas ao indivíduo empreendedor (*a equipa, a ideia de negócio e a missão a concretizar*).

Pergunta 3. Auto perceção sobre ser empreendedor

Consideras-te um(a) empreendedor(a)? (Seleciona 1 opção)	#	%
Um pouco	61	55,0
Muito empreendedor	31	27,9
Nem pouco nem muito	13	11,7
Quase nada	5	4,5
Nada empreendedor	1	,9
Total	111	100,0

Confrontados com o exercício de autoavaliação sobre ser empreendedor (dentro da dimensão Processo empreendedor, a consciência do processo revela-se importante) a maioria dos alunos inquiridos (55%, com 61 respostas) considera-se “Um pouco” empreendedor, a que se seguem 27,9% (com 31 respostas) que já se vê como “muito empreendedor”. Apenas 1 aluno se considera “nada empreendedor”, o que nos permite perceber que há uma tendência para estes alunos reconhecerem o processo empreendedor como forma de se identificarem com tal característica.

Pergunta 4. Quais são as principais razões para alguém criar o seu próprio negócio? Selecciona 2.

As principais razões para alguém criar o seu próprio negócio	#	%
O desejo de criar algo	99	89,2
O desejo de ganhar mais dinheiro	38	34,2
A falta de opção (outro emprego)	37	33,3
O desejo de não ter patrão	17	15,3
O desejo de trabalhar menos	3	2,7
O desejo de ter mais tempo livre	1	0,9
Outra	15	13,5

Ainda na dimensão relativa ao processo empreendedor os alunos referem, a partir de uma lista, as principais razões para alguém criar o seu próprio negócio. O desejo de criar algo é a principal razão apontada, com 89,2% (99 Alunos), seguindo-se, embora com uma diferença considerável, o desejo de ganhar mais dinheiro (34,2%, com 38 respostas) e a falta de opção (outro emprego) com 33,3% (37 inquiridos)

As respostas à pergunta aberta “Outra, Qual?” (com 13,5% de respostas, o que corresponde 15 indivíduos) podem agrupar-se da seguinte forma:

Motivos emocionais

- *Concretizar um sonho*
- *O desejo de ser feliz*

- *Ajudar a sociedade*
- *Uma convicção que pode mudar a vida das pessoas.*
- *Sonho concretizado de um projeto em papel para a vida real*
- *O desejo de seguir o seu sonho*
- *O desejo de se sentir Realizado a nível profissional*

Criação do próprio emprego

- *O desejo de trabalhar mais para algo que é nosso*
- *Não ter Emprego*

Necessidade de inovação/diferenciação da ideia de negócio

- *Satisfazer necessidades desprezadas*
- *Ter uma boa ideia de negócio*
- *O desejo de criar uma empresa que não seja "mais uma", mas sim com alguma diferenciação das outras no mesmo nicho de mercado, e sair vencedor de todas as outras empresas "rivais"*
- *O desejo de se diferenciar a nível profissional/no mercado*
- *Procurar solucionar problemas que ainda não obtiveram uma resposta consideravelmente satisfatória no mercado*
- *Inovar*

As respostas a esta pergunta revelam motivos internos relacionados com a realização pessoal (a que chamamos motivos emocionais) e profissional (como a criação do próprio emprego) ao mesmo tempo que revelam também motivos externos, relacionados com o mercado.

Pergunta 6. Quais são as principais dificuldades para criar um negócio próprio em Portugal?

Quais são as principais dificuldades para criar um negócio próprio em Portugal?	Média	Desvio padrão
O capital inicial/dificuldades em obter crédito e financiamento	4,23	,656
Os impostos	3,95	,846
A instabilidade/insegurança de não ter um emprego	3,68	,963

O conhecimento/formação necessários quanto ao negócio	3,58	1,100
A concorrência	3,52	,952
Saber a área em que pretende atuar	3,51	1,061
Possuir "cunhas" adequadas	2,86	1,156

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo
Concordo Concordo totalmente

Refletindo sobre as dificuldades para criar um negócio próprio em Portugal, questões ainda relacionadas com o processo empreendedor, os inquiridos tendem a valorizar dificuldades financeiras. “O capital inicial/ dificuldades em obter crédito e financiamento é a razão mais apontada (m=4,23, d.p. 0,656), seguida dos impostos (m=3,95, d.p. 0,846). A terceira razão mais apontada é a instabilidade/insegurança de não ter um emprego (m=3,68, d.p. 0,963) que, sendo uma dificuldade, revela a insegurança dos inquiridos face ao processo empreendedor que os levaria a abrir um negócio. O facto de só uma pergunta estar abaixo do ponto médio da Escala utilizada leva-nos a considerar que os alunos inquiridos têm consciência das dificuldades associadas à abertura de um negócio próprio em Portugal.

Pergunta 7. Pensas em abrir um negócio no futuro? Porquê?

- *Sim Adoro tentar fazer algo por mim, especialmente se for do meu interesse*
- *Sim Ter algo meu, criado por mim, acreditar num sonho, naquilo que queremos alcançar, e alcançá-lo.*
- *Sim Já estou num negócio, está no começo é com a minha mãe, será um negócio de plantação de frutos vermelhos entre outros, já temos os campos escolhidos, será em Galveias (perto de Montargil), e o projeto arrancará para a frente entre este e o próximo ano.*
- *Sim Permite-me escolher a área que quero trabalhar tendo eu os meus próprios objetivos, e definir por mim mesmo até onde quero chegar. Para além do dinheiro, que não coloquemos de parte, chegar a casa realizado é o principal ponto. Por vezes haverão dias que essa realização pessoal não existirá mas irá fazer com que no dia a seguir acorde com mais motivação para superar esses mesmos problemas.*
- *Talvez, ainda não sei Acho interessante e seria uma auto realização*

- *Sim* "Porquê pretendo ter o meu próprio projeto, fazer a diferença e encontrar o meu espaço na área da comunicação.
- *Sim* Quero aprender à imagem dos outros para um dia ter um projeto à minha imagem."
- *Sim* Para poder demonstrar neste grande mercado as capacidades que tenho e ver o meu próprio trabalho divulgado nacional, e quem sabe, internacionalmente!
- *Sim* É uma objetivo pessoal criar o meu próprio negócio com uma ideia minha, e original.
- *Talvez, ainda não sei* Pretendo trabalhar em algo que me entusiasme e que goste
- *Sim* Pois pretendo criar o meu próprio conceito de negócio, mostrando as mais-valias que podem ser cruciais entre um bom e um ótimo produto.
- *Sim* Tenho ideias que pretendo concretizar, quero criar algo que possa vir a ser inovador e criativo, e de realmente relevante
- *Sim* Porque tenho um desejo inabalável de abrir um negócio meu....
- *Talvez, ainda não sei* Tudo o tempo dirá, neste momento não penso em abrir um negócio, mais tarde quem sabe
- *Sim* Pretendo criar algo meu.
- *Sim* Quero deixar a minha "marca".
- *Sim* Para realizar uma ideia antiga e inovar no mercado da comunicação.
- *Sim* Seguir a empresa dos meus pais na área da distribuição de alimentos hortícolas e frutícolas. Porque para além de ter algum potencial é também gratificante ver a nossa empresa vingar e para além de ser uma pequena empresa conseguir lutar com as grandes distribuidoras do mercado.
- *Sim* Essencialmente pelo desejo de criar algo, pelo gosto de desafios constantes, mas também para permitir a outros (os colaboradores e a minha família) melhorar o respetivo nível de vida.
- *Talvez, ainda não sei* As condições em Portugal não são fáceis e tudo depende das oportunidades de emprego que eu encontrar.
- *Talvez, ainda não sei* Gostava de ter o meu próprio negócio. No entanto, existem muitas dificuldades agregadas a esse sonho.

