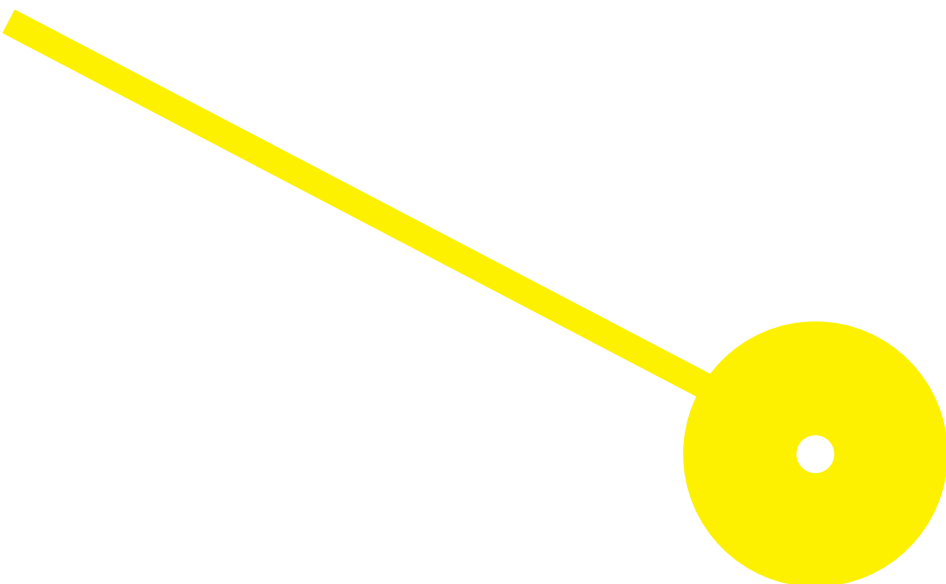




Terapia da Fala: da ideia ao negócio

Iolanda Maria de Sousa Campos

12/2022





**ESCOLA
SUPERIOR
DE SAÚDE**

Terapia da Fala: da ideia ao negócio

Autor

Iolanda Maria de Sousa Campos

Orientador(es)

Professora Doutora Patrícia Machado Nogueira, Escola Superior de Saúde do Politécnico do Porto

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Terapia da Fala pela Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto.

Dedicatória

Ao meu pai e à minha avozinha, minhas estrelas guias.

Agradecimentos

Este trabalho é o conjunto dos esforços de quem nele participou, de alguma forma. Muito grata!

No entanto, em especial, tenho de agradecer à Professora Doutora Patrícia Nogueira por tão bem me orientar neste processo, por ser a luz guia do meu caminho. Por me ter dado coragem para superar os obstáculos e não me ter permitido desistir, nos momentos de mais fraqueza. Agradeço por ter sido companheira, suporte, colo e mais do que isso, amiga, ao longo desta viagem.

A todos os Terapeutas que participaram no estudo e fizeram com que este fosse possível.

À minha família, sobretudo à minha mãe, por ter acreditado, mais do que eu própria, nas minhas capacidades e me permitir ser e ter, aquilo que ela sempre sonhou para mim.

À Eduarda, que tão bem me mostra o significado de amizade verdadeira. Por todas as vezes em que me atendia o telefone ou ligava com as palavras de conforto, na hora em que eu mais precisava.

À Raquel Carvalho, primeira companheira de “carteira” e, quis o universo, companheira no ponto final. Por todas as noitadas, desabafos, partilha de ideias e entreaduda na elaboração deste trabalho.

Às minhas companheiras de turma, do “Grupos”, que sempre se mostraram disponíveis para trabalhar em equipa e suportar o processo umas das outras. Ficamos amigas e que bonito é encontrar amizade.

Aos colegas de trabalho que, muitas vezes, suportaram o processo e contribuíram com as suas experiências.

À Terapeuta Maria João por ser inspiração profissional.

A ti, Hugo, que sempre me incentivaste neste desafio. Pela compreensão das minhas ausências, por me teres acompanhado, muitas vezes, nas noites mal dormidas. Por me apoiares a ser tudo aquilo que eu quiser.

Resumo

Os Terapeutas da Fala Portugueses sugerem ser flexíveis e criativos. Criatividade é palavra de ordem quando se fala em empreendedorismo e perfil do empreendedor. Para empreender é necessário ter conhecimentos na área do negócio: *marketing*, finanças e gestão. Os Terapeutas da Fala Portugueses não se encontram munidos dos conhecimentos necessários, nestas áreas, e nem sempre conseguem dar o passo de empreender, possivelmente, por sentirem não terem capacidades/competências suficientes para implementar um negócio e mantê-lo no mercado. **Objetivo geral:** Averiguar o que sentiram os Terapeutas da Fala Portugueses empresários/empreendedores como maiores lacunas formativas, quando iniciaram o seu negócio. **Métodos:** estudo de natureza quantitativa, transversal do tipo descritivo, com recurso a um questionário com uma amostra de conveniência de 114 pessoas. **Resultados:** 97% dos terapeutas afirmou que, aquando do término das suas formações de base, não tinham os conhecimentos necessários para implementar, de forma autónoma, um negócio. **Conclusões:** Os dados recolhidos permitiram compreender que os Terapeutas da Fala Portugueses sentem lacunas na sua formação de base, o que dificulta a implementação de ideias de negócio, aquando da sua entrada no mercado do trabalho. Quando iniciam negócios, sentem falta de conhecimentos de fiscalidade/contabilidade, estratégias de *marketing* e vendas, gestão estratégica e operacional.

Palavras-chave: Terapia da Fala; Empreendedor; Empreender; Gestão; Modelo de negócio.

Abstract

Portuguese Speech Therapists suggest being flexible and creative. Creativity is watchword when it comes to entrepreneurship and entrepreneur profile. To be an entrepreneur it is necessary to have knowledge in business: marketing, finance and management. Portuguese Speech Therapists are not equipped with the necessary knowledge in these areas and are not always able to take the step to become entrepreneurs, possibility because they feel they do not have enough skills to implement a business and keep it in the market. **General objective:** To determine what the Portuguese speech therapist entrepreneurs felt were the biggest gaps in their training when they started their business. **Methods:** quantitative, cross-sectional descriptive study, using a questionnaire with a convenience sample of 114 people. **Results:** 97% of the therapists stated that, at the end of their basic training, they did not have the necessary knowledge to implement business autonomously. **Conclusions:** The data collected allowed us to understand that Portuguese Speech Therapists feel gaps in their training, which makes it difficult for them to implement business ideas when they enter the labor market. When they start a business, they lack knowledge in taxation/accounting, marketing, sales strategies and strategic and operational management.

Keywords: Speech Therapy; Entrepreneur; Entrepreneurship; Management; Business Model.

Índice

1. Introdução.....	1
1.1. Terapia da Fala em Portugal.....	1
1.2. O Terapeuta da Fala em Portugal.....	3
1.3. Empreendedorismo e Perfil do empreendedor.....	4
1.4. Características e Competências empreendedoras.....	7
1.5. Projetos/ideias de negócio.....	9
1.6. Implementação de ideias de negócio.....	11
2. Métodos.....	14
2.1. Questão de partida.....	14
2.2. Objetivos.....	14
2.3. Hipóteses levantadas.....	14
2.4. Tipo e desenho de estudo.....	14
2.5. Critérios de seleção da amostra.....	15
2.6. Amostra.....	15
2.7. Instrumento de recolha de dados.....	16
2.8. Procedimentos.....	17
2.9. Análise estatística.....	18
3. Resultados.....	18
3.1. Apresentação de resultados.....	18
3.2. Resultados específicos e análise.....	21
4. Discussão.....	24
5. Conclusão.....	27
Referências Bibliográficas.....	29
Apêndices.....	34
Apêndice A- Instrumento de Recolha de Dados.....	34
Anexos.....	41
Anexo 1- Resposta com parecer positivo da Comissão de Ética da ESS P.Porto.....	41

Lista de Abreviaturas e Acrónimos

APTF- Associação Portuguesa de Terapeutas da Fala

ECTs- Unidades de Créditos Educativos

ESS P.Porto- Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto

GEM- *Global Entrepreneurship Monitor*

UC- Unidades Curriculares

Índice de figuras

Figura 1- Estrutura do modelo de negócio CANVAS.....	12
Figura 2- Anos de serviço dos terapeutas inquiridos	16
Figura 3- Competências importantes para a implementação do negócio.....	19
Figura 4- Área em que os terapeutas efetuaram formação, pós formação de base.....	19
Figura 5- Apoios conhecidos, pelos terapeutas, para quem dá o passo de empreender.....	21
Figura 6- Apoios considerados importantes, pelos terapeutas, para quem dá o passo de empreender	21

Índice de tabelas

Tabela 1-Correlação entre a idade, grau acadêmico e implementação de ideia de negócio.....	22
Tabela 2- Correlação entre os inquiridos terem abordado os temas do empreendedorismo, na formação de base e estes terem avançado, ou não, com uma ideia de negócio	23
Tabela 3- Correlação entre a necessidade de formação extra, pós formação de base e/ou a contratação de serviços externos e as competências necessárias, quando os inquiridos avançaram com as suas ideias de negócio.....	23

1. Introdução

1.1. Terapia da Fala em Portugal

A Terapia da Fala é uma área de estudo que integra diversos saberes. A junção de conhecimentos de áreas como medicina, biologia, ciências da comunicação, ciências do comportamento, da linguística, fonética e fonologia, permitem que a profissão continue em constante desenvolvimento.

Em Portugal, mais especificamente em Lisboa, em 1962, a formação na área da Terapia da Fala iniciou a ser lecionada por terapeutas portugueses, formados no estrangeiro. Esta formação surgiu das necessidades sentidas por diferentes profissionais, que queriam oferecer uma resposta mais adequada a certos casos e patologias dos hospitais e das instituições de cuidados de saúde onde exerciam. Assim, o processo formativo teve início na Santa Casa da Misericórdia do Alcoitão, antiga Escola de Reabilitação do Alcoitão, no ano de 1965, onde foram formados os primeiros três Terapeutas da Fala do país (Guimarães, 2013).

Em maio de 1978 é criada a Associação Portuguesa de Terapeutas da Fala (APTF), para defesa da profissão (Diário da República nº 162 de 17 de julho).

Em 1982, pelo Decreto-Lei nº 371/82, são criadas as Escolas Técnicas dos Serviços de Saúde de Lisboa, de Coimbra e do Porto, pela necessidade de uma formação adequada, para o correto funcionamento dos serviços e bem-estar das populações. Na Escola Técnica dos Serviços de Saúde do Porto o curso apresentava a duração de quatro anos (um ano de tronco comum e três de formação especializada), sendo condição de acesso possuir o 11º ano (Pinto, 2013). Até ao ano de 1989, em Alcoitão, já tinham sido formados 166 Terapeutas da Fala (Santos & Lopes, 1989).

Os cursos supramencionados passam a ficar sob a tutela dos Ministérios da Educação e da Saúde e adquirem um grau superior, mas apenas em 1997, existe o reconhecimento público do título de bacharel pelo Decreto-Lei nº 281/97. Assim, pela Portaria nº 505-D/99, na Escola Superior de Tecnologia da Saúde do Porto desde o ano letivo de 1999/2000, passa a poder atribuir-se o grau de licenciatura bietápica (Pinto, 2013).

Anos mais tarde, no período letivo de 2004/2005, na Universidade de Aveiro, dá-se a abertura do curso de Mestrado em Ciências da Fala e da Audição (Despacho nº 16313/03). Com este passo, iniciam-se as formações especializadas na área da Terapia da Fala. Com a abertura do mestrado, foi possível valorizar ainda mais esta categoria profissional, uma vez que as suas práticas começaram, cada vez mais, a serem baseadas na evidência. Ainda no ano de 2005 dá-se a abertura do curso de doutoramento em Ciências da Cognição e da Linguagem pela Universidade Católica Portuguesa, que conferia a possibilidade dos Terapeutas da Fala frequentarem o mesmo (Universidade Católica Portuguesa, 2022).

