

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA



ISCAL

A INFLUÊNCIA DA LITERACIA
FINANCEIRA NO
DESENVOLVIMENTO DE NOVOS
NEGÓCIOS

Ana Lúcia Aleluia Sobral

Lisboa, outubro de 2018

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E
ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

A INFLUÊNCIA DA LITERACIA
FINANCEIRA NO
DESENVOLVIMENTO DE NOVOS
NEGÓCIOS

Ana Lúcia Aleluia Sobral

Dissertação submetida ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Empreendedorismo, realizada sob a orientação científica do Doutor José Moleiro Martins, Professor Adjunto na área de Gestão.

VERSÃO PROVISÓRIA

Lisboa, outubro de 2018

Declaro ser a autora desta dissertação, que constitui um trabalho original e inédito, que nunca foi submetido (no seu todo ou qualquer das suas partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de grau académico ou outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas.

Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio – a utilização de elementos alheios sem referência ao seu autor – constitui uma grave falta de ética, que poderá resultar na anulação da presente dissertação.

Agradecimentos

Quero agradecer a todos aqueles que estiveram comigo ao longo desta etapa.

Em primeiro lugar, ao Professor Doutor José Moleiro Martins pela orientação, acompanhamento e apoio no desenvolvimento da presente dissertação, que proporcionaram um fio condutor nesta primeira experiência de investigação.

À minha família, e particularmente aos meus pais, que me deram a oportunidade de embarcar nesta nova etapa académica e sem os quais não teria sido possível atingir este objetivo. Agradeço também todo o apoio e compreensão ao longo de todo o processo de elaboração deste trabalho.

Ao Rúben, pelo apoio incondicional, carinho e companheirismo, e por muitas vezes acreditar mais em mim do que eu própria acreditei.

Aos meus colegas de trabalho e toda a equipa de gestão da Advance Medical, cuja flexibilidade e compreensão foram essenciais em várias ocasiões.

Aos amigos, colegas, incubadoras e centros de apoio empresarial que se disponibilizaram a ajudar-me a obter contactos importantes e a divulgar o instrumento de pesquisa deste trabalho.

Por fim, deixo um agradecimento especial a todos os empreendedores que dispensaram alguns minutos do seu tempo para participar no estudo e torná-lo possível.

A todos os que, direta e indiretamente, contribuíram para o alcance desta meta, o meu muito obrigada.

Resumo

A relevância da literacia financeira foi realçada pelos efeitos da crise financeira de 2008, que veio comprovar a importância da educação como um pilar para a estabilidade financeira, munindo os indivíduos de conhecimentos e competências que lhes permitam gerir eficazmente o seu património financeiro. De acordo com o 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, os portugueses apresentam um nível relativamente baixo de literacia financeira, verificando-se uma relação positiva entre esta e fatores como o nível de rendimento e escolaridade e uma tendência de sobrevalorização dos conhecimentos. O empreendedorismo, por seu lado, tem conquistado progressivamente o seu espaço no ambiente empresarial português, desempenhando atualmente um papel fulcral na dinâmica empresarial nacional, principalmente no setor tecnológico.

Com o objetivo de avaliar a influência do nível de literacia financeira no desenvolvimento de novos negócios, foi aplicado um inquérito por questionário a 125 empreendedores portugueses. Conclui-se que estes possuem um bom nível de literacia financeira, não sobrestimando os seus conhecimentos. Os empreendedores demonstram resiliência após o insucesso, agindo principalmente com base na oportunidade e não sendo muito frequente a participação em cursos ou clubes de empreendedorismo.

Palavras-chave: literacia financeira; educação financeira; literacia matemática; empreendedorismo; incubação empresarial

Abstract

The relevance of financial literacy was emphasized by the effects of 2008 financial crisis, which demonstrated the importance of education as a foundation for financial stability by supplying individuals with knowledge and skills that allow them to effectively manage their financial assets. According to the 2nd Survey on the Financial Literacy of the Portuguese Population, the portuguese showed a relatively low level of financial literacy, proving a positive correlation between a good level of financial literacy and variables such as the level of income and education, and the tendency to knowledge's overvaluation. Entrepreneurship, on the other hand, has gradually conquered its space in the portuguese business environment, currently playing a key role in the national business dynamics, mainly in the technology sector.

In order to evaluate the influence of the level of financial literacy in the development of new businesses, a survey was applied to 125 portuguese entrepreneurs. The results have shown a good level of financial literacy, not overestimating their knowledge. Entrepreneurs prove themselves resilient after failure, acting primarily on an opportunity basis and don't usually attend entrepreneurship courses or clubs.

Key words: financial literacy; financial education; mathematical literacy; entrepreneurship; business incubation

Índice

Índice de gráficos.....	x
Índice de tabelas.....	xi
Lista de abreviaturas.....	xii
1. Introdução	1
2. Revisão da literatura	3
2.1. A literacia financeira no desenvolvimento de novos negócios.....	3
2.1.1. Literacia financeira.....	3
2.1.2. Literacia financeira em Portugal.....	6
2.1.3. Promoção da literacia financeira	12
2.1.3.1. O caso português - Plano Nacional de Formação Financeira e os canais digitais.....	13
2.1.4. Importância da literacia financeira no desenvolvimento de um negócio financeiramente sustentável.....	15
2.2. Empreendedorismo	16
2.2.1. Perspetiva histórica.....	18
2.2.2. O empreendedor.....	19
2.2.3. Empreendedorismo em Portugal.....	20
2.2.4. Programas de apoio ao empreendedorismo a nível académico	22
2.2.4.1. Universidade Nova de Lisboa (UNL) – <i>Starters Academy</i> e <i>NOVA Idea Competition</i>	23
2.2.4.2. Clube de Empreendedorismo da Universidade do Porto (CEdUP)	24
2.2.4.3. Universidade do Algarve - CRIA UAlg	24
2.2.4.4. Poliempreeende	24
2.2.5. Incubação	24
2.3. Financiamento e desenvolvimento de novos negócios	25
2.3.1. Fontes de financiamento.....	26
2.3.1.1. Autofinanciamento	26
2.3.1.2. Familiares e amigos.....	26
2.3.1.3. Empréstimos bancários	27
2.3.1.4. Capital de Risco	27
2.3.1.5. <i>Business Angels</i>	27
2.3.1.6. <i>Crowdfunding</i>	28
2.3.1.7. Sistemas de incentivos	29

2.3.2. Incentivos ao desenvolvimento de novos negócios.....	29
2.4. Súmula da revisão da literatura.....	30
2.5. Hipóteses de investiga�o.....	36
3. Metodologia.....	38
3.1. Instrumento de pesquisa e recolha de dados	38
3.2. Recolha de dados	39
3.3. Amostra.....	39
3.3.1. Caracteriza�o da amostra.....	39
3.4. Análise de dados.....	40
4. Estudo empírico	41
4.1. Análise descritiva dos resultados.....	41
4.2. Discussão dos resultados e hipóteses de investiga�o	55
5. Conclusão	59
5.1. Limita�es do estudo.....	62
5.2. Recomenda�es	62
Referências bibliográficas.....	64
Apêndices	72
Apêndice A – Inquérito por questionário	73
Apêndice B – Lista de participantes.....	78
Apêndice C – Tabelas e gráficos de apoio � análise de dados.....	79

Índice de gráficos

Gráfico 4.1. – Autoavaliação do nível de literacia financeira	40
Gráfico 4.2. – Principais fontes de informação financeira	41
Gráfico 4.3. – Respostas à questão sobre juro composto	41
Gráfico 4.4. – Respostas à questão sobre inflação	42
Gráfico 4.5. – Respostas à questão sobre custo de um empréstimo	42
Gráfico 4.6. - Respostas à questão sobre diversificação de risco	43
Gráfico 4.7. - Respostas à questão sobre rendibilidade	44
Gráfico 4.8. – Número de respostas certas por nível de autoavaliação	45
Gráfico 4.9. – Número de respostas certas por género	46
Gráfico 4.10. – Existência de experiência de negócio anterior.....	46
Gráfico 4.11. – Motivos de insucesso de negócios anteriores	47
Gráfico 4.12. – Comparação entre número de respostas certas e experiência de insucesso no negócio	47
Gráfico 4.13. – Experiência de incubação ou apoio a nível empresarial	48
Gráfico 4.14. – Principais vantagens da incubação	49
Gráfico 4.15. – Relevância da oferta da incubadora/centro de apoio empresarial para o desenvolvimento do negócio	50
Gráfico 4.16. – Formação ou apoio prévio ao início do negócio	51
Gráfico 4.17. – Nível de literacia financeira perante a existência de apoio empresarial.....	52
Gráfico 4.18. – Origem do negócio	52
Gráfico 4.19. – Relação entre origem do negócio e experiência de apoio empresarial	53
Gráfico 4.20. – Frequência de cursos ou clubes de empreendedorismo	53
Gráfico 4.21. – Influência da frequência de cursos ou clubes de empreendedorismo na decisão de empreender	54
Gráfico 4.22. – Benefício percecionado em ter obtido formação na área financeira	54

Índice de tabelas

Tabela 2.1. – Objetivos do 2º Inquérito à Literacia Financeira	7
Tabela 3.1. – Caracterização sociodemográfica da amostra	39
Tabela 4.1. – Número total de respostas certas	44
Tabela 4.2. – Caracterização dos negócios	48

Apêndices

Tabela B.1. – Lista de inquiridos por incubadora/centro de apoio empresarial	75
Tabela C.1. – Áreas de formação dos inquiridos	76
Tabela C.2. – Autoavaliação do nível de literacia financeira	76
Tabela C.3. – Comparação entre a autoavaliação e o número de respostas certas	77
Tabela C.4. – Listagem das iniciativas acedidas pelos empreendedores enquanto incubados/apoiados a nível empresarial	78

Lista de abreviaturas

ACCA - *Association of Chartered Certified Accountants*

BIAC – *Business and Industry Advisory Committée*

CEdUP – Clube de Empreendedorismo da Universidade do Porto

CNSF – Conselho Nacional de Supervisores Financeiros

EU/UE – *European Union/União Europeia*

GEM – *Global Entrepreneurship Monitor*

GERA - *Global Entrepreneurship Research Association*

IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

INFE – *International Network on Financial Education*

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

PNFF – Plano Nacional de Formação Financeira

UNL – Universidade Nova de Lisboa

1. Introdução

A literacia financeira e o empreendedorismo são temas que têm vindo a ganhar relevância no panorama nacional nos últimos anos. A educação financeira ganhou especial importância durante e após a crise financeira de 2008, que chamou a atenção para o baixo nível de literacia financeira das populações e consequente necessidade de instruí-las, de forma a possibilitar uma tomada de decisão informada e o alcance de estabilidade financeira. Também a crescente complexidade do sistema bancário, com o aumento do número de serviços e produtos financeiros disponíveis, tem sublinhado o peso de um bom nível de literacia financeira, não só a nível individual, mas também para a sociedade em geral.

Apesar de não existir uma única definição do conceito de literacia financeira, no presente estudo é utilizada a definição da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), que assenta na aquisição de conhecimentos que permitam a compreensão dos produtos financeiros disponíveis e o desenvolvimento de competências que permitam a melhoria do seu bem-estar financeiro. O empreendedorismo, por sua vez, apresenta-se como o processo de criação de algo novo, baseado na satisfação de necessidades detetadas ou na melhoria de produtos ou serviços já existentes, agregando-lhes valor, tendo por base uma oportunidade ou necessidade.

A literacia financeira relaciona-se com o empreendedorismo e o desenvolvimento de novos negócios na medida em que, sendo o empreendedor frequentemente confrontado com a necessidade de tomar decisões de forma rápida, em resultado da sua envolvente altamente dinâmica, a perceção das suas necessidades e das opções disponíveis permite uma tomada de decisão informada, ainda que num curto espaço de tempo. Por outro lado, um bom nível de literacia financeira pode também contribuir para o crescimento sustentável do negócio, ajudando o empreendedor a escolher as melhores opções.

No segundo capítulo será feita uma revisão da literatura sobre os temas em estudo. Inicialmente, abordar-se-á a temática da literacia financeira, definindo o conceito e estabelecendo a sua relevância com o suporte de estudos internacionais. Relativamente à realidade nacional, serão analisadas as iniciativas de promoção de literacia financeira, bem como os resultados do 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa. Será também analisada a importância da literacia financeira no desenvolvimento de um negócio sustentável. De seguida, sobre a temática do empreendedorismo, serão abordadas as suas origens, dada uma perspetiva histórica do tema, analisadas as características do empreendedor, os programas de apoio a nível académico e a incubação. Será também

feita referência às diferentes formas de financiamento de um novo negócio, bem como aos incentivos ao seu desenvolvimento. O capítulo encerra com uma súpula e a colocação das cinco hipóteses de investigação.

O terceiro capítulo é referente à metodologia utilizada no estudo empírico. São definidos o instrumento de pesquisa, o processo de amostragem, de que forma foram recolhidos os dados e como vão ser analisados.

O quarto capítulo é referente ao estudo empírico, sendo feita uma análise descritiva dos resultados obtidos na pesquisa, discutidos os resultados à luz da revisão da literatura e testadas as hipóteses de investigação colocadas no segundo capítulo.

Por fim, no quinto capítulo, são resumidas as conclusões do estudo empírico e a veracidade das hipóteses de investigação, bem como referidas as limitações do estudo e feitas recomendações de ação e para estudos futuros.

2. Revisão da literatura

2.1. A literacia financeira no desenvolvimento de novos negócios

Em resultado da era digital e de um ambiente cada vez mais global, a população mundial tem vindo a alterar os seus hábitos de consumo. Hoje em dia, o acesso a produtos e serviços é mais fácil e rápido, o que propicia uma maior impulsividade no ato de compra (Theodora e Marti'ah, 2016).

A educação e a literacia apresentam-se, deste modo, como essenciais ao desenvolvimento humano e como ferramentas que permitem uma tomada de decisão mais consciente, assente numa maior quantidade de informação (Borg, 2017).

2.1.1. Literacia financeira

A temática da literacia financeira tem recebido uma crescente atenção por parte de diversas entidades, como governos e organizações internacionais, sendo o nível geral de literacia financeira das populações ainda baixo. A crise financeira de 2008 alertou para a necessidade de educar financeiramente os indivíduos e dotá-los de ferramentas que lhes permitam ter uma vida financeiramente estável (Geddes e Steen, 2016; Sucuahi, 2013).

A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) define literacia financeira como

the process by which financial consumers/investors improve their understanding of financial products and concepts and, through information, instruction and/or objective advice, develop the skills and confidence to become more aware of financial risks and opportunities, to make informed choices, to know where to go for help, and to take other effective actions to improve their financial well-being (OCDE/INFE, 2015b, p. 14-15).

Traduz-se na aquisição de conhecimentos e competências que permitam aos indivíduos lidar com questões financeiras associadas ao dia-a-dia, tomando decisões conscientes adequadas às suas necessidades e possibilitando uma gestão eficaz os seus recursos financeiros (Klapper, Lusardi e van Oudheusden, 2016; Oseifuah, 2010; Trunk e Dermal, 2015). Abrange áreas como o conhecimento e compreensão de produtos financeiros, planeamento e orçamentação, poupança, investimento e gestão de dívida e risco (Avlijas, Avlijas e Heleta, 2014; Lusardi e Mitchell, 2013; Singhry e Bogoro, 2016).

Um bom nível de literacia financeira beneficia tanto o indivíduo, como a sociedade, promovendo a estabilidade económica e o desenvolvimento (Borg, 2017). O Conselho Nacional de Supervisores Financeiros (CNSF), constituído pelo Banco de Portugal, a

Comissão do Mercado de Valores Mobiliários e a Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, considera que «[a] gestão apropriada das finanças pessoais tem benefícios diretos para os indivíduos, mas a escolha criteriosa de produtos financeiros contribui também para a estabilidade do sistema financeiro» (CNSF, 2016, p. 17).

O aumento da complexidade do sistema bancário gera uma maior ansiedade nos consumidores, uma vez que parte destes tem ainda dificuldade em compreender os produtos financeiros disponíveis e, conseqüentemente, utilizá-los (Borg, 2017; Orton, 2007). A crescente variedade de produtos e mecanismos de poupança e crédito reforça a importância de os indivíduos possuírem o conhecimento necessário para analisar as opções disponíveis (OCDE, 2006).

A adesão aos canais digitais, como o *homebanking*, veio permitir aos utilizadores um acesso facilitado aos produtos financeiros disponibilizados pelas diversas entidades bancárias. No entanto, apesar dos benefícios, há que considerar os «riscos associados à segurança dos sistemas tecnológicos e à possibilidade de tomada de decisões financeiras num curto espaço de tempo, sem uma ponderação adequada das respetivas conseqüências» (CNSF, 2016, p. 13). Antes de contratar um produto financeiro, é necessário conhecer as suas características.

Assistimos também a um aumento de fontes de insegurança a nível financeiro, como uma maior instabilidade laboral e o crescente envelhecimento da população. No caso de países que, como Portugal, têm os seus sistemas de Segurança Social assentes nas contribuições da população ativa, a diminuição da receita proveniente das mesmas e o aumento do número de pensionistas têm vindo, cada vez mais, a colocar nas mãos da população ativa a responsabilidade de garantir um fundo de maneiço para a reforma (OCDE, 2015; Orton, 2007). A literacia financeira apresenta-se, neste aspeto, como uma ferramenta-chave para garantir a segurança e estabilidade das famílias e indivíduos a médio e longo prazo, consciencializando-os acerca dos riscos e conseqüências de más decisões financeiras.

É possível aprender e adquirir um bom nível de literacia financeira (Leifels e Metzger, 2015). A educação financeira deve ser procurada por todos, não apenas por investidores ou especialistas financeiros, podendo até ter uma maior importância para as famílias. Esta é benéfica a qualquer indivíduo, independentemente da idade ou nível de rendimento (OCDE, 2006; Trunk e Dermal, 2015). A melhoria da literacia financeira é positiva também para o mercado e economia, sendo responsável por consumidores mais informados e capazes de alcançar um maior poder de compra, promovendo a competitividade e a inovação (Krechovska, 2015; Orton, 2007).

A importância da literacia e da independência financeira deve fazer parte da realidade de todos os indivíduos desde tenra idade. A OCDE (2006) defende que a educação financeira deve fazer parte do currículo escolar, adaptando a aprendizagem à idade de cada aluno e desenvolvendo gradualmente os diversos aspetos da vida financeira ao longo de todo o percurso académico. Esta deve ser inculcada também no seio familiar, sendo fundamental que os restantes membros da família saibam dar um exemplo positivo. Os hábitos financeiros são desenvolvidos principalmente na transição para a vida adulta, sendo depois mais difíceis de reverter, no caso de serem negativos. Este revela-se, então um período fulcral para o reforço da aprendizagem e de hábitos com efeitos positivos a curto, médio e longo prazo (Lusardi, 2013; Theodora e Marti'ah, 2016).

A OCDE iniciou em 2003 o seu projeto de educação financeira, para dar resposta ao interesse dos diversos países em melhorar o nível de literacia financeira dos seus habitantes, resultante de alterações a nível económico, político, demográfico e do mercado financeiro. A nível institucional, também as entidades financeiras e bancárias devem promover a educação financeira, distanciando esta iniciativa da sua vertente comercial, sem recorrer a estratégias de marketing ou venda associadas a qualquer produto ou serviço (OCDE, 2006).

É notório o crescente envolvimento dos indivíduos no mercado financeiro, aliado à maior oferta de produtos, verificando-se uma maior intenção individual de ser o principal responsável pela sua saúde e bem-estar financeiros (van Rooij, Lusardi e Alessie, 2011). A participação no mercado e o número de produtos contratados está relacionada com o nível de literacia financeira de cada indivíduo, sendo esta mais ativa quanto maior for o grau de literacia (Lusardi e Mitchell, 2013).

O nível de literacia financeira varia com a idade, nível de rendimento, escolaridade e situação laboral (Lusardi e Mitchell, 2013). Em 2014 foi realizado o *Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey (S&P Global FinLit Survey)*, abrangendo 148 países e mais de 150.000 inquiridos. Foram colocadas cinco questões, abordando quatro temas: diversificação de risco, inflação, cálculo de juros e juro composto. De acordo com a metodologia utilizada no estudo, um indivíduo é considerado financeiramente letrado caso responda corretamente às questões de pelo menos três dos quatro temas apresentados. O estudo concluiu que apenas um em cada 3 indivíduos era financeiramente letrado, tendo-se verificado também uma maior incidência de iliteracia financeira em indivíduos do sexo feminino (35% dos homens são considerados financeiramente letrados *versus* 30% das mulheres), com menores rendimentos e menor nível de escolaridade. Os dois temas que obtiveram melhores resultados foram inflação e cálculo de taxas de juro.

Quando pedida uma autoavaliação, as mulheres são também mais conscientes do seu nível de literacia financeira (Klapper *et al.*, 2016; Lusardi e Mitchell, 2013).

Um indivíduo financeiramente iletrado rege-se, geralmente, pelos conselhos de amigos e familiares, optando tendencialmente por produtos financeiros que estes utilizam, revelando-se mais dependente. Os financeiramente letrados, por outro lado, recorrem a fontes como jornais económicos, consultores financeiros e pesquisas *online* (van Rooij *et al.*, 2011).

Segundo Lusardi (2013), o comportamento do indivíduo varia consoante o seu nível de literacia financeira. Neste sentido, um indivíduo financeiramente letrado terá, presumivelmente, uma maior capacidade de prever as suas necessidades futuras e tomar, atempadamente, as providências necessárias para as suprimir, como a criação de uma poupança. Por outro lado, um indivíduo com fracos conhecimentos financeiros tem uma maior propensão a incorrer em despesas consideradas evitáveis, como custos decorrentes de maiores taxas de juro nos empréstimos que contrai ou multas por atraso de pagamentos. A sua capacidade de resposta a situações e despesas inesperadas é também reduzida, uma vez que terá maior dificuldade em poupar e criar reservas, ficando mais vulnerável a este tipo de cenário (Klapper *et al.*, 2016; Lusardi, 2011). A poupança tende a ser mais reativa, resultante de situações como uma redução de rendimento, do que ativa, consciente, planeada e levada a cabo por iniciativa própria. O planeamento a longo prazo é também geralmente incentivado por experiências negativas de amigos e/ou familiares (van Rooij *et al.*, 2011; Yong e Tan, 2017).

O nível de literacia financeira está positivamente relacionado com a capacidade de gestão e planeamento (Lusardi e Mitchell, 2013). Compreendendo a importância de gerir os seus recursos, o indivíduo é mais consciente da sua situação financeira e das medidas a tomar para conseguir uma maior poupança e valorizar o seu dinheiro através de produtos de investimento adequados ao seu perfil de risco e objetivos. Monitoriza as suas finanças de forma regular, estabelecendo objetivos e reservas que permitam contornar imprevistos, alcançando a estabilidade financeira através da aplicação dos seus conhecimentos. A ausência de planeamento, por outro lado, tem consequências negativas a nível de poupança e investimento, traduzindo-se num menor volume dos mesmos (Lusardi e Mitchell, 2008; OCDE, 2006).

2.1.2. Literacia financeira em Portugal

Em 2015, foi realizado pelo CNSF o 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, com uma amostra de 1.100 indivíduos, cujos objetivos se encontram descritos

detalhadamente na Tabela 1.1, possibilitando a comparação com o primeiro inquérito, realizado em 2010. Os resultados deste novo inquérito permitiram a adaptação das estratégias de formação financeira já implementados (como o Plano Nacional de Formação Financeira), bem como o desenvolvimento de novas iniciativas, no sentido de colmatar as necessidades da população portuguesa a nível financeiro. A comparação entre os dois inquéritos funciona também como uma forma de avaliar as medidas implementadas. Constatou-se um envelhecimento da população face à amostra do inquérito de 2010, cujos efeitos a nível de necessidades financeiras a longo prazo foram referidos anteriormente.

Tabela 2.1 - Objetivos do 2º Inquérito à Literacia Financeira

Avaliação do grau de inclusão financeira da população	<ul style="list-style-type: none"> • Acesso ao sistema bancário • Contratação de contas à ordem, seguros e produtos de investimento
Caracterização dos hábitos de planeamento do orçamento familiar e de poupança	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboração de orçamento familiar • Regularidade e objetivos de poupança • Planeamento para a reforma • Capacidade de resposta a despesas inesperadas
Caracterização dos produtos financeiros contratados e critérios de escolha	<ul style="list-style-type: none"> • Fatores considerados na escolha dos produtos • Fontes de informação mais relevantes • Leitura da informação pré-contratual e contratual • Comparação dos produtos disponíveis
Caracterização das fontes de informação e formas de obter ajuda	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de notícias seguidas regularmente • Conhecimento de entidades a quem recorrer em caso de desacordo com a instituição financeira ou dificuldade de pagamento das prestações dos empréstimos
Avaliação dos conhecimentos financeiros	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de resolver operações numéricas simples • Questões sobre conceitos-chave associados a produtos financeiros

Fonte: Adaptado de CNSF (2016, p. 18-19).