- *Talvez, ainda não sei Porque de certeza vou chegar a uma altura da minha vida que infelizmente não terei trabalho, então terei de arriscar em algo*
- *Sim É um objetivo de vida, criar algo meu com uma pessoa de confiança, podendo no futuro ajudar a criar emprego e a ajudar a desenvolver um país com grande capacidade empreendedora e trabalhadora, mas com dificuldades a nível monetário e de insegurança quanto a um futuro risonho.*
- *Sim Porque gostava de realizar as minhas ideias e me realizar um pouco na minha vida profissional*
- *Talvez, ainda não sei Porque quero ter algo meu...*
- *Talvez, ainda não sei Porque a fase que o nosso país atravessa não é propícia a que jovens o venham a fazer, ou pelos com grandes riscos, uma vez que não temos grande apoio por parte do país.*
- *Sim Na minha opinião pessoal, acho que cabe a cada cidadão contribuir para o bem-estar da sociedade. Daí a ideia de abrir um negócio que possa ajudar as pessoas.*
- *Sim Sinto-me uma pessoa com as características certas para avançar e ter um negócio só meu. Tenho imensas ideias á espera de serem exploradas.*
- *Talvez, ainda não sei Não sei se irei ter ofertas de emprego.*
- *Talvez, ainda não sei Sempre quis criar algo*
- *Sim Para realizar-me profissionalmente*
- *Talvez, ainda não sei Porque gostava de trabalhar em grandes empresas e não tenho um grande desejo de criar o meu próprio negócio*
- *Talvez, ainda não sei Depende de muita coisa, qual o negócio, quais os gastos e investimentos necessários para tal*
- *Talvez, ainda não sei Eu estudo enfermagem, é um pouco difícil criar o meu próprio negócio, embora não seja impossível.*
- *Sim Tenho o desejo de criar algo novo e diferente, que possa abranger todo o tipo de pessoas e empresas*
- *Sim Porque acho que é uma boa oportunidade de realização pessoal.*
- *Talvez, ainda não sei se tiver uma ideia suficientemente inovadora, gostaria muito*

- *Talvez, ainda não sei Gostava, mas não sei se vou ter oportunidade/capacidade financeira*
- *Sim Porque faz parte dos meus planos futuros ter algo criado por mim.*
- *Talvez, ainda não sei Para começar "um negócio" teria de ser algo sustentável e que realmente fizesse a diferença para alguém. Teria de ser algo realmente justificável e não uma qualquer derivante de outros produtos/serviços.*
- *Sim Tenho uma ideia da qual as pessoas estão interessadas.*
- *Sim Porque acredito no projeto que desenvolvi ao longo do programa da JAP e pretendo continuar.*
- *Sim porque este mundo me fascina e aprendi a fazer o que é necessário para isso*
- *Sim Porque, no futuro gostava de trabalhar na área que gosto.*

Pergunta 8. Se sim, com quantos anos pretendes fazê-lo (Seleciona 1 opção)

Se sim, com quantos anos pretendes fazê-lo	#	%
Entre 25 e 30 anos	43	38,7
Entre 22 e 24 anos	22	19,8
Mais de 31 anos	15	13,5
Menos de 21 anos	11	9,9
Total	91	82,0

Entre os alunos que acreditam vir a abrir um negócio no futuro, 38,7% (43 inquiridos) pretende fazê-lo com idade compreendida entre os 25 e 30 anos enquanto 19,8% (22 alunos) pretende fazê-lo entre os 22 e os 24 anos. 13,5 % (15 alunos) considera que o fará com mais de 31 anos e 11 alunos (9,9%) julga que o fará com menos de 21 anos.

Fazendo o teste que nos permite cruzar as respostas a esta pergunta com a variável “ano em que realizaste o Programa” os resultados permitem-nos verificar que os alunos que pensam fazê-lo com menos de 21 anos são precisamente os que se encontravam no momento em que foi realizado o inquérito a fazer o Programa (ano letivo 2013/14) ou do ano anterior.

Se sim, com quantos anos pretendes fazê-lo? * Ano letivo em que realizaste o Programa A Empresa								
	07/08	08/09	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14	Total
Menos de 21 anos	1	0	0	0	2	3	5	11
Entre 22 e 24 anos	0	1	0	2	5	2	12	22
Entre 25 e 30 anos	3	1	3	4	7	18	7	43
Mais de 31 anos	0	1	2	2	6	3	1	15

Pergunta 9. Neste momento sentes-te capacitado para abrir o teu próprio negócio?

Neste momento sentes-te capacitado para abrir o teu próprio negócio?	#	%
Não	89	80,2
Sim	22	19,8
Total	111	100,0

80,2% (89) dos alunos admite não se sentir capacitado neste momento para abrir o seu próprio negócio, contra 19,8% (22 alunos) que se considera capacitado para isso. A justificação dos alunos pode ver-se nas respostas seguintes:

- *Não Ainda não me sinto 100% capacitado de abrir um negócio mas com alguma pesquisa serei capaz de fazê-lo*
- *Não Ainda tenho muito que aprender*
- *Sim Tenho vindo a adquirir as bases para poder possuir um negócio independente*
- *Não Ainda não me sinto preparada, nem com maturidade para abrir o meu próprio negócio*
- *Não Porque não há dificuldades em obter crédito e financiamento.*
- *Não Porque para se criar um negócio são precisos muitos mais conhecimentos, o programa a empresa ajudou-me muito mais preciso*

de mais para conseguir ter um negócio viável, contudo a E-MEAL¹ vai seguir o seu longo percurso!

- *Sim Como estou no negócio com a minha mãe, sim temos capital para abrir*
- *Não Num Mundo de tanto conhecimento ainda sinto que tenho muito para aprender. Espero aprender com os melhores e depois sim, "investir" tudo o que aprendi.*
- *Não porque ainda pretendo investir futuramente na escola e na área que quero seguir, que é Design de interiores. Adoraria fazer projetos em associações e escolas*
- *Não Falta de capital*
- *Não Falta-me certamente algum know how no que toca a vários processos, como fornecedores, despesas e situações legais, bem como mais experiência na área técnica em que quero apostar.*
- *Não Quero terminar o curso.*
- *Não Por falta de experiencia / formação e independência financeira*
- *Não Ainda não tenho as capacidades necessárias para o fazer.*
- *Sim porque participei no programa A Empresa e conheço todos os conceitos e ferramentas*
- *Não Não tenho o capital inicial para poder investir, neste momento.*
- *Não Porque financeiramente não tenho possibilidade*
- *Não Não possuo possibilidades financeiras*
- *Não Ainda não adquiri estudos suficientes para o concretizar*
- *Sim Considero que a partir do momento em que se tem uma ideia que faça sentido no mercado em que pretendemos atuar, inovadora, criativa, e que melhor a vida dos intervenientes, com persistência e inteligência, é fazível*
- *Não Porque não me sinto preparada nem psicológica nem financeira.*
- *Não Devido a não ter capacidade de financiamento.*
- *Não Não são esses os meus planos para este momento da minha vida*

¹ Empresa criada pelo aluno no Programa A Empresa – ano letivo 2013-2014. Esta equipa ficou em 2º lugar na VII Competição Nacional do Programa A Empresa