No ano letivo de 2006/2007 iniciaram as pós-graduações no Instituto Superior de Saúde do Alto Ave. Embora esta formação não conferisse grau académico, permitia aumentar os conhecimentos na área e atribuía 60 Unidades de Créditos Educativos (ECTs) (Pinto, 2013).

Apenas no ano de 2008, com a total implementação do Processo de Bolonha, a nível nacional, verificou-se aprovado o primeiro ciclo de estudos, de raiz, com a duração de quatro anos (Pinto, 2013). Anos mais tarde, em 2017, inicia-se o curso de mestrado na Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto (ESS P.Porto), pelo Despacho nº 8292/2017.

Nos dias de hoje, é possível efetuar formações avançadas como pós-graduações/especializações avançadas, mestrados e doutoramentos em inúmeras áreas específicas de conhecimento (Pinto, 2013).

Com a passagem do tempo e o aumento das necessidades, foi essencial que se aumentasse o número de profissionais da área e, conseqüentemente, a qualidade dos serviços prestados, tornando-se necessário a criação de novas escolas de formação. Assim sendo, atualmente encontram-se a ministrar a licenciatura em Terapia da Fala, a nível nacional, quatro escolas públicas e duas privadas. No que concerne ao ensino público, pode-se ingressar na Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto, na Escola Superior de Saúde de Aveiro, na Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico de Setúbal e, ainda, na Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico de Leiria. Já no ensino privado encontra-se a formação especializada na Escola Superior de Saúde do Alcoitão e na Universidade Fernando Pessoa- Escola Superior de Saúde da Fundação "Fernando Pessoa".

A licenciatura em Terapia da Fala, em cada uma das escolas mencionadas, prepara os estudantes – futuros Terapeutas da Fala – para a responsabilidade de prevenir, de avaliar, de intervir e de estudar, de forma científica, as perturbações da comunicação humana e da deglutição (APTF, 2022). Os Terapeutas da Fala são uma classe de profissionais que revela independência profissional, atuando em diversas áreas, idades e locais.

A Terapia da Fala é uma profissão que integra a carreira de Técnico de Diagnóstico e Terapêutica, caracterizada como: o "desenvolvimento de atividades no âmbito da prevenção, avaliação e tratamento das perturbações da comunicação humana, englobando não só todas as funções associadas à compreensão e expressão da linguagem oral e escrita, mas, também, outras formas de comunicação não verbal" (Resolução do ministério de Saúde nº 564/99, p. 9085). Encontra-se regulamentada em, mais ou menos, dois terços dos países da União Europeia (Pinto, 2013).

Por tudo o que foi exposto, torna-se possível compreender que, com o aumento da formação e, respetiva qualidade, bem como o reconhecimento da área da Terapia da Fala, o número de profissionais tenha aumentado, de forma exponencial, ao longo dos últimos anos. A oferta formativa existente permitiu uma base sólida, de crescimento da profissão da Terapia da Fala, devidamente fundamentada e creditada.

1.2. O Terapeuta da Fala em Portugal

No sentido de se conhecer melhor a realidade formativa e profissional dos Terapeutas da Fala Portugueses, nos últimos anos têm sido realizados estudos que os inquiriram sobre a sua formação de base, perspectiva de progressão na carreira, motivações e empregabilidade. Embora satisfeitos com a formação de base, os Terapeutas da Fala dão continuidade aos seus ciclos de estudo, para que possam melhorar a qualidade das suas práticas profissionais, com base na evidência científica (Batista, 2011). Contudo, se por um lado encontram satisfação na sua formação, por outro, consideram-se insatisfeitos com o mercado de trabalho e apresentam elevados níveis de stress ocupacional, por fatores como a falta de perspectivas de progressão na carreira e remunerações inadequadas (Pinto, 2013).

Entendendo o possível aumento de profissionais na área e a maior procura de emprego, bem como o conseqüente aumento de concorrência no mercado de trabalho, compreende-se a existência de menores salários, diminuição dos valores da prestação de serviços (Pinto, 2013) e mais obrigações laborais. As condições laborais, como a qualidade das relações com os colegas e com os utentes, o valor salarial e a segurança no emprego, influenciam diretamente a motivação, o interesse e a execução das tarefas (Pereira et al., 2010). Também a empregabilidade é influenciada pela situação económica e social e, estas têm levado, na área da Terapia da Fala, ao aumento de contratos de trabalho em situações precárias e inadequadas em termos de condições e remuneração (Booth et al., 2000; Nienhueser, 2005). Atendendo a que os pontos positivos no mercado de trabalho são menores, associados à grande quantidade de trabalho existente, entende-se que os níveis de stress nos trabalhadores, deste setor, seja cada vez maior (Pinto, 2013; Ribeiro et al., 2010; Santos et al., 2010).

As mudanças no mercado de trabalho são constantes e é importante que os profissionais se adaptem às exigências e às características do contexto laboral. Qualquer trabalhador deve ter um perfil adequado ao mercado, idealmente tendo por base competências cognitivas, resultantes da educação formal, competências especializadas como competências de Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), competências de numeracia (raciocínio lógico-matemático) e competências de liderança/negócios (inovação e negociação) (Cabral-Cardoso et al., 2006; Gondim, 2002). Embora o Terapeuta da Fala seja um profissional capaz de se adaptar às exigências do mercado de trabalho em que se insere, se, numa fase inicial, um profissional competente deve estar munido das diversas competências técnicas, que a formação de base lhe ensina/transmite, com a constante evolução científica, é importante que os profissionais invistam em novas áreas na sua formação.

A procura contínua de formação possibilita a diferenciação no mercado de trabalho, por se manter o constante desenvolvimento e aquisição de conhecimentos. No entanto, entende-se que os próprios organismos e instituição de ensino têm vindo a denotar estas mudanças no mercado de trabalho, responsabilizando-se por preparar os estudantes de forma que seja possível aumentar os níveis de empregabilidade, dado que é necessário que os profissionais tenham competências «para a vida». Cada

vez mais as competências práticas e técnicas são entendidas pelas entidades empregadoras como «básicas», na hora de uma contratação, e as *soft skills* (competências transversais) – a comunicação; o trabalho em equipa; a resolução de problemas com um pensamento crítico e inovador; a criatividade; a autoconfiança; a compreensão ética; a capacidade de lidar com incertezas e aceitar as responsabilidades, bem como a constante formação – são vistas como competências-chave para se diferenciar e destacar com sucesso no mercado de trabalho (Succi & Canovi, 2020).

Se de alguma forma as instituições de ensino têm fomentado a empregabilidade a título individual, com a crescente popularidade do tema empreendedorismo, pode equacionar-se que a procura de formações nesta área, por parte dos indivíduos, se tenha vindo a intensificar.

1.3. Empreendedorismo e Perfil do empreendedor

Na atualidade, é comum que se ouçam os termos empreendedorismo, empreender e empreendedores. Estes crescentes temas têm muito que ver com o aumento das taxas de desemprego, com o decair das grandes potências industriais e com as campanhas governamentais que fomentam o autoemprego, de forma a promover a economia (Parreira et al., 2018). Neste sentido, torna-se relevante compreender de forma mais aprofundada o conceito de empreendedorismo e o perfil de um empreendedor.

O Conceito de empreendedorismo surgiu descrito no ano de 1912, como causa do desenvolvimento económico. Contudo, passados dezasseis anos, em 1928, foi referido como a atividade empresarial fundamental para um desenvolvimento do perfil do empreendedor (Amaro, 2013). Numa fase posterior, em 1978, Schumpeter explica o conceito como sendo o empreendedorismo o aproveitamento das oportunidades de negócio (Rodrigues, 2008). Nos dias de hoje, este conceito é popular e é apontado como o processo dinâmico e criativo, que influencia o crescimento e o desenvolvimento da economia regional e nacional (Rocha & Freitas, 2014) com a produção de algo novo (Martins, 2013). Empreendedorismo é, essencialmente, o ato de empreender pela atitude criativa e de iniciativa de alguém que pretende ter a sua independência e, conseqüentemente, a sua realização pessoal (IAPMEI, 2016). Compreende-se, assim, que o conceito de empreendedorismo depende do seu agente de promoção: o empreendedor (Rocha & Freitas, 2014).

O ato de empreender é descrito, por muitos, como a capacidade de iniciativa e de imaginação para firmar ideias, tendo a aptidão de as flexibilizar, adaptar e, ainda, transformar em oportunidades de negócio (Leite, 2000 in Parreira et al., 2018). A criação de oportunidades de negócio, por parte do empreendedor, pode ser influenciada pelas características económicas que propiciam o negócio, o ambiente social e, ainda, os fatores pessoais do futuro empreendedor. Um empreendedor tem, essencialmente, na sua base empreendedora, a inovação e a criatividade. Nos dias atuais é importante compreender bem estes dois conceitos, sendo que a criatividade existe quando é criado algo diferenciador, algo novo, e a inovação ocorre desse processo criativo, através dos intervenientes (Saraiva, 2021). Contudo, são bem

mais as características que integram o perfil do empreendedor (Rocha & Freitas, 2014). Compreendendo a classificação de Kyro e Carrier (2005), para melhor se analisar este perfil, é necessário que se tenha em atenção aspetos das áreas da sociologia, da psicologia e da economia. A psicologia estuda os indivíduos através do seu comportamento e personalidade, prevendo a ligação destes ao ato de empreender. Já a sociologia, compreende as consequências do empreendedorismo para a sociedade. A economia centra-se no crescimento económico que advém da ação de empreender (Parreira et al., 2018). Para a criação de negócios, é necessário que o empreendedor tenha a visão daquilo que para os outros é impercetível e, como tal, as características de um espírito empreendedor têm de ser mais do que aquelas que, anteriormente, foram descritas como *soft skills*. Capacidades como o pensamento analítico e inovador; a aprendizagem ativa; a resolução de problemas; a análise crítica; o pensamento criativo; o poder de iniciativa; a liderança e a escuta ativa; os relacionamentos interpessoais; a inteligência emocional e a negociação, podem ser encontradas no top15 das competências para o futuro (World Economic Forum, 2020). Neste sentido, compreende-se que a identificação de um empreendedor não se cinge, apenas, ao facto de se ter criado um negócio/projeto. Há muitos mais aspetos a ter em conta, quando queremos falar de empreendedorismo, empreender e empreendedor. Estes conceitos estão muito em voga nos últimos anos, e a quantidade de pessoas que neles se insere é cada vez maior. Assim, é necessário ter em atenção todos os conjuntos de características/competências descritas e se fazer destacar, aos olhos dos outros, com ideias que até então não eram valorizadas pela sociedade.

Acredita-se que um empreendedor realiza as alterações necessárias, em função dos seus objetivos, apreciando a sensação de controlo e autonomia, correndo riscos e empoderando-se ao longo de todo o processo criativo, na inovação ou criação de um negócio (Monteiro et al., 2019). Importa, também, compreender o que motiva as ações de empreender e de desenvolver um projeto. Segundo o relatório do ano de 2009, da *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, são duas as motivações, tidas como essenciais: a necessidade e a oportunidade. A necessidade de criar um negócio, advém da falta de alternativas que satisfaçam os empreendedores e, estes, aproveitam as oportunidades de um mercado favorável para colocarem em prática os seus projetos de negócio (Saraiva, 2021).

Sendo estes indivíduos atraídos pela independência, geralmente, não gostam que o seu trabalho dependa dos outros, fazendo sobressair, nesses momentos, as suas capacidades de liderança, iniciativa e forte tomada de decisão, destacando-se das outras pessoas, no mercado de trabalho e exercendo o seu poder, com a perspetiva de progressão na carreira (Portugal, 2017).

Pessoas com este perfil são empáticas e com uma grande necessidade de relações sociais, em harmonia, pois o seu gosto pela inovação, pode ser aplicado numa empresa onde trabalha por conta de outrem ou na sua própria empresa/projeto. Assim, esta capacidade para empreender, segundo alguns autores, pode ser influenciada por fatores intrínsecos e extrínsecos (Sarkar, 2014).