O referido inquérito insere-se numa iniciativa da OCDE com o propósito de avaliar os níveis de literacia financeira dos países-membros, como parte da *International Network on Financial Education* (INFE). No relatório, o CNSF (2016, p. 11) refere que «[a] importância de acompanhar a evolução dos níveis de literacia financeira, através da realização regular de inquéritos, é reconhecida internacionalmente». Os resultados constataram que a maioria das dificuldades a nível de literacia financeira registadas em Portugal são idênticas às de outros países-membros, reforçando a importância do desenvolvimento de iniciativas nesta área, bem como a cooperação internacional. Comparando os resultados do inquérito com os dados publicados pela INFE, conclui-se que, a nível global, a população portuguesa tem um nível de literacia financeira superior à média dos países avaliados no estudo.

Num primeiro resumo dos resultados, é referido que

[o] inquérito agora realizado evidencia sobretudo que os objetivos de formação financeira são de médio e longo prazo, pois é necessário um trabalho continuado junto de vários grupos populacionais para que sejam alcançados resultados robustos. Os estudantes, os desempregados e os aposentados são identificados pelo inquérito de 2015 como grupos com menores níveis de literacia financeira, à semelhança do que sucedeu em 2010. Têm também maiores défices de literacia financeira os que têm menores rendimentos e menos escolaridade. Estes devem ser, por isso, grupos populacionais prioritários da estratégia de formação financeira (CNSF, 2016, p. 13).

De acordo com o inquérito, a grande maioria da população portuguesa tem acesso ao sistema financeiro, registando-se uma melhoria do nível de inclusão financeira dos portugueses: 92,5% dos inquiridos possui uma conta de depósito à ordem, face aos 78,9% registados em 2010. Os principais grupos com maior taxa de exclusão do sistema financeiro são desempregados, reformados e estudantes com idades compreendidas entre os 16 e 17 anos, referindo não possuir um nível de rendimento que justifique a adesão a produtos financeiros. A possibilidade de acesso aos serviços mínimos bancários, um conjunto de serviços financeiros considerados essenciais e que incluem, a um custo nulo ou reduzido, a abertura de uma conta de depósito à ordem e o acesso ao cartão de débito (Banco de Portugal, 2018), é desconhecido por 63,7% dos inquiridos.

Os conhecimentos financeiros apresentam um nível relativamente baixo, apesar de registarem algumas melhorias face ao primeiro inquérito, sendo que grande parte dos inquiridos sobreavalia o seu nível de conhecimento. O nível de literacia financeira dos indivíduos está fortemente relacionado com o seu nível de rendimento e de escolaridade, com os mais elevados níveis a serem registados em indivíduos com escolaridade ao nível superior e pertencentes a agregados familiares cujo rendimento mensal bruto é superior a 1.000 euros. Revelam ainda «hábitos regulares de poupança e um envolvimento significativo com o sistema financeiro, detendo simultaneamente produtos bancários, seguros e produtos de investimento» (CNSF, 2016, p. 23), permitindo estabelecer uma relação entre o nível de conhecimento financeiro e a aquisição de produtos. Em oposição, os indivíduos menos financeiramente letrados não têm qualquer nível de escolaridade, não possuem nenhum produto financeiro, não têm hábitos de poupança e provêm de agregados familiares com um rendimento mensal bruto inferior a 500 euros.

A nível de investimento, apenas 4,4% dos inquiridos tem subscritos produtos de investimento (83,3% investem em ações e 41,7% em fundos de investimento), sendo os principais motivos apontados para o não investimento é a ausência de rendimentos que o

justifiquem (65,3%), a falta de conhecimento suficiente (20%) e do risco elevado (11,1%). Os inquiridos manifestaram também o receio de uma queda acentuada das cotações.

A elaboração de um orçamento familiar faz parte da realidade de 71,5% dos inquiridos, sendo que a maioria o faz com periodicidade mensal e mais de metade dos inquiridos toma decisões financeiras em conjunto com o(a) cônjuge/companheiro(a). Na faixa etária dos 16 aos 24 anos, a maioria dos inquiridos (42,2%) refere que as decisões são tomadas por outra pessoa, reforçando a importância de envolver todos os membros da família no planeamento financeiro familiar, consciencializando e atribuindo a cada um as respetivas responsabilidades.

A poupança é um hábito para mais de metade dos inquiridos (59%), registando-se um aumento de 7 pontos percentuais face ao último inquérito. O principal motivo para não poupar é comum aos dois inquéritos: o nível de rendimento não permite. O hábito de poupança é mais comum entre os indivíduos que elaboram o orçamento familiar (31,8%), tendo esta poupança como principais objetivos fazer face a despesas imprevistas (44,8%) e despesas não regulares, como férias ou viagens (23,9%), registando-se uma alteração de comportamento: em 2010, mais de metade da poupança (58%) tinha como objetivo fazer face a despesas imprevistas. Apesar de poupar, 60,8% dos indivíduos não aplicam essa poupança e 14,5% refere guardar o dinheiro em casa. Quando aplicam, cerca de um terço fá-lo numa conta poupança e apenas 3,9% em produtos de investimento. A larga maioria dos indivíduos que poupa regularmente (86,2%) considera ter capacidade de pagar uma despesa inesperada se esta for de valor equivalente ao seu rendimento mensal, face a 26,1% dos que não poupam com regularidade.

Confrontada com uma despesa inesperada, a maioria dos indivíduos reduz as despesas (48,7%), recorre a empréstimo de familiares ou amigos (36,2%) ou às suas poupanças (25,1%) para lhe fazer face. Cerca de um terço dos inquiridos refere, em caso de perda do rendimento principal, ter capacidade para cobrir as suas despesas fixas num período entre 1 a 3 meses. Os especialistas em finanças pessoais defendem que cada indivíduo deve possuir um fundo de maneio correspondente a, no mínimo, o valor de 3 meses de despesas fixas, sendo o ideal que corresponda a cerca de 6 meses, permitindo dar resposta às obrigações em caso de situações mais prolongadas, como desemprego ou doença (Kiplinger, 2016; Leary, 2017; Scott, William, Gilliam, e Sybrowsky, 2013). Dos detentores de cartão de crédito, 54% paga o valor na totalidade no mês seguinte à sua utilização, evitando a cobrança de juros. No entanto, existe ainda uma percentagem razoável de indivíduos que pagam o saldo parcialmente que crê não pagar juros adicionais por escolher essa forma de pagamento (17,3%).

Relativamente às atitudes e comportamentos face ao orçamento familiar, a maioria dos indivíduos revela ponderação na despesa, preferindo poupar antes de comprar algo e avaliar cuidadosamente se tem capacidade de suportá-la. O controlo sistemático das finanças pessoais é o comportamento mais comum, tendo a situação financeira atual dos indivíduos um papel limitador nas escolhas pessoais consideradas como importantes.

Apesar da tendência de envelhecimento populacional e das potenciais dificuldades subjacentes a longo prazo, 82,2% dos inquiridos planeia financiar a sua reforma através das contribuições para Segurança Social ou outro regime contributivo equivalente, com apenas 11,9% os inquiridos a pretender fazê-lo através de um plano de poupança reforma (PPR) privado.

Os portugueses estão familiarizados com as formas mais comuns de produtos financeiros, como depósitos à ordem ou a prazo, seguros, cartão de crédito e crédito à habitação. Comparativamente com 2010, verifica-se uma redução considerável do número de portugueses que não detêm qualquer produto financeiro (25,4% para 6,3%). No momento da escolha de um novo produto financeiro, a maioria (65,7%) considera várias alternativas, da mesma instituição ou de instituições diferentes, antes de tomar uma decisão. As principais fontes de informação consideradas no momento da contratação de um produto financeiro mantêm-se face a 2010: conselhos do profissional da instituição e de amigos ou familiares. A maioria da população entrevistada tem conhecimento do valor das comissões cobradas e das taxas de juro praticadas, pelo menos num valor aproximado. No entanto, quase metade não compara taxas de juro antes de contrair um empréstimo ou contratar um produto de poupança, um comportamento que se mantém face a 2010. Este comportamento resulta, muitas vezes, num maior custo associado ao crédito, nem sempre sendo selecionada a opção mais favorável ao consumidor.

A contratação de seguros pelos portugueses tem como principal motivo a necessidade de cumprir uma obrigação legal (por exemplo, contratação de um seguro de vida como condição para a obtenção de um crédito à habitação), sendo que mais de metade dos inquiridos revela nunca ter beneficiados de um seguro. A escolha segue, em cerca de 40% dos casos, a recomendação do mediador, com a maioria a referir que, no caso de um seguro associado a um crédito, este estava incluído no pacote apresentado pela instituição onde contraiu o crédito. O consumidor tende a não comparar alternativas com o objetivo de acelerar o processo de atribuição de crédito, podendo até não ter conhecimento de que, em termos legais, não é obrigatório contratar o seguro e o crédito na mesma entidade.

Os inquiridos que se consideram, no mínimo, moderadamente conhecedores de produtos de investimento e do mercado de valores mobiliários, têm maioritariamente educação ao

nível superior. Quando confrontado com uma forte descida de uma cotação, cerca de um terço dos investidores revela que a sua reação seria vender de imediato, revelando desconhecimento acerca do funcionamento destes produtos, assentes numa ótica de longo prazo. O investimento em valores mobiliários tem como principal objetivo obter um rendimento superior ao oferecido pelos depósitos bancários, sendo a escolha particularmente influenciada pelo gestor bancário (37,5%). Dos que não investem atualmente neste tipo de produtos, 47,1% refere que, para o fazer, necessitaria de mais rendimento e 13,1% de mais informação. O acompanhamento de notícias de teor económico geral é um hábito para cerca de metade dos inquiridos, sendo apenas cerca de 30% os que acompanham a evolução das taxas de juro, um comportamento que se mantém face a 2010.

Foram colocadas aos inquiridos cinco questões numéricas, abrangendo temas como taxas de juro, simples e composto, e inflação. Nenhum dos inquiridos respondeu corretamente a todas as questões, tendo a maioria da amostra respondido corretamente a 3 questões e sido apresentada maior dificuldade na questão de juro composto. Comparando as respostas com a autoavaliação realizada pelos inquiridos, é possível constatar que estes tendem a sobrevalorizar os seus conhecimentos, uma vez que, dos inquiridos que se autoavaliaram como muito conhecedores dos produtos financeiros, 60% acertou em apenas 2 das 6 questões colocadas no inquérito.

De acordo com os resultados do inquérito, o português com melhor nível de literacia financeira é do sexo masculino, com idade compreendida entre os 25 e os 54 anos, trabalhador, com escolaridade ao nível do ensino superior e um rendimento mensal bruto do agregado familiar acima superior a 1.000 euros. É titular de pelo menos uma conta bancária e de seguros e produtos de investimento, detendo pelo menos dois tipos de produtos financeiros. Possui hábitos de poupança, elabora o orçamento familiar, detém um nível de poupança suficiente para fazer face a uma despesa inesperada (equivalente ao rendimento bruto mensal) e mostra-se confiante face ao planeamento da reforma. Os indivíduos menos financeiramente letrados, por sua vez, têm menores rendimentos, não estão incluídos no sistema financeiro e são jovens (16 a 24 anos) ou idosos (idade igual ou superior a 70 anos). Não fazem parte da população ativa, têm um menor nível de instrução e não apresentam hábitos de poupança ou orçamentação.

No seguimento destas iniciativas de promoção da literacia financeira, está prevista a realização de um novo inquérito em 2020, no sentido de avaliar a evolução.

2.1.3. Promoção da literacia financeira

No sentido de melhorar os conhecimentos financeiros da população e a sua literacia, bem como alterar comportamentos e atitudes, é fundamental promover a educação, desenvolvendo iniciativas adaptadas às necessidades de cada país, região ou grupo-alvo (Geddes e Steen, 2016; Lusardi e Mitchell, 2008; Orton, 2007). A educação financeira tem como principal objetivo munir os indivíduos de ferramentas que lhes permitam compreender conceitos e produtos financeiros. Desempenha um papel crucial na preparação dos consumidores para a interação com os mercados financeiros, uma vez que o conhecimento adquirido capacita os indivíduos para uma tomada de decisão consciente. Ao impactar positivamente o nível de literacia financeira, promove uma relação de maior confiança com o mercado e o acesso a uma maior estabilidade financeira (Avlijas *et al.*, 2014; Krechovska, 2015; Tang e Peter, 2015). Em 2015, cerca de 2 biliões de indivíduos a nível mundial eram ainda excluídos do sistema financeiro, representando cerca de metade da população ativa (OCDE, 2015).

As iniciativas de educação financeira devem englobar diversas temáticas, sendo a sua comunicação adaptada às características do público-alvo (Orton, 2007). É importante que, ao abordar a temática da poupança, não sejam apenas apresentadas formas de poupar, mas também salientada a importância desse comportamento e de um controlo regular das finanças pessoais (Sucuahi, 2013). Com o aumento do número de produtos financeiros, os indivíduos têm uma maior responsabilidade em relação à sua estabilidade e bem-estar financeiros (ACCA, 2014; Lusardi, 2013). Considerando a tendência de desenvolvimento do sistema financeiro, é essencial que seja incutida aos indivíduos, desde cedo, a importância do dinheiro e da sua gestão. A nível familiar, a criança irá aprender, principalmente, através da observação e exemplo, sendo mais suscetível a seguir os hábitos familiares, sejam eles positivos ou negativos (Lusardi e Mitchell, 2013). No sentido de contrariar comportamentos negativos, é fundamental que sejam desenvolvidos programas e estruturas que permitam formar, desde muito jovem, a população (ACCA e Barclays, 2014). Uma das iniciativas com maior impacto é a introdução de uma disciplina de educação financeira no sistema educacional, permitindo um desenvolvimento gradual de competências, adequado à idade e realidade do indivíduo (Fatoki, 2014). Para tal, os professores devem ter também formação na área (Geddes e Steen, 2016). Ao adaptar a educação financeira às diversas fases de desenvolvimento, é possível planear para a fase seguinte, diminuindo a ansiedade e a propensão ao erro. Neste sentido, é necessário identificar e abordar os aspetos cruciais de cada fase, transmitindo o tipo de

consequências, especialmente a longo prazo, dos comportamentos prejudiciais (ACCA e Barclays, 2014; Tang e Peter, 2015).

As principais ações de educação financeira chegam aos consumidores em formato físico, na forma de brochuras ou revistas, por exemplo, ou em formato digital, através de *websites* ou *e-books*. A adaptação das iniciativas à realidade local permite focar os principais problemas ali verificados, como a ausência de poupança ou gestão de dívida. A nível governamental, deve ser criada legislação que vá de encontro aos esforços de promoção da educação financeira, estabelecendo medidas estatais neste âmbito (OCDE, 2006). De acordo com o relatório da OCDE (2015), as iniciativas mais eficazes são as que combinam diversas abordagens, através da facilitação do acesso à informação (com a utilização dos canais digitais), aplicação no momento e ambiente certos e apoio ao envolvimento, motivação e tomada de decisão individual.

2.1.3.1. O caso português - Plano Nacional de Formação Financeira e os canais digitais

Em 2011, após a realização do primeiro Inquérito à Literacia Financeira realizado em Portugal, o CNSF pôs em marcha o Plano Nacional de Formação Financeira (PNFF), no sentido de promover a educação financeira, complementarmente à regulação e supervisão do mercado, estabelecendo objetivos com um prazo máximo de 5 anos. É reconhecida a importância do envolvimento de diversas entidades no projeto, de forma a promover a aprendizagem e alterações comportamentais, oferecendo «uma visão integrada e coordenada de iniciativas de formação financeira» (PNFF, 2018).

Uma das primeiras iniciativas foi a criação do *website* Todos Contam¹, desenvolvido para promover uma melhoria de conhecimentos e comportamentos a nível financeiro, bem como a inclusão financeira, fomentando hábitos de poupança e prevenção de eventuais situações de risco. Disponibiliza informação financeira adaptada a diversos cenários, apresentando conselhos focado em distintas etapas da vida (estudar, comprar casa, planear a reforma e situações como desemprego ou doença, entre outros). São disponibilizados diversos simuladores e detalhadas questões como a elaboração do orçamento familiar, poupança e investimento, bem como a vertente financeira da criação de uma nova empresa. Existe também uma plataforma de *e-learning* e são utilizados recursos didáticos, como vídeos e jogos, para despertar o interesse dos mais pequenos (PNFF, 2018).

¹ <https://www.todoscontam.pt/>

Para a promoção da literacia financeira e consciencialização para questões relacionadas com dinheiro e hábitos de poupança, em muito tem contribuído o meio digital e os diversos blogues portugueses focados na área de finanças pessoais.

Pedro Andersson, jornalista, é responsável pela rúbrica semanal “Contas-poupança” no Jornal da Noite, na SIC, em exibição desde 2011. Para além das reportagens, Pedro gere um blogue com o mesmo nome, onde relata também as suas experiências enquanto consumidor. Tem como foco a simplificação de conceitos e informação financeira, tornando-a mais acessível ao maior número de pessoas possível. Incide sobre diversos temas financeiros, como poupança, investimento e crédito, trabalhando dúvidas atuais dos seus seguidores. Esta é, até ao momento, é a iniciativa mais relevante da televisão portuguesa neste âmbito (Andersson, 2018).

Bárbara Barroso é também jornalista de formação, tendo enveredado pelo jornalismo económico e, posteriormente, se especializado em finanças pessoais. O seu blogue “As dicas da Bá”, criado em 2013, é um dos mais relevantes em Portugal na área das finanças pessoais. É responsável pelo MoneyLab, «um projecto [sic] de educação e literacia financeira dirigido a toda a população» (MoneyLab, 2018), assente na premissa de que «a chave do sucesso está na educação financeira» (MoneyLab, 2018). O MoneyLab disponibiliza aconselhamento e formações para famílias, escolas e empresas. No final de 2017, associou-se ao Instituto Superior de Gestão e criou a Academia Financeira, um projeto de educação financeira dirigido aos estudantes do ensino secundário de diversas escolas de Lisboa, onde foram abordados temas como empreendedorismo, produtos financeiros, digitalização da banca, orçamentação, investimento, crédito, seguros e poupança (Barroso, 2018; MoneyLab, 2018).

Janine Medeira criou o “Poupadinhos e com vales”, um blogue que incide principalmente na promoção da poupança. As dificuldades resultantes para as famílias da última crise financeira levaram os portugueses a procurar formas de poupar e rentabilizar o seu dinheiro, buscando estratégias de poupança e promoções. Foi recentemente lançada a revista com o mesmo nome, que conta também com testemunhos do impacto do blogue na vida das famílias portuguesas e sugestões de entretenimento gratuito, por exemplo (Medeira, 2018).

Menos conhecido pelo nome e mais pela marca é João Morais Barbosa, responsável pelo “Doutor Finanças”. A equipa, composta por 30 pessoas, aborda no *website* diversos temas associados a poupança, crédito e investimento. Estão disponíveis pequenos cursos *online* gratuitos e é prestada consultoria e formação em finanças pessoais. É largamente divulgado no *website* o Boonzi, uma aplicação portuguesa para computador e *smartphone*,

que permite um melhor controlo do orçamento familiar (Boonzi, 2018; Doutor Finanças, 2018).

2.1.4. Importância da literacia financeira no desenvolvimento de um negócio financeiramente sustentável

Segundo Trunk e Dermol (2015), a literacia financeira está estreitamente relacionada com as competências empreendedoras de um indivíduo. No seu dia-a-dia, o empreendedor é confrontado com a necessidade de tomar diversas decisões, sendo parte delas teor financeiro. Sendo educado financeiramente, o empreendedor tem maior facilidade em conhecer e compreender as suas opções, escolhendo conscientemente a solução mais adequada à situação em causa (Avlijas *et al.*, 2014; Borg, 2017; Fatoki, 2014; Oseifuah, 2010).

De acordo com Singhry e Bogoro (2016), um indivíduo com um nível de literacia financeira mais elevado tem uma maior tendência à criação de um novo negócio. Em concordância, Klapper *et al* (2015) referem que um bom nível de literacia financeira aumenta entre 14 a 32% a probabilidade de um indivíduo se tornar empreendedor, existindo uma probabilidade 25% superior deste ter um maior rendimento. No estudo de Leifels e Metzger (2015) é ainda mencionado que os empreendedores mais financeiramente letrados são mais resilientes, tendo menor probabilidade de abandonar os seus projetos. Fatoki (2014), por sua vez, indica que um bom nível de literacia financeira do empreendedor pode impactar positivamente a performance de um novo negócio.

Num contexto empresarial cada vez mais competitivo, o conhecimento financeiro do empreendedor apresenta-se como um indicador relevante na previsão de sucesso e crescimento de um novo negócio, podendo a iliteracia financeira, resultante numa má gestão, ser uma das principais causas para o fracasso. Para este sucesso, é fundamental que o empreendedor saiba interpretar e utilizar a informação financeira, que deve ser formalizada, conseguindo extrair o máximo de informação dos resultados (Dahmen & Rodríguez, 2014; Fatoki, 2014; Leifels e Metzger, 2015; Njoroge, 2013; Sucuahi, 2013).

Os potenciais empreendedores enfrentam diversos desafios aquando da criação de um novo negócio, que podem comprometer a sustentabilidade do projeto ou mesmo levá-los a não avançar com a ideia. Entre eles estão a exclusão financeira (desconhecimento das opções financeiras disponíveis), as fracas competências de gestão, a falta de formação e a incapacidade de tomada de decisão de contexto financeiro, relacionada, por exemplo, com financiamento (Fatoki, 2014); OCDE, 2015; Oehler, Höfer e Schalkowski, 2012).

De forma a conseguir ser bem-sucedido, o empreendedor tem de adquirir competências que lhe permitam gerir o seu negócio de forma adequada (Trunk e Dermol, 2015). De acordo com Avlijas *et al.* (2014), diversos estudos demonstraram que a maioria dos empreendedores não tem competências suficientes para tomar decisões informadas no campo financeiro, reforçando a importância da promoção da educação financeira em contexto empresarial. Neste âmbito, o empreendedor deverá, antes de mais, ter bases de literacia financeira a nível individual, relativamente a questões como taxas de juro, inflação, poupança e crédito, bem como ter uma visão global do setor e do contexto económico-financeiro da empresa (Fatoki, 2014). Posteriormente, deverá ser abordada a temática do planeamento e o seu impacto no desenvolvimento do negócio e na obtenção de financiamento, alertando para a importância de um plano de negócios detalhado e realista. O empreendedor deverá aprender a interpretar a informação financeira, compreendendo as diversas rubricas das demonstrações financeiras, de forma a tomar decisões com vista ao desenvolvimento sustentável do negócio (OCDE, 2015). De acordo com Bruhn e Zia (2011), os empreendedores que receberam formação têm uma maior probabilidade de implementar novos processos de produção, reinvestir no negócio e renegociar os seus financiamentos, de forma a conseguir condições mais favoráveis, como taxas de juro mais reduzidas. Os programas de formação tornam as empresas mais competitivas e com maior probabilidade de sucesso (Leifels e Metzger, 2015).

Muitos empreendedores recorrem à ajuda de contabilistas. No entanto, fazem-no apenas para dar resposta a obrigações legais (como o imposto sobre pessoas coletivas (IRC) e a liquidação do imposto sobre valor acrescentado (IVA)), não obtendo ajuda na interpretação da informação financeira, nem no planeamento a longo prazo.

2.2. Empreendedorismo

O empreendedorismo apresenta-se como uma temática cada vez mais relevante a nível económico e social, promovendo o desenvolvimento económico e a inovação (Oehler *et al.*, 2012; Trunk e Dermol, 2015).

Entrepreneurship is the process of creating something new with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risks, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction and independence (Hisrich, Peters e Shepherd, 2008, p. 8).

De acordo com Shane e Venkataraman (2000, p. 219), «*entrepreneurship is a mechanism through which temporal and spatial inefficiencies in an economy are discovered and mitigated*». Neste sentido, para que exista empreendedorismo, é necessário que sejam

detetadas oportunidades de inovação ou melhoria de bens ou serviços existentes, bem como necessidades insatisfeitas (Ferreira, Santos e Serra, 2008). A capacidade de detetar as oportunidades depende dos conhecimentos de cada indivíduo, sendo mais provável que aconteça dentro de uma área ou setor que lhe seja familiar. Ao observar e estudar os consumidores, é possível detetar necessidades insatisfeitas e, posteriormente, avaliar junto destes a receptividade a determinada solução, através de um novo produto ou serviço. A oferta existente constitui também um bom ponto de partida para o desenvolvimento de novas ideias, no sentido de tornar os atuais produtos e serviços mais eficazes e lucrativos. Podem também surgir novas ideias e processos ao nível da cadeia de distribuição, com o objetivo de a tornar mais eficiente e reduzir custos, gerando um preço mais reduzido para produto e/ou maior margem de lucro (Hisrich *et al.*, 2008).

O empreendedorismo apresenta-se como um processo. Após detetar a oportunidade, é necessário que o empreendedor aja no sentido de a explorar, sendo maior a probabilidade de exploração quanto maior for o valor percebido da oportunidade e a disponibilidade de capital (Gorgievski e Stephan, 2016; Shane e Venkataraman, 2000). É necessário elaborar um plano de negócios, determinar quais os recursos necessários e gerir todos os fatores que afetam o novo negócio (Arthur e Hisrich, 2011). Empreender é, geralmente, uma ação intencional e consciente, tomada principalmente quando o empreendedor percebe uma oportunidade cuja satisfação é vista como atingível e desejada pelo público-alvo, sendo o nível de esforço que é colocado nesse objetivo afetado pela convicção do empreendedor de que o projeto será bem-sucedido (Hisrich *et al.*, 2008). Contrariamente ao que se possa pensar, o empreendedorismo não é nato e é possível aprender a empreender. Ferreira *et al.* (2008, p. 31) defendem que «munidos de formação e informação adequadas, os potenciais empreendedores entenderão melhor os desafios a que estão sujeitos, contribuindo para maior probabilidade de sucesso do empreendimento».