- *Não Ainda não reuni as condições todas, como por exemplo informação que me permita avançar.*
- *Não Falta de capital essencialmente*
- *Não Já tenho uma marca própria.*
- *Sim Porque tenho criatividade e iniciativa suficientes.*
- *Sim Porque já participei no programa a empresa da JAP*
- *Sim No meu caso tenho já alguma facilidade porque é só seguir o caminho que os meus pais já traçaram. É apenas mudar a imagem da empresa e apostar mais forte no mercado da restauração.*
- *Sim Compreendi o processo na sua globalidade.*
- *Não falta de tempo e incentivos*
- *Não Porque a situação económica do país não está propicia a abrir um negócio*
- *Sim Gosto por desafios, pela aprendizagem que implica e pela aventura.*
- *Não Sou muito novo e não tenho experiência em criação de negócios nem conhecimento nessa área. Sinto-me capacitado se o fizer junto com alguém com mais conhecimento no assunto.*
- *Não Penso que antes de abrirmos um negócio precisamos de alguma experiência que nos ensine a lidar com o negócio.*
- *Não A principal dificuldade é a falta de recursos financeiros, porém muitas outras dificuldades se juntam a esta.*
- *Não não tenho nenhuma ideia brilhante para abrir o meu próprio negócio, também a falta de capital para o investimento inicial.*
- *Não Falta de condições financeiras e apoio por parte do estado às pequenas empresas*
- *Sim "Porque já fui trabalhador, conhecendo um pouco este meio, e voltei a estudar para adquirir capacidades intelectuais para tal.*
- *O único se não é saber qual a melhor área de negócio e ter que conhecê-la bem, não tendo eu um vasto conhecimento de áreas profissionais."*
- *Não Porque quero estudar mais para estar mais preparada.*

- *Não Precisava de alguém ao meu lado a apoiar-me, tendo pessoas de confiança e com os mesmos objetivos. É bastante importante*
- *Não Não tenho capital para investir*
- *Não Porque não tenho hipótese neste momento*
- *Não Porque ainda estudo.*
- *Não Não possuo capacidade financeira*
- *Não Porque sozinha não seria capaz de gerir um negócio, que à partida teria de ser algo muito inovador, o que significaria atingir uma população alvo de alto nível, e que poderia não resultar*
- *Sim Já tenho algumas noções de empreendedorismo, mas penso que como em tudo a experiência é sempre muito importante por isso penso que ainda tenho tempo.*
- *Não Pelo facto de ainda me encontrar a estudar e não ter as bases necessárias.*
- *Não Ainda estou a estudar e pretendo formar-me antes de iniciar um negócio. Para além disso, ainda não tenho a ideia que me conduzisse à criação de uma empresa, nem financiamento disponível para a mesma (independentemente do que surgir).*
- *Não Falta de capital e o facto de ser estudante ainda*
- *Não Devido ao facto de ainda ter 17 anos e ser extremamente difícil obter ajudas externas.*
- *Não Falta de ideias, formação.*
- *Não É demasiado cedo para isso*
- *Não Tenho um "mini-negócio" dos meus trabalhos artesanais mas por motivos financeiros seria impossível torna-lo grande neste momento.*
- *Não "- não tenho experiência suficiente e não tenho capital suficiente"*
- *Não Ainda não possuo conhecimentos necessários para tal*
- *Não Sou muito novo.*
- *Não Não existe capacidades suficientes*
- *Não Não me sinto preparada.*
- *Não Não tenho conhecimentos suficientes*

- *Sim Porque penso que consigo fazê-lo.*
- *Não Preciso de adquirir alguma experiência profissional e capacidade laboral*
- *Não Porque não tenho interesse em abrir nenhum -.-*
- *Não Por causa da situação em que se encontra o país e porque neste momento não reúno as condições necessárias para dar esse passo*
- *Não Ainda me encontro a finalizar a minha licenciatura, nem tenho capacidade financeira para tal*
- *Não Ainda sinto que estou no início na aprendizagem para isso, e penso que se fosse já seria um fracasso, mas se pudesse criar algo com alguém mais experiente aceitaria porque acho que não é na escola/faculdade que se irá aprender o essencial*
- *Não não tenho capacidades financeiras para isso nem tempo livre*
- *Não porque ainda sou muito nova e não me sinto já preparada*
- *Não Porque ainda tenho muito que aprender antes de criar um negócio próprio.*
- *Não Sem experiência*
- *Não Porque ainda me faltam muitos conhecimentos na área de gestão*
- *Não Penso que primeiro preciso de aprender muito trabalhando para outros*
- *Não porque ainda sou muito nova*
- *Não Não tenho formação, dinheiro nem idade para conseguir fazer algo que possa vir a ir para o mercado*
- *Não porque tenho 17 anos e ainda vou para a faculdade*
- *Não Porque não sei em que área devo abrir um negócio*
- *Não Por falta de dinheiro e de quem queira trabalhar*
- *Não Porque ainda não tenho o que é necessário para tal coisa. Mas assim que achar que tenho o que é necessário, ou seja, conhecimentos, eu vou avançar com a ideia de abrir uma empresa.*
- *Sim porque a experiência com a jap me permite ver isso como uma possibilidade*
- *Não Falta me apoio financeiro, a ideia já possuo em papel*

- *Não porque ainda não tenho as habilitações todas para ter um negócio de sucesso*
- *Sim Porque já o comecei quando aceitei participar no projeto A Empresa, e quero dar-lhe continuidade.*
- *Não porque ainda estou na universidade*
- *Não porque ainda não tenho os conhecimentos necessários para gerir um negócio de sucesso*
- *Sim Adquiri capacidades para o fazer através do curso técnico de comunicação.*
- *Não Faltam-me algumas competências e investimento*
- *Não Porque neste momento sou estudante.*
- *Não ainda me falta alcançar mais experiencia na área e de não ter capital nem "cunhas" para iniciar o negócio*
- *Não Ainda não possuo a responsabilidade necessária.*
- *Não porque tenho de desenvolver mais competências*
- *Não Financiamento*
- *Sim Penso ter aptidão necessária para que o meu negócio tenha pernas para andar*
- *Sim Acredito ter os conhecimentos suficientes para o conseguir, assim como contactos com empresários e tenacidade que me permita não desistir à primeira adversidade.*
- *Não Penso não ter conhecimento suficiente.*
- *Sim Porque tenho acesso suficiente para construir protótipos que estão associados a programas para ajudar empresas noutros países.*
- *Não Ainda tenho de alargar os meus conhecimentos*
- *Não Falta de informação e inexperiência*
- *Sim Porque graças ao programa A Empresa possuo as bases necessárias*
- *Não Ainda me falta muita pesquisa e trabalho pela frente, mas com a ajuda e vontade acredito que no futuro próximo crie o meu próprio negócio.*
- *Não Porque é preciso mais que uma feira apenas.*

- *Não Quer investir no meu conhecimento, em termos de estudos e depois sim aplicar os mesmos.*
- *Sim porque a escola e a JA me deu as ferramentas necessárias*
- *Sim Porque me considero uma pessoa minimamente responsável para abrir um negócio, tenho me esforçado para o fazer o mais depressa possível e para me manter informado sobre as responsabilidades e regras para abrir um negócio com sucesso.*

As principais razões apontadas para as respostas negativas prendem-se com a falta de conhecimento, muitas vezes associada à idade e à inexperiência, a falta de condições financeiras e a intenção de prosseguir estudos e investir primeiro em formação.

Pergunta 10. Que profissão pretendes seguir?

Pergunta aberta. 13 (11,7%) alunos dizem não saber ainda. 22 (19,8%) alunos apontam querer ser algo relacionado com Gestão ou empresários. 20 (18%) alunos indicam profissões na área da Comunicação e Marketing. Os restantes – 56 alunos, 50,5% - referem profissões tão diversas quanto psicólogo, comissário de bordo, veterinário, médico, designer, professor.

Pergunta 11. Se tivesses hipótese de escolher, optarias por participar no Programa A Empresa?

Na dimensão “impacto JAP” avaliam-se diferentes questões, nomeadamente, a opinião acerca do Programa A Empresa.

Se tivesses hipótese de escolher, optarias por participar no Programa A Empresa?	#	%
Sim	96	86,5
Não	15	13,5
Total	111	100,0

86,5% (o que corresponde a 96 alunos inquiridos) optariam por participar no Programa A Empresa se tivesse hipótese de escolher (o desafio é lançado por

professores enquanto projeto, não tendo os alunos na realidade e na maioria dos casos, opção de escolha). Esta resposta permite-nos avaliar como positiva a participação dos alunos no Programa.