Os fatores intrínsecos, despoletam o processo de empreender através da vontade e energia próprias do indivíduo. Já os extrínsecos despoletam o processo através da pressão da sociedade e/ou da inexistência de opções estáveis do ponto de vista profissional e/ou pessoal, ou seja, pelos contextos em que o indivíduo está inserido (Martins, 2013; Sarkar, 2014). Entende-se, então, que não só a procura de oportunidades, a educação e as motivações fazem um perfil empreendedor, mas também, o contexto social pode contribuir para o despoletar nos indivíduos (Monteiro, Silva, Sousa & Melo, 2019). Às competências descritas, até então, ainda se pode determinar este perfil, através de competências como a capacidade de assumir riscos; a capacidade de liderança; ser inovador; ser proativo; ser corajoso; ser organizado; ser ambicioso; ter desejo de independência; ser comunicativo e, ainda, a necessidade de realização (Portugal, 2017).

Genericamente, empreendedorismo, é, também, o empreendedor contribuir de forma positiva para a sociedade com as suas ideias de negócio (Parreira et al., 2018). Desta forma, é fundamental para o crescimento de um país, em termos económicos e financeiros, que existam pessoas com este tipo de perfil, pois a criação e rentabilidade dos negócios fomenta o crescimento económico (Martins, 2013).

Atendendo às características do perfil do empreendedor, é fácil compreender que o mercado de trabalho, cada vez mais, invista em indivíduos que têm competências e características deste perfil. Denota-se, também, que as empresas estão a dar oportunidade, aos funcionários com este perfil, para realizarem os seus processos criativos dentro da própria empresa. Ou seja, a meta dos empresários, já instalados no mercado, é criar um ambiente propício ao empreendedorismo, dentro da própria empresa. No entanto, uma personalidade empreendedora tem a necessidade de controlo muito assente e, como tal, quando os indivíduos não consideram que o ambiente tem todas as condições reunidas para empreender, tendem a fazê-lo fora da empresa, assumindo os riscos inerentes (Real, 2012), levando, muitas vezes, a que criem os seus próprios negócios e, provavelmente, que se tornem concorrentes dos seus anteriores locais de trabalho.

Considera-se que, em qualquer profissão, se tem por objetivos a progressão na carreira e o sucesso no trabalho realizado. Assim, para que a motivação esteja, sempre, na base deste foco, o reforço positivo e o *feedback*, por parte dos outros, sobre os resultados que se obtém, são de extrema importância. O Terapeuta da Fala é um profissional que tem formação em diversas áreas de intervenção terapêutica, sendo, no seu quotidiano, as palavras de ordem a flexibilidade e a criatividade, na elaboração de objetivos e atividades. As condições de trabalho que estes encontram nem sempre são as mais favoráveis (Pinto, 2013) e tendem, muitas vezes, a mudar o seu foco para uma mudança empreendedora. Assim, saber se os Terapeutas da Fala apresentam características de um empreendedor, será pertinente. Num estudo, do ano de 2019 (Campos), verificou-se que os Terapeutas da Fala, para além de possuírem *soft skills*, também apresentam características do perfil do empreendedor. Embora não se saiba a natureza destas características, se intrínseca ou extrínseca aos

indivíduos, no estudo com uma amostra de 129 Terapeutas da Fala, cerca de 78.3% considera-se criativo; 84.5% entende-se como determinado; 88.4% acha-se persistente; 89.2% declara que toma decisões, sempre que necessário; 73.6% considera que explora ao máximo as suas oportunidades e 82.2% afirma que tem objetivos concretos. Desta forma, pode-se compreender que os Terapeutas da Fala apresentam características que lhes permitem e que procurem empreender. Contudo, embora estes avancem com as suas ideias de negócio, os conhecimentos base que têm, não são, muitas vezes, os suficientemente necessários para que mantenham o seu negócio e o rentabilizem, desfrutando ao máximo do mesmo.

1.4. Características e Competências empreendedoras

Para a implementação de um negócio de sucesso, é necessário que estejam reunidas as condições favoráveis à alavancagem do mesmo. Assim, para que um projeto tenha sucesso, é necessário que os seus fundadores tenham mais do que vocação e vontade. É preciso que tenham conhecimentos e competências técnicas, para implementarem uma ideia de negócio e liderem a mesma. Como tal, não chega apenas a existência de incentivos governamentais, para a criação de uma empresa, mas, também, é fundamental que os responsáveis pelas mesmas possuam competências técnicas e conhecimento sobre o mercado onde irão atuar. Caso estas condições não estejam reunidas, é de extrema importância que os empreendedores ampliem os seus conhecimentos, criem parcerias ou, até mesmo, que optem pela subcontratação de equipas especializadas, que os ajudem a implementar e desenvolver os seus projetos. Compreende-se, assim, que é impossível uma empresa sobreviver apenas com a vocação do empreendedor (Almeida, 2007). Além disso, o facto de se ter conhecimentos em implementação de negócios, não implica que se tenham as competências necessárias para a resistência dos mesmos.

No capítulo anterior, tornou-se possível compreender que as instituições de ensino, cada vez mais, procuram preparar os estudantes para as mudanças no mercado de trabalho e para que sejam independentes na procura de oportunidades e criação de projetos individuais, promovendo os níveis de empregabilidade dos mesmos. Neste sentido, pode-se sugerir que as próprias faculdades/universidades já possuem uma intenção empreendedora, no que respeita à preparação dos estudantes para a vida profissional.

A escola, para além de formar e educar, tem como missão preparar os estudantes para a vida, devendo este percurso ser efetuado em conjunto com a sociedade e os agentes educativos. As escolas devem estimular as competências e o espírito empreendedor dos seus alunos, ao longo de toda a sua passagem pelo estabelecimento de ensino (Lopes, 2013). Quanto mais estas competências forem desenvolvidas, nas instituições de ensino, será promovido um maior interesse, no futuro, pela cultura empreendedora (Lopes, 2013). As instituições de ensino integram diferentes grupos e classes sociais,

desde crianças, pais e professores, bem como os restantes intervenientes do ambiente/sistema educativo. Desta forma, é um contexto ideal para desenvolver a cultura empreendedora (Lopes, 2013). As capacidades empreendedoras devem ser trabalhadas e estimuladas nos primeiros anos de escolaridade, ou seja, não só na universidade, mas, também, no ensino básico e secundário. Para tal, o ensino deve ter por base uma abordagem *learning by doing*, ou seja, aprender a fazer, dando primazia à experiência. Torna-se importante criar situações problemas, simulando a vida real, de forma a proporcionar ao aluno um raciocínio empreendedor, na resolução de problemas. Neste sentido, os alunos deverão ser capazes de identificar o problema, planificar e trabalhar, em grupo, para executar e resolver os problemas, mesmo que de forma errada. Assim, compreende-se que deverão ser criadas as condições favoráveis, no ambiente escolar, à aprendizagem e aquisição de conhecimentos sobre a área do empreendedorismo (Lopes, 2013). Os Terapeutas da Fala são profissionais, com formação superior, que têm uma grande capacidade de adaptabilidade. Estes sabem trabalhar em equipa, solucionando possíveis problemas, através da planificação e definição de objetivos específicos, passíveis de realização, em tempo definido.

O conceito de ambiente escolar não se cinge, apenas, até ao ensino secundário, este integra, também, o ensino superior. É comum que, aquando do ingresso num curso superior, os estudantes não tenham objetivos e planos de carreira definidos e, como tal, orientar e promover um perfil empreendedor pode ser um aspeto importante a considerar. Verifica-se que, na educação do ensino superior, a realização de ações que possam influenciar o empreendedorismo ou a intenção empreendedora, entre os alunos, proporciona a expressão da inovação e criatividade, e uma possível motivação para a criação e implementação de ideias diferenciadoras. Uma maior carga horária de Unidades Curriculares (UC) voltadas para a área da gestão e dos negócios, poderá possibilitar o aumento do nível de conhecimento dos alunos para empreender. Assim, maiores cargas horárias de atividades/UC relacionadas com as áreas da gestão, administração de negócios, criação de empresas e modelos de negócio, pode promover nos estudantes um maior espírito empreendedor e a procura de novas oportunidades. A literacia para o empreendedorismo, no ensino superior, possibilita munir os jovens de competências para conhecer melhor o mercado, os desafios políticos, económicos e sociais ao longo da criação, integração e crescimento de um negócio (Parreira et al., 2018).

Remetendo para o passado, a partir de 1970, foi ascendente a oferta de cursos na área empreendedora, não só em formações em áreas como administração e gestão, mas, também, de ciências e engenharias (Parreira et al., 2018). A área do empreendedorismo tem vindo a evoluir e, como tal, acredita-se ser essencial que os estabelecimentos de ensino, desde o ensino básico até ao ensino superior universitário, fomentem formação neste tema. Para tal, são sugeridas algumas orientações como: o desenvolvimento de estratégias de planeamento e ação; a criação de departamentos interdisciplinares sobre empreendedorismo; a promoção de dinâmicas internas que promovam o tema; estabelecimento

de incentivos aos docentes do ensino superior, no apoio dos estudantes com atitude empreendedora e atribuir créditos académicos, ao trabalho desenvolvido, em projetos de empreendedorismo, extracurriculares (Comissão Europeia, 2008 in Parreira et al., 2018).

A literacia empreendedora tem por base a aquisição de conhecimentos e competências, que visam permitir aos indivíduos gerir e tomar decisões conscientes, dados os seus recursos financeiros. Esta é de extrema importância e deve ser inculcada nas pessoas desde uma idade precoce. A educação financeira deveria fazer parte dos planos curriculares, ao longo do percurso escolar, de modo que de forma gradativa, os alunos se sentissem confiantes com a gestão financeira. No entanto, não é apenas responsabilidade da escola inculcar estes valores, mas, também, o ambiente familiar deverá propiciar um exemplo positivo, para que estes hábitos financeiros sejam transitados para a vida adulta, de uma forma harmoniosa (Sobral, 2018).

Entendendo como a definição básica, a literacia financeira está diretamente relacionada com a capacidade de gerir o dinheiro. Esta é o conjunto de competências que possibilitam a resolução de problemas económicos e financeiros, por parte dos indivíduos, enquanto clientes, vendedores, investidores ou trabalhadores. Ou seja, ter a capacidade total de gerir as próprias finanças, da forma mais apropriada (Silva, 2019). Contudo, embora não exista um consenso, por parte de todos os autores, a literacia financeira para todos é referente aos comportamentos, conhecimentos e capacidades que se tem relativamente ao desempenho financeiro. Generalizando, esta é a capacidade de se demonstrar atitudes assertivas e adequadas tomadas de decisão, sejam elas pessoais e/ ou empresariais (Vieira, 2018).

Em suma, compreende-se a importância de, desde a idade escolar, ser tão fulcral a instrução, não só para o empreendedorismo, mas, também, para todas as questões que este acarreta, como é o caso das competências para a gestão financeira.

1.5. Projetos/ideias de negócio

Para que seja possível um empreendedor tornar a sua ideia num negócio e mantê-lo, é necessário que tenha conhecimentos e competências que lhe permitam gerir e promover o mesmo.

Empreender é, muitas vezes, um projeto de vida. Esta ação gera desafio, é arriscada e ao mesmo tempo satisfatória para quem o faz. A constante aprendizagem e o assumir de diferentes papéis, é uma necessidade real do empreendedor que, no fundo, pode, quando necessário assumir o papel de diferentes setores de uma empresa.

No mesmo estudo anterior, realizado em 2019 (Campos), com 129 Terapeutas da Fala, verificou-se que 69% responderam afirmativamente ao facto de ao longo do seu percurso profissional terem sentido vontade/necessidade de avançar com um(a) projeto/ideia de negócio próprio(a)/pessoal. Estes negócios tinham por base a criação/abertura de clínicas/gabinetes próprios/centros terapêuticos e a

elaboração de materiais para a área da Terapia da Fala. No entanto, apenas 29.1% é que, efetivamente, implementou a sua ideia. Este aspeto pode sugerir que, embora os Terapeutas da Fala tenham características do perfil do empreendedor, não sentem possuir as competências necessárias para alavancar o seu projeto de negócio.