Atualmente, a maioria do tecido empresarial mundial é composto por micro, pequenas e médias empresas, que desempenham um papel fundamental no crescimento e desenvolvimento económico e na estabilidade financeira (OCDE, 2015). As *start-ups*, empresas com menos de um ano de atividade, desempenham ainda um papel importante na promoção da empregabilidade e de mudanças no ambiente empresarial e na sociedade, apoiando a competitividade e ajudando a revitalizar algumas regiões (Arthur, 2016; Cho e Honorati, 2013; Ferreira *et al.*, 2008; Gorgievski e Stephan, 2016; Hisrich *et al.*, 2008).

O conceito de empreendedorismo engloba não só a criação de novos negócios como uma atitude empreendedora dentro de uma empresa previamente existente: o intra-

empreendedorismo. Este tem por base a inovação e desenvolvimento de novas ideias dentro de uma organização estabelecida, podendo passar pela criação ou melhoria de produtos, serviços e processos já existentes (Shane & Venkataraman, 2000).

O empreendedorismo pode ser impulsionado por uma oportunidade ou por uma necessidade. O empreendedorismo de oportunidade, como o nome indica, resulta da criação de um novo negócio após a deteção de uma oportunidade, que o empreendedor decidiu explorar. O empreendedorismo por necessidade, por sua vez, resulta geralmente de uma situação menos favorável, como o desemprego, recorrendo o empreendedor à criação de um negócio como fonte de rendimento, por necessidade (Arthur e Hisrich, 2011). Este último foi bastante impulsionado pela crise financeira iniciada em 2008, que gerou uma grande instabilidade a nível económico e laboral. De acordo com o *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017/2018*, divulgado pela *Global Entrepreneurship Research Association (GERA)* e onde foram englobados 54 países, o empreendedorismo de oportunidade está a ganhar terreno face ao empreendedorismo por necessidade, tendo as novas tecnologias contribuído para esta diferenciação. Também outros fatores, como a alteração da perceção do empreendedorismo e da legislação dos diferentes países, têm vindo a favorecer o desenvolvimento de novos negócios baseados na deteção de oportunidades. Atualmente, 70% dos indivíduos acredita que os empreendedores são bem vistos pela sociedade, possuem um bom estatuto social e têm uma atenção relevante dos meios de comunicação social (GERA, 2018).

2.2.1. Perspetiva histórica

Apesar de, nas últimas décadas, o termo “empreendedorismo” ter vindo a ser amplamente divulgado, a atitude empreendedora tem origem ainda antes da Idade Média. Os primeiros empreendedores foram comerciantes, contratados para vender produtos de indivíduos abastados (que poderão ser comparados com os atuais investidores) em troca de uma percentagem do lucro, não suportando diretamente o risco financeiro, mas lidando com o risco a nível físico e emocional. Também membros do clero e da corte apresentavam comportamentos empreendedores, demonstrados através da inovação (Casson e Casson, 2014). A ligação do empreendedor ao risco teve início por volta do século XVII, através das relações contratuais com os governos para prestação de serviços ou fornecimento de produtos a preços fixados, sendo o empreendedor responsável por qualquer lucro ou prejuízo resultante da diferença entre o preço estipulado e o preço cobrado (Arthur e Hisrich, 2011).

A distinção entre o fornecedor de capital e o empreendedor começou a ser estabelecida no século XVIII, causada em parte pela Revolução Industrial e o grande número de invenções desenvolvidas neste período. Inventores como Thomas Edison possuíam ideias inovadoras mas não os meios para as financiar, reunindo capital de fontes privadas (Arthur e Hisrich, 2011; Casson e Casson, 2014).

No final do século XIX e início do século XX, não era habitualmente feita uma distinção entre empreendedor e gestor, existo uma abordagem essencialmente económica do conceito, referente à organização e gestão da empresa e à retenção de lucros ou suporte de prejuízos a título individual. O conceito não englobava ainda a vertente de criativo e gerador de inovação, seja na criação de um novo produto ou serviço ou no desenvolvimento de uma nova forma de trabalho ou sistema. A associação da inovação ao empreendedor foi estabelecida em meados do século XX, constituindo, atualmente, uma parte importante na definição do conceito (Arthur e Hisrich, 2011; Hisrich *et al.*, 2008).

2.2.2. O empreendedor

O termo “*entrepreneur*” é de origem francesa, referente a um indivíduo que se sujeita ao risco e inicia algo novo (Hisrich *et al.*, 2008). Os empreendedores «perseguem oportunidades independentemente dos recursos que têm ao seu dispor e que controlam. [F]ormulam ideias viáveis de negócio e, sozinhos ou em parceria com outros, procuram implementá-las» (Ferreira *et al.*, 2008, p. 42).

A decisão de empreender é influenciada por diversos fatores, como o ambiente e estrutura familiar, a educação, a experiência profissional e as características pessoais (Ferreira *et al.*, 2008). Nem todos os indivíduos que possuem uma ideia de negócio estão munidos das características e condições necessárias para que esta seja desenvolvida de forma sustentável. O empreendedor é geralmente alguém otimista, com espírito de iniciativa, motivado, proativo, focado, criativo, perseverante e independente, com tolerância ao risco (Arthur e Hisrich, 2011; Costa e Ribeiro, 2007; Ferreira *et al.*, 2008; Gorgievski e Stephan, 2016).

Como referido anteriormente, a decisão de empreender pode ser impulsionada pela necessidade ou pela oportunidade, apresentando o empreendedor tipos de motivação diferentes. O empreendedorismo por necessidade é geralmente motivado por uma mudança no estilo de vida, em que o empreendedor vê reduzido o seu rendimento, como são a reforma ou os despedimentos, ou resultante do desagrado do mesmo com a sua atual situação familiar ou laboral. Nestes casos, o ato de empreender acaba por ser involuntário. Por outro lado, o empreendedorismo de oportunidade é habitualmente incitado

pelo desejo de reconhecimento, desenvolvimento e realização pessoal e criação de riqueza, existindo da parte do empreendedor a vontade de ter o seu próprio negócio. Este último está também muito relacionado com o desejo de independência; «[p]eople want to be in charge of their own destinies» (Arthur e Hisrich, 2011, p. 36). A crise financeira de 2008, para além de despertar o empreendedorismo por necessidade, fez também aumentar o interesse no empreendedorismo de oportunidade, apresentando-o como uma opção viável de carreira (Ferreira *et al.*, 2008; van der Zwan, Thurik, Verheul e Hessels, 2016).

De acordo com van der Zwan *et al.* (2016), os empreendedores por necessidade têm geralmente um nível de escolaridade mais baixo do que os empreendedores de oportunidade e acreditam ser difícil abrir um negócio, referindo-se particularmente à falta de disponibilidade financeira. Em ambos os tipos de empreendedorismo, o empreendedor encontra-se frequentemente num ambiente instável e de incerteza, no qual precisa de tomar decisões importantes de forma rápida. Para tal, precisa de conhecer bem o negócio e a envolvente, tendo a capacidade de pensar e agir num curto espaço de tempo (Casson e Casson, 2014; Hisrich *et al.*, 2008).

A tarefa do empreendedor é a introdução de algo novo, estando este numa constante busca de melhoria e novas oportunidades, criando também à sua volta um ambiente mais propício à inovação (Arthur e Hisrich, 2011). Considerando o risco associado a um novo negócio, uma das competências essenciais para se ser empreendedor é, para além da tolerância ao risco, a aceitação do insucesso. Para conseguir ser bem-sucedido, é provável que o empreendedor passe antes por diversas tentativas que acabarão por falhar. Neste percurso, deve analisar o processo, detetar as falhas e aprender com os seus erros, de forma a conseguir, num próximo projeto, evitá-los e alcançar o sucesso (OCDE/BIAC, 2017).

2.2.3. Empreendedorismo em Portugal

A cultura nacional influencia o desenvolvimento do empreendedorismo num determinado país. Os portugueses são, naturalmente, avessos ao risco e à incerteza, tendo uma maior tendência a buscar a estabilidade numa empresa estabelecida do que a arriscar num novo negócio. Para além disto, ainda é comum uma atitude de condenação face ao insucesso, sendo visto como um sinal de incapacidade por parte do empreendedor e não como uma parte do processo (Ferreira *et al.*, 2008). No entanto, o empreendedorismo tem vindo progressivamente a ganhar espaço em Portugal, desempenhando atualmente «um papel determinante no dinamismo da economia nacional» (Informa D&B, 2017, p. 2). Face ao

desafio de garantir um desenvolvimento sustentável do país, a aceitação e promoção do empreendedorismo tem vindo a crescer, existindo já uma série de estruturas e incentivos à criação de novas empresas. A divulgação de casos de sucesso por parte da comunicação social e o conseqüente reconhecimento do empreendedor apresenta-se também como um fator motivacional para potenciais empreendedores (Ferreira *et al.*, 2008).

«As start-ups marcam tendências e têm um papel muito relevante na criação de emprego e renovação setorial» (Informa D&B, 2017, p. 2). Entre 2007 e 2014, cerca de 18% dos novos empregos gerados foram responsabilidade destas empresas. Em 2017 foram criadas em Portugal 40.326 novas empresas, sendo este o maior registo da última década. O número de encerramentos diminuiu, tendo-se registado 14.165 casos (Informa D&B, 2018b). Verifica-se um aumento da iniciativa individual, com quase metade das constituições (49%) a serem sociedades unipessoais, e também um menor investimento, com 53% das empresas a iniciar atividade com um capital social abaixo dos 5.000 euros. Relativamente à taxa de sobrevivência, «cerca de dois terços das empresas sobrevivem ao primeiro ano de atividade, mais de metade (53%) ultrapassam o terceiro ano e 42% atingem a idade adulta. No oitavo ano de atividade, apenas um terço das empresas mantém atividade» (Informa D&B, 2017, p. 3). Até abril de 2018 já tinham sido constituídas mais de 17.000 novas empresas, um aumento de 13,4% face ao período homólogo de 2017, tendo para tal contribuído principalmente os distritos de Lisboa, Porto e Setúbal (Informa D&B, 2018c).

De acordo com o GEM 2016/2017, 8,2% da população adulta (entre 18 e 64 anos) tinha recentemente iniciado um novo negócio ou estava a preparar-se para o fazer, estando o empreendedorismo português mais direcionado para a inovação (21% dos projetos). Uma percentagem considerável da população (29,5%) considerava existirem na sua área de residência boas oportunidades para um novo negócio e 42,4% acreditava reunir as competências e conhecimento necessários para o fazer. Dos indivíduos que não estavam envolvidos em nenhuma atividade empreendedora, apenas 13,3% mostrou interesse em iniciar um negócio dentro de 3 anos, tendo 38,1% dos indivíduos apontado que o receio do insucesso os impediu de perseguir uma boa oportunidade de negócio. Segundo os dados do relatório, podemos concluir que, em Portugal, o intra-empreendedorismo é ainda pouco relevante, com apenas 2,4% dos indivíduos a referir ter estado envolvido em atividades empreendedoras enquanto trabalhador por conta de outrem (GERA, 2017).

Em 2016, o empreendedorismo em Portugal era principalmente impulsionado pela oportunidade, com uma proporção 2,7 vezes superior ao empreendedorismo por necessidade, tendo 55,8% dos empreendedores por oportunidade agido na deteção de

uma oportunidade de melhoria. A maioria dos empreendedores eram do sexo masculino, com um rácio de 0,59 mulheres para cada homem, sendo este rácio mais equilibrado (0,8) quando se trata de empreendedores por oportunidade (GERA, 2017). Entre 2012 e 2016, 27,2% das mulheres revelou ter criado um novo negócio por necessidade (OCDE/EU, 2017). O empreendedorismo é visto como uma fonte de estatuto por 63,4% dos indivíduos, sendo considerado uma boa opção de carreira por 68,8% dos indivíduos (GERA, 2017). O investimento ainda é, na grande maioria dos casos (94%), da responsabilidade apenas do empreendedor, sendo apenas 2% os empreendedores que o fazem em conjunto com outras entidades investidoras (Informa D&B, 2017).

Após a análise feita no GEM 2016/2017 ao ecossistema empreendedor nacional, foram deixadas algumas recomendações. É mencionada a necessidade de reformular a legislação, no sentido de reduzir a burocracia e facilitar a criação e operação de uma nova empresa, bem como reduzir a carga fiscal, aumentar a divulgação dos programas e iniciativas governamentais e desenvolver modelos de financiamento específicos para empreendedores. Refere-se também a importância de alargar as estruturas de apoio, como as redes de mentores, e oferecer uma maior acessibilidade às incubadoras, no sentido de munir o empreendedor das ferramentas necessárias para desenvolver o negócio. A recomendação da existência de um maior investimento na educação para o empreendedorismo está em linha com o relatório da OCDE, que alerta para ausência desta matéria no currículo escolar, deixando Portugal atrás da média da União Europeia (GERA, 2017; OCDE/EU, 2017).

2.2.4. Programas de apoio ao empreendedorismo a nível académico

Com a crescente relevância do empreendedorismo no panorama nacional, tem aumentado a oferta de formação relacionada com a área (Ferreira *et al.*, 2008). Esta permite munir o potencial empreendedor das ferramentas necessárias para que compreenda o ecossistema empreendedor e esteja consciente de todos os passos a seguir para a criação de uma nova empresa, bem como dos desafios que irá enfrentar. Neste âmbito, devem ser abordadas temáticas como a gestão financeira, o planeamento estratégico e as diversas vertentes de *marketing* (Hisrich *et al.*, 2008).

No sistema escolar nacional não existe ainda uma formalização da educação para o empreendedorismo, sendo a oferta disponível principalmente a nível de ensino superior, em contexto de pós-graduação e mestrado. A criação de programas de apoio ao empreendedorismo, especialmente a nível académico, permite aos estudantes obter formação em áreas fulcrais ao desenvolvimento de um novo negócio, ao mesmo tempo

que estimula a criação e desenvolvimento de novas ideias, passíveis de dar resposta a necessidades não supridas. Para além das temáticas referidas, devem também ser desenvolvidas competências a nível de comunicação, colaboração, resolução de conflitos e gestão de recursos (Cesarini, 2017).

Ao formar os estudantes, é-lhes dada uma maior probabilidade de, utilizando o conhecimento adquirido, detetar lacunas existentes (Aslan, Duman, Sen, Duran e Atarbay, 2016). Este tipo de programas apresenta o empreendedorismo como uma alternativa viável ao emprego tradicional, fomentando o espírito criativo e de inovação, que deve ser trabalhado desde cedo (Cho e Honorati, 2013). Importa também despertar o interesse na aprendizagem constante e não apenas como preparação para o início do negócio. «Learning is imperative in the face of ongoing and rapid changes in modern work environments» (Keith, Unger, Rauch e Frese, 2016, p. 522).

O acompanhamento dos estudantes por parte de mentores com experiência empreendedora permite que estes tenham uma perceção mais real dos negócios. As instituições de ensino devem desenvolver, em conjunto com empresas e empreendedores, programas de *mentoring* e apostar nos estágios, de forma a ser possível ter formação *on the job* e aplicar os conhecimentos adquiridos (Aslan *et al.*, 2016; Cesarini, 2017).

2.2.4.1. Universidade Nova de Lisboa (UNL) – *Starters Academy* e NOVA *Idea Competition*

A *Starters Academy* consiste numa disciplina oferecida aos alunos das diversas faculdades da Universidade Nova de Lisboa (UNL) com o propósito de fomentar o espírito empreendedor e o desenvolvimento de novas ideias e novas empresas. Nela participam estudantes de diversas áreas e nacionalidades, o que permite a criação de equipas multidisciplinares e a troca de conhecimentos e experiências. Os alunos trabalham em equipas, com o objetivo de elaborar e apresentar um plano de negócios, tendo por base todas as temáticas lecionadas. Para além das aulas, é também promovido o contacto com *start-ups*, através de visitas a incubadoras (UNL, 2018b).

A UNL promove também o NOVA *Idea Competition*, um concurso anual de planos de negócios elaborados por equipas de alunos de diversas áreas da Universidade, sendo também desenvolvidos *workshops* e conferências como forma de motivar a criação de novas ideias e negócios (UNL, 2018a).

2.2.4.2. Clube de Empreendedorismo da Universidade do Porto (CEdUP)

A Universidade do Porto promove o espírito empreendedor junto da sua comunidade académica através do Clube de Empreendedorismo. Este desenvolve diversas iniciativas e estabelece parcerias com empresas, com o propósito de oferecer aos alunos formação e contacto com empreendedores. Com o objetivo de analisar os motivos do fracasso de outros negócios, promove as *Fuck Up Nights*, fomentando o espírito crítico e a aprendizagem através do erro. Para a divulgação de novos produtos e serviços, existe a *Startup Fest*. Por sua vez, o *BUZZ Internship*, um programa de estágios de curta duração, permite que todos os alunos da Universidade do Porto tenham contacto com a realidade das *start-ups* (CEdUP, 2018).

2.2.4.3. Universidade do Algarve - CRIA UAlg

O CRIA é a divisão de empreendedorismo e transferência de tecnologia da Universidade do Algarve, cujo propósito é apoiar a constituição de novas empresas e e fomentar relações entre alunos, investigadores e empresas. Uma das suas principais áreas de atuação consiste na promoção do empreendedorismo entre a comunidade académica, através de formação em áreas ligadas ao mesmo, colaboração entre alunos e entidades empresariais, bem como a organização de concursos de ideias e incubação física e virtual, existindo uma grande aposta na inovação tecnológica (CRIA, 2018).

2.2.4.4. Poliempreende

O Poliempreende é um concurso de ideias anual promovido desde 2003 por um conjunto de instituições do ensino superior, da qual o Instituto Politécnico de Lisboa faz parte, com o propósito de desenvolver competências e fomentar o espírito empreendedor dos estudantes. A coordenação do concurso é rotativa, sendo os três melhores projetos a nível regional e nacional premiados de forma monetária (Poliempreende, 2018).

2.2.5. Incubação

Com a crescente relevância do empreendedorismo no panorama mundial, começaram a ser desenvolvidas infraestruturas de apoio aos empreendedores e novos negócios (Lukes, Longo e Zouhar, 2018). As incubadoras promovem uma cultura empreendedora e um ambiente favorável à inovação, prestando apoio técnico, logístico e administrativo aos empreendedores, de forma a possibilitar-lhes o desenvolvimento de um negócio

sustentável e de sucesso (Aerts, Matthyssens e Vandembemt, 2007; Chan e Lau, 2004; Engelman, Fracasso e Brasil, 2011; Grimaldi e Grandi, 2007; Schwartz, 2010).

É geralmente proporcionada assistência ao nível de desenvolvimento do negócio, desde apoio à elaboração do plano de negócios à definição de estratégias de marketing e apoio a nível financeiro (Aerts *et al.*, 2007; Grimaldi e Grandi, 2007; Obaji, Olugu e Obiekwe, 2015; Schwartz, 2010), combatendo a falta de recursos ou conhecimentos internos da nova empresa (Lukes *et al.*, 2018). Pode também ser oferecida a opção de trabalho em regime de *cowork*, num espaço partilhado, reduzindo custos face a um comum arrendamento de escritório. Estes moldes de trabalho promovem o *networking* e a partilha de experiências, conhecimentos e recursos entre os vários empreendedores, possibilitando a criação de uma rede de clientes e fornecedores entre os incubados (Aerts *et al.*, 2007; Chan e Lau, 2004; Schwartz, 2010). A associação do novo negócio a uma incubadora permite-lhe ganhar alguma credibilidade no mercado (Schwartz, 2010), bem como ter acesso a recursos e acompanhamento, como é o caso do *mentoring*, que serão favoráveis à promoção da sobrevivência do novo negócio (Ayatse, Kwahar e Iyortsuun, 2017; Grimaldi e Grandi, 2007; Lukes *et al.*, 2018).

A incubação acrescenta, deste modo, valor ao novo negócio, promovendo o seu desenvolvimento e crescimento. Por consequência, promove também o desenvolvimento económico local e nacional, uma vez que os novos negócios permitem a criação de emprego e de riqueza na região em que se encontram. O modelo de trabalho da incubadora ser, então, adaptado ao contexto em que esta se encontra, de forma a ser possível dar resposta às necessidades específicas do mesmo (Al-Mubarak e Busler, 2011; Ayatse *et al.*, 2017; Lukes *et al.*, 2018; Obaji *et al.*, 2015).

2.3. Financiamento e desenvolvimento de novos negócios

Aquando do desenvolvimento do negócio, o empreendedor tem de definir qual fonte de financiamento a utilizar, sendo necessário compreender quais os custos inerentes e o risco associado, existente tanto no autofinanciamento como no financiamento externo. Tendencialmente, no início do negócio, podem ser feitas previsões demasiado otimistas, sobrestimando as receitas e subestimando os custos, o que pode resultar na incapacidade de dar resposta às necessidades de exploração da empresa (Ferreira *et al.*, 2008). É fundamental que o empreendedor elabore um plano de negócios que inclua um orçamento realista e defina corretamente as necessidades de financiamento. No cálculo do montante de financiamento necessário devem incluir-se não só investimentos de maiores dimensões, como em ativos fixos tangíveis, como também as necessidades de financiamento a nível

operacional, definindo um fundo de maneiio (Costa e Ribeiro, 2007; Ferreira *et al.*, 2008). No sentido de desenvolver o plano da forma mais completa e correta possível, o empreendedor pode recorrer à ajuda de profissionais como contabilistas, advogados ou consultores (Leifels e Metzger, 2015), uma vez que a produção de informação precisa transmite credibilidade e facilita o acesso ao crédito (ACCA, 2014). O plano deve ser preparado para dar resposta às questões não só dos investidores, mas de todos os *stakeholders*, como funcionários, fornecedores e clientes, por exemplo.

A obtenção de financiamento é uma das maiores dificuldades de um novo negócio, especialmente se este tiver por base um serviço ou produto totalmente novo. O interesse central dos investidores é a capacidade de a empresa reembolsar o capital, rendendo juros, dentro de um determinado período de tempo. Não dispondo ainda de dados concretos que comprovem a sua fiabilidade, um novo negócio tem maior dificuldade em obter financiamento do que um negócio estabelecido, que dispõe de histórico de crédito e garantias (Hisrich *et al.*, 2008; Leifels e Metzger, 2015). De acordo com a OCDE, a legislação pouco adaptada à realidade do empreendedorismo apresenta-se como uma barreira ao financiamento, notando a necessidade de facilitar o acesso das micro e pequenas empresas a este (OCDE/BIAC, 2017).

2.3.1. Fontes de financiamento

Após definir qual o montante de investimento necessário, o empreendedor terá de seleccionar de que fonte o irá obter.

2.3.1.1. Autofinanciamento

A principal fonte, e o primeiro recurso, será o autofinanciamento, ou seja, a utilização de recursos próprios do empreendedor, como poupanças. Neste caso, é necessário analisar cuidadosamente o impacto da utilização desses recursos no novo negócio e se estes não serão necessários para outro fim (Costa e Ribeiro, 2007; Hisrich *et al.*, 2008). O investimento em capital próprio apresenta-se como um sinal positivo para potenciais investidores, provando que o empreendedor acredita no projeto e está disposto a arriscar (Ferreira *et al.*, 2008).

2.3.1.2. Familiares e amigos

Seguidamente ao autofinanciamento, a fonte mais comum de financiamento é o núcleo familiar e de amigos, que o fazem habitualmente em pequenos montantes. Neste tipo de financiamento, é importante que o empreendedor mantenha a mesma postura profissional

que teria com qualquer outro investidor, não confundindo a relação pessoal com a profissional (Ferreira *et al.*, 2008; Hisrich *et al.*, 2008).

2.3.1.3. Empréstimos bancários

Os empréstimos bancários são uma das principais fontes de financiamento externo. Os empreendedores recorrem a este tipo de empréstimos para suprir as suas necessidades de financiamento a curto e longo prazo, sendo esta fonte de financiamento privilegiada pela cultura empresarial portuguesa (Ferreira *et al.*, 2008). Considerando a falta de opções de empréstimo pensadas para empreendedores, estes estão muitas vezes sujeitos a taxas de juro muito elevadas, com o propósito de cobrir o alto risco que um novo negócio comporta. Os custos associados ao empréstimo podem revelar-se um obstáculo e desencorajar o recurso a este tipo de investimento (OCDE, 2015). De acordo com Sucuahi (2013), os empreendedores preferem tendencialmente recorrer ao crédito em vez de utilizar os excedentes de lucro da empresa para reinvestir no negócio.