As razões apontadas pelos alunos estão transcritas a seguir e são de realçar as principais razões para esta escolha prendem-se com a **oportunidade de aprendizagem** que o Programa encerra, a **experiência marcante**, a **oportunidade de conhecimento e de crescimento** que os alunos reconhecem, o **lado prático** deste tipo de projeto e a sua **ligação ao mundo real**. Como se verifica nestas opiniões os lados descrevem com entusiasmo esta experiência que os enriqueceu a nível pessoal e profissional, como muitos referem. Os alunos reconhecem ainda a utilidade dos conhecimentos adquiridos para o seu futuro.

Se tivesse hipótese de escolher, optaria por participar no Programa A Empresa porque...

- *aprendi muito, não é apenas um projeto, é algo que vivemos todos os dias.*
- *estou a participar, e até hoje, não mudava nada.*
- *é um pequeno grande passo para o mundo do empreendedorismo.*
- *é um projeto que nos ajuda a interagir com o mercado profissional*
- *achei uma boa oportunidade de crescimento, de ganhar qualificações, termos uma visão do mundo do trabalho mais realista, termos responsabilidades*
- *já estou a participar e acho que é um programa que veio para nos transmitir mais conhecimentos, ensinar-nos a trabalhar em equipa e com certeza mais oportunidades futuras.*
- *é uma boa rampa de lançamento para perceber ao certo o que é o mundo do empreendedorismo*
- *trata-se de um programa que permite aos mais jovens criarem de facto algo novo. Um projeto de raiz que permite aos alunos perceber como funciona uma empresa, quais as responsabilidades de cada membro, as*

interligações entre departamentos (não sendo obviamente realistas muitas vezes) e como colocar em prática uma ideia desde a sua gênese até à chegada do produto/serviço ao consumidor final. Sem dúvida um projeto que ensaia o que é tentar desenvolver algo pioneiro. Ótimo para aguçar a vontade empreendedora que há em cada jovem. Já para não falar na parte competitiva, que é algo que honestamente sinto que faz falta aos nossos alunos.

- *é uma experiência muito enriquecedora a nível pessoal e profissional.*

- *é um programa algo não só educativo, como também nos fornece as principais capacidades que um empreendedor deve ter. Ensina-nos a ser empreendedor...Sim, porque não se nasce empreendedor, APRENDE-SE!*

- *já tive a oportunidade e o prazer de poder participar no Programa A Empresa e foi uma experiência fantástica, conseguimos ter a noção do que é implantar um negócio no mercado atual de uma forma muito realista.*

- *foi uma grande experiência*

- *é um programa que pretende ajudar jovens, e não só a construir algo com intuito de ajudar alguém ou algo. Ajuda a ser empreendedor.*

- *já participei com o meu projeto e valeu pela experiência e pela visibilidade que pode ser gerada ao participar. Acho que é uma ótima iniciativa por parte da Junior Achievement para jovens que querem vingar na área do empreendedorismo.*

- *foi um programa muito enriquecedor a nível escolar e pessoal.*

- *é uma experiência única que só vivemos uma vez na vida, todos os jovens deviam de participar para sentir na pele o quão duro é abrir e manter um negócio.*

- *claro é sempre bom, poder ajudar os outros a realizar os seus sonhos em termos de empreendedorismo.*

- *seria benéfico em termos de clarificação de ideias.*

- *acho que é importante contribuir para o desenvolvimento dos alunos.*

- *pela experiência e semelhança da realidade.*

- *já participei neste Programa A Empresa, e se me voltassem a convidar voltaria a aceitar porque faz-nos crescer enquanto pessoas e empreendedores.*

- *uma experiência muito enriquecedora de conhecimentos.*

- *pela experiência*

- *felizmente já pude ter essa experiência, e acho que é uma iniciativa super interessante*

- *é um programa que ajuda muito os alunos a melhorar a sua relação com o trabalho, e a compreenderem as dificuldades que existem quando se pensa em criar um negócio próprio.*

- *é uma grande oportunidade para o progresso dos jovens, tanto a nível da educação como da formação profissional.*

- *já participei e é uma experiência única que recomendaria a qualquer pessoa*

- *é uma oportunidade para desenvolver competências, conhecer dificuldades e barreiras que nos ajudaram a crescer, e acho que posso dizer que é um bom "simulador" para o futuro.*

- *já participei e adorei, voltava a fazê-lo ou então ir mais além com o produto que a minha empresa criou na altura*

- *penso que é uma grande ajuda tanto para construir um negócio como para aprender bastantes coisas que mesmo não sendo empreendedor ajudaram no futuro*

- *eu já participei, e achei bastante interessante, bastante bom, com objetivos.*

- *eu escolheria participar, mas num ano que não fosse terminal, como foi no meu caso (12º ano), porque o projeto retirou nos algum do nosso tempo livre que necessitávamos para estudar para os testes, exames e para fazer trabalhos para as disciplinas.*

- *porque depois de ter participado reconheço que o que aprendi me pode ser útil em alguma fase da minha carreira profissional*

- *é um programa verdadeiramente interessante, quer a nível profissional, quer pessoal, onde é possível perceber muito melhor aquilo que é realmente o mundo do trabalho, dos negócios. A vida real que nos espera.*

- *é uma ótima experiência!*
- *foi uma experiência deveras agradável. Pude aprender as mais variadas formas de gerir um negócio e também como trabalhar em equipa com os meus companheiros do projeto.*
- *é uma experiência enriquecedora e ajudou-me a enfrentar situações que me prepararam para o futuro ,*
- *já participei uma vez e fez-me abrir os olhos.*
- *é um evento muito criativo e dá força aos jovens para serem empreendedores*
- *é uma mais-valia para a nossa longa caminhada educativa*
- *ao participar neste programa percebi como realmente funciona uma empresa*
- *participei há dois anos e sinto que às vezes estou mais por dentro de certos temas, graças ao programa*
- *porque já participei uma vez e adorei a experiência*
- *já tive a hipótese de participar e, apesar de não ter corrido muito bem, achei que foi uma boa experiência que me permitiu acima de tudo aprender e ter uma noção daquilo que é necessário para criar uma empresa*
- *porque foi um programa que me proporcionou muitas oportunidades e foi uma grande preparação para o trabalho realizado na faculdade*
- *é um projeto interessante, serve para testar as capacidades e ter uma noção de quais as etapas a seguir para a realização de um negócio e de como fazê-lo*
- *permite adquirir novos conhecimentos sobre a economia global e do país mas também aprender como abrir um negócio nosso*
- *sempre posso aprender mais*
- *aprendi muito mais do que se tivesse apenas aulas*
- *é uma mais-valia, ao mesmo tempo que dou início a minha ideia tenho a oportunidade de aprender algumas técnicas*
- *é uma experiência única*
- *é uma excelente oportunidade para aprendermos mais, e dá-nos imensas capacidades e auto confiança*

- *o que aprendi vai ser muito útil para o meu futuro*
- *foi uma ótima experiência*
- *é um projeto bastante empreendedor*
- *adorei e aprendi muito. Dá-nos a possibilidade de aprender um pouco sobre o mundo empresarial e as suas particularidades, sendo também uma experiência curiosa para ser posta em prática durante as aulas*
 - *já participei uma vez, apesar de não ter um grupo unido, foi uma ótima experiência*
 - *permitiu-me construir qualidades que me são úteis.*
 - *pela experiência e conhecimento das áreas de atividades propostas*
 - *participei no ano letivo 2013-2014 e se possível voltaria a participar*
 - *depois de ter participado, voltaria a participar mais um ano, graças a ela adquiri conhecimentos que poderão ser aplicados no futuro*
 - *gostei da experiência*
 - *é uma Programa que ajuda muito, é bastante relevante na minha opinião, para simular em dimensão pequena as dificuldades e não só que uma empresa pode passar e que tem de vencer para vingar - se no mercado*
 - *adorei e aprendi muito*
 - *já participei e adorei a experiência*

Pergunta 12. O Programa já tinha sido recomendado/referido por alguém antes de teres participado nele?