Segundo um estudo levado a cabo por Oliveira, Ferreira, QingYe e Van Geenhuizen (2013), em Portugal, na Holanda e na Finlândia, estes concluíram que as cinco principais competências, mais frequentemente ausentes nos empreendedores e que são necessárias para alavancar o crescimento do seu projeto, são: a capacidade de angariação de capital financeiro; a internacionalização; a gestão de recursos humanos; a proteção da propriedade intelectual e a literacia financeira/de gestão.

Para os empreendedores, como prioritárias, são entendidas as áreas financeira e de *marketing*, pois é através destas que se considera que se podem verificar as vendas, os lucros e os gastos da empresa (Ferreira et al., 2021). No entanto, é sentida uma grande dificuldade nos recursos humanos e na área financeira (Ferreira et al., 2021). Nesta insere-se o plano de negócios que, inicialmente, pode ser utilizado como uma ferramenta importante na estruturação e planeamento do negócio. No entanto, dado que existem dificuldades na elaboração deste, os empreendedores, numa fase posterior, não usufruem dos benefícios da atualização deste plano (Ferreira et al., 2021). Este aspeto pode sugerir que, se existisse formação nesta área e/ou a contratação de um serviço externo, que auxiliasse em todo este processo, seriam mais bem aproveitados todos os pontos positivos de um plano de negócio e, conseqüentemente, uma possível gestão financeira mais assertiva, ao longo de todo negócio.

Efetivamente, para além das dificuldades supramencionadas, o grande desafio dos empreendedores, é, sem dúvida, o trabalho burocrático por detrás de todos os empreendimentos que este pensa/realiza. Para a abertura de uma empresa são inúmeras as licenças e as inscrições, nas mais diversas entidades competentes e, uma vez que os conhecimentos na área da gestão de negócio são baixos, os empreendedores tendem a considerar este processo muito difícil. No entanto, este aspeto, pode, também, sugerir que estes, são, maioritariamente pessoas que iniciam, do zero, uma ideia de negócio e, portanto, não têm conhecimentos na área da gestão (Casagrande & Branco, 2018). Destaca-se, então, que para se iniciar qualquer tipo de negócio, são necessários uma avaliação inicial, um planeamento e conhecimento nas áreas da gestão (questões legais e burocráticas), finanças, *marketing*, recursos humanos, entre outras. É de extrema importância compreender a viabilidade da ideia de negócio e verificar se estão reunidas todas as condições, bem definidos os objetivos para que o início seja favorável e, apenas, com erros passíveis de uma rápida correção (Costa, 2010). No entanto, não se pode descorar da consistência e constante atualização do negócio e, para isso, é necessário que os esforços investidos não sejam só na fase inicial, mas também, no crescimento da ideia. Para que exista um desenvolvimento exponencial, geralmente, é necessário que exista formação empresarial contínua nas mais diversas áreas do negócio, sobretudo «nos primeiros anos de vida do negócio» (Lerner, 2004).

1.6. Implementação de ideias de negócio

Havendo compreendido as competências necessárias para a implementação de um negócio, torna-se importante perceber as etapas a traçar.

Estamos na «Era tecnológica» e as evoluções são cada vez maiores. Os mercados abertos, permitem aos consumidores ter uma maior oferta e oportunidade de escolha e comparação de qualidade e preços. Assim, entende-se que, cada vez mais, os negócios implementados e os produtos elaborados tenham de estar mais direcionados para as necessidades dos clientes e que acompanhem todas as evoluções do mercado. Neste sentido, sugere-se que as empresas tendem a apresentar mais propostas que se adaptem às exigências dos seus clientes, comparativamente à sua concorrência.

Para Teece (2010), a importante ferramenta que permite incluir as inovações tecnológicas, bem como assumir a proposta de valor para o consumidor, são os modelos de negócio. Estes devem estar em constante evolução, pois qualquer negócio, seja ele novo ou já instaurado no mercado, deve ter um adequado modelo de negócios, com clareza de objetivos, para que tenha sucesso (Magretta, 2002).

Pensa-se que, neste momento, os modelos de negócio das empresas devam incluir todos estes aspetos, dado que é através destes que se deduz a verdadeira criação de valor para o cliente (Correia, 2019). Um modelo de negócio deve ter na sua base quatro pilares: a proposta de valor para o cliente, a fórmula do lucro, os recursos chave e os processos chave. Através da ligação destes elementos é possível apresentar uma proposta de valor ao demais (Correia, 2019). Ou seja, deve ser um documento prático e apelativo visualmente, para que qualquer pessoa entenda qual é o negócio e os projetos que este integra.

Embora existam diferentes modelos de negócio, há consenso entre os autores de que o modelo de negócio que consegue aliar a estratégia, aos elementos necessários para empreender, é o modelo de negócio CANVAS (Figura 1). Criado por Osterwalder e Pigneur e apresentado no ano de 2010, no seu livro *"Business Model Generation"* com uma abordagem de fácil compreensão e uma estrutura visual limpa (Correia, 2019).

Figura 1

Estrutura do modelo de negócio CANVAS



Nota. In Gava, 2014, adaptado de Osterwalder e Pigneur (2010).

Este modelo de negócios responde, em blocos, às questões: Como? O quê? Quanto? e Para Quem?. Como, responde a quais são os recursos, as parcerias e a atividade-chave da ideia de negócio. Os recursos-chave correspondem aos ativos mais importantes na geração de uma proposta de valor, ou seja, quais são os equipamentos, as instalações, o *software*, a patente e os recursos humanos e financeiros. As parcerias-chave referem-se ao relacionamento com os fornecedores, ou seja, quem serão os fornecedores, quais os recursos e atividades que realizam com os parceiros. A atividade-chave é o que assegura, efetivamente, o funcionamento do negócio e, portanto, envolve todas as questões de criação e desenvolvimento do produto, venda e assistência pós-venda do mesmo. As atividades-chave são fulcrais para o negócio, pois são estas que fazem o negócio permanecer no mercado, manter relações com os clientes e obter os lucros. A questão “o quê?” refere-se à proposta de valor, ou seja, o que é que se pretende entregar aos clientes, de uma forma única e singular, satisfazendo as suas necessidades. A questão “quem” pode ser respondida através da relação com os clientes, dos canais de distribuição e do segmento de clientes. A relação com os clientes é explicada através das estratégias que serão utilizadas para criar uma ligação emocional entre a empresa e o cliente, bem como fidelizar os mesmos ao serviço/produto. Os canais de distribuição gerem a ligação entre a proposta de valor e os clientes, ou seja, a comunicação ao cliente e a concretização das vendas e, por fim, a entrega do produto/serviço. Por último, o segmento de clientes, define para que quem será criada a proposta de valor. Que tipo de clientes são, quais são as suas características e qual o segmento do mercado em que estes se encontram. A questão “quanto” é respondida através da estrutura dos gastos e das fontes de receita, quais são os gastos e a origem dos mesmos, associados ao

funcionamento do negócio, e quais serão as fontes de rendimento, como e quanto é que os clientes pagam pela proposta de valor apresentada (Correia, 2019; Gava, 2014).

Numa fase posterior, havendo entendido a importância da elaboração do modelo de negócio, poder-se-á compreender, melhor, a sua aplicabilidade, dado que pode ser a base da elaboração de um plano de negócios. Este é o próximo passo para quem quer empreender e trata-se de um documento detalhado e minucioso, que retrata todos os envolvidos no negócio e a viabilidade do mesmo, para que, posteriormente, possa ser apresentado, como um meio de comunicação, aos investidores, aos fornecedores e aos bancos, para que estes compreendam as projeções financeiras e os possíveis lucros da empresa. O essencial deste é que tenha bem explícita a rentabilidade da empresa. Assim sendo, um plano de negócio é constituído por uma breve explicação da visão, missão, objetivos gerais e específicos do negócio e, ainda, as estratégias de *marketing*, os processos de produção, a possível equipa e os investimentos necessários, bem como os lucros. Abrange, também, a descrição dos produtos e serviços, tal como o lançamento dos mesmos. Contém uma análise da indústria, ou seja, qual o mercado competitivo, a elaboração de um plano de *marketing*, a elaboração do plano operacional, a estrutura organizacional da empresa e, ainda, o plano financeiro. Ou seja, todos os valores monetários que envolvem um negócio (Gava, 2014).

Um plano de negócios é dinâmico e tenta, sempre, acompanhar as mudanças do ambiente. Assim, na elaboração de um plano de negócios, pode ser aplicado o modelo de negócios, dado que contém informações necessárias, como por exemplo as relacionadas com o plano de *marketing*, operacional, financeiro, a organização e a gestão (Tokarski, Tokarski & Wójcik, 2017). Neste sentido, compreende-se a importância da literacia financeira e das competências empreendedoras, para quem pretende ter o seu próprio negócio/projeto.

Numa altura em que a sociedade pretende soluções rápidas e económicas, cabe aos empreendedores desafiar e adaptarem, os seus modelos de negócio, à realidade atual e àquilo que os consumidores pretendem (Correia, 2019).

Entende-se, então, a importância de se ser conhecedor e, mais ainda, de colocar em prática, o plano e modelo de negócio e ter as metas a alcançar bem traçadas, para que seja possível avançar com ideias de negócio. Contudo, entende-se que para que se esteja confortável com todos estes conceitos, existe formação específica, maioritariamente de nível superior. Como supramencionado, a percentagem de Terapeutas da Fala que abre negócio e, provavelmente que os mantém, é baixa. Assim, estes aspetos podem sugerir que os Terapeutas da Fala tenham de investir em formações nas áreas e /ou subcontratar outros profissionais para implementarem os seus negócios.

2. Métodos

2.1. Questão de partida

Atendendo à revisão bibliográfica e aos conteúdos abordados até então, delimitou-se como questão de partida do presente estudo: “O que sentiram os Terapeutas da Fala empresários/empreendedores como maiores lacunas formativas, quando iniciaram o seu negócio/projeto?”.

2.2. Objetivos

De modo a responder à questão supracitada delimitaram-se os seguintes objetivos:

- Identificar as áreas assinaladas como impulsionadoras do empreendedorismo, na formação de base.
- Identificar as competências, que foram sentidas como necessárias, pelos terapeutas, na implementação de negócio/projeto;
- Identificar necessidades de formação na área da implementação de negócios, pós formação de base;
- Descrever as necessidades formativas dos Terapeutas da Fala, em termos de gestão e implementação de negócio.

2.3. Hipóteses levantadas

Para este estudo foram levantadas hipóteses, onde se estabelecem relações de causa efeito. Assim, é possível que exista relação entre mais do que uma variável (Fortin, 2003).

Hipótese 1: Existe relação entre a idade, o grau académico e o facto de os inquiridos terem avançado, com uma ideia de negócio.

Hipótese 2: Existe relação entre os inquiridos terem abordado os temas do empreendedorismo na formação de base e o facto de estes terem avançado, com uma ideia de negócio.

Hipótese 3: Existe relação entre a necessidade de formação extra, pós formação de base e/ou a contratação de serviços externos, com as competências necessárias, quando os inquiridos avançaram com as suas ideias de negócio.

2.4. Tipo e desenho de estudo

Para o presente estudo idealizou-se, como proposta metodológica, um estudo com um desenho de natureza quantitativa e transversal, do tipo descritivo. Uma metodologia quantitativa recorre a técnicas estatísticas de quantificação, ou seja, o uso de números, para a recolha e análise de dados (Dalfovo et al., 2008). Esta metodologia dedica-se à recolha de informações relativamente às motivações de determinados grupos e à interpretação e compreensão de certos comportamentos, opiniões e expectativas de um conjunto de indivíduos (Fortin et al., 2009), no caso os Terapeutas da Fala. Considera-se o presente estudo transversal porque se investigou num local e tempo únicos (Bordalo,

2006) e, ainda, do tipo descritivo dado que descreve a realidade de assuntos ainda pouco conhecidos, podendo-se dar a conhecer aos outros uma determinada área (Aragão, 2011). Desta forma, uma metodologia quantitativa tem como objetivo a relação entre variáveis, através de descrições, baseadas no tratamento estatístico dos dados recolhidos, testando teorias e tirando conclusões (Gonçalves, 2008) sobre os temas que estão a ser alvo de estudo: o Empreendedorismo e a Terapia da Fala.