2.3.1.4. Capital de Risco

De acordo com IAPMEI (2016, p. 5), «[o] Capital de Risco pode ser definido como uma forma de investimento empresarial, com o objectivo [*sic*] de financiar empresas, apoiando o seu desenvolvimento e crescimento, com fortes reflexos na gestão». Proporciona aos investidores um forte potencial de rentabilização do seu investimento, associado ao elevado nível de risco, sendo o investimento feito a médio ou longo prazo (entre 3 a 10 anos) (OCDE, 2015). Contrariamente ao que acontece num empréstimo bancário, os investidores de capital de risco não recebem uma amortização de capital, estando os seus lucros ou prejuízos diretamente ligados ao sucesso ou insucesso do novo negócio. O investidor ou a sociedade de capital de risco investe em capital social, tornando-se acionista, geralmente minoritário, da empresa e participando diretamente no risco associado ao projeto (Costa e Ribeiro, 2007). O seu objetivo principal é «financiar pequenas empresas, em início de actividade [*sic*] ou transformação e expansão, apoiando o seu desenvolvimento e crescimento» (IAPMEI, 2006, p. 7). Para além do investimento financeiro, os investidores de capital de risco oferecem apoio à gestão do negócio, através de partilha de conhecimento, consultoria e *mentoring* (Ferreira *et al.*, 2008; OCDE, 2015).

2.3.1.5. Business Angels

Os *business angels* (BA) são investidores a título individual que aplicam o seu próprio dinheiro em condições semelhantes às referidas supra para o capital de risco, com vista à

obtenção de rentabilidade elevada. A sua carteira de investimento é geralmente variada, com o objetivo de colmatar eventuais prejuízos com os lucros de um outro negócio, uma vez que o capital não é garantido neste tipo de investimento (Ferreira *et al.*, 2008; OCDE, 2015). Esta fonte de financiamento representa uma oportunidade interessante para novos negócios, uma vez que o investidor se envolve também no projeto. Os BA «investem o seu capital, conhecimentos e experiência em projetos promovidos por empreendedores, que se encontram em início de atividade ou em fases críticas de crescimento» (IAPMEI, 2016), onde aplicam o seu *know-how* e rede de contactos em prol do novo negócio. Muitos dos BA são empreendedores bem-sucedidos interessados em apoiar o desenvolvimento de novos projetos com o seu conhecimento empírico. Têm habitualmente uma participação minoritária na empresa, mantendo o controlo na mão do empreendedor. Encontram-se usualmente numa posição financeira privilegiada e aguardam a oportunidade certa para investir, pelo que é fundamental para o empreendedor em busca de investimento ser capaz de apresentar não só o produto ou serviço mas também a si próprio de forma atrativa (OCDE, 2015).

2.3.1.6. Crowdfunding

O *crowdfunding* é um método utilizado «to raise external finance from a large audience, rather than a small group of specialized investors [...], where each individual provides a small amount of the funding requested» (OCDE, 2015, p. 53). Este financiamento pode ser obtido *online*, através de plataformas criadas para o efeito ou redes sociais, sendo utilizada não para financiar a empresa em si, mas um projeto, produto ou serviço específico. Para além de ser uma boa solução para novos projetos ou que buscam um investimento razoavelmente reduzido, é também uma forma de os partilhar com um grande número de pessoas, dando-o a conhecer antecipadamente e permitindo recolher *feedback* sobre o mesmo (OCDE, 2015).

Esta forma de financiamento tem vindo a ganhar relevância na última década, sendo principalmente utilizada por organizações sem fins lucrativos. É feita principalmente através de três vertentes: donativos, recompensas/patrocínio e pré-vendas. Os donativos são a forma mais comum para a organizações sem fins lucrativos, não existindo qualquer tipo de retorno para o investidor. A segunda vertente implica a existência de uma recompensa, como um produto ou serviço ou a divulgação do indivíduo, empresa ou marca enquanto investidor. As pré-vendas, por sua vez, permitem ao empreendedor reunir os fundos necessários à produção ou desenvolvimento de determinado produto ou serviço, em troca do acesso antecipado ou a um preço mais baixo do mesmo para o investidor (OCDE, 2015).

2.3.1.7. Sistemas de incentivos

A iniciativa Portugal 2020, resultante de uma parceria entre o governo nacional e a Comissão Europeia, atribui financiamento a diversos projetos, considerando a sua área geográfica e de atuação. No âmbito desta iniciativa foi criado o Sistema de Incentivos à Inovação Produtiva e Empreendedorismo Qualificado Criativo, com o objetivo de promover o espírito empreendedor e reforçar a inovação. Neste caso, o financiamento atribuído ronda uma percentagem base de 30% a 40% das necessidades totais de financiamento apresentadas para o projeto (AERLIS, 2018; Portugal 2020, 2018a).

O Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e ao Emprego (SI2E) é também um projeto associado ao Portugal 2020 que, por sua vez, oferece pequenos valores de financiamento para desenvolvimento de negócios a nível local, especialmente incidente nas regiões do interior. Promove a colaboração com as entidades locais e complementa a oferta de incentivos, geralmente mais dirigida a investimentos de grande porte (Portugal 2020, 2018b).

2.3.2. Incentivos ao desenvolvimento de novos negócios

A promoção da cultura empreendedora em Portugal tem levado à criação de programas de incentivo à criação de novos negócios e a concursos de ideias.

A Acredita Portugal é uma das principais impulsionadoras do empreendedorismo nacional. Esta organização sem fins lucrativos pretende desenvolver o potencial empreendedor da população portuguesa, através da oferta formativa e da promoção do concurso de empreendedorismo a que dá nome. O concurso, dividido em diversas etapas, «tem como objetivo premiar os melhores projetos e ajudar todos os portugueses a desenvolver as suas ideias empreendedoras» (Acredita Portugal, 2018). Nele podem ser inscritas ideias novas ou que já tenham sido colocadas em prática, mas necessitem de um acompanhamento especializado no sentido de serem desenvolvidas. Estas são avaliadas por um júri composto por figuras relevantes do panorama nacional, sendo atribuídos diversos prémios, para além do monetário, como descontos em produtos e serviços essenciais à criação e desenvolvimento de uma nova empresa e voucher para formação (Acredita Portugal, 2018).

As iniciativas levadas a cabo pela União Europeia para promover o empreendedorismo deram origem à Bolsa do Empreendedorismo, um conjunto de ações da responsabilidade dos representantes da Comissão Europeia em Portugal. A edição de 2018 pretende incentivar o investimento e o emprego, privilegiando projetos de base tecnológica com o

propósito de «reforçar a capacitação cívica e a participação ativa dos cidadãos na vida democrática» (Bolsa do Empreendedorismo, 2018). Para tal, contempla o *Elevator Pitch*, um concurso de ideias onde os empreendedores têm a oportunidade de desenvolver a sua ideia de negócio com acesso a formação e *mentoring* e atribuição de prémios monetários.

2.4. Súpula da revisão da literatura

A literacia financeira e o empreendedorismo são dois temas que têm vindo a ganhar relevância, não só no panorama nacional como a nível internacional. Com a globalização e a digitalização de produtos e serviços, tudo se encontra mais acessível, obrigando a um maior controlo.

Após o início da crise, em 2008, ficou claro que o nível de literacia das populações é, em geral, baixo. De forma a que os indivíduos possam ter uma vida financeiramente estável, é necessário que compreendam a importância do dinheiro e saibam como utilizá-lo. A literacia financeira implica a compreensão de conceitos e produtos financeiros, de forma a que os consumidores tomem decisões conscientes e informadas, selecionando produtos que estejam de acordo com as suas necessidades e características. A capacidade de gerir os seus recursos no dia-a-dia alerta para a importância da educação financeira, uma vez que o nível de literacia é benéfico não só a nível individual, mas também na promoção da estabilidade económica.

O sistema bancário é cada vez mais complexo, com um leque de produtos a alargar de dia para dia. Para alcançar o bem-estar financeiro, os consumidores carecem de conhecimento suficiente que lhes permita compreender as especificidades de cada produto financeiro, no sentido de amenizar a ansiedade e muni-los das ferramentas necessárias para fazer escolhas acertadas, uma vez que estes são cada vez mais responsáveis pela sua estabilidade financeira. Um indivíduo financeiramente letrado é tendencialmente mais envolvido no mercado financeiro, conhecendo e contratando mais produtos. Por oposição, a iliteracia financeira leva a uma autoexclusão do sistema bancário; ao não compreender os produtos, o consumidor prefere não os utilizar. A disponibilização dos produtos através de canais digitais facilita a contratação e propicia a escolha sem análise cuidada. Neste sentido, é importante que também as entidades bancárias desenvolvam esforços no sentido de informar os seus clientes acerca dos produtos, não associando qualquer estratégia de vendas.

De acordo com o estudo de 2014 da *Standard & Poor's*, apenas um em cada três indivíduos era financeiramente letrado. As mulheres e os indivíduos com menores rendimentos e escolaridade foram apontados como os grupos com menor nível de literacia financeira,

estabelecendo-se uma relação positiva desta com escalões mais altos de escolaridade e rendimento. Um indivíduo com um nível de literacia financeira compreende conceitos e é capaz de planear a sua vida financeira, possui hábitos de poupança, antecipa potenciais imprevistos e constitui para estes um fundo de maneio. No sentido de obter maior rendimento com as suas poupanças, este indivíduo conhece e compara produtos de poupança e investimento, selecionando os que mais se adaptam às suas características e perfil de risco. Na população em geral, a poupança tem maioritariamente um carácter reativo, apresentando-se como um recurso face a uma diminuição de rendimento e consistindo, neste caso, numa redução de despesas.

A educação financeira é benéfica para todos os indivíduos, devendo ser introduzida na realidade individual desde cedo. No seio familiar, as crianças devem aprender a importância do dinheiro e como este é ganho e gasto. A inclusão dos mais jovens na vida financeira da família ajuda-os a tomar consciência da necessidade de planeamento e das consequências que as más decisões financeiras podem ter. Neste âmbito, é muito importante passar exemplos positivos, fomentando a responsabilidade e autonomia financeira. É também defendida por diversos autores e instituições a inclusão da educação financeira no currículo escolar. Tanto em contexto escolar como familiar, a formação deve ser adaptada à idade, realidade e fase da vida de cada indivíduo, ajudando-o a tirar o melhor partido e planear para o futuro. Até ao momento, as iniciativas que apresentaram melhores resultados utilizaram os canais digitais e focaram-se no apoio à tomada de decisão individual.

A realização do 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, em 2015, permitiu analisar comparativamente o nível de literacia face a 2010 e avaliar as medidas tomadas no seguimento do 1º Inquérito. Este reflete, a nível nacional, a tendência de monitorização dos níveis literacia financeira, com o propósito de criar medidas para a sua melhoria. Analogamente, a população nacional apresenta uma maior adesão ao sistema bancário, verificando-se ainda o desconhecimento face a opções mais recentes, como os Serviços Mínimos Bancários. A poupança é um hábito atualmente mais presente na vida dos portugueses, com os indivíduos que não poupam a justifica-lo com a falta de rendimento suficiente. A maioria dos portugueses possui um fundo de maneio suficiente para fazer face ao valor correspondente das despesas fixas de 1 a 3 meses, abaixo do aconselhado pelos especialistas da área, que apontam como ideal o correspondente a cerca de 6 meses. Apesar deste comportamento relativo à poupança, apenas uma pequena percentagem dos portugueses tem contratados produtos de investimento. Esta reduzida adesão é justificada pela falta de conhecimento acerca dos produtos e seu

funcionamento e pela aversão ao risco. Quem o faz, por seu lado, procura um rendimento mais elevado do que o oferecido pelos instrumentos de poupança tradicionais. Aquando da escolha de um produto financeiro, a população portuguesa rege-se maioritariamente pelo aconselhamento dos profissionais das instituições financeiras, amigos e familiares. O inquérito revelou ainda, como detentores do menor grau de literacia financeira, os estudantes, desempregados e reformados, apresentando resultados concordantes com os estudos internacionais que associam este tipo de literacia ao rendimento e escolaridade.

No sentido de promover a literacia financeira, têm sido desenvolvidos esforços e criado programas por parte dos governos e instituições de cada país. Em Portugal, após a realização do 1º Inquérito, em 2010, foi elaborado um Plano Nacional de Formação Financeira, com o propósito de educar financeiramente a população. Através do *website* Todos Contam, a CNSF disponibiliza informação relativa a produtos financeiros, poupança, investimento e orçamentação, bem como uma plataforma de *e-learning*. Os conteúdos são adaptados a diversas idades e fases da vida, disponibilizando jogos e vídeos que tornam a aprendizagem mais atrativa para as crianças. As plataformas digitais, em particular os blogues, desempenham também um papel importante na promoção do conhecimento financeiro e ganharam maior relevância também no período de crise, em que muitos portugueses procuravam uma forma de “esticar” o seu rendimento. Através da simplificação de conceitos, partilha de dicas e divulgação de produtos ou serviços, os *bloggers* nacionais focados nas áreas de poupança e finanças pessoais têm contribuído para uma maior atenção dos consumidores à sua saúde financeira. A troca de experiências que estes oferecem enquanto consumidores aproxima-os dos seus leitores, motivando a população a ter uma maior atenção à forma como gasta o seu dinheiro.

A literacia financeira é fundamental não só para a vida pessoal, como também para a vida profissional e empresarial. Enquanto empreendedor, o indivíduo está inserido num ambiente de insegurança e instabilidade, sendo obrigado a tomar decisões e agir em períodos muito reduzidos de tempo. Para conseguir fazê-lo de forma eficaz e tomar boas decisões para o seu negócio, precisa de conhecer e compreender as opções disponíveis e estar ao corrente da situação e necessidades financeiras da empresa. Os hábitos financeiros passam, muitas vezes, da esfera pessoal para a esfera empresarial, independentemente de serem positivos ou negativos. De forma a conseguir desenvolver o novo negócio de forma sustentável, o empreendedor deve saber interpretar a informação contida nas demonstrações financeiras. Esta permitir-lhe-á saber qual a realidade financeira do projeto, conhecer os rendimentos e despesas, bem como necessidades de

financiamento. Apenas ao analisar esta informação será possível ao empreendedor gerir de forma mais eficaz o seu negócio, otimizando processos e reduzindo custos.

O empreendedorismo consiste na criação de algo novo com o propósito de dar resposta a necessidades insatisfeitas. Apresenta-se como um processo onde, inicialmente, o empreendedor deteta uma oportunidade de inovação ou melhoria, referente a um produto, serviço ou processo, geralmente na sua área de conhecimento e atuação. De seguida, toma a decisão de explorar essa oportunidade, assumindo o risco inerente. Esta atuação é tão mais provável quanto maior seja o valor percebido da oportunidade e maior seja o rendimento passível de obter através da sua exploração. Empreender não é uma condição nata e é possível aprender a fazê-lo, sendo que, neste caso, a formação aumenta a probabilidade de sucesso de um novo negócio. A atitude empreendedora é influenciada por diversos fatores, com a educação, experiência profissional e personalidade do indivíduo. Este é habitualmente motivado, perseverante, criativo, independente e tolerante ao risco.

Quando tomam a decisão de empreender, os indivíduos fazem-no por necessidade ou após detetarem uma oportunidade. O empreendedorismo por necessidade está associado a uma perda ou redução do rendimento, como é o caso de desemprego, tendo este tipo de empreendedorismo sido impulsionado pela mais recente crise. Este tipo de empreendedores considera, geralmente, mais difícil iniciar um novo negócio por falta de disponibilidade financeira. O empreendedorismo de oportunidade, por sua vez, está associado ao desejo de reconhecimento, realização pessoal e independência. Atualmente, o empreendedorismo é já mais aceite e até divulgado, sendo os empreendedores bem-vistos pela sociedade. Este comportamento tem levado a uma maior proliferação do empreendedorismo de oportunidade.

Apesar da crescente atenção à temática do empreendedorismo nas últimas décadas, esta atitude remonta a um período anterior à Idade Média, com os comerciantes a apresentarem-se como os primeiros empreendedores da História. A ligação ao risco, por sua vez, apenas se iniciou no século XVII, uma vez que os indivíduos eram contratados a um preço fixo para venda de produtos, sendo totalmente responsáveis pelos lucros ou prejuízos que daí obtivessem. O empreendedorismo desempenhou ainda um papel importante na Revolução Industrial, sendo este um período de diversas inovações. Foi também neste período que começou a ser utilizada a prática de obtenção de investimento, uma vez que os empreendedores tinham ideias de negócio que não conseguiam pôr em prática por falta de financiamento. A inovação apenas começou a ser englobada no conceito em meados do século XX, sendo hoje uma parte relevante do mesmo.

Os portugueses são, em geral, avessos ao risco e evitam ambientes de incerteza, preferindo a estabilidade de trabalhar por conta de outrem e olhando negativamente o insucesso. Contudo, o empreendedorismo tem vindo a ganhar relevância na economia nacional, contribuindo para o desenvolvimento sustentável do país e ganhando adeptos através da divulgação de casos de sucesso. O tecido empresarial é, a nível global, composto maioritariamente por micro, pequenas e médias empresas. As *start-ups*, por sua vez, desempenham um papel importante na criação de emprego, tendo sido responsáveis por 18% do emprego criado entre 2007 e 2014.

Os empreendedores nacionais apresentam uma maior iniciativa a nível individual, tendo 49% das novas empresas, em 2017, sido constituídas sob a forma jurídica de sociedades unipessoais. De acordo com o GEM 2016/2017, o empreendedorismo é principalmente direcionado para a inovação tecnológica. Em Portugal, o empreendedorismo de oportunidade representa 2,7 vezes o empreendedorismo por necessidade, sendo a maioria dos empreendedores do sexo masculino. O relatório apresenta como recomendações o aumento das redes de mentores e a criação de modelos de financiamento adaptados a novos negócios.

Com o objetivo de promover a cultura empreendedora e o espírito crítico e de inovação, existem já algumas iniciativas a nível académico. Como exemplos, temos a Universidade Nova de Lisboa, a Universidade do Porto e a Universidade do Algarve, que dispõem de disciplinas, clubes e departamentos que promovem o desenvolvimento de novas ideias e a criação de novos negócios. Para além destas iniciativas, é ainda promovido o Poliemprende, um concurso de ideias nacional levado a cabo por uma rede de instituições do ensino superior, com prémios a nível regional e nacional.

Acompanhando a crescente relevância do empreendedorismo, foram desenvolvidas estruturas de apoio, como incubadoras. Estas propiciam um ambiente favorável à inovação e desenvolvimento de novos negócios, apoiando o empreendedor em diversas áreas do negócio. Através da incubação, o empreendedor consegue muitas vezes reduzir os custos inerentes à criação de um novo negócio (a nível de espaço de trabalho, por exemplo), bem como desenvolver uma rede de contactos e obter aconselhamento e mentoria. Este apoio agrega, então, valor ao negócio, no sentido do seu crescimento sustentável.

Ao dar início a um novo negócio, o empreendedor precisa de definir o montante de financiamento necessário para o arranque do projeto. É necessário, neste momento, elaborar um plano realista, não fazendo previsões demasiado otimistas, e bem-estruturado, no sentido de facilitar o acesso ao financiamento. Para tal, o empreendedor pode recorrer a profissionais, como contabilistas ou consultores, de forma a garantir que o plano é o mais

preciso possível. Esta é a melhor forma de colmatar a falta de garantias e historial de crédito do novo projeto. A nível em investimento, o empreendedor pode recorrer a várias fontes: autofinanciamento, família e amigos, empréstimo bancário, capital de risco, *business angels*, *crowdfunding* ou sistemas de incentivos.

O autofinanciamento é o tipo de financiamento mais comum, em que os empreendedores aplicam os seus próprios recursos. Este é um sinal positivo para os investidores externos, provando que o empreendedor acredita no projeto e está disposto a correr o risco inerente à utilização dos seus próprios fundos. O recurso de financiamento seguinte é o núcleo familiar e de amigos, que investem geralmente pequenos montantes no negócio. Neste contexto, é necessário criar um ambiente profissional e tratar este financiamento como qualquer outro financiamento externo.

O empréstimo bancário é a fonte de financiamento formal externo mais utilizado em Portugal. Em resultado do risco inerente a um negócio que não apresenta ainda resultados concretos e provas da sua capacidade de restituir o valor emprestado, são geralmente aplicadas taxas de juro elevadas, que resultam em custos relevantes desse capital.

O capital de risco é a solução de investimento mais direcionada para os novos negócios, podendo ser atribuído por sociedades ou a título individual. Este permite um retorno elevado do capital investido, estando o rendimento do investidor dependente do sucesso da empresa. Como tal, o investidor, que se torna acionista, envolve-se no sentido de ajudar a desenvolver o negócio. Para além de capital, os investidores e sociedades de capital de risco oferecem ainda apoio à gestão, consultoria e *mentoring*.

Os *business angels* são investidores individuais cujo financiamento funciona em moldes muito semelhantes ao capital de risco. Muitos deles são empreendedores de sucesso que pretendem ajudar novos negócios a crescer e ser bem-sucedidos, promovendo o desenvolvimento de novas ideias. A sua carteira de investimentos é variada, com o objetivo de poder colmatar o eventual prejuízo de uma empresa com os lucros de outras. Para tal, para além do investimento de capital, colocam ao seu dispor da empresa a sua experiência, conhecimento, *know-how* e rede de contactos. Tendo em consideração a sua situação financeira, os *business angels* analisam cuidadosamente os seus investimentos, sendo necessário que o produto ou serviço, bem como o próprio empreendedor, sejam apresentados de forma atrativa.

O *crowdfunding* é a fonte de financiamento que mais tem crescido na última década. É feito através de plataformas *online* próprias para o efeito e redes sociais, sendo utilizado para financiar serviços ou produtos específicos. Neste tipo de investimento, uma série de indivíduos investe, a título individual, um pequeno valor, podendo este investimento ser

feito numa base de donativo ou obtida uma pequena recompensa ou desconto no produto ou serviço em causa. Para além de obtenção de capital, este meio de financiamento permite ainda a divulgação do produto ou serviço, bem como a obtenção de *feedback* sobre o mesmo.

Portugal e a Comissão Europeia estabeleceram uma parceria com o objetivo de financiar projetos nacionais – o Portugal 2020. Este financiamento é feito através de sistemas de incentivos, que atribuem ao empreendedor uma percentagem do montante total necessário de investimento. A nível nacional, como forma de incentivar o desenvolvimento de novas ideias e criação de novas empresas, são ainda promovidos concursos de ideias, como o Acredita Portugal e a Bolsa de Empreendedorismo. Em ambos é utilizada uma abordagem combinada, disponibilizando capital, formação, consultoria e *mentoring*, no sentido de munir os empreendedores das ferramentas necessárias ao desenvolvimento do novo negócio.

2.5. Hipóteses de investigação

Em resultado da revisão da literatura, foram desenvolvidas cinco hipóteses de investigação, que serão confrontadas com os dados recolhidos no estudo empírico (Quivy e Campenhoudt, 2005).

De acordo com Klapper *et al.* (2016) e Singhry e Bogoro (2016), a propensão para a criação de novos negócios está associada a um elevado nível de literacia financeira. Pretende-se, então, verificar esta realidade.

H1: Os empreendedores possuem um bom nível de literacia financeira.

Os resultados do 2º Inquérito à Literacia Financeira da população portuguesa (CNSF, 2016) revelam uma tendência por parte dos indivíduos para sobrestimar o seu nível de conhecimentos financeiros. A investigação irá verificar se os empreendedores seguem a mesma tendência.

H2: Os empreendedores sobrestimam os seus conhecimentos financeiros.

O estudo de Leifels e Metzger (2015) indica que os empreendedores com um maior nível de literacia são mais resilientes. Verificaremos esta questão, relativamente à capacidade de lidar com o insucesso aquando da criação de um negócio.

H3: Os empreendedores financeiramente letrados são mais resilientes.

Os empreendedores podem agir com base numa oportunidade ou motivados pela necessidade. De acordo com o GERA (2017), em Portugal, o empreendedorismo de

oportunidade está a ganhar terreno face ao empreendedorismo por necessidade, apesar de este último ter sido impulsionado pela mais recente crise financeira.

H4: Os empreendedores agem principalmente com base na oportunidade.

Atualmente, são promovidas diversas iniciativas, a nível governamental e académico, com o objetivo de promover o espírito empreendedor e o desenvolvimento de novas ideias. Será analisado o impacto destas na atitude empreendedora.

H5: Os empreendedores são influenciados pela frequência de programas de formação em empreendedorismo.

3. Metodologia

No presente capítulo, será descrita a metodologia utilizada para o desenvolvimento do estudo empírico, nomeadamente os instrumentos utilizados para a recolha de dados, informação sobre a amostra e o tipo de análise realizada para tratamento dos dados obtidos.

3.1. Instrumento de pesquisa e recolha de dados

Para a obtenção de dados primários do presente estudo empírico, foi utilizado um instrumento de observação indireta – o inquérito por questionário (Quivy e Campenhoudt, 2005). Este instrumento de pesquisa permitirá testar as hipóteses formuladas no capítulo anterior através das relações estabelecidas entre as variáveis (Barañano, 2004).

O questionário, que pode ser consultado no Apêndice A, foi dividido em três partes. Na primeira parte foram colocadas algumas questões sociodemográficas, com o objetivo de caracterizar a amostra em estudo. Na segunda parte foi avaliado o nível de literacia financeira dos empreendedores, bem como feita uma autoavaliação por parte dos mesmos, sendo disponibilizada uma definição do conceito. As questões colocadas tiveram por base os estudos de Lusardi e Mitchell (2011) e de Klapper *et al.* (2016), bem como o 2º Inquérito de Literacia Financeira à população portuguesa (CNSF, 2016). Na terceira e última parte foram colocadas questões relativas ao negócio em questão e à experiência do indivíduo enquanto empreendedor.