O Programa já tinha sido recomendado/referido por alguém antes de teres participado nele?	#	%
Sim	61	55,0
Não	49	44,1
Outra	1	,9
Total	111	100,0

55% (61 alunos) referem que antes de terem participado, já conheciam o Programa por referência ou recomendação de alguém (algumas escolas fazem o Programa anos seguidos e os alunos vão conhecendo os projetos de outros colegas).

Estiveste presente em todas as sessões do Programa?	#	%
Sim	89	80,2
Não	22	19,8
Total	111	100,0

Pergunta 15. Se não, Porquê (Seleciona até 2 opções)

Porquê?	#	%
Muito para estudar/trabalhos de casa	11	9,9
Eventos escolares	4	3,6
Problemas com transportes	3	2,7
Doença	3	2,7
Obrigações familiares	2	1,8
Falta de interesse	1	0,9
Outros motivos	13	11,7

A principal razão apontada para a falta de assiduidade às sessões do Programa se seguir a “outros motivos” (11,7%) não especificados é “muito para estudar/trabalhos de casa” apontada como razão por 9,9% (11) alunos.

Pergunta 16. O que achaste da duração das sessões do Programa?

O que achaste da duração das sessões do Programa?	#	%
Adequadas	97	87,4
Demasiado curtas	9	8,1
Demasiado longas	5	4,5
Total	111	100,0

87,4% (97) dos alunos considera que a duração das sessões é adequada, a grande distância dos outros valores que assim se revelam muito pouco significativos.

Pergunta 17. O que achaste da informação recebida em cada sessão?

O que achaste da informação recebida em cada sessão?	Média	Desvio padrão
Útil	4,38	,727
Muito simples	3,09	,920
Muito complicada	2,05	,818
Inútil	1,42	,757

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem discordo
 Concordo Concordo totalmente

De acordo com a escala utilizada os alunos consideram útil (m=4,38, d.p.0,727), a informação recebida em cada sessão do Programa. De acordo com esta pergunta os alunos tendem a considerar a informação, para além de útil, simples (m=3,09, d.p. 0.920) já que são estas duas afirmações que se encontram acima do ponto médio da escala.

Pergunta 20. Assinala as declarações com as quais mais te identificas, em relação ao teu Voluntário

Ainda na dimensão sobre o Impacto JAP é importante refletir sobre a relação dos alunos com o Voluntário.

Assinala as declarações com as quais mais te identificas, em relação ao teu Voluntário	Média	Desvio padrão
Explicou as coisas de forma clara e compreensível	4,20	,931
Ajudou-nos nas diversas fases do trabalho	4,17	,927
Partilhou experiências do seu trabalho	4,16	1,000
Deu exemplos práticos que me ajudaram a compreender melhor o caminho a seguir	4,15	,930
Apresentou o programa de uma forma interessante	4,13	,987

Contribuiu para que eu tivesse aprendido mais ainda e foi inspirador	4,11	1,021
Estava bem preparado para cada uma das sessões/etapas	4,07	1,002
Articulava as suas intervenções com o professor	4,06	,980
É um exemplo que eu poderia seguir	4,02	1,114

Escala 1 a 5: Discordo totalmente Discordo Não concordo nem concordo
Concordo Concordo totalmente

De acordo com estes resultados percebemos que os alunos consideram importante a relação com o Voluntários, uma vez que tendem a concordar com as afirmações expostas, encontrando-se todas próximas do ponto máximo da escala utilizada.

Os alunos revelam ter consciência do papel do Voluntário neste processo de aprendizagem concordando com a mais-valia que ele representa em sala de aula.

ANEXO E_ Resultados do questionário aplicado aos Voluntários

(Resultado e análise não apresentados no capítulo 4)

Pergunta 1. Em que programa(s) foi Voluntário? (Se durante o ano letivo foi Voluntário em mais de um programa, por favor assinale quais)

Em que programa(s) foi Voluntário?	#	%
A Empresa	84	100
Economia para o Sucesso	10	11,9
A Comunidade	8	9,5
A Família	7	8,3
É o Meu Negócio	5	6
A Europa e Eu	4	4,8
Bancos em Ação	1	1,2

Embora todos os voluntários inquiridos tenham sido voluntários do Programa A Empresa, muitos outros (35 indivíduos) fizeram também outros Programas da JAP, com uma maior incidência sobre o Programa “Economia para o Sucesso” (este, como os outros Programas referidos são implementados no Ensino Básico).

Pergunta 2. No contacto prévio com o professor, antes da 1ª sessão do programa, foram-lhe fornecidas informações acerca da turma?

No contacto prévio com o professor, antes da 1ª sessão do programa, foram-lhe fornecidas informações acerca da turma?	#	%
Sim	64	76,2
Não	20	23,8
Total	84	100,0

76,2% (64) dos Voluntários inquiridos tiveram um contacto prévio com o Professor que lhes permitiu aceder a informações acerca da turma com quem iriam trabalhar.

Pergunta 3. Alguém da sua empresa o incentivou a ser voluntário da Junior Achievement Portugal?

Alguém da sua empresa o incentivou a ser voluntário da Junior Achievement Portugal?	#	%
Sim	49	58,3
Não	35	41,7
Total	84	100,0

Em caso afirmativo, quem?

Quem?	#	%
Departamento de RH	14	16,7
Departamento de Responsabilidade Social - Corporate Affairs	13	15,5
Departamento de Marketing e Comunicação	8	9,5
Chefia Direta	7	8,3
Colega que já tinha participado anteriormente	7	8,3
Outro	2	2,4
Total	51	60,7

58,3 % (49) dos voluntários inquiridos revelam ter sido incentivados dentro da sua empresa a serem voluntários, identificando o Departamento de RH e o Departamento de Responsabilidade Social como a principal origem desse incentivo (com 16,7% - 14 respostas – e 15,4% - 13 respostas - respetivamente). A resposta aberta permite perceber que 2 Voluntários inquiridos tomaram conhecimento do Programa e da Associação e a procuram por interesse pessoal.

Pergunta 4. Indique a frequência com que teve contacto com a Junior Achievement Portugal durante o período do programa:

Indique a frequência com que teve contacto com a Junior Achievement Portugal durante o período do programa:	#	%
Antes do programa	66	78,6
Depois de algumas sessões	16	19,0
No final	2	2,4
Total	84	100,0

78,6% (66) dos Voluntários tiveram contacto com a JAP antes do Programa (Associação promove sessões de formação para voluntários no início de cada ano letivo,

embora nem todos participem), 19% (16 inquiridos) dizem ter tido contacto com a JAP após algumas sessões do início do programa e apenas 2,45 (com 2 respostas) tiveram contacto com a associação no final do Programa.

Pergunta 5. Teve alguma dificuldade particular na implementação do programa da Junior Achievement Portugal?

Teve alguma dificuldade particular na implementação do programa da Junior Achievement Portugal?	#	%
Não	54	64,3
Sim	30	35,7
Total	84	100,0

A maioria dos inquiridos (64,3% - 54 indivíduos) revela não ter tido nenhuma dificuldade em particular na implementação do Programa.