2.5. Critérios de seleção da amostra

Para a obtenção da amostra, definiu-se como critério de inclusão:

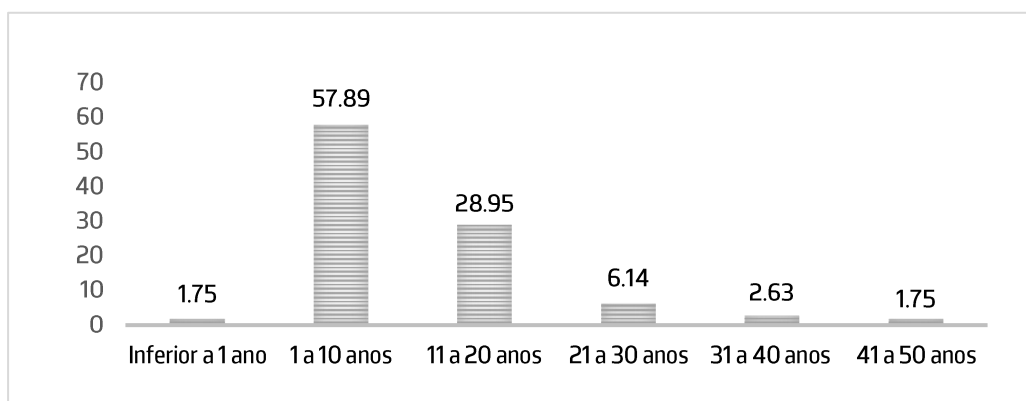
- Os participantes terem efetuado a sua formação académica, em Terapia da Fala, em Portugal; A amostra foi obtida através do método de amostragem não probabilístico, ou seja, uma amostra de conveniência, pois pretendeu-se obter informações de uma forma rápida e acessível, sem gastos adicionais. Esta amostra é, maioritariamente, usada quando existem pesquisas das quais o investigador aceita o risco de uma possível imprecisão dos resultados, pois a amostra por conveniência está muito ligada a estudos que geram hipóteses (Marotti et al., 2008) e exploram temas pouco conhecidos.

2.6. Amostra

O presente estudo engloba uma amostra de 114 participantes, sendo que 108 (94.7%) são do sexo feminino e 6 (5.3%) do sexo masculino. A moda das idades encontra-se no intervalo compreendido entre os 31-40 anos com um total de 55 pessoas, o que equivale a 48.2% da amostra. No intervalo de idades entre os 20 e os 30 anos encontramos 38.6%, 7% entre os 41 e os 50 anos, 4.4% tem idade compreendida entre os 51 e os 60 anos e, apenas 1.8%, tem mais de 60 anos. Relativamente ao grau académico, 36.8% possui bacharelato/licenciatura, 34.2% pós-graduação, 26.3% mestrado e, apenas 2.6% referiu ter um doutoramento. Os anos de serviço foram variando e, como se pode verificar pela análise da figura 2, mais de metade da amostra (57.89%) apresenta entre 1 e 10 anos de experiência profissional.

Figura 2

Anos de serviço dos terapeutas inquiridos



Verificou-se que 97.4% dos participantes se encontra a trabalhar na área da Terapia da Fala, sendo que os restantes 2.6%, que não se encontram a trabalhar na área, referiram que o motivo é o facto de não encontrarem ofertas profissionais, porque são reformados ou porque conciliam a profissão com desportos, nos quais são jogadores profissionais.

2.7. Instrumento de recolha de dados

O método de recolha de dados comportou um questionário (Apêndice A), elaborado pela autora, com vista a responder aos objetivos definidos para o presente estudo, já supramencionados. O instrumento é constituído por um convite à participação, com um texto atrativo/explicativo, onde são mencionados os objetivos do estudo, os critérios de inclusão para a participação, bem como o consentimento informado com a salvaguarda do anonimato e a garantia de que os dados recolhidos serão, apenas, utilizados para fins académicos, científicos e de divulgação na classe profissional. Refere-se, também, que a participação no estudo não acarreta qualquer prejuízo à saúde ou vida, estando estes itens de acordo com as recomendações da Declaração de Helsínquia (World Medical Association, 2008). O questionário encontra-se dividido em duas grandes partes: uma primeira parte relativa a dados gerais e caracterização da amostra e, uma segunda, com questões relativas aos temas em estudo, nomeadamente, o empreendedorismo, a formação de base, a formação contínua e a gestão de negócios. O questionário foi submetido a grupo de painel de peritos, composto por três Terapeutas da Fala, com vasta experiência na área e com negócios próprios. Os mesmos reviram o instrumento e apresentaram sugestões de melhoria. As principais propostas foram a realização de ajustes ao nível da língua portuguesa e inclusão de questões/opções de resposta mais explícitas, como por exemplo, *checklist*. Assim, o questionário integra, no seu âmago questões fechadas tais como perguntas dicotómicas (sim/não), seleção de itens e escalas de *Lickert* de 5 pontos (1= discordo totalmente e 5=concordo totalmente) e, ainda, algumas questões de resposta curta e direta. O questionário, posteriormente, foi criado em formato digital, na plataforma *Google Forms*, sendo submetido a um pré-

teste com três indivíduos que se enquadravam nos critérios de inclusão e que não puderam, numa fase seguinte, participar no estudo. O pré-teste foi feito através da partilha do questionário, via e-mail, onde foi possível que os terapeutas explorassem a plataforma e o inquérito, dando, assim, um *feedback* positivo relativamente à adequação linguística, ao tempo do questionário e à pertinência das questões, considerando os objetivos do estudo.

Considerou-se a divulgação do questionário por este meio, dado ser mais fácil a obtenção de uma amostra de maiores dimensões e de diferentes localizações geográficas, diminuindo, desta forma, o problema de representatividade (Gonçalves, 2008). A versão final do questionário foi disponibilizada aos participantes através do *software* de questionários online *Google Forms* na rede social *Facebook* da autora, sendo partilhado quatro vezes, uma vez por semana, no período de um mês.

2.8. Procedimentos

Após a elaboração do instrumento para a recolha de dados e sua posterior passagem pelo painel de peritos, seguiu-se a submissão do estudo à Comissão de Ética da ESS P. Porto para a aprovação. A submissão foi realizada, via e-mail, aos 21 dias do mês de dezembro do ano de 2021. O processo de autorização CE0102B, no dia 28 de janeiro de 2022, teve parecer favorável à investigação, como descrito no despacho, passível de consulta no Anexo 1. Posteriormente à resposta positiva, o instrumento foi submetido a um pré-teste, como mencionado anteriormente. Neste sentido, procedeu-se à recolha dos dados através da divulgação do estudo nas redes sociais no início do mês de fevereiro, encerrando as partilhas quatro semanas depois.

Seguidamente, perante a deliberação Nº 227/2007 da Comissão Nacional de Proteção de Dados (Comissão Nacional de Proteção de Dados [CNPD], 2007), dos dados obtidos, todos os que não foram utilizados para análise, foram eliminados no imediato na plataforma digital. A restante base de dados obtida foi descarregada e eliminada da plataforma digital. As cópias de segurança das informações foram devidamente encriptadas e colocadas num computador fixo, sem acesso à internet, em ficheiro codificado, acessível, apenas, à autora e orientadora, obrigadas a segredo profissional, com alteração periódica das palavras-passe de acesso.

Salvaguarda-se que o tipo de dados recolhidos não implicou risco para os participantes. A recolha e tratamento de dados seguiu os princípios de proteção de dados aplicável a estudos de investigação científica na área da saúde. Segundo a lei nº 67/98 do Diário da República que aborda a Proteção de Dados Pessoais, para garantir a confidencialidade e legitimidade do tratamento de dados (Diário da República [DR], 1998), os dados apenas foram conservados durante o período necessário à recolha e posterior tratamento e análise. Após esse período, procedeu-se à sua destruição.

2.9. Análise estatística

As informações recolhidas foram tratadas e analisadas através do Excel e do programa SPSS (versão 28), de acordo com as etapas estabelecidas em estatística descritiva e inferencial. Assim sendo, ao nível da estatística descritiva realizaram-se frequências como moda e percentagens. Na análise com base na estatística inferencial recorreu-se a testes de hipóteses e significância (0.05).

3. Resultados

3.1. Apresentação de resultados

No que concerne aos resultados relativos à área do empreendedorismo na formação de base, constatou-se, que 89.5% dos profissionais (junção dos valores 1 e 2 da escala de *Lickert*, 1= discordo totalmente, 5=concordo totalmente) considera que, na formação de base, não foram abordados temas como a gestão e análise financeira e estratégica. Também, 93.9% (junção dos valores 1 e 2 da escala de *Lickert*) referem que a área de *marketing* não foi abordada. Dos inquiridos 62.3% (junção dos valores 4 e 5 da escala de *Lickert*) refere que se tivessem mais conhecimentos sobre empreendedorismo, na formação de base, teriam objetivos profissionais diferentes dos que têm. Neste sentido, verificou-se, também, que 73.3% considerou que a formação de base não os munuiu de conhecimentos suficientes para que avançassem com ideias de negócio e, portanto, 61.4% refere que seria positivo, que na formação de base, se tivesse mais formação sobre a área do empreendedorismo.

Relativamente à secção de implementação de projetos, quando questionados se ao longo do percurso profissional sentiram vontade de avançar com uma ideia de negócio própria, 78.9% dos participantes respondeu de forma afirmativa, sendo a maior parte dos projetos a abertura de clínicas/gabinetes terapêuticos próprios. Para todos os que responderam que não (24 participantes), o questionário terminou. Dos 90 inquiridos que avançaram no questionário, apenas 36.7% implementou a ideia de negócio idealizada, sendo estas maioritariamente a abertura de clínicas/centros de terapias. Para os restantes 63.3% o questionário, também, terminou. Assim sendo, foram 33, os participantes que prosseguiram no inquérito e que responderam ao mesmo até ao fim. Estes, aquando da implementação do seu negócio, sentiram que as competências que foram mais importantes, foram as competências técnicas (75.8%), as competências transversais (75.8%) e as competências de liderança (63.6%). Na figura 3 encontram-se expressas todas as áreas selecionadas e a respetiva percentagem de respostas. Importa salientar que esta questão possibilitava aos inquiridos a seleção de mais do que uma hipótese, ou seja, na figura abaixo apresentam-se as percentagens cumulativas das opções selecionadas.

Figura 3

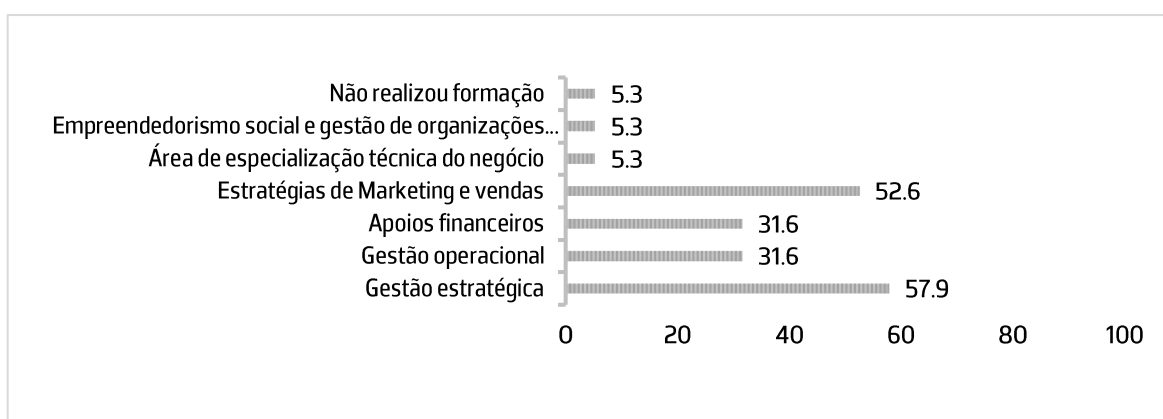
Competências importantes para a implementação do negócio



Na secção relativa a formações, pós formação de base, constatou-se que 57.6% dos participantes sentiu necessidade de efetuar mais formação. As áreas em que estes investiram em formação, posteriormente à formação de base, no geral, foram em gestão estratégica (57.9%), estratégias de *marketing* e vendas (52.6%) e, ainda, fiscalidade/contabilidade (42.1%). Abaixo estão expressas todas as áreas escolhidas e a respetiva percentagem de respostas. Importa salientar que esta questão possibilitava aos terapeutas a seleção de mais do que uma hipótese, ou seja, na figura 4 apresentam-se as percentagens cumulativas das opções seleccionadas.