Uma vez que o questionário foi dirigido aos fundadores e cofundadores das empresas, e antecipando a sua possível falta de disponibilidade para a colaboração na recolha dos referidos dados, este foi desenvolvido com o objetivo de poder ser respondido num curto espaço de tempo. Neste sentido, o nível de literacia financeira foi avaliado na sua vertente de conhecimento, a nível matemático (Oseifuah, 2010), contemplando questões de numeracia e compreensão de conceitos financeiros.

Relativamente ao tipo de questões, o questionário apresenta-se como misto, contemplando questões abertas e fechadas, com o objetivo de «obter informação qualitativa para complementar (...) a informação quantitativa obtida pelas outras variáveis» (Hill e Hill, 2009, p. 95). Em algumas questões recorreu-se à escala de Likert, sendo apresentadas cinco alternativas de resposta (Hill e Hill, 2009; Pereira, 2004).

3.2. Recolha de dados

Para a aplicação do questionário e recolha dos dados, os empreendedores foram contactados via e-mail e/ou telefone, consoante os dados de contacto disponíveis. Dos empreendedores contactados via telefone, apenas um respondeu ao questionário pela mesma via, tendo os restantes solicitado o envio do mesmo por e-mail.

O questionário foi colocado entre 18 de junho de 2018 e 23 de agosto de 2018, estando disponível online, através de uma hiperligação², durante este mesmo período. No e-mail que continha a hiperligação do questionário foi também feita uma breve explicação do seu contexto de investigação académica, bem como do objetivo principal do mesmo.

3.3. Amostra

De acordo com Hill e Hill (2009) e Barañano (2004) a amostragem poderá ser aleatória (ou probabilística) ou não aleatória (ou não probabilística). Apesar de o recurso a um método de amostragem aleatória ser preferível aquando de uma investigação, uma vez que permitirá generalizar os resultados obtidos a partir da amostra para o Universo populacional, nem sempre é possível recorrer a este tipo de métodos. No presente estudo, considerando a limitação de recursos e tempo, recorreu-se ao método de amostragem não aleatória por conveniência, sendo a amostra selecionada «de forma arbitrária em função da conveniência da pesquisa» (Barañano, 2004, p. 91).

A amostra é constituída por 125 inquiridos. Para a sua obtenção, foram contactadas 728 empresas, cujos dados de contacto foram obtidos através das listas públicas divulgados nos sites incubadoras e centros de apoio ao desenvolvimento empresarial nacionais (688 empresas, tendo apenas 655 endereços de e-mail ou telefone ainda válidos), divulgação em grupos de empreendedorismo (redes sociais LinkedIn e Facebook) e rede de contactos da Autora.

3.3.1. Caracterização da amostra

Na Tabela 3.1 é apresentada a síntese dos dados sociodemográficos obtidos no questionário. É possível verificar que, em relação ao género, a amostra não se encontra repartida de forma equitativa, sendo composta por 92 homens (73,6%) e 33 mulheres (26,4%). Na presente amostra, verifica-se a mesma realidade que foi apresentada no GEM

² Hiperligação (atualmente inativa): <https://goo.gl/forms/ZvkKV7JgZ7yFdqw1>

2016/2017, onde se concluiu que a maioria dos empreendedores portugueses eram do sexo masculino (GERA, 2017).

Tabela 3.1 – Caracterização sociodemográfica da amostra

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Género		
Feminino	33	26,4
Masculino	92	73,6
Idade		
18 – 24	9	7,2
25 – 30	20	16,0
31 – 40	44	35,2
41 – 50	30	24,0
50+	22	17,6
Habilitações literárias		
Ensino básico	1	0,8
Ensino secundário	12	9,6
Ensino superior	112	89,6
Área de formação		
Ciências Sociais e Humanas	21	16,8
Engenharia/Tecnologia	47	37,6
Gestão/Economia/Finanças	31	24,8
Saúde	12	9,6
Direito	2	1,6
Design/Arquitetura	6	4,8
Marketing	2	1,6
Outros	4	3,2
Total	125	100

Relativamente à idade, 35,2% dos inquiridos tem entre 31 e 40 anos, seguidos dos inquiridos com idades compreendidas entre os 41 e os 50 anos, representando 24% do total da amostra. Grande parte dos inquiridos (89,6%) tem habilitações literárias ao nível do ensino superior, sendo a maioria destes formados nas áreas de Engenharia/Tecnologia (37,6%), Gestão/Economia/Finanças (24,8%) e Ciências Sociais e Humanas (16,8%).

3.4. Análise de dados

Para tratar os dados obtidos foi feita uma análise estatística descritiva (Hill e Hill, 2009; Pereira, 2004; Quivy e Campenhoudt, 2005), com recurso a SPSS versão 22, através da análise de frequências e de tabelas de contingência (cruzamento de dados). No Apêndice C estão disponíveis as tabelas e gráficos de apoio à análise que se segue.

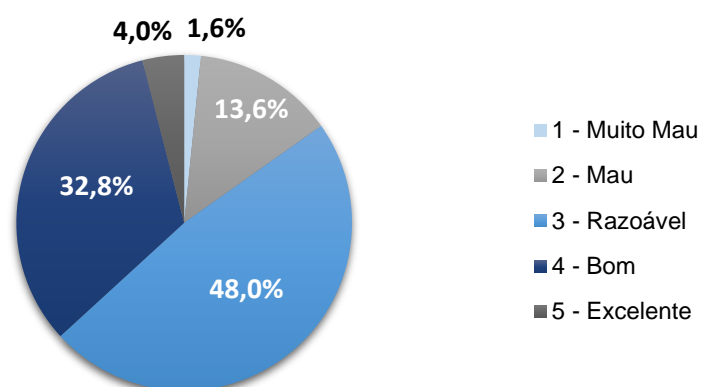
4. Estudo empírico

No presente capítulo serão apresentados e analisados os dados obtidos através da aplicação do questionário aos empreendedores, bem como testada a veracidade das hipóteses previamente estabelecidas.

4.1. Análise descritiva dos resultados

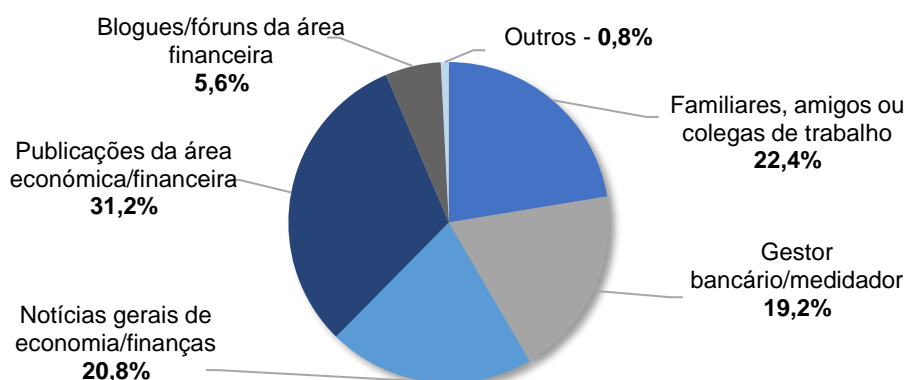
No início da segunda parte do questionário, e antes de serem colocadas as questões de avaliação do nível de literacia financeira, foi solicitado aos empreendedores que autoavaliassem os seus conhecimentos a nível financeiro, considerando a definição facultada do conceito (ver Apêndice A).

Gráfico 4.1. – Autoavaliação do nível de literacia financeira



Como é possível verificar através da análise do Gráfico 4.1., quase metade dos inquiridos (48%) avalia o seu nível de literacia financeira como sendo “Razoável”, seguidos de 32,8% da amostra, que o avalia como “Bom”. Apenas 5,6% dos empreendedores avalia o seu conhecimento financeiro como “Mau” ou “Muito Mau”.

Gráfico 4.2. – Principais fontes de informação financeira

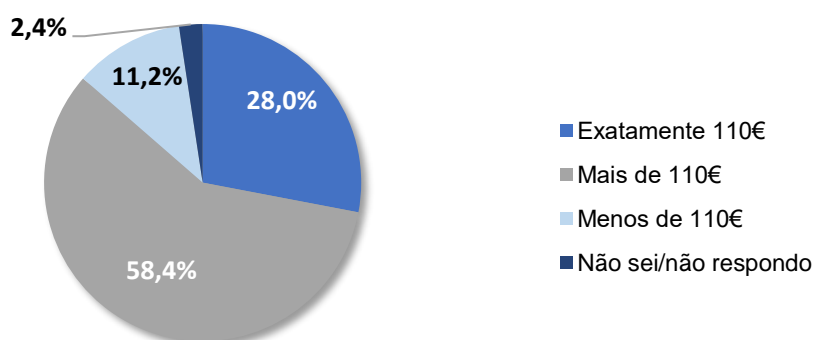


Quando questionados acerca das suas principais fontes de informação sobre assuntos financeiros (ver Gráfico 4.2.), 31,2% dos inquiridos refere que obtém informação financeira principalmente a partir de publicações da área. Os familiares, amigos ou colegas de trabalho são ainda a principal fonte de informação de 22,4% dos inquiridos, sendo que cerca de um quinto (20,8%) admite obter esta informação através da secção económica da imprensa generalista, como os jornais ou publicações diárias.

De seguida, foram colocadas cinco questões de numeracia e compreensão para testar os conhecimentos financeiros dos empreendedores, abordando os seguintes temas: juro composto, inflação, custo de empréstimo, risco e rentabilidade.

A primeira questão colocada foi referente a juro composto: “Suponha que deposita 100€ numa conta-poupança com uma taxa de juro anual de 2%. Assumindo um cenário de capitalização de juros e que não são cobradas comissões nem impostos, qual seria o saldo da sua conta ao fim de 5 anos?”. A resposta correta seria “Mais de 110€”, uma vez o saldo seria de, aproximadamente, 110,41€.

Gráfico 4.3. – Respostas à questão sobre juro composto

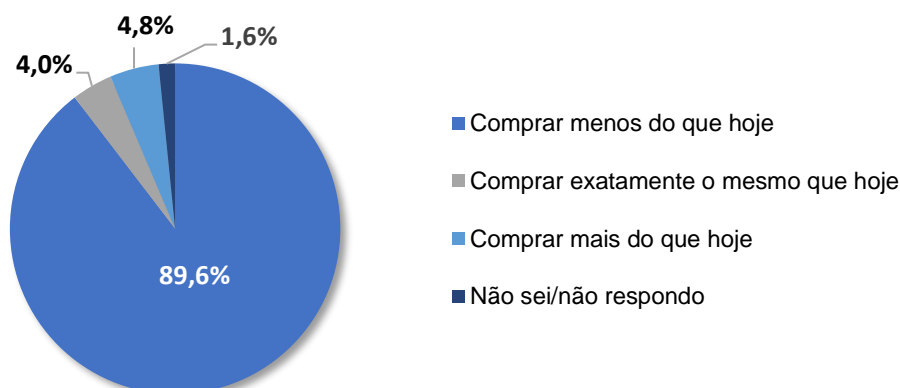


Através da observação do Gráfico 4.3., podemos verificar que mais de metade dos empreendedores (58,4%) respondeu corretamente a esta questão. No entanto, houve ainda uma percentagem considerável de empreendedores (28%) que considerou como certa a resposta “Exatamente 110€”. Este facto denota o desconhecimento do conceito de capitalização de juros, uma vez que 110€ seria o saldo da conta num cenário de juros simples, em que o juro pago em determinado período não é somado ao capital inicial. A capitalização de juros gera um efeito de “juros sobre juros”, fazendo com que o capital acumulado seja superior ao do cenário de juro simples, com o mesmo capital inicial e o mesmo prazo.

De seguida, foi colocada uma questão relativa ao conceito de inflação, que assenta no aumento generalizado do preço de bens e serviços: “Suponha que a taxa de juro anual da

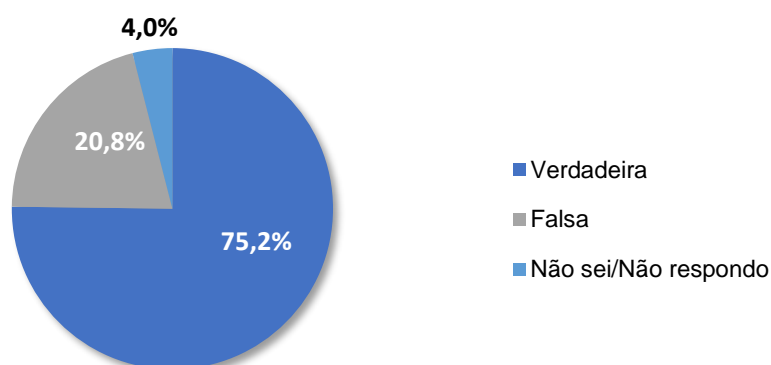
sua poupança é de 1% e que a taxa de inflação anual é de 2%. Ao fim de um ano, com o saldo dessa conta, poderia:”, sendo a resposta correta “Comprar menos do que hoje”.

Gráfico 4.4. – Respostas à questão sobre inflação



Esta foi a questão que registou um maior número de respostas certas, com 112 dos inquiridos (89,6%) a responder corretamente (ver Gráfico 4.4.). No entanto, 10,4% dos inquiridos desconhece ainda que uma taxa de inflação superior à taxa de juro proveniente de produtos de poupança ou investimento representa, na realidade, uma perda de poder de compra, uma vez que a mesma quantidade de dinheiro permitirá comprar menos produtos ou adquirir menos serviços do que anteriormente.

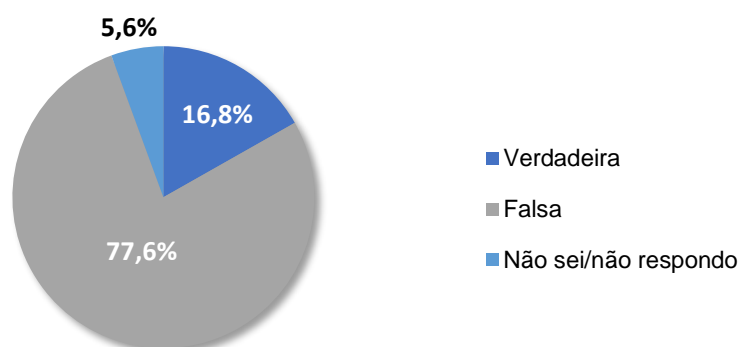
Gráfico 4.5. – Respostas à questão sobre custo de um empréstimo



A terceira questão colocada aborda a temática de custo de um empréstimo: “As prestações mensais de um crédito a 10 anos são geralmente mais elevadas do que as de um crédito a 20 anos, mas o custo total do empréstimo é menor. Esta afirmação é:”. A resposta correta seria “Verdadeira”. Três quartos da amostra (75,2%) responderam corretamente a esta questão (ver Gráfico 4.5.). Aproximadamente 25% dos empreendedores inquiridos desconhece que, apesar do custo mensal (prestação) ser mais elevado num empréstimo

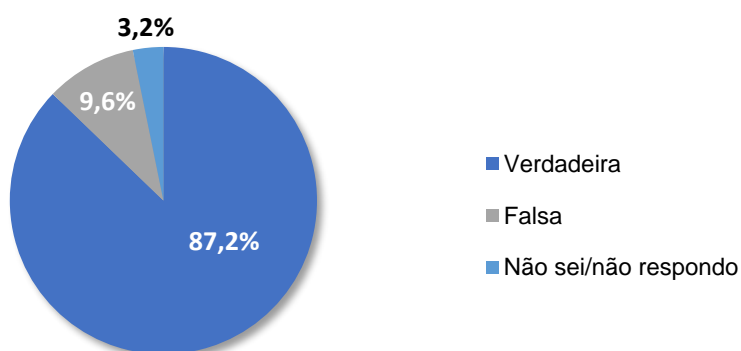
com prazo mais curto, este acaba por ter um custo total menor, uma vez que é pago um valor menor referente a juros.

Gráfico 4.6. – Respostas à questão sobre diversificação de risco



A questão seguinte é referente à diversificação de risco: “É menos seguro investir em ações de várias empresas do que em ações de uma única empresa. Esta afirmação é:”, sendo a resposta correta “Falsa”. As respostas corretas acenderam a 77,6% da amostra (ver Gráfico 4.6.), verificando-se que a maioria dos inquiridos tem conhecimento relativamente ao conceito de diversificação de risco, reconhecendo que existe maior segurança ao investir em ações de várias empresas, podendo uma carteira diversificado permitir a atenuação de eventuais perdas com os ganhos de outras empresas. Esta foi a questão em que um maior número de empreendedores que admitiu desconhecer a resposta (ou que não pretender responder), num total de 7 inquiridos.

Gráfico 4.7. – Respostas à questão sobre rendibilidade



A quinta e última questão colocada para aferir o nível de literacia financeira dos empreendedores é referente ao conceito de rendibilidade, estando também associada à noção de risco: “Um retorno elevado num investimento está geralmente associado a um maior grau de risco. Esta afirmação é:”, sendo a resposta correta “Verdadeira”. Tal acontece para que exista uma compensação para o investidor, uma vez que o seu capital

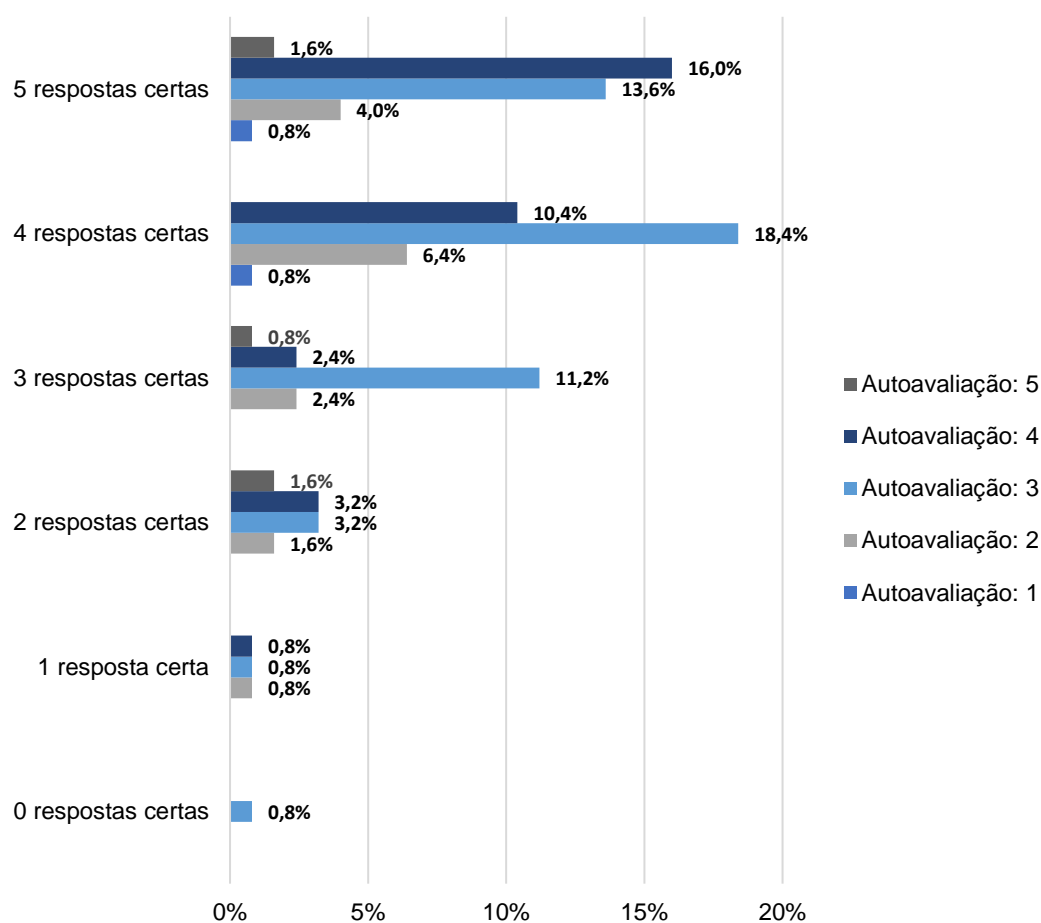
investido não é garantido. A grande maioria dos empreendedores (87,2%) revelou conhecer a relação entre o nível de risco e a rentabilidade que lhe está associada (ver Gráfico 4.7.), existindo geralmente uma proporcionalidade positiva – quanto maior é o risco associado a um produto financeiro, maior é a rentabilidade que lhe está associada.

Tabela 4.1. – Número total de respostas certas

Número de respostas certas	5	4	3	2	1	0
Proporção (%)	34,4%	36,0%	16,8%	9,6%	2,4%	0,8%

Através da análise da Tabela 4.1., podemos concluir que a maioria dos inquiridos acertou um total de 4 (36%) e 5 (34,4%) questões. Apenas 12,8% da amostra respondeu acertadamente a 2 ou menos questões, sendo que apenas 1 empreendedor não respondeu corretamente a nenhuma das questões colocadas. A média de respostas corretas foi de 3,88, sendo verificada uma mediana de 4 respostas certas, permitindo afirmar que os empreendedores possuem um bom nível e literacia financeira.

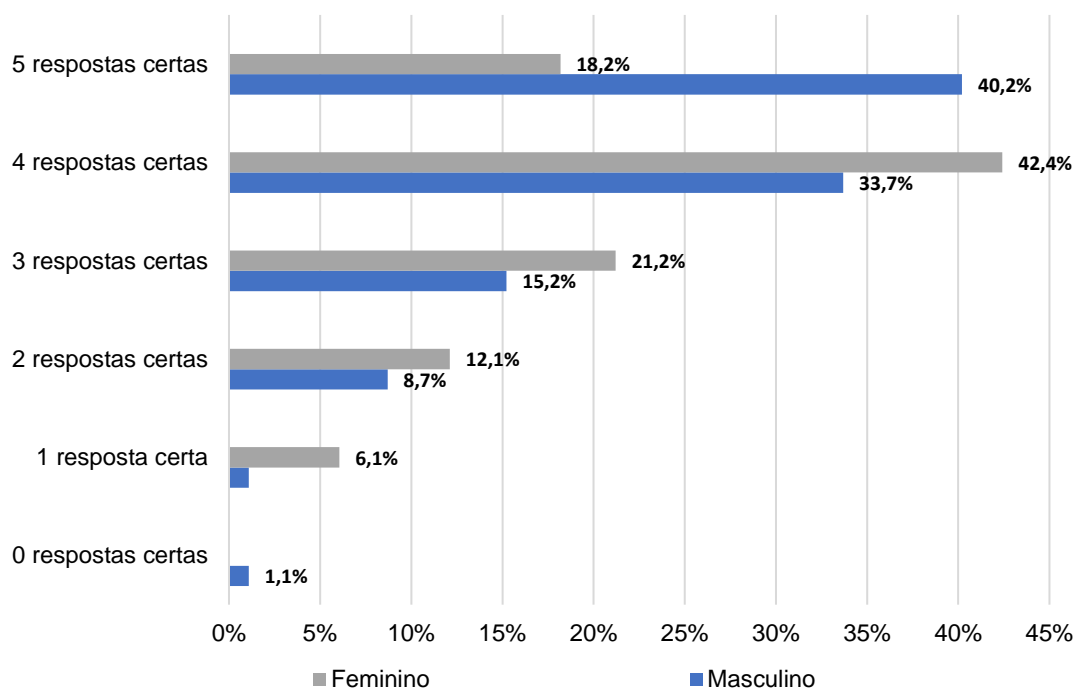
Gráfico 4.8. – Número de respostas certas por nível de autoavaliação



Após apurar a proporção de respostas corretas face ao total, é possível compará-la com a autoavaliação do nível de literacia financeira feita pelos empreendedores na primeira questão desta parte do questionário. Ao analisar o Gráfico 4.8., podemos verificar que a maioria dos empreendedores subestima o seu nível de literacia financeira. Dos inquiridos que responderam acertadamente às 5 questões, 16% autoavaliou o seu conhecimento com nível 4 e 13,6% com nível 3. O mesmo se verifica para os indivíduos que responderam corretamente a 4 questões, com 18,4% dos empreendedores a autoavaliar-se com nível 3. Para além desta subestimação, dos empreendedores que responderam corretamente a 3 e 4 questões, 11,2% e 10,4%, respetivamente, autoavaliaram corretamente o seu nível de literacia financeira. Apenas a maioria dos inquiridos que errou 3 ou mais questões sobrestima o seu nível de literacia financeira.

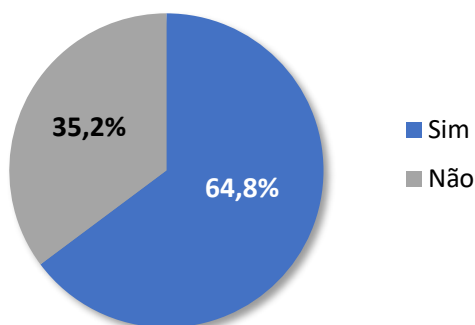
É ainda possível analisar o nível de literacia financeira por género. É importante relembrar que a amostra é composta por 92 homens (73,6%) e 33 mulheres (26,4%). Através da observação do Gráfico 4.9., podemos verificar que os empreendedores do sexo masculino apresentam um maior número de respostas certas, com 73,9% dos homens a responder acertadamente a pelo menos 4 questões, sendo que 40,2% destes responderam corretamente às cinco questões colocadas. Por sua vez, 60,6% dos empreendedores do sexo feminino responderam de forma correta a 4 ou mais questões, tendo 18,2% deste respondido corretamente a todas as questões.