Pergunta 6. Se Sim, por favor indique quais (Indique no máximo 3 opções)

Quais?	#	%
Falta de motivação dos alunos	18	21,4
Falta de tempo	8	9,5
Indisciplina dos alunos	7	8,3
Falta de apoio do Professor	5	6
Falta de apoio da Junior Achievement Portugal	3	3,6
Atividades do programa com pouco interesse	3	3,6

Relacionada com a pergunta anterior esta refere-se aos motivos associados às dificuldades de implementação do Programa. Os voluntários que admitem ter tido dificuldades na implementação do Programa apontam a falta de motivação dos alunos como principal motivo (21,4%, 18 indivíduos).

Pergunta 11. Em que tipo de atividades de cidadania e responsabilidade corporativa a sua organização se envolve?

Em que tipo de atividades de cidadania e responsabilidade corporativa a sua organização se envolve?	#	%
Participação em atividades de apoio à comunidade local	63	75
Encoraja os colaboradores a ser voluntários	60	71,4
Contribuições financeiras de solidariedade	44	52,4

Faz trabalho pro bono	22	26,2
Não se envolve	3	3,6
Outras.	4	4,8

Relativamente ao tipo de envolvimento da sua organização em atividades de responsabilidade social e corporativa, 75% (63) dos inquiridos trabalham em organizações que participam em atividades de apoio à comunidade local. 60 Voluntários (71,4%) afirmam que a sua organização encoraja os colaboradores a ser voluntários e 52,4% (44) trabalham em organizações que fazem contribuições financeiras de solidariedade. Os inquiridos que responderam “outras” (4, o que representa 4,8%) definem o envolvimento da sua organização através de *apoio a projetos de cariz social, apoio a instituições culturais, ações de promoção da sustentabilidade e biodiversidade e apoio a organizações em fins lucrativos*.

Pergunta 12. Quais são os principais campos de ação em que a sua organização pretende ter algum impacto?

Quais são os principais campos de ação em que a sua organização pretende ter algum impacto?	#	%
Educação	66	78,6
Ambiente	46	54,8
Desenvolvimento local	45	53,6
Juventude	34	40,5
Artes e cultura	28	33,3
Combate à pobreza	27	32,1
Saúde	15	17,9
Outra	8	9,5

Inquiridos acerca dos principais campos de ação em que a sua organização pretende ter algum impacto, os Voluntários revelam ser a Educação (com 78,6% de respostas, que correspondem a 66 indivíduos) o principal campo de ação, seguida do Ambiente, com 54,8% (46 respostas) e Desenvolvimento local (53,6%, 45 respostas).

Pergunta 13. Partilhe em algumas linhas a sua opinião acerca da experiência de ter sido voluntário

- *É uma experiência muito enriquecedora que nos permite fazer parte integrante de um processo significativo de evolução dos alunos a vários níveis (sociais, relacionais, comportamentais e técnicos). Por outro lado tem sido também um grande processo de aprendizagem e evolução para mim enquanto pessoa e profissional. Tenho um grande orgulho em ser voluntária deste projeto que sinto contribuir significativamente para que os jovens que por ele passam adquiram competências e passem por experiências que fazem deles melhores pessoas e melhores profissionais.*

- *Partilha da experiência e conhecimento adquirido ao longo dos anos permitindo aos jovens entranhar a noção de empreendedorismo*

- *Ser voluntário deste programa é uma experiência extremamente enriquecedora quer pela oportunidade de contribuir para o desenvolvimento dos jovens enquanto pessoas e profissionais quer pelos desafios que me lança sobre a forma como acrescentar valor aos jovens que acompanho*

- *Ser voluntário ajuda a sair da rotina e a ver as coisas de outro prisma*

- *No 1.º ano foi uma experiência muito positiva, sobretudo porque os alunos corresponderam de uma forma extraordinária. Posteriormente dado o pouco tempo e as dificuldades que os jovens apresentavam e porque a escola, não a professora essa de uma dedicação extraordinária, não me pareceu interessada ou particularmente preocupada com o projeto a experiência não foi boa foi até desinteressante para as partes envolvidas.*

- *Foi uma boa experiência, no entanto senti-me um pouco desorientado, uma vez que o manual é muito técnico e acaba por não ser assim tão facilitador da organização e planeamento das aulas. Por outro lado não tive formação para implementar o projeto o que também não facilitou. Fui voluntário juntamente com outro colega que já o tinha sido no ano anterior o que ajudou, no entanto, o facto de estarmos os dois ligados ao setor social (associações) limitou algumas questões mais técnicas. De modo geral esta*

experiência enriqueceu-me, apesar de não ter a certeza se gostaria de repeti-la nos mesmos moldes.

- *Gratificante e acima de tudo, contribuir à sociedade e para um mundo melhor.*

- *Boa experiência com sentido de responsabilidade social com transmissão de conhecimentos e experiência em função da carreira profissional.*

- *Enriquecedora*

- *É uma experiência fantástica, ter contacto com a nova geração de empreendedores e futuros líderes.*

- *Já tive oportunidade de participar em anteriores programas da JA, e resultam sempre numa experiência muito positiva de partilha com os mais jovens e de discussões muito interessantes acerca das suas expectativas do mercado de trabalho, e de funcionamento das organizações*

- *É uma experiência enriquecedora.*

- *"Os desafios colocados pela interação com os jovens obrigam a uma aprendizagem importante e útil em termos do desenvolvimento pessoal e de apreensão da realidade dos jovens.*

- *A natureza do programa a empresa permite observar a forma como a nova geração vê a criação de negócios e os serviços/produtos que lhes são apelativos."*

- *É importante transmitir aos alunos alguma experiência sobre a atividade empresarial.*

- *Foi muito gratificante ter participado no programa "A Empresa". Apesar de ter havido da minha parte necessidade de fazer preparação prévia das sessões foi muito interessante ver a forma como o grupo foi crescendo ao longo do programa e o seu nível de conhecimentos e empenhamento.*

- *é bastante gratificante.*

- *Os conteúdos são muito interessantes, os alunos interessam-se bastante :)*

- *Experiência gratificante pelo retorno da ação, quando se partilha a nossa vivência em vários campos com o espírito questionável dos "mais novos".*

- *Experiência enriquecedora a nível pessoal e profissional. Ainda hoje mantenho a ligação à JAP por considerar que é uma organização bem estruturada e que desenvolve uma atividade fundamental para o futuro dos nossos jovens: ensiná-los a serem empreendedores!*

- *"É um privilégio poder partilhar o nosso conhecimento, co-criar e desenvolver ideias com os alunos e aprender com eles. Eles são sem dúvida a nossa inspiração!!"*

- *A experiência foi muito enriquecedora, tive pena de ter sido numa escola/turma em que o próprio professora não incentivava os alunos nem acreditava nelas.*

- *Trazemos sempre mais do que levamos*

- *"Foi uma experiência muito enriquecedora. Consegui um bom relacionamento com um grupo de jovens que vivem contextos sociais muito complexos. Foi gratificante vê-los evoluir e entusiasmarem-se com o desenvolvimento da ideia. Foi muito bom ver a felicidade deles na apresentação da ideia no Norte Shopping.*

- *Penso que a JAP deverá pensar seriamente na garantia de condições equitativas entre as equipas. As escolas com mais possibilidades e de contextos sociais mais evoluídos têm uma vantagem injusta em programas como a empresa."*

- *nada específico a acrescentar*

- *Enriquecedor.*

- *Fiquei um pouco desiludida com a minha experiência como voluntária, porque acho que não houve a envolvimento que considero essencial entre a empresa, a escola e a junior achievement (talvez um foco maior em menos escolas, mas com maior disponibilidade ou aumentar o nº de pessoas do projeto para dar apoio à escola e ao voluntário). Esperava uma participação mais ativa entre todos os intervenientes de forma a motivar e a ajudar os alunos a perceber bem o seu papel na empresa e a conseguir contactos para a concretização dos seus objetivos. Talvez conseguindo*

perceber claramente o que está na sua mão concretizar, os alunos se sintam motivados a ter novas ideias e iniciativa. Esperava ainda que fosse possível envolver outros participantes que, não sendo voluntários, poderiam falar da sua experiência na escola: eventos a envolver outros alunos que tiveram sucesso nesta iniciativa, envolver pessoas das diferentes áreas para explicar um pouco da sua experiência, ...