Figura 4

Área em que os terapeutas efetuaram formação, pós formação de base



Ainda na secção relativa a formações, pós formação de base, os restantes 42.4% (14 pessoas), que respondeu que não sentiu necessidade de efetuar mais formação, o questionário seguiu para outra questão. Essa questão inquiria sobre o facto de não realizarem formação extra, porque não sentiram

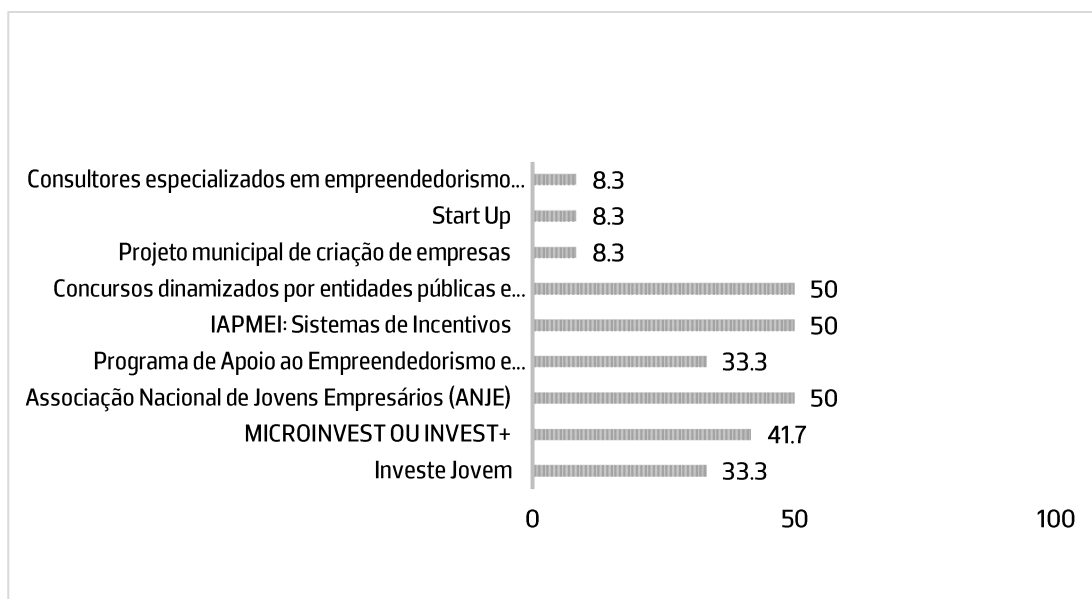
necessidade, aquando da implementação do negócio. Ainda nessa mesma pergunta, das 33 respostas, 72.7% (24 indivíduos) respondeu que não sentiu essa necessidade. A opinião dos inquiridos, no que é respeitante à contratação de um serviço externo, foi de 50% para sim e 50% para não. Assim sendo, os indivíduos que responderam de forma afirmativa, referiram que essa necessidade foi, maioritariamente nas áreas de fiscalidade/contabilidade (84.2%) e de estratégias de *marketing* e vendas (47.4%), seguindo-se a gestão estratégica (26.3%), a gestão operacional (21.1%) e, por fim, os apoios financeiros (15.8%).

Na secção relativa às necessidades de formação, 66.7% dos inquiridos referiu que os seus negócios beneficiavam, caso eles tivessem mais conhecimentos na área da gestão. O mesmo se verificou no que é referente às áreas de *marketing* e de análise financeira e estratégia, pois 69.7% e 63.6%, respetivamente, afirmou que se tivesse mais conhecimentos nessas áreas, os negócios beneficiariam. Cerca de 48.5% dos terapeutas (junção dos valores 1 e 2 da escala de *Lickert*) referiu que não sabiam que apoios financeiros do estado/projetos beneficiavam os seus negócios, é de salientar que nesta questão 24.2% dos inquiridos se manteve numa posição neutra. Observou-se, também, que é grande (97%– junção dos valores 1 e 2 da escala de *Lickert*) a percentagem de terapeutas que afirmou que, aquando do término das suas formações de base, não tinham os conhecimentos necessários para implementar, de forma autónoma, um negócio.

No que é referente à secção “para melhor empreender”, todas as respostas a este banco de questões são bastante unânimes. Grande parte dos participantes (60.9%– junção dos valores 3 e 4 da escala de *Lickert*) considerou que seria bom ter um apoio individualizado, por parte de alguém mais experiente, para a concretização do negócio. Também, 87.9% (junção dos valores 3 e 4 da escala de *Lickert*) referiu que ter uma pessoa a orientar o processo de implementação do negócio, seria um facilitador. Ter alguém, em qualquer das fases do negócio, que aconselhasse sobre como melhor empreender, para 90.9% dos terapeutas, seria positivo. Quando questionados sobre os apoios que existem para quem quer empreender, 36.4% referiu que conhecia a Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE) (50%), o IAPMEI: sistemas de incentivos (50%) e, ainda, concursos dinamizados por entidades públicas e privadas (50%). Na figura 5, pode-se verificar quais os conhecimentos dos terapeutas. É importante salientar que esta questão possibilitava aos participantes a seleção de mais do que uma hipótese, ou seja, abaixo apresentam-se mais uma vez as percentagens cumulativas das opções selecionadas.

Figura 5

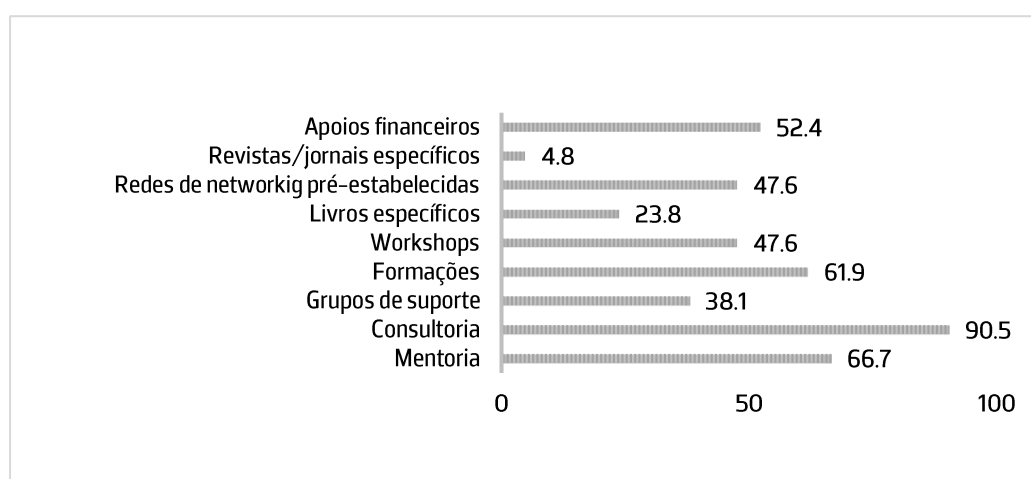
Apoios conhecidos, pelos terapeutas, para quem dá o passo de empreender



Os restantes 63.6% participantes referiu que não tem qualquer conhecimento e que considera que deveriam existir apoios para quem dá o passo de empreender. Destes destacam-se apoios como a consultoria (90.5%), a mentoria (66.7%) e a formação (61.9%). Na figura 6 encontram-se expressos os tipos de apoio selecionados pelos terapeutas. Refere-se que esta questão possibilitava a escolha de mais do que uma hipótese, ou seja, abaixo apresentam-se as percentagens cumulativas das opções selecionadas.

Figura 6

Apoios considerados importantes, pelos terapeutas, para quem dá o passo de empreender



3.2. Resultados específicos e análise

Hipótese 1: Existe relação entre a idade, o grau académico e o facto de os inquiridos terem avançado, com uma ideia de negócio.

Através da análise estatística foi possível compreender que o nível de significância entre as três variáveis é baixo. No entanto, salienta-se que existe uma relação significativa entre o grau académico e o facto de os inquiridos terem avançado, ou não, com uma ideia de negócio. Desta forma, na tabela 1 poderão ser observados os resultados do teste desta correlação.

Tabela 1

Correlação entre a idade, grau académico e implementação de ideia de negócio

	Idade	Grau Académico	Avançou ou não
Idade		0.4	0.4
Grau Académico	0.4		<.001
Avançou ou não	0.4	<.001	

*(** A correlação é significativa no nível 0.01 (bilateral), * A correlação é significativa no nível 0.05 (bilateral)).*

A relação significativa entre o grau académico e a implementação da ideia de negócio sugere que quanto mais instrução académica os Terapeutas da Fala tiverem, maior será a probabilidade de estes empreenderem. Ou seja, indivíduos com pós-graduações, mestrados e doutoramentos tendem a criar os seus próprios negócios.

Hipótese 2: Existe relação entre os inquiridos terem abordado os temas do empreendedorismo na formação de base e o facto de estes terem avançado, com uma ideia de negócio.

Analisando estatisticamente, compreende-se que não existe qualquer relação entre as duas variáveis. Assim, na tabela 2 podem ser observados os resultados do teste desta correlação.

Tabela 2

Correlação entre os inquiridos terem abordado os temas do empreendedorismo, na formação de base e estes terem avançado, ou não, com uma ideia de negócio

	EFB1	EFB2	EFB3	EFB4	EFB5	Avançou ou não
EFB1		<.001	0.8	<.001	0.7	0.9
EFB2	<.001		0.7	<.001	0.4	0.7
EFB3	0.8	0.7		0.9	<.001	0.5
EFB4	<.001	<.001	0.9		1	0.8
EFB5	0.7	0.4	<.001	1		0.3
Avançou ou não	0.9	0.7	0.5	0.8	0.3	

*(** A correlação é significativa no nível 0.01 (bilateral)*

Nota. EFB1- "Na minha formação de base foram abordados temas como: Gestão e Análise financeira e estratégica"; EFB2- "Na minha formação de base foram abordados temas como: *Marketing*"; EFB3- "Com mais conhecimentos sobre empreendedorismo, na formação de base, teria diferentes objetivos profissionais"; EFB4- "A minha formação de base muniu-me de conhecimentos/ferramentas para avançar com uma ideia de negócio"; EFB5- "Mais formação na área do empreendedorismo, ao longo da minha formação de base, seria algo positivo".

O facto de não existir relação significativa entre a abordagem de temas empreendedores, na formação de base, ou seja, o EFB, e a implementação da ideia de negócio, sugere que os Terapeutas da Fala possam ter os seus próprios negócios, pois, muitas vezes, estes assumem o risco de avançar com ideias de negócio, mesmo não sendo conhecedores do necessário para essa implementação do negócio. Como tal, necessitam, possivelmente, de mais formação, num período posterior.

Hipótese 3: Existe relação entre a necessidade de formação extra, pós formação de base e/ou a contratação de serviços externos, com as competências necessárias, quando os inquiridos avançaram com as suas ideias de negócio.

Com a análise estatística entendeu-se que não existe relação significativa entre as variáveis. Na tabela 3 poderão ser observados os resultados do teste desta correlação.