Gráfico 4.9. – Número de respostas certas por género



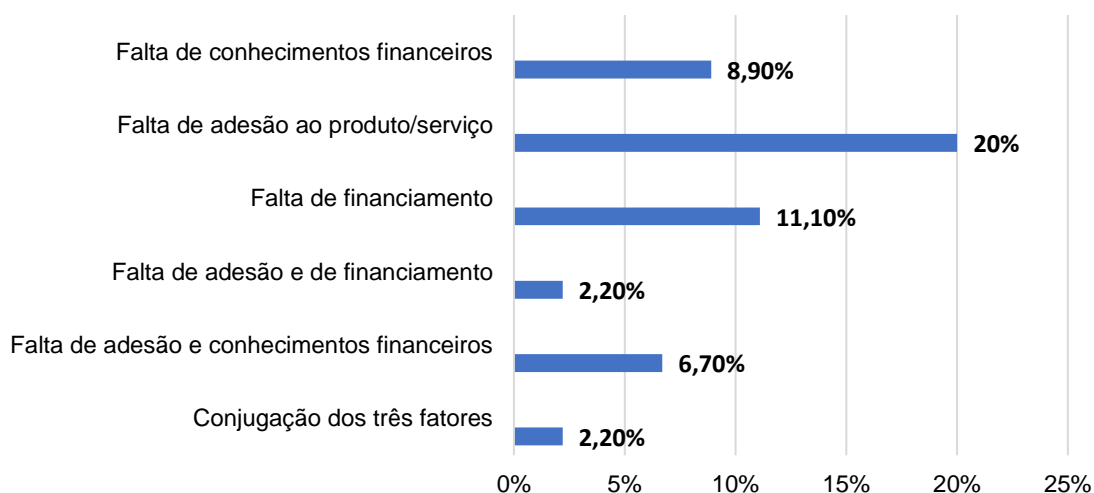
Na terceira parte do questionário, os empreendedores foram inquiridos relativamente ao seu negócio e à sua experiência. O negócio a que se dedicam atualmente é o primeiro negócio de 64,8% dos empreendedores inquiridos (ver Gráfico 4.10.), tendo 35,2% referido já ter tido pelo menos um outro negócio no passado.

Gráfico 4.10. – Existência de experiência de negócio anterior



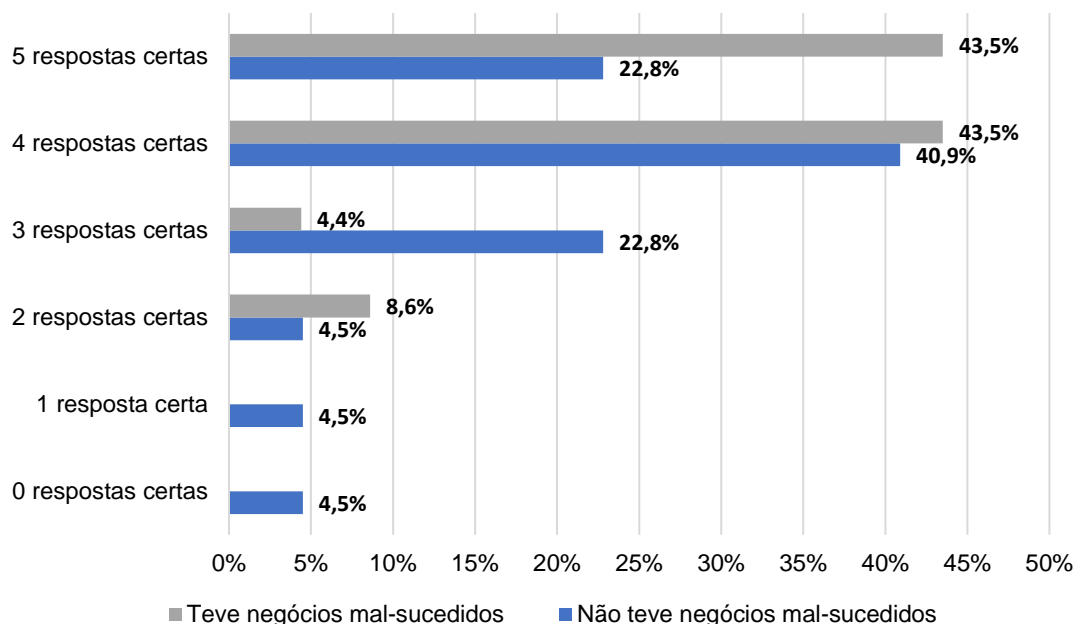
Do conjunto de empreendedores que indicou que este não é o seu primeiro negócio, 48,9% refere nunca ter tido um negócio malsucedido. Dos 51,1% de inquiridos que já tiveram um negócio malsucedido, como podemos verificar no Gráfico 4.11., 20% refere que tal se deveu à falta de adesão ao produto/serviço em causa. O segundo motivo mais comum apontado é a falta de financiamento (11,1%), seguido da falta de conhecimentos financeiros, reconhecida, por 8,9% dos empreendedores. Uma parte dos inquiridos (11,1%) refere que o insucesso se deveu a uma conjugação de fatores, com 6,7% dos empreendedores a referir que este foi fruto da falta de adesão ao produto/serviço e da falta de conhecimentos financeiros.

Gráfico 4.11. – Motivos do insucesso de negócios anteriores



Através dos resultados do inquérito, é também possível analisar o nível de literacia financeira consoante a existência ou não de experiência de insucesso no negócio. Através da observação do Gráfico 4.12., constatamos que 87% dos inquiridos que já vivenciou pelo menos uma situação de insucesso enquanto empreendedor apresenta um nível de literacia financeira elevado.

Gráfico 4.12. – Comparação entre número de respostas certas e a experiência de insucesso no negócio



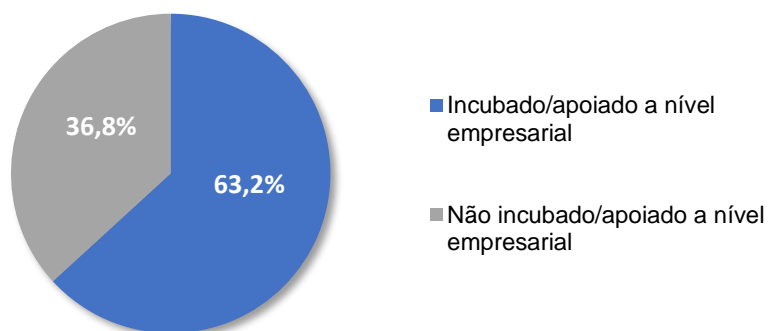
Na Tabela 4.2. estão caracterizados os atuais negócios principais dos empreendedores inquiridos. A maioria dos negócios tem entre 1 a 3 anos (37,6%) e são microempresas, com um volume de negócios anual até 99.999€ (54,4%).

Tabela 4.2. – Caracterização dos negócios

	Frequência (n)	Percentagem (%)
Idade do negócio		
Até 1 ano	19	15,2
1 a 3 anos	47	37,6
3 a 5 anos	31	24,8
Mais de 5 anos	28	22,4
Volume de negócios médio anual		
0€ - 99.999€	68	54,4
100.000€ - 249.999€	22	17,6
250.000€ - 499.999€	19	15,2
500.000€ ou superior	16	12,8
Total	125	100

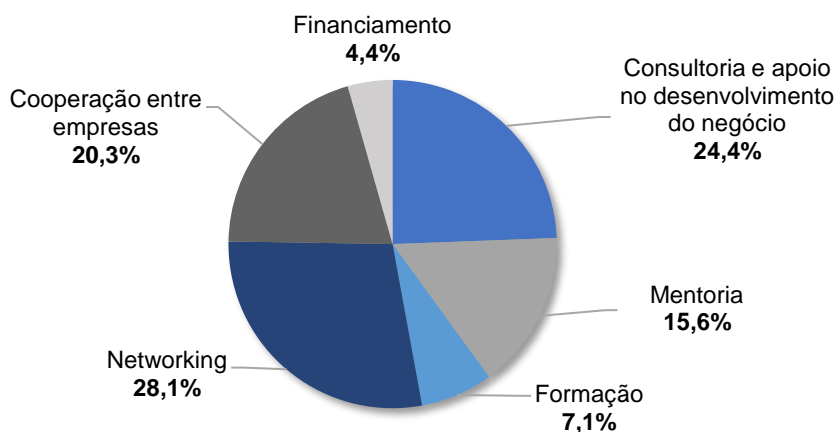
Como se pode observar no Gráfico 4.13., 63,2% dos empreendedores que compõem a amostra pertence ou já pertenceu a uma incubadora ou a um centro de apoio empresarial. No Apêndice B é possível consultar a listagem dos empreendedores de cada incubadora ou centro de apoio empresarial que responderam ao questionário.

Gráfico 4.13. – Experiência de incubação ou apoio a nível empresarial



Foi solicitado aos empreendedores que indicassem quais são, para si, as principais vantagens da incubação ou da participação num centro de apoio empresarial. Através do Gráfico 4.14., podemos verificar que a principal vantagem percebida pelos inquiridos é o *networking* (28,1%), isto é, a criação e desenvolvimento da rede de contactos e relacionamentos profissionais. Os empreendedores consideram também uma vantagem a possibilidade de obter serviços de consultoria e apoio no desenvolvimento do negócio (24,4%). Este tipo de serviço consiste, habitualmente, no apoio ao desenvolvimento do plano de negócio e definição de estratégias para o novo projeto, bem como no auxílio da obtenção de financiamento, quer através de apoios governamentais, quer de sociedades de capitais de risco ou *business angels*, por exemplo.

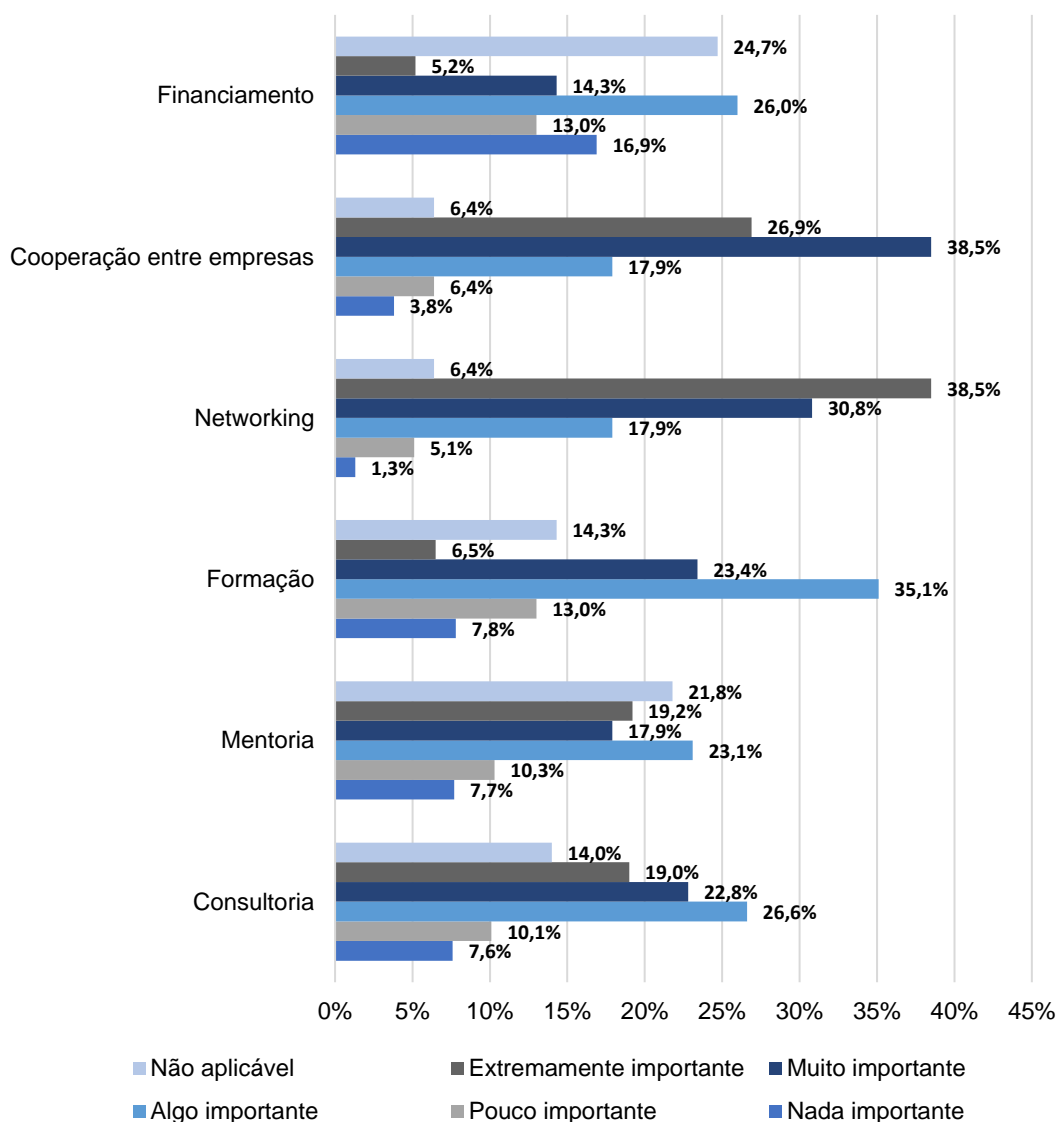
Gráfico 4.14. – Principais vantagens da incubação



A cooperação entre empresas foi a terceira principal vantagem indicada (20,3%), sendo que as incubadoras e os centros de apoio empresarial, através da partilha de espaço entre diversas empresas, propiciam a partilha de conhecimentos e experiências, podendo ser desenvolvidas relações de cooperação profissional entre diversas empresas com negócios complementares.

Seguidamente, foi requerida uma avaliação da oferta da incubadora ou centro de apoio empresarial, a nível de importância para o desenvolvimento do negócio de cada empreendedor, numa escala de “Nada importante” a “Extremamente importante”, como podemos verificar no Gráfico 4.15. Caso a oferta não fosse relevante para o negócio ou não estivesse disponível na incubadora ou centro de apoio empresarial de que o empreendedor faz ou fez parte, foi solicitada a indicação de “Não aplicável”.

Gráfico 4.15. – Relevância da oferta da incubadora/centro de apoio empresarial para o desenvolvimento do negócio



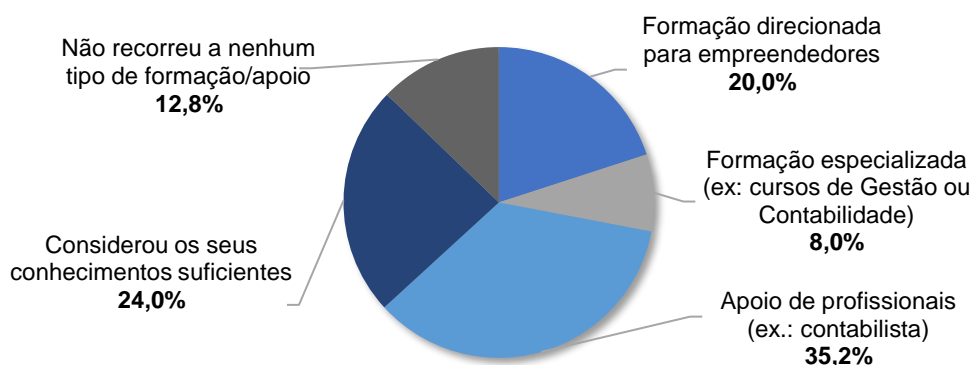
O *networking* revela-se também aqui como o fator que mais empreendedores consideraram como “Extremamente importante” para o desenvolvimento do seu negócio, indicação dada por 38,5% dos inquiridos, sendo atribuído o mesmo nível de importância à cooperação entre empresas por 26,9% dos participantes. A cooperação entre empresas destaca-se como “Muito importante” para 38,5% dos inquiridos. À formação, em aspetos como o desenvolvimento do plano de negócios ou a definição de estratégias de *marketing*, foi atribuído o nível intermédio de importância “Algo importante” por 35,1% dos empreendedores. Através do referido gráfico, podemos ainda verificar que o financiamento é o aspeto mais indicado como “Não aplicável” (24,7% dos inquiridos), não sendo relevante ou não estando disponível na infraestrutura de apoio em que o empreendedor participa ou participou, seguido da mentoria (21,8%). A consultoria e apoio no desenvolvimento do negócio, o financiamento e mentoria é, à semelhança da formação, atribuída principalmente o grau de importância intermédio por 26,6%, 26% e 23,1% dos empreendedores, respetivamente.

Numa questão de resposta aberta, com o objetivo de obter um maior nível de detalhe acerca do assunto (Hill e Hill, 2009), foi pedido aos empreendedores que indicassem quais as iniciativas ou experiências mais relevantes a que tiveram acesso enquanto incubados/apoiados a nível empresarial (ver Tabela C.4. no Apêndice C). A resposta mais frequentemente mencionada está relacionada com eventos de *networking*, seguida de formação na área financeira. Também a cooperação entre empresas e consequente partilha de experiências foi referida, juntamente com programas de aceleração e mentoria, tendo um dos inquiridos referido a participação num evento de *speed dating* com mentores. O apoio no desenvolvimento inicial do negócio, passando pelo apoio da elaboração do plano de negócios, consultoria e acesso a financiamento (por exemplo, através da possibilidade de apresentar o projeto a uma sociedade de capital de risco ou de sessões de esclarecimento acerca de apoios financeiros), foi também considerado uma das experiências mais relevantes proporcionadas pela incubadora/centro de apoio empresarial de que fazem ou fizeram parte. Alguns dos empreendedores referiram formações em áreas como *coaching* empresarial e *marketing*, bem como o acesso a infraestruturas como salas de reuniões e a possibilidade de ter disponível um espaço de trabalho a um custo mais reduzido. Dois dos empreendedores referiram não ter recorrido a qualquer iniciativa.

Antes de iniciar o seu negócio, 35,2% dos empreendedores revela ter recorrido apenas ao apoio de profissionais (como contabilistas), como podemos verificar no Gráfico 4.16. Cerca de um quarto dos empreendedores (24%) considerou os seus conhecimentos como sendo suficientes para iniciar o negócio, tendo um em cada cinco inquiridos (20%) frequentado

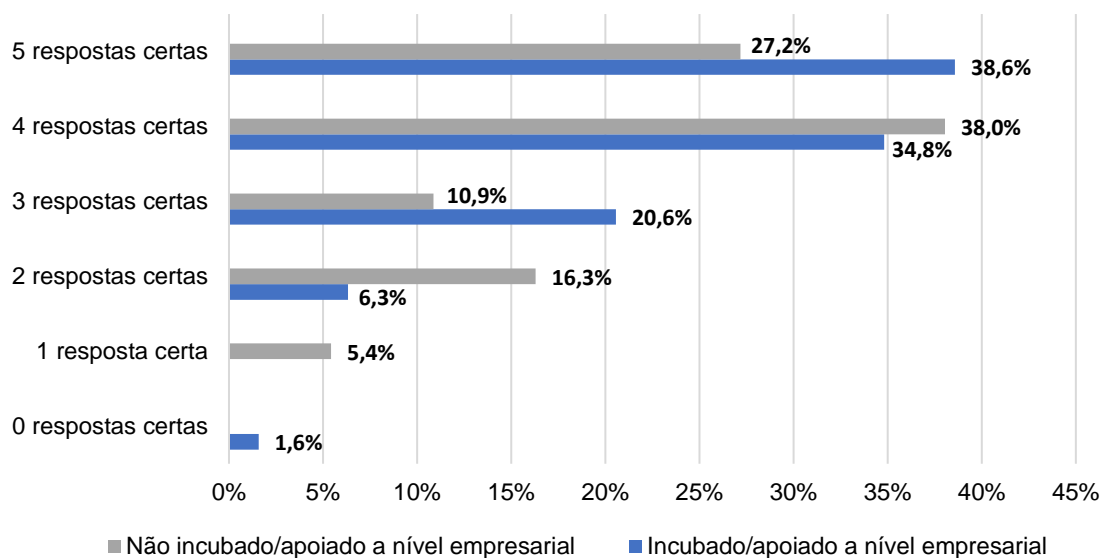
formação direcionada para empreendedores, abordando temáticas como a elaboração do plano de negócios. Apenas 8% dos participantes refere ter recorrido a formação especializada, como cursos nas áreas de Gestão ou Contabilidade, sendo que 12,8% não recorreu a nenhum tipo de apoio.

Gráfico 4.16. – Formação ou apoio prévio ao início do negócio



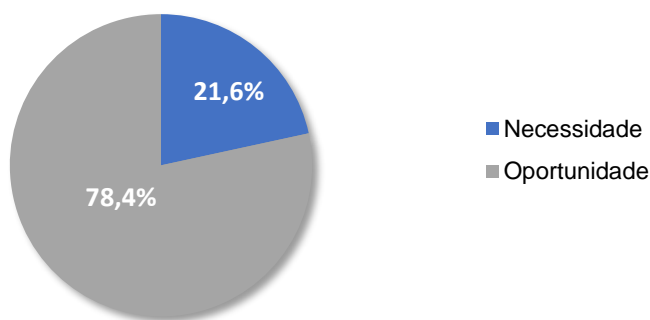
Sendo a amostra composta por indivíduos com (63,2%) e sem (36,8%) experiência de incubação ou apoio empresarial, foi também analisado o nível de literacia financeira comparando as duas realidades. Através do Gráfico 4.17. podemos verificar que, apesar de não existirem diferenças muito relevantes, os indivíduos com experiência de incubação ou apoio empresarial apresentam um maior número de respostas corretas face aos restantes – 73,4% dos empreendedores com a referida experiência responderam corretamente a, no mínimo, 4 questões, face a 65,2% dos que não a têm. No entanto, como verificado anteriormente, a generalidade dos empreendedores possui um nível de literacia financeira elevado.

Gráfico 4.17. – Nível de literacia financeira perante existência de apoio empresarial



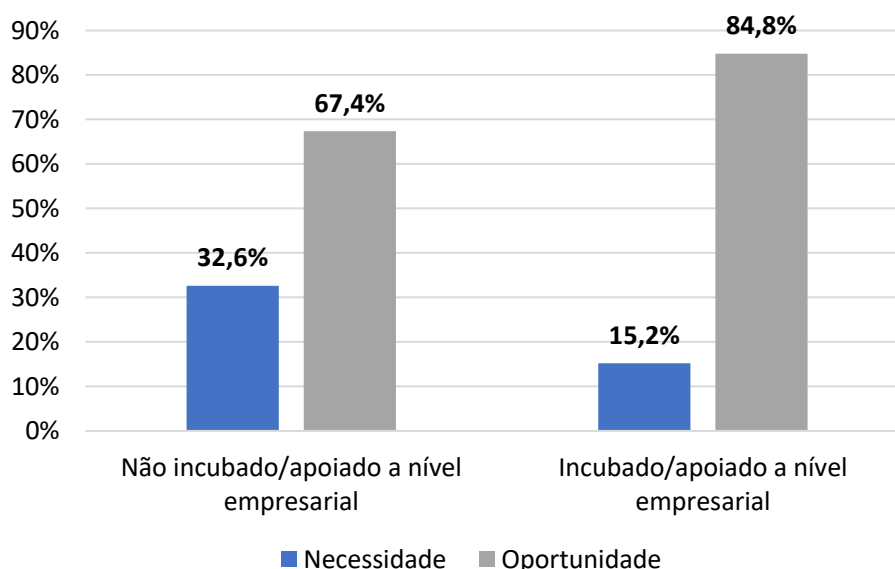
Quando questionados sobre a origem do seu negócio (ver Gráfico 4.18.), a larga maioria dos empreendedores (78,4%) refere que este foi fruto de uma oportunidade, tendo sido detetada uma necessidade insatisfeita ou uma oportunidade de melhoria de um produto ou serviço já existente. Apenas 21,6% relewa que o ponto de partida foi uma necessidade de criar o próprio rendimento, como uma situação de diminuição ou perda de rendimento.

Gráfico 4.18. – Origem do negócio



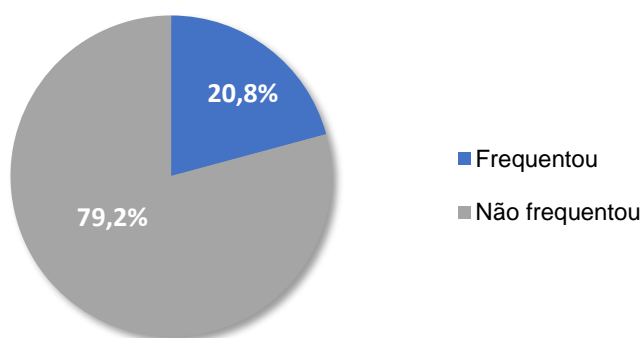
No Gráfico 4.19. é apresentada a origem do negócio dos empreendedores que estão ou já estiveram incubados ou fizeram parte de centros de apoio empresarial, face aos seus opostos. Em ambos os contextos os negócios têm predominantemente origem numa oportunidade, sendo que esta realidade é mais clara nos indivíduos incubados ou apoiados a nível empresarial. Dos empreendedores que nunca estiveram em contexto de incubação ou apoio empresarial, cerca de um terço (32,6%) revela ter iniciado o seu negócio com base numa necessidade.