- *É UMA EXPERIÊNCIA ENRIQUECEDORA.*
- *Enriquecedora para ambas as partes*
- *Foi absolutamente extraordinário. Senti que consegui chegar aos alunos e que de certa forma, a minha presença ajudou-os no seu caminho empreendedor.*
 - *Ajuda a compreender as aspirações dos outros atores sociais e da comunidade.*
 - *Oportunidade de ajudar o outro de uma forma desinteressada que nos faz sentir bem e realizados.*
 - *Concluo que o tempo despendido e o sacrifício pessoal das visitas á escola não foram minimamente agradecidas, nem pelos alunos e muito menos pelo professor*
 - *Recompensador e frustrante ao mesmo tempo quando se vê que alguns alunos não querem aproveitar a oportunidade*
 - *Foi uma experiência muito positiva, pois é muito gratificante dar o nosso apoio e transmitir o nosso conhecimento, ajudando os outros e ao mesmo tempo estamos a receber uma energia jovem e dinâmica.*
 - *"Em primeiro lugar, é uma experiência muito interessante porque se contacta com pessoas de diferentes backgrounds do dia-a-dia (professores, pessoas de outras geografias, jovens do ensino secundário). É ainda uma experiência gratificante porque reconhecemos o nosso valor e conseguimos concretizar ajudando com as nossas competências. Em segundo lugar, é uma experiência de aprendizagem contínua no que se refere a temas que não são o business as usual e no que se refere a soft skills: motivar, entusiasmar, comunicar, autoconfiança).*
- *A JAP fez tudo o que eu precisava para conhecer o meu papel e o meu alcance (ao contrário de há 3 anos atrás). A escola percebeu o seu papel*

e o meu papel e respeitou devidamente. Os jovens adoram o conceito do voluntário, adoram o contacto com uma empresa real, fazer uma reunião, contactar com pessoas para parcerias, obter feedback e apoios na tomada de decisões que são difíceis para eles."

- *Positiva e encorajadora.*
- *Ser Voluntário é reaprender a viver, onde as realidades dos "outros" alertam para os pilares de uma sociedade: solidariedade, liberdade, generosidade. É acima de tudo dar algo de nós próprios sem qualquer contrapartida monetária.*
- *Muito interessante, como tive a oportunidade de ter dois tipos de turma diferentes os alunos do ensino profissional acabam por ter uma visão mais prática dos objetivos, enquanto os alunos do ensino regular, estão mais focados nas notas e nos trabalhos das disciplinas dando menos importância no geral ao programa. Mas creio que para todos eles é uma experiência marcante porque se sentem desafiados a sair da sua zona de conforto e realizar atividades completamente diferentes.*
- *Experiência extraordinariamente enriquecedora quer do ponto de vista de relacionamento com os jovens quer de novas aprendizagens. Ótima, a sensação de que se pode contribuir para melhorar algo*
- *Uma atividade acima de tudo muito gratificante, pelos sorrisos e abraços que acabamos por conquistar e obviamente que, poder ajudar surpreendentemente alguém, faz-me sentir um ser humano mais útil à comunidade.*
- *Ser voluntário é dar um pouco de si a uma comunidade. Para mim é uma sensação de se ser útil e promover a melhoria de algo.*
- *Como voluntário da EDP, aproveito a disponibilidade de algum tempo de serviço e da cultura corporativa, que enformam a minha colaboração, além das minhas outras competências profissionais e pessoais, e da minha experiência de família, recolhendo da relação com os jovens, com as instituições responsáveis e com as parceiras dos programas muito para me valorizar interiormente.*
- *Espero ter mostrado aos alunos que o esforço é recompensado, e o programa A Empresa é uma oportunidade ideal para eles verem como*

funciona uma empresa e o mercado. Eu aprendi como ser líder de alunos e a dar o exemplo do caminho a tomar e de como bem fundamentar as nossas decisões.

- *É uma experiência muito enriquecedora uma vez que a aprendizagem acaba por se dar de parte a parte, todos aprendendo com todos, alunos com voluntário e professor, voluntário com alunos e professor e professor com voluntário e alunos.*

- *É uma experiência enriquecedora, no sentido de devolver à comunidade e de contribuir para a formação dos jovens. É também uma excelente forma de sentir o pulso à próxima geração de adultos.*

- *Foi muito positiva. Pessoalmente, a minha maior contribuição terá sido no papel fundamental do planeamento para qualquer projeto. Seja egoísta! Fique feliz ao ajudar os outros. Mas só porque fica feliz, não é por ajudar os outros. Eu adoro ser egoísta!*

- *"É um privilégio poder partilhar o nosso conhecimento sobre o mundo do trabalho, modelos de negócio, ética, princípios e valores. Espero ter correspondido ao desafio. O meu agradecimento aos alunos que continuam a ser a minha fonte de inspiração.*

- *É uma experiência muito enriquecedora que quero voltar a repetir*

- *Gratificante e desafiante.*

- *Foi muito positiva*

- *Um trabalho gratificante, estimulante, que permitiu aprender e conviver com miúdos ansiosos por aprender!*

- *"Julgo muito importante partilhar as nossas experiências profissionais e de vida. O know-how adquirido quando passado a terceiros/jovens, constitui sempre uma enorme mais-valia para quem passa a informação, para a comunidade em geral e sobretudo para os visados. Neste contexto, o ter voluntariamente disponibilizado algum do meu tempo e conhecimento foi sem dúvida gratificante."*

- *"Muito importante aproximar as escolas das empresas, motivar e despertar nos alunos as suas capacidades, fazê-los acreditar que têm determinadas competências.*

- *No caso particular do programa a Empresa, sem dúvida que é um acréscimo de conhecimentos muito relevante para o futuro dos alunos."*
- *Experiência gratificante.*
- *Foi ótimo ser voluntário. O programa é extremamente interessante e a interação com os alunos é ótima*
- *É uma experiência realmente inesquecível e marcante com benefícios diretos na sociedade em prol dos indivíduos, famílias e comunidade.*
- *Um programa excelente*
- *Ser voluntário é algo que todos deveriam ser pelo menos uma vez. A sensação de chegar a casa e saber que contribui de alguma forma para uma causa é simplesmente compensadora.*
- *Bastante positiva. Sentir que preparamos os jovens para o mercado de trabalho, limando arestas importantes no seu desenvolvimento pessoal e profissional, é bastante gratificante.*
- *Possibilidade de partilha de experiências pessoais e profissionais e o sentimento de final de cada ano que alguns daqueles alunos serão verdadeiros empreendedores devido ao programa a Empresa*
- *Possibilitar a transmissão do papel duma empresa no contexto económico e social*
- *Tem sido uma experiência fantástica de partilha. Tenho conseguido transmitir alguma da minha experiência pessoal e profissional e aprendo sempre com os alunos.*
- *É um privilégio poder partilhar conhecimento, ser inspirado e ver o sonho tornar-se realidade.*
- *Muito interessante.*
- *Construtiva pq contacto com alunos com dificuldades de aproveitamento escolar.*
- *Muito positiva*
- *Experiência enriquecedora.*
- *Muito gratificante. Espero voltar a repetir por vários anos.*
- *"Senti que a informação dada pela JA é muito insuficiente face ao desafio que é lançado aos alunos e voluntários. A JA deveria encontrar uma forma de nivelar mais a participação entre as várias. A realidade*

socioeconómica das diversas escolas é muito diversa e escolas de meios mais desfavorecidos esbarram na parte de implementação/orçamentação da ideia.