Tabela 2

Correlação entre a necessidade de formação extra, pós formação de base e/ou a contratação de serviços externos e as competências necessárias, quando os inquiridos avançaram com as suas ideias de negócio

	COMPTEC	COMTR	COMPTLID	COMUN	TIC	FISC	GESTESTR	GESTOP	APOIOFIN	MARKVEN DA	SOCIEDAD E/PAR	FORMEXT	SEREXT
COMPTEC		1	0,9	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,6	0	0	0,8	1
COMTR	1		0,4	0,1	0,9	0,5	0,3	0,1	0,1	0,9	0,4	0,8	0,7
COMPTLID	0,9	0,4		0,1	0,2	0	0,1	0,1	0,3	0,2	0,4	0,5	0,1
COMUN	0,1	0,1	0,1		0,1	0,6	0,5	0,7	0,7	0,2	1	0,3	0,4
TIC	0,1	0,9	0,2	0,1		0,8	0,5	0,2	0,7	0,4	1	0,3	0,3
FISC	0,1	0,5	0	0,6	0,8		<,001	0	0,3	0	0,1	0,4	1
GESTESTR	0,3	0,3	0,1	0,5	0,5	<,001		0	0	0	0,5	0,7	0,1
GESTOP	0,1	0,1	0,1	0,7	0,2	0	0		<,001	0,1	0	0,2	0,7
APOIOFIN	0,6	0,1	0,3	0,7	0,7	0,3	0	<,001		0,1	0	0,6	1
MARKVENDA	0	0,9	0,2	0,2	0,4	0	0	0,1	0,1		0,3	0,3	0,5
SOCIEDADE/PAR	0	0,4	0,4	1	1	0,1	0,5	0	0	0,3		0	0,6
FORMEXT	0,8	0,8	0,5	0,3	0,3	0,4	0,7	0,2	0,6	0,3	0		0
SEREXT	1	0,7	0,1	0,4	0,3	1	0,1	0,7	1	0,5	0,6	0	

*(** A correlação é significativa no nível 0.01 (bilateral), * A correlação é significativa no nível 0.05 (bilateral)).*

Nota. APOIOFIN- Apoios financeiros; COMPTEC- Competências Técnicas; COMPTR- Competências Transversais; COMUN- Comunicação; FISC- Fiscalidade; FORMEXT- Formação externa; GESTESTR- Gestão estratégica; GESTOP- Gestão operacional; MAKVENDA- Marketinge Vendas; SEREXT- Serviço externo; SOCIEDADE/PAR- Sociedade ou Parceria; TIC- Tecnologias de informação e Comunicação.

A inexistência de uma relação significativa entre as variáveis pode sugerir que os Terapeutas da Fala que empreenderam, não sentem a necessidade de mais formação, pós formação base e/ou a necessidade de contratar um serviço externo, aquando da abertura do negócio. Este aspeto pode sugerir que as competências, aquando do avançar com a ideia de negócio, são suficientes. No entanto, pode, também, indicar que, como referido anteriormente, para empreender, maioritariamente, assume-se o risco e não se reflete que a longo prazo, não estar munido das ferramentas necessárias à implementação do negócio, pode acarretar consequências negativas.

4. Discussão

Através da apresentação dos resultados, tornou-se possível constatar que se conseguiu responder aos diferentes objetivos que foram propostos. Como tal, torna-se importante analisar e discutir os resultados alcançados e as hipóteses levantadas, para melhor se perceber e fundamentar os dados obtidos na amostra dos Terapeutas da Fala estudados.

Pelo levantamento da hipótese 1, onde se pode verificar que o grau académico influencia a implementação das ideias de negócio, constatou-se que quanto mais instrução os Terapeutas da Fala têm, maior é a probabilidade de estes implementarem ideias de negócio. Ser Terapeuta da Fala, por definição, é ter a responsabilidade de prevenir, de avaliar, de intervir e de estudar, de forma científica, as perturbações da comunicação humana e da deglutição (APTF, 2022). Esta caracterização mostra que o Terapeuta da Fala tem um trabalho muito focado na vertente clínica e de intervenção terapêutica, havendo, ainda, uma visão redutora e centrada na prática clínica, com pouca abertura para o empreendedorismo e criação de novas formas de implementar e de se atuar enquanto Terapeuta da Fala.

Estes são uma classe de profissionais que revela independência profissional, atuando em diversas áreas, idades e locais (Pinto, 2013). Pode-se equacionar que a formação em Terapia da Fala prepara para a diferenciação no mercado, pela vasta formação em diferentes áreas, através de competências técnicas e, também, através do desenvolvimento de competências transversais como competências de TIC, competências de numeracia e competências de liderança/negócios (Cabral-Cardoso, Estevão & Silva, 2006; Gondim, 2002). Cada vez mais torna-se importante que a formação de base crie profissionais, que procurem a diferenciação no mercado de trabalho, que saiam com uma visão diferenciadora e com competências que lhes permitam empreender, de forma consciente e capaz. As condições de trabalho que os Terapeutas da Fala encontram nem sempre são as mais favoráveis (Pinto, 2013). Aspeto que pode fazer com que, muitas vezes, os profissionais mudem a sua forma de ver o contexto laboral e pretendam dar o passo de empreender. Na verdade, pode equacionar-se que o ensino, na formação de base, possivelmente, dotou os indivíduos de capacidades e conhecimentos, para tomadas de decisão conscientes, que geram mudanças comportamentais positivas (Pinto, 2013).

Efetivamente, o que os resultados parecem mostrar é que mais formação os empoderou e aumentou as suas capacidades de realização (Pinto, 2013), acabando por avançar com ideias de negócio. Contudo, muitas vezes, quem avança com as suas ideias de negócio, assume o risco efetivo disso, mesmo não sendo conhecedor do que é necessário para essa implementação.

Remete-se, então, para o estudo estatístico da hipótese 2, onde se verificou que não existe relação entre o facto de os Terapeutas da Fala terem avançado com as ideias de negócio e terem conhecimentos empreendedores na formação de base. Estes resultados parecem ser passíveis de confirmação, através do resultado de 97% dos inquiridos referir que sentiu que, aquando do término das suas formações de base, não tinham os conhecimentos necessários para implementar, de forma autónoma, um negócio. Ainda, dos inquiridos, 62.3% afirma que se tivessem mais conhecimentos sobre empreendedorismo, na formação de base, teriam objetivos profissionais diferentes dos que têm. Neste sentido, com os 73.3% que considerou que a formação de base não os munuiu de conhecimentos suficientes, para que avançassem com ideias de negócio, compreende-se que estes refiram que seria positivo, se na formação de base, se tivesse mais formação sobre a área empreendedora.

De acordo, com Lopes (2013), as capacidades empreendedoras devem ser estimuladas, pelo ambiente escolar, através de uma abordagem *learning by doing*, ao longo de toda formação académica, ou seja, desde o ensino do primeiro ciclo até ao ensino universitário (Lopes, 2013). A literacia para o empreendedorismo, no ensino superior, possibilita aos jovens um maior conhecimento do mercado e dos desafios deste na integração e crescimento de um negócio (Parreira et al., 2018), ou seja, está a empoderá-los e a permitir-lhes fazer diferença no mercado laboral. Os estabelecimentos de ensino têm tentado sensibilizar os estudantes para estas questões, preparando-os, através do desenvolvimento de UC que promovem a aquisição de competências transversais, o que poderá aumentar os níveis de empregabilidade, pela diferenciação que podem fazer no mercado laboral (Succi & Canovi, 2020).

A grande questão que se coloca é se todas as faculdades/universidades já apresentam esta visão empreendedora e se fomentam estas competências e áreas, essenciais, para o atual mercado de trabalho. Num estudo de 2019 (Campos), compreendeu-se, então, que os Terapeutas da Fala apresentam características que lhes permite empreender, contudo, apenas 36.7% implementou a ideia de negócio idealizada. Neste sentido, parece importante sensibilizar-se as universidades para a importância de criar competências de literacia empreendedora, nos currículos académicos da formação de base, de modo a promover conhecimentos que, mais do que levarem a implementar o próprio negócio, permitam manter e rentabilizar o mesmo.

O estudo estatístico da hipótese 3, que pretendeu verificar se existe relação entre a necessidade de formação extra, pós formação de base e/ou a contratação de serviços externos, com as competências necessárias, quando os inquiridos avançaram com as suas ideias de negócio, mostrou a uma inexistência de relação significativa entre estas variáveis. Isto pode sugerir que, como referido

anteriormente, as competências, aquando do avançar com a ideia de negócio, para os Terapeutas da Fala são suficientes, pois estão envolvidos na criação de algo inovador, movidos pelas suas características empreendedoras, como o pensamento inovador e o poder de iniciativa (World Economic Forum, 2020). No entanto, pode, também, indicar que, como suprarreferido, para empreender, maioritariamente, assumem o risco e não refletem que a longo prazo, não estar munido das ferramentas necessárias à implementação do negócio, pode acarretar consequências negativas, como o negócio não se manter e perdurar no tempo.

As escolas devem fomentar o espírito empreendedor, as competências de empoderamento e de literacia financeira e preparar para as ferramentas, efetivamente, necessárias à implementação de negócio, como é o caso, por exemplo, dos planos e modelos de negócio. Este último é de extrema importância e continua a ser sentido como uma grande dificuldade (Ferreira et al., 2021). Seria positivo, se nas instituições de ensino se pudesse “sonhar” com o negócio e estruturá-lo, por exemplo, através da elaboração de modelos de negócio. Munir os Terapeutas da Fala para estarem confortáveis com a proposta de valor para o cliente, a fórmula do lucro, os recursos chave e os processos chave, apresentando uma proposta de valor segura (Correia, 2019), seria muito positivo. Um dos modelos de negócio que se mostra prático e apelativo visualmente é o modelo de negócio CANVAS (Correia, 2019). Compreende-se que este raciocínio não deva ser realizado na formação de base, dado que mais de 50% dos inquiridos referiu que, se na formação de base, os seus conhecimentos, ao nível do empreendedorismo, fossem maiores, atualmente, teriam diferentes objetivos profissionais. Portanto, equaciona-se que estes consideram que a formação de base deveria ter mais UC que abrangessem áreas da gestão e implementação de negócios e, como tal, sugerirem que necessitam, possivelmente, de mais formação/apoio, num período posterior, pois, também, mais de 50% mencionou a necessidade de formação extra e a necessidade de contratação de um serviço externo, ao nível da gestão estratégica, estratégias de *marketing* e vendas e, ainda, na área da fiscalidade e contabilidade e apoios financeiros. Para além de sugerir que os terapeutas não têm os conhecimentos necessários, indica, ainda, que não estão, realmente, preparados para elaborar e implementarem um modelo e um plano de negócios, sozinhos, pois não estão munidos das competências que seriam chave para o seu projeto, revelando que não basta apenas ter vontade empreendedora (Almeida, 2007).

Em suma, pode-se entender que os Terapeutas da Fala têm competências do perfil empreendedor, que empreendem e que avançam com as suas ideias de negócio. Contudo, uma vez que a sua formação de base é mais direcionada para atuação clínica da Terapia da Fala, os seus conhecimentos em gestão e implementação de negócio são menores, comparativamente a profissionais de outras áreas. Embora se entenda que, cada vez mais, estes temas são atuais e são tomados como essenciais para se ser um profissional completo, estar empoderado e ter, apenas, ideias ténues de literacia financeira e de modelo de negócio, não é o suficiente para se fazer destacar um serviço e/ou uma empresa num mercado de

trabalho, tão competitivo como o da atualidade. Sendo o Terapeuta da Fala um trabalhador autónomo, independente, que pode trabalhar por conta própria (Pinto, 2013), criar os seus projetos, é essencial que se mude a visão, apenas, clínica desta classe profissional. É importante abrir áreas de atuação, mostrar que cada profissional pode ser detentor do seu futuro, do seu projeto. Se tudo isto é possível na profissão de Terapia da Fala é, então, essencial que se associem, à formação de base, competências ao nível da literacia financeira e empreendedora, que permita a estes profissionais empreender. É necessário ir de encontro às necessidades dos consumidores, que pelo ritmo de vida que levam, pretendem serviços rápidos, de fácil acesso e de baixo custo. Apesar de os Terapeutas da Fala se conseguirem destacar de outros trabalhadores da área da saúde e até mesmo entre colegas de profissão, pelas suas especializações, nas diferentes áreas da Terapia da Fala, não é o mesmo que se dizer que estes têm todas as competências para empreender e levar ao reconhecimento de um projeto. Assim, se existisse mais formação e empoderamento, a nível académico, nestas áreas, todo o processo de empreender, por parte dos Terapeutas da Fala, possivelmente, seria mais harmonioso e já com uma perspetiva futura, da empresa/negócio. Também, os riscos inerentes estariam bem assentes e seriam assumidos, por tomadas de decisão conscientes e informadas na área do negócio. Poderiam até ser, as próprias associações e sociedades a criar momentos de formação contínua, nestas áreas. Também, estas poderiam mostrar às universidades, que há a necessidade de investigação e investimento nas áreas do negócio e não apenas em todas as questões clínicas, inerentes à profissão. Os Terapeutas da Fala revelam ser seres exímios na elaboração de raciocínio clínico e, como ótimos seres pensantes, deveriam ser uma classe profissional, que desde a formação de base incita, incentiva e apoia a “pensar fora da caixa” e abrir horizontes no vasto mundo do empreendedorismo.