Gráfico 4.19. – Relação entre origem do negócio e experiência de apoio empresarial



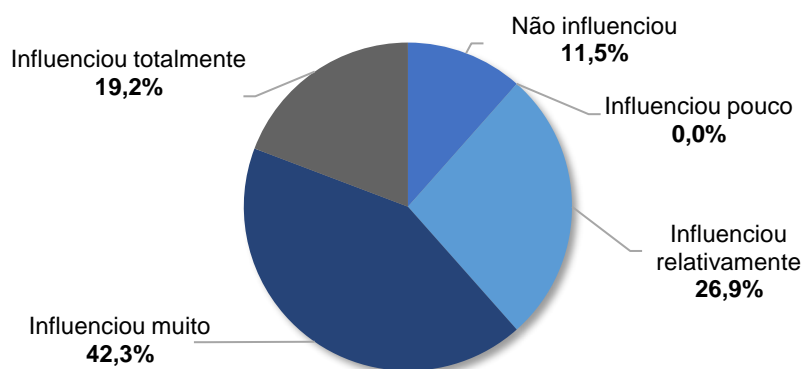
Como referido no capítulo de Revisão de Literatura, o espírito empreendedor está a ser promovido através de diversas iniciativas, a nível governamental e académico. Do total de empreendedores inquiridos, apenas 20,8% revela ter frequentado um curso ou clube de empreendedorismo, como podemos observar no Gráfico 4.20, verificando-se ainda um nível de adesão reduzido a este tipo de iniciativas.

Gráfico 4.20. – Frequência de cursos ou clubes de empreendedorismo



Foi, então, solicitado aos empreendedores que indicassem em que grau a sua frequência do curso ou clube de empreendedorismo influenciou a sua decisão de empreender. De acordo com o Gráfico 4.21., podemos concluir que esta participação teve uma forte influência em 61,5% dos empreendedores, verificando-se uma influência positiva em geral para 88,5% da amostra.

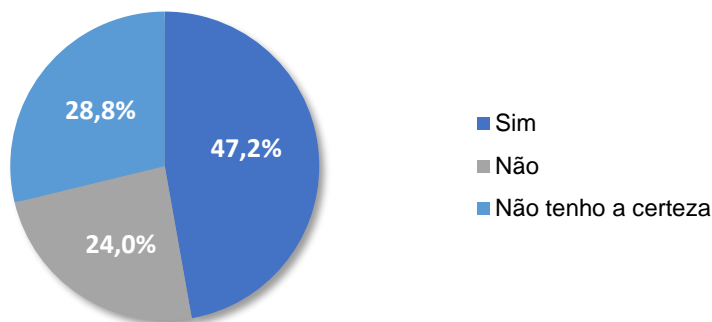
Gráfico 4.21. – Influência da frequência de cursos ou clubes de empreendedorismo na decisão de empreender



Por fim, foi pedido aos empreendedores que, considerando os seus atuais conhecimentos e a atual situação do seu negócio, indicassem se julgavam que teria sido benéfico obter formação na área financeira antes de iniciar o negócio. Através da observação do Gráfico 4.22. verificamos que quase metade dos empreendedores (47,2%) admite que teria

beneficiado dessa formação, enquanto que 28,8% revela não ter a certeza do impacto que essa formação teria na realidade atual do negócio.

Gráfico 4.22. – Benefício percebido em ter obtido formação na área financeira antes de iniciar o negócio



4.2. Discussão dos resultados e hipóteses de investigação

Após a análise descritiva dos resultados obtidos através do inquérito, é possível estabelecer uma comparação entre estes e a revisão da literatura apresentada no segundo capítulo desta dissertação, bem como analisar a veracidade das hipóteses de investigação previamente definidas.

Como referido por Trunk e Dermol (2015), a literacia financeira influencia as competências e atitudes dos empreendedores. Num ambiente empresarial que se apresenta instável e no qual é necessário ser capaz de tomar decisões de forma rápida, é importante para o empreendedor possuir bons conhecimentos financeiros. Estes conhecimentos são também cruciais na criação do negócio (por exemplo, na elaboração do plano de negócios) e no seu desenvolvimento, permitindo, entre outros, interpretar os dados financeiros do projeto e tomar decisões estratégicas baseadas nestas informações. As fontes de informação financeira dos indivíduos estão também relacionadas com o seu nível de conhecimento financeiro. De acordo com van Rooij *et al.* (2011), os indivíduos com um melhor nível de literacia financeira buscam informação principalmente em jornais de teor económico, através de consultores financeiro ou de pesquisas *online*. Dos empreendedores inquiridos, 31,2% refere obter informação financeira a partir de publicações da área e cerca de um quinto (20,8%) admite obtê-la através da leitura da secção económica da imprensa generalista, como jornais ou publicações diárias.

As cinco questões de numeracia colocadas aos empreendedores tiveram uma taxa de respostas corretas mínima de 58,4% e máxima de 89,6%. A questão que teve um menor

número de respostas certas está relacionada com o conceito de juro composto, tendo, por sua vez, a questão relacionada com a inflação registado o maior número de respostas corretas, seguida da questão acerca da rentabilidade. Foi obtida uma média de 3,88 respostas corretas e uma mediana de 4, com 34,4% da amostra a responder corretamente à totalidade das questões colocadas e 36% a fazê-lo em relação a quatro das cinco questões.

Nos seus estudos, Klapper *et al.* (2016) e Singhry e Bogoro (2016) referem que um indivíduo com um maior nível de literacia financeira apresenta uma maior propensão à adoção de uma atitude empreendedora e à criação de novos negócios. Considerando os resultados obtidos no presente inquérito, podemos concluir que a hipótese *H1: Os empreendedores possuem um bom nível de literacia financeira* é verdadeira, verificando-se para a referida amostra.

De acordo com Lusardi *et al.* (2013), o nível de literacia financeira de um indivíduo é afetado por diversos fatores, entre eles o grau de escolaridade. Esta realidade verifica-se também no 2º Inquérito à Literacia Financeira de População Portuguesa, onde os portugueses com maior nível de escolaridade apresentam um melhor nível de literacia financeira (CNSF, 2016). Esta relação verifica-se também no presente estudo, onde 89,6% dos inquiridos apresenta formação a nível do ensino superior. Em termos de perfil sociodemográfico, nomeadamente a nível de género, a presente amostra segue a tendência apresentada no inquérito levado a cabo em 2015 pelo CNSF, onde os indivíduos do sexo masculino apresentaram um melhor nível de literacia financeira. Os empreendedores do sexo masculino apresentam um maior número de respostas certas, com 73,9% dos homens a responder acertadamente a pelo menos 4 questões, sendo que 40,2% destes responderam corretamente às cinco questões colocadas. Por sua vez, 60,6% dos empreendedores do sexo feminino responderam de forma correta a 4 ou mais questões, tendo 18,2% deste respondido corretamente a todas as questões. É, no entanto, importante frisar que a amostra é constituída por 73,6% de indivíduos do sexo masculino e 26,4% do sexo feminino.

A maioria dos indivíduos com um mínimo de 4 respostas certas subavalia o seu conhecimento financeiro, sendo que os indivíduos que responderam acertadamente a 3 das 5 questões colocadas avaliam, na sua maioria, o seu nível de conhecimento de forma adequada. A sobreavaliação de conhecimento verifica-se apenas nos empreendedores que revelaram um baixo nível de literacia financeira, não sendo, então, esta a realidade no grupo de empreendedores inquiridos. Deste modo, é possível verificar que os empreendedores inquiridos não seguem a tendência portuguesa de sobreavaliação dos

seus conhecimentos financeiros, revelada no mais recente inquérito nacional de literacia financeira. Como tal, a hipótese *H2: Os empreendedores sobrestimam os seus conhecimentos financeiros* não se verifica na presente amostra.

A maioria dos empreendedores (64,8%) revela que este é o seu primeiro negócio. Dos 35,2% que referem já ter tido pelo menos um outro negócio, 51,1% admite já ter tido um negócio malsucedido, devendo-se este insucesso, na maioria dos casos, à falta de adesão ao produto/serviço em causa, seguido da falta de financiamento e da conjugação de ambos os fatores com a falta de conhecimentos financeiros. Leifels e Metzger (2015) referem que os empreendedores com um elevado nível de literacia financeira tendem a ser mais resilientes. Analisando o nível de literacia dos empreendedores que já tiveram negócios malsucedidos, verificamos 87% destes apresenta um bom nível de literacia financeira, comprovando a sua resiliência através de uma nova tentativa de negócio. Deste modo, verifica-se na amostra a veracidade da hipótese *H3: Os empreendedores financeiramente letrados são mais resilientes*.

A incubação ou apoio a nível empresarial apresentam-se como importantes infraestruturas de apoio ao desenvolvimento de um novo negócio (Lukes, Longo e Zouhar, 2018). É referida por diversos autores a assistência prestada aos empreendedores ao nível do desenvolvimento do negócio, apoio logístico e administrativo, bem como um ambiente favorável à inovação e ao estabelecimento de relações profissionais com outros empreendedores. Dos empreendedores inquiridos, 63,2% tem ou já teve uma experiência de incubação ou apoio a nível empresarial, sendo a principal vantagem percecionada o *networking*, seguida da consultoria de apoio ao negócio e do ambiente de cooperação entre empresas. Estas são também as componentes da oferta da incubadora ou centro de apoio empresarial, a par da mentoria, que os empreendedores consideram mais relevantes.

No GEM 2016/2017 foi relatada a tendência portuguesa à criação de negócios com base numa oportunidade (GERA, 2017). A grande maioria dos inquiridos (78,4%) indicou ter sido este o ponto de partida para o seu negócio, sendo esta uma tendência mais vincada nos empreendedores com experiência de incubação ou apoio empresarial. Com base nestes resultados, confirma-se na amostra a tendência nacional, bem como a veracidade da hipótese *H4: Os empreendedores agem principalmente com base na oportunidade* na amostra.

A oferta formativa na área do empreendedorismo tem vindo a crescer, existindo já algumas iniciativas de cursos, formações e clubes de empreendedorismo a nível académico, principalmente no ensino superior. Este tipo de formação promove o espírito inovador, a atitude empreendedora e a aquisição de conhecimentos e competências essenciais ao

desenvolvimento sustentável de um negócio. Apesar de apenas 20,8% dos empreendedores inquiridos revelar já ter frequentado uma das iniciativas referidas, 88,5% destes afirma que a sua passagem por cursos ou clubes de empreendedorismo influenciou positivamente a sua decisão de empreender. Deste modo, a hipótese *H5: Os empreendedores são influenciados pela frequência de programas de formação em empreendedorismo* também se verifica na presente amostra.

Resumidamente, das cinco hipóteses de investigação definidas como ponto de partida para o estudo empírico, apenas a hipótese *H2: Os empreendedores sobrestimam os seus conhecimentos financeiros* não se verifica para a amostra em estudo. É possível concluir que os empreendedores têm um bom nível de literacia financeira e não sobrestimam os seus conhecimentos financeiros, sendo estes até, na maioria dos casos, subestimados. Os indivíduos que provam a sua resiliência através da nova tentativa após um ou mais episódios de sucesso nos negócios apresentam também um nível de literacia financeira elevada. Os empreendedores atuam principalmente com base numa oportunidade, verificando uma necessidade insatisfeita ou a oportunidade de melhorar um serviço ou produto existente no mercado, sendo menos comuns os casos de empreendedorismo por necessidade. Verificou-se que é ainda reduzido o número de empreendedores que frequenta programas de formação na área, constatando-se que essa participação influencia positivamente a atitude de empreender.

5. Conclusão

A presente dissertação tem como principal objetivo compreender em que medida o nível de literacia financeira de determinado indivíduo influencia o desenvolvimento de ideias empreendedoras e novos negócios, uma vez que tanto a literacia financeira como o empreendedorismo se apresentam como temas bastante relevantes a nível nacional e internacional atualmente.

Apesar de não existir uma definição única do conceito, literacia financeira consiste na compreensão de conceitos e produtos financeiros, possibilitando uma tomada de decisão consciente e informação, bem como a seleção correta de produtos. As duas principais dimensões do conceito são os conhecimentos e as atitudes. Ser financeiramente letrado permite compreender a importância do dinheiro e da sua utilização responsável, assegurando a estabilidade financeira.

O empreendedorismo é o processo de criação de algo novo para dar resposta a uma necessidade insatisfeita, sendo a atitude empreendedora afetada por diversos fatores. Um bom nível de literacia financeira é benéfico também a nível profissional, uma vez que cada vez mais os empresários se deparam com um ambiente instável e de rápida mudança, exigindo agilidade no processo de decisão, pelo que é crítico que o empreendedor esteja informado e conheça bem a sua realidade e possibilidades.

Com o propósito de dar resposta à pergunta de partida, foram definidas cinco hipóteses de investigação e aplicado um questionário a empreendedores, de forma a avaliar o seu nível de literacia financeira na sua vertente de conhecimento, através de cinco questões de numeracia e compreensão de conceitos financeiros básicos, baseadas nos estudos de Lusardi e Mitchell (2011) e Klapper *et al.*(2016) e no 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa (CNSF, 2016). A amostra é constituída por 125 empreendedores, 92 do sexo masculino e 33 do sexo feminino, maioritariamente com idades compreendidas entre os 31 e os 50 anos e quase todos com habilitações literárias ao nível do ensino superior. Para análise dos dados foi efetuada uma análise descritiva com recurso ao SPSS.

Antes de serem colocadas as questões de avaliação de literacia financeira, foi solicitado aos empreendedores que autoavaliassem o seu nível de literacia financeira numa escala de 1 a 5, sendo 1 “Muito mau” e 5 “Excelente”. Cerca de metade dos inquiridos autoavaliou os seus conhecimentos com o valor 3, tendo 32,8% atribuído o nível 4. Apenas 5,6% do total da amostra atribuiu uma nota igual ou inferior a 2. Relativamente à principal fonte de informação sobre assuntos financeiros, 31,2% refere obtê-la através de publicações da

área, sendo a família, amigos ou colegas de trabalho a fonte primordial de informação para 22,4% dos inquiridos.

A primeira questão colocada era referente ao conceito de capitalização de juros, tendo sido respondida de forma correta por 58,4% dos empreendedores. É de notar que uma percentagem significativa da amostra (28%) considerou como certa a resposta que expressava o valor do saldo da conta num cenário de juros simples, revelando desconhecimento pelo conceito. Em seguida, foi colocada uma questão referente ao conceito de inflação, tendo sido a que registou o maior número de respostas certas (89,6% dos inquiridos). A terceira questão abordou o custo de um empréstimo, tendo 75,2% dos inquiridos respondido corretamente. A questão seguinte, referente ao conceito de diversificação de risco, foi a que registou um maior número de abstenções na resposta, com 7 empreendedores a assinalar a opção “Não sei/não respondo”. Esta foi respondida de forma acertada por 77,6% da amostra. A última questão, que associava o conceito de rendibilidade à noção de risco, registou 87,2% de respostas corretas.

Ao avaliar a proporção de respostas corretas face ao total, verifica-se que a maioria dos inquiridos acertou um total de 4 (36%) e 5 questões (34,4%), resultando numa média de 3,88 respostas corretas e demonstrando um bom nível de literacia financeira da amostra de empreendedores, verificando-se a hipótese *H1: Os empreendedores possuem um bom nível de literacia financeira.*

A comparação entre a proporção de respostas certas e a autoavaliação feita pelos empreendedores permite verificar que a maioria destes subestima os seus conhecimentos financeiros. Do conjunto de inquiridos que respondeu corretamente a todas as questões, 16% autoavaliou-se com nível 4 e 13,6% com nível 3. Este fenómeno verifica-se também para o grupo de empreendedores que respondeu acertadamente a 4 questões, existindo também uma parte relevante dos empreendedores que acertaram 3 a 4 respostas a autoavaliar corretamente o seu nível de literacia financeira. Em resultado desta análise, a hipótese *H2: Os empreendedores sobrestimam os seus conhecimentos financeiros* não se verifica para a amostra.

Para 35,2% dos empreendedores inquiridos, o negócio que têm atualmente não é o seu primeiro negócio, sendo que destes 51,1% refere ter tido pelo menos uma experiência de insucesso nos negócios. A principal razão apontada para este insucesso é a falta de adesão ao produto ou serviço em questão (20%), seguido da falta de financiamento (11,1%), sendo a falta de conhecimentos financeiros apontada como a razão principal por 8,9% da amostra. Ao comparar o nível de literacia financeira com a experiência anterior de negócio, verificamos que cerca de 87% dos inquiridos que refere já ter tido pelo menos um

negócio malsucedido respondeu corretamente a pelo menos 4 questões. É possível, então, concluir que os empreendedores que já passaram por uma situação de insucesso e posteriormente desenvolveram um novo negócio, afirmando a sua resiliência, possuem em bom nível de literacia financeira, verificando-se a hipótese *H3: Os empreendedores financeiramente letrados são mais resilientes.*

A amostra do presente estudo é composta por 78 empreendedores (63,2%) com experiência de incubação ou apoio empresarial e 47 (36,8%) sem a referida experiência. Quando questionados acerca das principais vantagens destes tipos de apoio, 28,1% refere o *networking*, 24,4% a consultoria e apoio no desenvolvimento do negócio e 20,3% a cooperação entre empresas. Comparando o nível de literacia financeira com a experiência de incubação ou apoio empresarial, verifica-se que, apesar de não existirem diferenças muito relevantes, os empreendedores que já passaram por esta experiência apresentam um nível de literacia financeira mais elevado.

A grande maioria dos empreendedores (78,4%) refere que o seu negócio teve origem numa oportunidade, em oposição a uma necessidade, sendo esta tendência ainda mais evidente entre os indivíduos com experiência de incubação ou apoio empresarial. Assim, verifica-se para a presente amostra a hipótese *H4: Os empreendedores agem principalmente com base na oportunidade.*

A cultura empreendedora tem sido amplamente promovida a nível nacional, através de iniciativas governamentais e privadas, bem como em contexto académico, tendo 20,8% dos empreendedores participado num curso ou clube de empreendedorismo. Destes, 61,5% revela que esta participação teve uma forte influência na sua decisão de empreender. Deste modo, conclui-se que a hipótese *H5: Os empreendedores são influenciados pela frequência de programas de formação em empreendedorismo* se verifica na amostra em estudo.

Finalmente, considerando os atuais conhecimentos e estado do seu negócio, 47,2% dos empreendedores admite que a formação na área financeira antes de avançar com o negócio teria sido benéfica.

5.1. Limitações do estudo

O presente estudo apresentou limitações principalmente a nível de tempo e recursos, resultando estes numa restrição à amostra do estudo, a nível do método de amostragem utilizado, bem como ao número de questionários aplicados. A amostra foi também limitada pela vedação do acesso à listagem de empresas por parte de algumas incubadoras e centros de apoio empresarial, que se mostraram indisponíveis para facultar esta informação. Adicionalmente, a recolha de dados foi condicionada pela reduzida disponibilidade de tempo dos empreendedores para participar no estudo.

5.2. Recomendações

De acordo com as indicações dadas por diversos autores, referidas anteriormente no presente estudo, seria benéfica a introdução de uma disciplina de educação financeira no currículo escolar, permitindo o contacto com o dinheiro e a sua importância desde o início da escolaridade obrigatória. O conteúdo desta disciplina, adaptado à idade e fase da vida dos alunos, permitiria um desenvolvimento gradual de diversas temáticas, permitindo a consolidação das mesmas e o desenvolvimento de hábitos positivos, em oposição a uma necessidade de reverter hábitos negativos já na idade adulta.

Paralelamente à educação financeira a nível escolar, devem também ser desenvolvidas mais iniciativas de formação financeira direcionadas aos grupos detetados como menos letrados, como os indivíduos com menores rendimentos. Para que tal seja possível, é necessária uma monitorização atenta do nível de literacia financeira da população, para que seja possível o desenvolvimento de iniciativas (por exemplo a nível local, promovidas pelas autarquias) que possam dar resposta às necessidades de uma população específica. O desenvolvimento de um plano de educação financeira consistente terá também efeitos positivos no futuro, nomeadamente através dos bons exemplos que os indivíduos financeiramente letrados poderão dar à sua família, permitindo aos mais novos uma aprendizagem através de exemplos positivos.

Para além do âmbito individual, poderão também ser desenvolvidos planos de educação financeira para empreendedores, adicionando uma componente empresarial à abordagem pessoal, promovendo uma maior consciencialização para a importância das decisões financeiras no desenvolvimento saudável dos negócios.

A nível de investigação futura, seria interessante realizar um novo estudo, aplicado a uma amostra mais abrangente, abordando também a vertente de atitude e comportamento inerente ao conceito de literacia financeira. No sentido de garantir uma maior cooperação

dos empreendedores, seria interessante fazê-lo em colaboração direta com as incubadoras e centros de apoio empresarial a nível nacional, bem como com as diversas entidades promotoras do empreendedorismo em Portugal.

Referências bibliográficas

- ACCA & BARCLAYS (2014, outubro). *Financial education for entrepreneurs: how to get it right? Draft report*, Bruxelas, Bélgica. Disponível em www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/disc/news/Financial%20education%20for%20entrepreneurs-%20REPORT.pdf
- ACCA (2014, janeiro) *Financial education for entrepreneurs: what next? Report*, Londres, Reino Unido. Disponível em <http://www.accaglobal.com/uk/en/technical-activities/technical-resources-search/2014/january/financial-education-entrepreneurs-what-next.html>
- ACREDITA PORTUGAL. (2018). *Concurso Montepio Acredita Portugal*. Disponível em <http://www.acreditaportugal.pt/>
- AERLIS (2018). *Sistema de Incentivos à Inovação Produtiva e Empreendedorismo Qualificado e Criativo*. Disponível em <http://www.aerlis.pt/portugal-2020-sistema-de-incentivos-a-inovacao-empresarial-e-empreendedorismo.html>
- AERTS, K., MATTHYSSENS, P. & VANDENBEMPT, K. (2007). Critical role and screening practices of European business incubators. *Technovation*, 27(5), 254-267.
- AL-MUBARAKI, H. & BUSLER, M. (2011). Critical Activity of Successful Business Incubation. *International Journal of Emerging Sciences*, 1(3), 455-464.
- ANDERSSON, P. (2018). *Contas-poupança* [blogue]. Disponível em <https://contaspoupanca.pt/contas-poupanca/>
- ARTHUR, C. (2016). *The Ethics of Entrepreneurship and Financial Literacy education: A security and freedom from others* (Tese de doutoramento, York University, Toronto, Canadá). Disponível em <https://yorkspace.library.yorku.ca/xmlui/handle/10315/32265>
- ARTHUR, S. J. & HISRICH, R. D. (2011). Entrepreneurship through the ages: lessons learned. *Journal of Enterprising Culture*, 19(1), 1-40.
- ASLAN, A. E., DUMAN, B., SEN, D., DURAN, C. & ATARBAY, S. (2016). A Pilot Study on the Perception of Innovation and Entrepreneurship. *Eurasian Journal of Educational Research*, 64, 139-156.
- ATKINSON, A. & MESSY, F. (2012, março). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, 15. Paris, França.

Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/measuring-financial-literacy_5k9csfs90fr4-en

- AVLIJAS, G., AVLIJAS, R. & HELETA, M. (2014). *Financial literacy as a factor in reducing entrepreneurial risk. Conference paper. Singidunum University International Scientific Conference*, Belgrado, Sérvia. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/281448981_Financial_literacy_as_a_factor_in_reducing_entrepreneurial_risk
- AYATSE, F.A., KWAHAR, N. & IYORTSUUN, A. S. (2017). Business incubation process and firm performance: an empirical review. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(2), 1-17.
- BANCO DE PORTUGAL (2018). Portal do Cliente Bancário – Serviços Mínimos Bancários: O que são. Disponível em <https://clientebancario.bportugal.pt/pt-pt/o-que-sao>
- BARAÑANO, A. M. (2004). *Manual de Apoio à Realização de Trabalhos de Investigação*. Lisboa: Edições Sílabo.
- BARROSO, B. (2018). *As dicas da Bá* [blogue]. Disponível em <https://www.asdicasdaba.pt/>
- BOONZI. (2018). *Boonzi*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://www.boonzi.pt/>
- BORG, M. E. (2017, 1 de setembro). *Building Sustainable Businesses: The importance of Financial Literacy for Entrepreneurs* [publicação em blogue]. Disponível em <https://ec.europa.eu/epale/en/blog/building-sustainable-businesses-importance-financial-literacy-entrepreneurs>
- BRUHN, M. & ZIA, B. (2011, maio). *The Impact of Business and Financial Literacy Training for Young Entrepreneurs in Bosnia-Herzegovina*³. *Finance & PSD Impact Report n°13*. World Bank, Washington DC, Estados Unidos da América. Disponível em <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/10096>
- CASSON, M. & CASSON, C. (2014). The history of entrepreneurship: Medieval origins of a modern phenomenon. *Business History*, 56(8), 1223-1242.
- CESARINI, T. (2017). Why we should be teaching entrepreneurship. *San Diego Business Journal*. 38(34), 59.
- CHAN, K. F. & LAU, T. (2004). Assessing technology incubator programs in the science park: The good, the bad and the ugly. *Technovation*, 25(10),1215-1228.

