

As Atitudes Empreendedoras dos Estudantes do Instituto Politécnico de Santarém

Fé de Pinho, L. [luis.fedepinho@esg.ipsantarem.pt]& Gaspar, F. [fernando.gaspar@esg.ipsantarem.pt]

Escola Superior de Gestão e Tecnologia de Santarém, Instituto Politécnico de Santarém

Existe hoje um consenso generalizado sobre a importância social e económica do empreendedor na criação de emprego e de riqueza. É por isso que se têm implementado numerosas medidas com a finalidade de promover uma atitude positiva das pessoas face à criação de empresas, sendo de especial relevância os fatores da envolvente ambiental que podem intervir nessa atitude. Neste contexto, o desenvolvimento do empreendedorismo no ensino superior desponta como uma variável altamente influente no comportamento empreendedor.

O principal objetivo desta investigação, cujos resultados se apresentam neste trabalho, é o de examinar e discutir o comportamento e as atitudes face à criação da própria empresa pelos estudantes do Instituto Politécnico de Santarém. Para o cumprimento deste objetivo estudou-se uma amostra de 264 estudantes que frequentam o último ano das licenciaturas nas Escolas Superiores de Gestão e Tecnologia, Educação, Desporto, Agrária e de Saúde.

Este estudo tem por base um modelo de intensão empreendedora desenvolvido e descrito neste artigo.

Em primeiro lugar, examinam-se os determinantes da criação de empresas por parte dos estudantes, que inclui a análise da envolvente social e a percepção das suas capacidades empresariais. Em segundo lugar, examina-se o processo de criação da empresa que inclui a análise dos fatores de motivação, assim como das barreiras que os estudantes enfrentam no estabelecimento de um negócio.

São analisadas as diferenças significativas entre a intenção de criar uma empresa e as variáveis género, áreas de estudo e antecedentes empresariais dos familiares dos estudantes. Além disso, procura-se identificar se a introdução nos planos de estudos de unidades curriculares específicas de criação de empresas incrementa a propensão dos estudantes para a escolha de uma atividade empresarial independente.

Os resultados desta investigação são importantes por três principais razões. Primeiro porque as atitudes face à criação de empresas são um produto da envolvente cultural e social, e o conhecimento desta envolvente poderia e deveria ser utilizado para a tomada de decisões no sentido do desenvolvimento do empreendedorismo na educação superior.

Em segundo lugar, porque o conhecimento da percepção dos estudantes face à criação da sua própria empresa é o primeiro passo para atuar no sentido de despertar, estimular e apoiar o seu interesse em seguir uma atividade profissional como empresário.

Por último, porque na atual sociedade do conhecimento as fontes mais prometedoras de empresários são nos estudantes do ensino superior (Venciana, 1999).