- *Algumas das etapas do projeto não me parecem claras, nomeadamente a questão das quotas de participação e a criação e extinção da empresa."*

- *Excelente e enriquecedor.*

- *Muito positiva. Partilhamos algumas vivências e conhecimentos numa área de que gosto particularmente e tive oportunidade de conhecer melhor as motivações e foco deste grupo de jovens.*

Estas afirmações dos voluntários permitem-nos perceber que veem esta intervenção das escolas como uma experiência muito enriquecedora (expressão utilizada muitas vezes nestes comentários) e a repetir. Ao contrário do que as respostas à pergunta 8 do questionário transmitem os voluntários revelam ter consciência do impacto da sua ação junto dos alunos e reconhecem a importância da partilha de conhecimentos, além de a verem como forma de enriquecimento pessoal e profissional.

Pergunta 14. É voluntário noutra organização?

É voluntário noutra organização?	#	%
Não	55	65,5
Sim	29	34,5
Total	84	100,0

A maioria dos Voluntários inquiridos (65,5%, o que corresponde a 55 indivíduos) faz voluntariado apenas na JAP, enquanto 34,5% (29 indivíduos) faz voluntariado em mais organizações além desta.

ANEXO F_ Resultados Questionário EMPRESAS

(Resultados não apresentados no capítulo 4)

A pergunta 4 - Em que tipo de atividades de responsabilidade social e corporativa a sua empresa se envolve habitualmente? – abre a possibilidade de identificar outras atividades de responsabilidade social e cidadania corporativa não previstas na listagem apresentada, tendo-se obtido 2 respostas qualitativas:

Outras atividades de responsabilidade social / cidadania corporativa. Quais?

- Atribuição de Prémios; parcerias com entidades do terceiro setor
- Apoio à gestão e *reporting* das atividades e desempenhos

Para as empresas inquiridas o voluntariado é acompanhado por vários departamentos, sendo o departamento de responsabilidade social e corporativa o que mais concentra este tipo de acompanhamento com 32,3% (10) das empresas a centrar neste departamento a função de acompanhamento destas ações. 25,8% (8) fazem-no através do departamento de Recursos Humanos enquanto o mesmo número de empresas o faz apenas de forma informal.

Como é que a sua organização controla ou acompanha as horas de voluntariado?	#	%
Responsável pelo departamento de responsabilidade social/corporativa	10	32,3
Através do departamento de RH	8	25,8
Informalmente	8	25,8
Através de uma base de dados / registo <i>online</i> ou eletrónico	6	19,4
Através da organização a quem o colaborador presta voluntariado	5	16,1
Não controla ,	4	12,9
Relatório	4	12,9
Timesheet/ relatório de atividades	2	6,5
Outra	1	3,2

Outra. Qual?

- Responsável hierárquico do colaborador em coordenação com drh e responsabilidade social

71% (22) das empresas inquiridas considera que o voluntariado pode contribuir para a avaliação dos seus colaboradores enquanto 29% (o que corresponde a 9 empresas) descarta esta possibilidade.

Considera que o voluntariado pode contribuir para a avaliação dos seus colaboradores?	#	%
Sim	22	71,0
Não	9	29,0
Total	31	100,0

O questionário foi dirigido a responsáveis pelas empresas associadas e foram elementos da Direção que responderam ao desafio. 90,3% (28 indivíduos) estão pessoalmente envolvidos nalguma ação de voluntariado voltada para a comunidade, o que demonstra a importância do tema para estas organizações.

Está pessoalmente envolvido nalguma ação de voluntariado voltado para a comunidade?	#	%
Sim	28	90,3
Não	3	9,7
Total	31	100,0

Para a maioria dos inquiridos (58,1%) o voluntariado acrescenta valor sobretudo à sociedade em geral, embora 19,4% (6) reconheçam que acrescenta valor também aos seus colaboradores a nível pessoal.

O voluntariado acrescenta valor:	#	%
À sociedade em geral	18	58,1
Aos seus colaboradores a nível pessoal	6	19,4
À sua organização	4	12,9
Às organizações a quem é prestado	3	9,7

Ainda na dimensão Educação para o Empreendedorismo, os inquiridos refletem sobre a relação entre o sistema de educação e o desenvolvimento de competências financeiras dos jovens. Para 71% (22) dos inquiridos o sistema de educação português não é muito bem-sucedido no que respeita ao desenvolvimento de

competências financeiras entre os jovens enquanto que 25,8% (8) o considera mesmo nada bem-sucedido nesta área.

Quão bem-sucedido é o sistema de educação português ao nível do desenvolvimento de competências financeiras dos jovens?	#	%
Não muito bem-sucedido	22	71
Nada bem-sucedido	8	25,8
Bem-sucedido	1	3,2

Considerando o papel dos negócios na sociedade, os inquiridos consideram que o envolvimento das pessoas do mundo dos negócios na educação é muito importante (67,7%, o que corresponde a 21 respostas) e importante (com 8 respostas, o que corresponde a 25,8%).

Considerando o papel dos negócios na sociedade, qual o grau de importância que atribui ao envolvimento das pessoas do mundo dos negócios na educação?	#	%
Muito importante	21	67,7
Importante	8	25,8
Pouco importante	1	3,2
Não sei	1	3,2
Total	31	100,0

De acordo com a tendência manifestada na questão anterior, 87,1% (27) dos inquiridos admitem que a sua organização se envolve em atividades que permitem envolver os jovens no mundo dos negócios, sendo parte de tais atividades explicitadas em pergunta aberta, cujas respostas estão transcrita abaixo da tabela.

A sua organização envolve-se em atividades que permitam envolver os jovens no mundo dos negócios?	#	%
Sim	27	87,1
Não	3	9,7
Não sei	1	3,2
Total	31	100,0

Se sim, quais?

- Participação em sessões específicas dos MBAs
- Programas de ideias para o negócio junto das faculdades

- Um das atividades é o Braço Direito (Programa da JAP) em que os jovens passam um dia inteiro com um membro da direção
- Apoio à JAP
- Braço direito, a Empresa
- Braço Direito; ações tipo *Inovation Challenge*
- Estágios
- Projeto JAP
- job shadow day
- Programas do tipo Braço Direito
- JAP, estágios
- Atividades JAP e participações em eventos com jovens
- Apoio à JAP, Braço Direito e outros programas
- Apoio à JAP
- Fazendo programas da JAP
- JAP
- Programa Braço Direito
- Estágios, Programa Braço Direito

Note-se que as atividades consideradas promotoras do envolvimento dos jovens no mundo dos negócios são sobretudo atividades promovidas pela JAP através dos seus Programas.

Relativamente ao grau de conhecimento dos inquiridos sobre a JAP, 67,7% (21) consideram conhecer um pouco da sua atividade enquanto 32,3% (10) revelam conhecer bastante a sua atividade.

Como avalia o seu grau de conhecimento das atividades da Junior Achievement?	#	%
Conheço um pouco	21	67,7
Conheço bastante	10	32,3
Total	31	100,0

Relativamente ao tipo de envolvimento dos inquiridos em atividades da JAP, 45,2% (14 inquiridos) foram ou são voluntários no Programa A Empresa, 38,7% (12) representam empresas que investem financeiramente na Associação e 32,3% (10) já visitaram escolas ou participaram em palestras promovidas pela associação. Todos os inquiridos já estiveram de alguma forma envolvidos nalguma atividade específica sendo que 22,6% fazem parte de algum órgão de Direção.

Qual o seu tipo de envolvimento em atividades da <i>Junior Achievement</i> ?	#	%
Fui/sou voluntário numa miniempresa	14	45,2
A minha empresa investe financeiramente na organização	12	38,7
Já visitei escolas ou participei em palestras como orador	10	32,3
Fiz parte do júri em competições	8	22,6
Membro de um órgão da organização	7	22,6
A minha organização providencia produtos ou materiais gratuitamente	3	9,7