³ O título original inclui esta incorreção.

- CHO, Y. & HONORATI, M. (2013). *Entrepreneurship Programs in Developing Countries: A Meta Regression Analysis. Policy Research Working Paper 6402. The World Bank, Washington DC, Estados Unidos da América. Disponível em <http://documents.worldbank.org/curated/en/963251468332941560/pdf/wps6402.pdf>*
- CLUBE DE EMPREENDEDORISMO DA UNIVERSIDADE DO PORTO. (2018). *Clube de Empreendedorismo*. Porto, Portugal. Disponível em <http://www.cedup.up.pt/>
- CONSELHO NACIONAL DE SUPERVISORES FINANCEIROS (CNSF) (2016). *Relatório do inquérito à literacia financeira da população portuguesa 2015*. Lisboa, Portugal. Disponível em https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/relatorio_do_inquerito_a_literacia_financeira_da_populacao_portuguesa_2015.pdf
- COSTA, H. & RIBEIRO, P.C. (2007). *Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios*. Lisboa: Lidel.
- CRIA. (2018). *UAig CRIA*. Faro, Portugal. Disponível em <http://www.cria.pt/>
- DAHMEN, P. & RODRÍGUEZ, E. (2014). Financial Literacy and the Success of Small Businesses: An Observation from a Small Business Development Center. *Numeracy*, 7(1), Artigo 3.
- DOUTOR FINANÇAS. (2018). *Doutor Finanças* [blogue]. Disponível em <https://www.doutorfinancas.pt/>
- ENGELMAN, R., FRACASSO, E. M. & BRASIL, V. S. (2011). A qualidade percebida nos serviços de incubação de empresas. *Revista Eletrônica de Administração*, 17(3), 802-822.
- FATOKI, O. (2014). The Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 40(2), 151-158.
- FERREIRA, M. P., SANTOS, J. C. & SERRA, F. R. (2008). *Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa* (1ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- GEDDES, S. & STEEN, T. (2016). The Argument for Teaching Financial Literacy at Higher-Education Institutions. *Michigan Academician*, 43(3), 349-365.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA) (2017). *Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017*. Londres, Reino Unido. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/report/49812>

- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP RESEARCH ASSOCIATION (GERA) (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018*. Londres, Reino Unido. Disponível em <http://www.gemconsortium.org/report/50012>
- GORGIEVSKI, M. J. & STEPHAN, U. (2016). Advancing the Psychology of Entrepreneurship: A Review of the Psychological Literature and an Introduction. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3), 437-468.
- GRIMALDI, R. & GRANDI, A. (2005). Business incubators and new venture creation: na assessment of incubating models. *Technovation*, 25(2), 111-121.
- HILL, M. M. & HILL, A. (2009). *Investigação por questionário*. (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- HISRICH, R. D., PETERS, M. P. & SHEPHERD, D. A. (2008). *Entrepreneurship* (7ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill.
- IAPMEI (2006). *Guia Prático do Capital de Risco*. Disponível em <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Incentivos-Financiamento/Financiamento-para-PME/Capital-de-Risco.aspx>
- IAPMEI (2016). *Business Angels*. Disponível em <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Incentivos-Financiamento/Financiamento-para-PME/Business-Angels.aspx>
- INFORMA D&B (2017). *Empreendedorismo em Portugal: Retrato do tecido empresarial*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://biblioteca.informadb.pt/read/document.aspx?id=2529>
- INFORMA D&B (2018a). *Dinâmica Empresarial – Sumário Executivo Ano 2017*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://biblioteca.informadb.pt/read/document.aspx?id=2549>
- INFORMA D&B (2018b). *Barómetro – Edição de Janeiro 2018*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://biblioteca.informadb.pt/read/document.aspx?id=2548>
- INFORMA D&B (2018c). *Barómetro – Edição de Maio 2018*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://biblioteca.informadb.pt/read/document.aspx?id=2562#>
- KEITH, N., UNGER, J. M., RAUCH, A. & FRESE, M. (2016). Informal Learning and Entrepreneurial Success: A Longitudinal Study of Deliberate Practice among Small Business Owners. *Applied Psychology: An International Review*, 65(3), 515-540.
- KIPLINGER (2016). Buid Wealth for a Lifetime. *Kiplinger's Personal Finance*, 70(4), 24-32.

- KLAPPER, L., LUSARDI, A. & VAN OUDHEUSDEN, P. (2016). *Financial Literacy Around the World: Insights from the Standard & Poor's Rating Services Global Financial Literacy Survey*, Nova Iorque, Estados Unidos da América. Disponível em http://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/3313-Finlit_Report_FINAL-5.11.16.pdf?x87657
- KRECHOVSKA, M. (2015). Financial Literacy as a path to Sustainability. *Trendy v podnikání*, 5(2), 3-12.
- LEARY, E. (2017). Investing at every age. *Kiplinger's Personal Finance*, 71(11), 48-56.
- LEIFELS, A. & METZGER, G. (2015, outubro). *Financial literacy helps with business start-ups: easier, better funded, more competitive. Report*, Frankfurt, Alemanha. Disponível em <https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Fokus-Volkswirtschaft/Fokus-englische-Dateien/Fokus-Nr.-107-Oktober-2015-Financial-literacy.pdf>
- LUKES, M., LONGO, M. C. & ZOUHAR, J. (2018). Do business incubators really enhance entrepreneurial growth? Evidence from a large sample of innovative Italian start-ups. *Technovation* (article in press), Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.07.008>
- LUSARDI, A. & MITCHELL, O. S. (2008, janeiro). *Planning and financial literacy: How do women fare?. NBER Working Paper 13750*. Washington, Estados Unidos da América. Disponível em <http://www.nber.org/papers/w13750>
- LUSARDI, A. & MITCHELL, O. S. (2013). *The economic importance of financial literacy: theory and evidence. NBER Working Paper 18952*. Washington, Estados Unidos da América. Disponível em <http://www.nber.org/papers/w18952>
- LUSARDI, A. (2011, junho). *American's Financial Capability. NBER Working Paper 17103*. Washington DC, Estados Unidos da América. Disponível em <http://www.nber.org/papers/w17103>
- LUSARDI, A. (2013, abril). Financial Literacy Around the World - Insights: Financial Capability. *Financial Industry Regulatory Authority. Report*, Washington DC, Estados Unidos da América. Disponível em https://www.finrafoundation.org/sites/default/files/Financial-Literacy-Around-the-World_0_0.pdf
- MEDEIRA, J. (2018). *Poupadinhos e com vales* [blogue]. Disponível em <http://poupadinhosecomvales.com/>

- MONEYLAB. (2018). *MoneyLab*. Lisboa, Portugal. Disponível em <https://moneylab.pt/>
- NJOROGE, R. (2013). *Relationship between financial literacy and entrepreneurial success in Nairobi County Kenya (Research paper, University of Nairobi, Nairobi, Quénia)*. Disponível em <http://chss.uonbi.ac.ke/sites/default/files/chss/NJOROGE%20ROBERT-D61-75875-2012.pdf>
- OBAJI, N. O., OLUGU, M. U. & OBIEKWE, B. C. (2015). Business incubation adaptation and success factors in Nigerian context of a developing country: a literature review. *International Journal of Science Technology & Management*, 4(1), 436-444.
- OCDE (2006). Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies. *Financial Market Trends*, 2005(2), 108-120.
- OCDE (2015). *New Approaches to SME and Entrepreneurship Financing: Broadening the Range of Instruments*. Paris, França. Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/new-approaches-to-sme-and-entrepreneurship-financing_9789264240957-en
- OCDE/BIAC (2017). *Financing sustainable growth for SMEs globally – The case for a coordinated G20 policy approach*. Paris, França. Disponível em <http://biac.org/wp-content/uploads/2017/04/Business-at-OECD-B20-Financing-Sustainable-Growth-for-SMEs-Globally3.pdf>
- OCDE/INFE (2015a, novembro). *National Strategies for Financial Education. OCDE/INFE Policy Handbook*, Paris, França. Disponível em <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/national-strategies-for-financial-education-policy-handbook.htm>
- OCDE/INFE (2015b). *Progress Report on Financial Education for MSMEs and potential entrepreneurs*. Paris, França. Disponível em <https://www.gpfi.org/sites/default/files/documents/08-%20OECD-INFE%20Progress%20Report%20on%20Financial%20Education%20for%20MSMEs.pdf>
- OECD/EU (2017). *The Missing Entrepreneurs 2017: Policies for Inclusive Entrepreneurship*. Paris, França. Disponível em https://www.oecd-ilibrary.org/employment/the-missing-entrepreneurs-2017_9789264283602-en
- OEHLER, A., HÖFER, A. & SCHALKOWSKI, H. (2012, outubro). *Entrepreneurial Literacy: Empirical Evidence. Conference paper: Academic Policy and the Knowledge Theory of Entrepreneurship*, Bamberg, Alemanha. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/262004741_Entrepreneurial_Literacy_Empirical_Evidence

- ORTON, L. (2007, setembro). *Financial Literacy: Lessons from International Experience*. Canadian Policy Research Networks Inc. Research report, Ottawa, Canadá. Disponível em <https://canlearnsociety.ca/wp-content/uploads/2013/01/Financial-Literacy-Lessons-from-International-Experience.pdf>
- OSEIFUAH, E. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164-182.
- PEREIRA, A. (2004). *Guia prático de utilização do SPSS - Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia* (5ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- PLANO NACIONAL DE FORMAÇÃO FINANCEIRA (PNFF). (2018). *Todos Contam*. Disponível em <https://www.todoscontam.pt/>
- POLIEMPREENDE. (2018). *Poliempreende*. Disponível em <http://www.poliempreende.com/quem-somos.html>
- PORTUGAL 2020 (2018b). Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo e ao Emprego. Disponível em https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/ADC_EDL_PT2020.pdf
- PORTUGAL 2020. (2018a). *O que é o Portugal 2020*. Disponível em <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/o-que-e-o-portugal2020>
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4ª ed.). Lisboa: Gradiva.
- SCHWARTZ, M. (2010). A Control Group Study of Incubators' Impact to Promote Firm Survival. IWH Discussion Papers, No. 11/2010. Halle, Alemanha. Disponível em: <https://www.econstor.eu/handle/10419/37055>
- SCOTT, J., WILLIAM, D., GILLIAM, J. & SYBROWSKY, J. (2013). Is an All Cash Emergency Fund Strategy Appropriate for All Investors?. *Journal of Financial Planning*, 26(9), 56-62.
- SHANE, S. & VENKATARAMAN, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Business Review*, 25(1), 216-226.
- SINGHRY, H. B. & BOGORO, P. (2016). Financial literacy and entrepreneurial intention of generation "Y" graduates: An analysis based on the theory of planned behaviour. *International Journal of Management Science Research*, 2(1), 351-366.

- SUCUAHI, W. T. (2013). Determinants of Financial Literacy of Micro Entrepreneurs in Davao City. *International Journal of Accounting Research*, 1(1), 44-51.
- TANG, N. & PETER, P.C. (2015). Financial knowledge acquisition among the young: The role of financial education, financial experience, and parents' financial experience. *Financial Services Review*, 24(2), 119-137.
- THEODORA, B. D. & MARTI'AH, S. (2016). The Effect of Family Economic Education towards Lifestyle Mediated by Financial Literacy. *Dinamika Pendidikan*, 11(1), 18-25.
- TRUNK, A. & DERMOL, V. (2015, maio). *EU integration through financial literacy and entrepreneurship. Conference paper: MakeLearn 2015 - Managing Intellectual Capital and Innovation for Sustainable and Inclusive Society*, Bari, Itália. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/279986467_EU_integration_through_financial_literacy_and_entrepreneurship
- UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA. (2018a). *NOVA Idea Competition*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://www.unl.pt/empreendedorismo/nova-idea-competition>
- UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA. (2018b). *NOVA Starters Academy*. Lisboa, Portugal. Disponível em <http://www.unl.pt/empreendedorismo/starters-academy>
- VAN DER ZWAN, P., THURIK, R., VERHEUL, I. & HESSELS, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6, 273-295.
- VAN ROOIJ, M., LUSARDI, A. & ALESSIE, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472.
- YONG, H. A. & TAN, K. (2017). The influence of financial literacy towards risk tolerance. *International Journal of Business and Society*, 18(3), 469-484.

Apêndices

Apêndice A – Inquérito por questionário

A influência da literacia financeira no desenvolvimento de novos negócios

Bem-vindo! O meu nome é Ana Sobral e estou a desenvolver a minha dissertação de Mestrado em Gestão e Empreendedorismo no Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa (ISCAL-IPL). O presente questionário tem como objetivo analisar a influência do nível de literacia financeira no desenvolvimento de novas ideias e negócios.

O questionário divide-se em três partes. Inicialmente serão colocadas algumas questões sociodemográficas, seguidas de uma análise do nível de literacia financeira. Por fim, serão colocadas questões relativas ao negócio e experiência empreendedora.

As respostas são anónimas e serão utilizadas apenas para o fim aqui descrito, sendo a participação totalmente voluntária.

A sua colaboração é muito importante. Muito obrigada!

*Obrigatório

Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino

Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 18-24
- 25-30
- 31-40
- 41-50
- 50+

Habilitações literárias *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino básico (1º a 3º ciclo)
- Ensino secundário
- Ensino superior (Licenciatura/Mestrado/Pós-graduação/Doutoramento)

Área de formação *

Marcar apenas uma oval.

- Ciências Sociais e Humanas
- Engenharia/Tecnologia
- Gestão/Economia/Finanças
- Saúde
- Direito
- Outra: _____

Nível de literacia Financeira

A literacia financeira consiste na compreensão de conceitos e produtos financeiros por parte dos consumidores, que, através de informação e educação, desenvolvem competências que lhes permitem tomar decisões financeiras conscientes e adequadas à sua realidade. Possibilita uma gestão mais eficaz dos recursos financeiros e tem como objetivo o bem-estar financeiro. As questões

seguintes têm como objetivo avaliar o seu nível de literacia financeira, tendo por base estudos internacionais (Lusardi e Mitchell (2011) e Klapper, Lusardi e Van Oudheusden (2016)) e o 2º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa. Peço que responda às questões sem recorrer a qualquer dispositivo com a finalidade de cálculo ou pesquisa (calculadora, telemóvel, etc), no sentido de garantir a fiabilidade das respostas.

Como autoavalia o seu nível de literacia financeira? *

Marcar apenas uma oval.

1	2	3	4	5
Muito mau			Excelente	

Qual é a sua principal fonte de informação sobre assuntos financeiros? *

Marcar apenas uma oval.

- Familiares, amigos ou colegas de trabalho
- Gestor bancário/mediador
- Notícias gerais de economia/finanças (por exemplo, imprensa generalista/jornais diários em papel ou online)
- Publicações da área económica/financeira (por exemplo, jornais económicos em papel ou online)
- Blogues/fóruns da área financeira

Suponha que deposita 100€ numa conta poupança com uma taxa de juro anual de 2%. Assumindo um cenário de capitalização de juros e que não são cobradas comissões nem impostos, qual seria o saldo da sua conta ao fim de 5 anos? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 110€
- Exatamente 110€
- Mais de 110€
- Não sei/Não respondo

Suponha que a taxa de juro anual da sua poupança é de 1% e que a taxa de inflação anual é de 2%. Ao fim de um ano, com o saldo dessa conta, poderia: *

Marcar apenas uma oval.

- Comprar menos do que hoje
- Comprar exatamente o mesmo que hoje
- Comprar mais do que hoje
- Não sei/Não respondo

As prestações mensais de um crédito a 10 anos são geralmente mais elevadas do que as de um crédito a 20 anos mas o custo total do empréstimo é menor. Esta afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
- Falsa
- Não sei/Não respondo

É menos seguro investir em ações de várias empresas do em ações de uma única empresa. Esta afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
- Falsa
- Não sei/Não respondo

Um retorno elevado num investimento está geralmente associado a um maior grau de risco. Esta afirmação é: *

Marcar apenas uma oval.

- Verdadeira
- Falsa
- Não sei/Não respondo

Empreendedorismo, formação e desenvolvimento do negócio

As questões seguintes são relativas ao seu negócio e à sua experiência como empreendedor.

Este é o seu primeiro negócio próprio? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Caso não, já teve algum negócio que não tenha sido bem-sucedido? Porquê?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Não
- Sim, por falta de conhecimentos financeiros (falta de planeamento, orçamentação e compreensão da informação financeira da empresa)
- Sim, por falta de adesão ao produto/serviço (negócio não era rentável)
- Sim, por falta de financiamento

Quantos anos tem o seu negócio? Caso tenha vários, considere o principal. *

Marcar apenas uma oval.

- Até 1 ano
- 1 a 3 anos
- 3 a 5 anos
- Mais de 5 anos

Qual é, em média, o volume de negócios anual aproximado do seu negócio? Caso esta ainda não tenha resultados (menos de 1 ano de atividade), indique qual o volume de negócios esperado. *

Marcar apenas uma oval.

- 0€ - 99.999€
- 100.000€ - 249.999€
- 250.000 - 499.999€
- 500.000€ ou superior

O seu negócio teve origem: *

Marcar apenas uma oval.

- Numa oportunidade (detetei uma necessidade ou oportunidade de melhoria de um produto/serviço)
- Numa necessidade (situação de perda de rendimento, desemprego, necessidade de criar o próprio rendimento)

Pertence ou já pertenceu a uma incubadora ou centro de apoio a empresas? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Caso sim, a qual?

Marcar apenas uma oval.

- ANJE - Centro de Incubação e Aceleração
- Avepark
- Beta-i

- Biocant
- CRIA UAIG
- DNA Cascais
- EDP Starter
- EggNEST
- Fábrica de Startups
- IDEAhub
- Impact Hub Lisboa
- In.Cubo
- Incubadora Tagus Park
- Incubadora da Universidade de Aveiro
- Incubcenter
- InovaGAIA
- Instituto Empresarial do Minho
- Ipark
- Instituto Pedro Nunes
- LABS Lisboa
- LINNK
- Lispolis
- MADAN
- Incubadora D. Dinis
- OPEN
- Parkubis
- PLAY - Universidade Lusófona
- Sanjotec
- StartUp Lisboa
- StartUp Madeira
- TEC Labs
- UPTEC
- Outra

Quais são, para si, as principais vantagens da incubação? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Consultoria e apoio no desenvolvimento do negócio
- Mentoria
- Formação
- Networking
- Cooperação entre empresas
- Financiamento

Enquanto incubado, como classifica a importância da oferta da incubadora no desenvolvimento do seu negócio? Caso a oferta não exista, escolha a opção "Não aplicável".

Marcar apenas uma oval por linha.

	Nada importante	Pouco importante	Algo importante	Muito importante	Extremamente importante	Não aplicável
Consultoria e apoio no desenvolvimento do negócio						
Mentoria						
Formação						
Networking						
Cooperação entre empresas						
Financiamento						

Indique, por favor, as iniciativas mais importantes a que teve acesso enquanto incubado (por exemplo, formação na área financeira, apoio no desenvolvimento da estratégia de negócio, eventos de networking, etc). (Resposta aberta)

Para desenvolver o seu negócio, recorreu a formação na área financeira? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim, recorri a formação direcionada para empreendedores (por exemplo, como elaborar um plano de negócios)
- Sim, recorri a formação especializada (por exemplo, cursos de gestão, finanças ou contabilidade)
- Não, considere que os meus conhecimentos eram suficientes para iniciar o negócio
- Não, apenas recorri à ajuda de profissionais (por exemplo, contabilistas)
- Não recorri a nenhum tipo de formação ou apoio na área financeira

Antes de iniciar o seu negócio, frequentou algum curso ou clube de empreendedorismo? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

Caso sim, em que medida esta participação influenciou a sua decisão de empreender?

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Não influenciou

Influenciou totalmente

Considerando os seus atuais conhecimentos e a atual situação do seu negócio, julga que teria sido benéfico obter formação na área financeira antes de avançar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Não tenho a certeza

Obrigada pela sua participação!

O questionário chegou ao fim! Muito obrigada pelo seu tempo e pela sua participação, foram fundamentais para o avanço deste estudo! Caso pretenda, pode deixar abaixo quaisquer comentários ou observações que considere relevantes para o estudo. Pode também contactar-me através do e-mail ana.aleluia.sobral@gmail.com. Desejo o maior sucesso para o seu negócio!

Comentários/observações

Apêndice B – Lista de participantes

Abaixo é apresentada a lista de empreendedores com experiênciã atual ou anterior de incubação ou apoio empresarial que responderam ao questionário apresentado no Apêndice A.

Tabela B.1 – Lista de inquiridos por incubadora/centro de apoio empresarial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Avepark	2	1,6	2,7	2,7
	Biocant	1	,8	1,3	4,0
	DNA Cascais	11	8,8	14,7	18,7
	In.Cubo	1	,8	1,3	20,0
	Incubadora D. Dinis	2	1,6	2,7	22,7
	Incubadora da Universidade de Aveiro	3	2,4	2,7	25,3
	Incubadora Tagus Park	2	1,6	1,3	26,7
	InovaGAIA	2	1,6	1,3	28,0
	Instituto Empresarial do Minho	4	3,2	5,3	33,3
	Instituto Pedro Nunes	10	8,0	13,3	46,7
	Lispolis	2	1,6	2,7	49,3
	MADAN	3	2,4	4,0	53,3
	OPEN	1	,8	1,3	54,7
	Sanjotec	3	2,4	4,0	58,7
	StartUp Lisboa	22	17,6	29,3	88,0
	StartUp Madeira	2	1,6	2,7	90,7
	TEC Labs	3	2,4	4,0	94,7
	UPTEC	4	3,2	5,3	100,0
	Total	78	62,4	100,0	
Missing	Não se aplica	43	34,4		
	Não resposta	4	3,2		
	Total	47	37,6		
Total		125	100,0		

Apêndice C – Tabelas e gráficos de apoio à análise de dados

Tabela C.1. – Áreas de formação dos inquiridos

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Arquitectura	2	1,6	1,6	1,6
Artes	1	,8	,8	2,4
Bioquímica	1	,8	,8	3,2
Ciências Sociais e Humanas	21	16,8	16,8	20,0
Cinema	1	,8	,8	20,8
Design	4	3,2	3,2	24,0
Direito	2	1,6	1,6	25,6
Engenharia/Tecnologia	47	37,6	37,6	63,2
Gestão/Economia/Finanças	31	24,8	24,8	88,0
Marketing	2	1,6	1,6	89,6
Negócios/Comércio Internacionais e Marketing	1	,8	,8	90,4
Saúde	12	9,6	9,6	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Tabela C.2. – Autoavaliação do nível de literacia financeira

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1,6	1,6	1,6
2	17	13,6	13,6	15,2
3	60	48,0	48,0	63,2
4	41	32,8	32,8	96,0
5	5	4,0	4,0	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Tabela C.3. – Comparação entre a autoavaliação e o número de respostas certas

		Proporção						Total
		0	1	2	3	4	5	
Como autoavalia o seu nível de literacia financeira?	1	0	0	0	0	1	1	2
	2	0	1	2	3	8	3	17
	3	1	1	4	14	23	17	60
	4	0	1	4	3	13	20	41
	5	0	0	2	1	0	2	5
Total		1	3	12	21	45	43	125

Tabela C.4. – Listagem das iniciativas acedidas pelos empreendedores enquanto incubados/apoiados a nível empresarial

Indique, por favor, as iniciativas mais importantes a que teve acesso enquanto incubado (por exemplo, formação na área financeira, apoio no desenvolvimento da estratégia de negócio, eventos de networking, etc)
Networking/eventos de networking (13)
Formação na área financeira (4)
Custos baixos para arrancar o negócio e reconhecimento de ser uma das poucas empresas selecionadas (passa uma imagem de credibilidade para stakeholders externos como investidores, clientes, etc.)
Apoio na criação de empresa
Formação (3)
Não precisei / não procurei (2)
Speed dating com mentores
Mentoria (2)
Partilha de experiências entre incubados. Divulgação na imprensa local
Dia do incubado
Apoio na criação do plano de negócios inicial, cooperação com outras incubadas, sessões esclarecimento sobre apoios
Apoio no desenvolvimento da proposta para pedido de fundo de desemprego antecipado de forma a criar propria empresa
Curso de formação de startups com apresentação de projeto a sociedade de capital de risco
Conferências/workshops (2)
Apoio no desenvolvimento da estratégia do negócio (2)
Eventos (2)
Finaciamento (3)
Apoio inicial de formulação dos requisitos necessários e facilidade de acesso a um espaço de trabalho
Cooperação entre empresas (2)
Programas de aceleração (2)
Análise estratégica de mercado
Apoio ao nível de renda de escritório
Pitch days
Consultoria jurídica
Infraestructura (cantinas, sala de reuniões, etc.)
Formação Coaching Empresarial
Apoio no desenvolvimento do negócio e plano de negócios (4)
Consultoria
Formação na área do negócio
Marketplace
Marketing