5. Conclusão

Atendendo aos resultados obtidos e à discussão elaborada, entende-se que é possível responder à questão de partida inicial, ou seja, que os Terapeutas da Fala empresários/empreendedores sentiram como maiores lacunas formativas, quando iniciaram o seu negócio, foram os baixos conhecimentos nas áreas da fiscalidade/contabilidade, estratégias de *marketing* e vendas, gestão estratégica e operacional. Sentiram, também, como competências chave para alavancarem o seu negócio, as competências técnicas, transversais e de liderança. Pode equacionar-se que existir mais formação nestas áreas, na formação de base, ou seja, no ensino universitário, pode levar a uma maior segurança, por parte dos Terapeutas da Fala, para empreender.

Apesar de os objetivos terem sido cumpridos, bem como a proposta metodológica, a realização deste estudo mostrou-se limitadora pelo facto de os temas abordados serem poucos estudados, na área da Terapia da Fala, e as referências bibliográficas, com um carácter científico alto, serem diminutas. Contudo, um aspeto positivo a salvaguardar foi o facto de, por ser um tema pouco estudado, ter aspetos

pioneiros e um caráter de curiosidade, maior, para os seus leitores. Sugere-se, como possíveis estudos futuros, a análise dos planos de estudos de cada instituição de ensino, que leciona a licenciatura em Terapia da Fala, no sentido de compreender/sugerir UC que fomentem o empreendedorismo. Sugere-se, também, formações, após a formação de base, que auxiliem no processo empreendedor e que munam os Terapeutas da Fala com as competências e conhecimentos necessários à alavancagem de negócios.

Em suma, considera-se que para além de ser promovida formação na área da implementação de negócios, é importante existir trabalho em equipa multidisciplinar, algo que os Terapeutas da Fala tão bem sabem fazer. A presença de um profissional em todas as fases do negócio, a quem se possa recorrer e esclarecer qualquer dúvida, pode ser uma mais-valia na criação, implementação e desenvolvimento de um projeto. Assim, trabalhar em equipa, com um serviço personalizado, à medida do terapeuta empreendedor, poderá apresentar-se como um facilitador para um maior sucesso e uma rápida realização pessoal e profissional.

Referências Bibliográficas

- Almeida, A.J. (2007). Empregabilidade, contextos de trabalho e funcionamento do mercado de trabalho em Portugal. *Sísifo Revista de Ciências da Educação*, (2), 51-58.
- Amaro, P.M.M. (2013). Empreendedorismo: Modelo baseado em agentes no processo de criação de novas empresas. (Tese de mestrado não publicada, Faculdade de Economia-Universidade do Porto, Porto, Portugal). Repositório Aberto da Universidade do Porto. <https://hdl.handle.net/10216/70476>
- APTF Associação Portuguesa de Terapeutas da Fala. (2022). O Terapeuta da Fala. [Internet]. Disponível em: <http://www.aptf.org/o-terapeuta-da-fala>.
- Aragão, J. (2011). Introdução aos estudos quantitativos utilizados em pesquisas científicas. *Rev. Praxis*, 6.
- Batista, J.S.N. (2011). *O perfil do Terapeuta da Fala em Portugal*. (Tese de mestrado não publicada, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal). Repositório Institucional de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/7714>
- Booth, A.L., Francesconi, M. & Frank, J. (2000). Temporary jobs: Stepping stones or dead ends? *The Economic Journal*, 112(480), F189-F213. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00043>
- Bordalo, A.A. (2006). Estudo Transversal e/ou longitudinal. *Rev. Paraense de Medicina*, 20 (4),5.
- Cabral-Cardoso, C., Estêvão, C.V. & Silva, P. (2006). *Competências Transversais dos Diplomados do Ensino Superior – Perspectiva dos Empregadores e Diplomados*. Tecminho.
- Campos, I. (2019). *Terapia da Fala e Empreendedorismo: que relação/realidade?*. (Tese de Licenciatura não-publicada, Escola Superior de Saúde do Porto, Porto, Portugal). Escola Superior de Saúde do Porto
- Casagrande, R. & Branco, P.M.C. (2018). Empreendedorismo social: as dificuldades para abertura de um empreendimento e a formação de gestores sociais – desafios e perspectivas. *Revista Eletrônica Ciências Empresarias*, 10(14), 53-71.
- Comissão Nacional de Proteção de Dados (2007). Deliberação Nº 227/2007. <https://www.cnpd.pt/bin/orientacoes/DEL227-2007-ESTUDOS-CLINICOS.pdf>
- Correia N.G.V.J. (2019). Business Plan – SYNBUS (Tese de mestrado não publicada, ISCTE Business School, Lisboa, Portugal). Repositório do ISCTE. <http://hdl.handle.net/10071/18707>
- Costa, H. (2010). *Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios* (9ª ed.). LIDEL.
- Dalfovo, M.S.; Lana, R.A. & Silveira, A. (2008). Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. *Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau*, 2 (4), 01- 13.
- Decreto-Lei nº 371/82 de 10 de setembro. Diário da República nº 210 – I Série (pp.2719-2721). Ministério das Finanças e do Plano, dos Assuntos Sociais e da Reforma Administrativa.

- Decreto-Lei nº 281/97 de 15 de outubro. Diário da República nº 239 – I Série – A (pp.5521-5522).
Ministério da Educação.
- Despacho nº 16313/03 de 21 de agosto. Diário da República nº 192 – II Série (pp.12937-12939).
Ministério da Saúde.
- Despacho nº 8292/2017 de 21 de setembro.
- Diário da República nº 162/78 – III Série de 17 de julho.
- Ferreira, F.L.A., Gimenez, F.A.P. Augusto, P.O.M. & Valente, D.L. (2021). Empreendedorismo e prática: O que os empreendedores fazem quando estão empreendendo? *Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco*, 7(2), 285-303.
<https://doi.org/10.21574/remipe.v7i2.310>
- Fortin, M.F. (2006). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. Lusodidacta.
- Fortin, M.F., Côté, J. & Fillion, F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de Investigação*. Lusodidacta.
- Gava, E.M. (2014). *Conceção e análise de modelos de negócio por meio do business model canvas* (Monografia para obtenção de título de MBA não publicada, Universidade do Extremo Sul Catarinense –UNESC, Criciúma, Brasil). Universidade do Extremo Sul Catarinense. Repositório UNESC. <http://repositorio.unesc.net/handle/1/2457>
- Gonçalves, D. (2008). Pesquisas de marketing pela internet: as percepções sob a ótica dos entrevistados. *Revista de Administração Mackenzie*, 9(7), 70-88.
- Gondim, S.M.G. (2002). Perfil profissional e mercado de trabalho: relação com a formação acadêmica pela perspectiva de estudantes universitários. *Estudos de Psicologia*, 7 (2), 299-309.
<https://doi.org/10.1590/S1413-294X2002000200011>
- Guimarães, I. (2013). *Terapia da Fala: Cinco décadas de história em Portugal*. Edições Escola Superior de Saúde de Alcoitão (ESSA).
- IAPMEI (2016). Guia prático do empreendedor. <https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo/Guias-e-Manuais-de-Apoio/GuiaEmpreendedor.pdf.aspx?lang=pt-PT&fbclid=IwAR2ogHJfbnxzmrWgEmW9v7AhnV8NBMpMJnqKos4EZokaZdxrKvEyR421U>
- Lerner, J. (2004). The university and the start-up: Lessons from the past two decades. *Journal of Technology Transfer*, 30(1-2), 49-56.
- Lopes, A.R.P.S. (2013). *Literacia Empreendedora: impacto da implementação de um programa de empreendedorismo na escola* (tese de mestrado não publicada, Universidade Católica Portuguesa, Braga, Portugal) Universidade Católica Portuguesa. Repositório Veritati – Repositório Institucional da Universidade Católica Portuguesa.
<http://hdl.handle.net/10400.14/17682>

- Magretta J. (2002). Why business models matter. *Harvard business review*, 80(5), 86–133.
- Marotti, J., Galhardo, A.P.M, Furuyama, R.J, Pigozzo, M.N., Campos, T.N., & Laganá, D.C. (2008). Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. *Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo*, 20(2), 186–194.
- Martins, M.I.M.V. (2013). *Avaliação do sucesso na perspetiva do empreendedor*. (Tese de mestrado não publicada, Faculdade de Economia–Universidade do Porto, Porto, Portugal).
- Monteiro, M.M.L., Silva, G.B., Sousa, F.R.L & Melo, C.X. (2019). Intenção empreendedora e formação acadêmica: um estudo com acadêmicos de administração em uma instituição pública. *Research, Society and Development*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v9i1.1736>
- Nienhueser, W. (2005). Flexible work–atypical work–precarious work? Introduction to the special issue. *Management Revue*, 16(3), 299–303.
- Oliveira, M., Ferreira, J., Qing Ye, Q. & Van Geenhuizen, M. (2013). In P. Teirlinck, P., Kelchtermans & Beule, F. (Eds.), *A comprehensive program aimed to accelerate university spinoff growth* (8ªed., pp. 34–44). European Conference on Innovation and Entrepreneurship.
- Parreira, P., Alves, L., Mónico L., Sampaio, J.H. & Paiva, T. (2018). *Competências empreendedoras no Ensino Superior Politécnico: Motivos, influências, serviços de apoio e educação*. PIN – PoliEntrepreneurship Innovation Network.
- Pereira, J. P., Rodrigues, J. & Cunha, M. J. (2010). Stress, burnout e desordens emocionais em profissionais de saúde de oncologia. *Actas do VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia*, 1448–1462.
- Pinto, P.M.N. (2013). *Stresse e Satisfação Profissional nos Terapeutas da Fala em Portugal: do diagnóstico à educação*. (Tese de doutoramento não publicada, Universidade Portucalense, Porto, Portugal). Repositório da Universidade Portucalense. <http://hdl.handle.net/11328/786>
- Portugal, MN. (2017). *Empreendedorismo gestão estratégica* (2ªed). Escolar editora.
- Real, M.C. (2012). *Gestão empresarial*. Edições IESDE.
- Resolução do Ministério da Saúde n.º564/99, de 21 de dezembro. *Diário da República, Série, Série I-A*. <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/564/1999/12/21/p/dre/pt/html>
- Ribeiro, L., Gomes, R. & Silva, M. (2010). Stresse ocupacional em profissionais de saúde: um estudo comparativo entre médicos e enfermeiros a exercerem em contexto hospitalar. *Actas do VII Simpósio Nacional de Investigação em Psicologia*, 2, 1494–1508.
- Rocha, E.L.C. & Freitas, A.A.F. (2014). Avaliação do Ensino de Empreendedorismo entre Estudantes Universitários por meio do Perfil Empreendedor. *SciELO*, 18(4), 465–486. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20141512>

- Rodrigues S. (2008). *Manual técnico do formando: "Empreendedorismo"*. ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários e EduWeb.
- Santos, M.C., Barros, L. & Carolino, E. (2010). Occupational stress and coping resources in physiotherapists: a survey of physiotherapists in three general hospitals. *Physiotherapy*, 96 (4), 303–310. <https://doi.org/10.1016/j.physio.2010.03.001>
- Santos, M.E. & Lopes, A. (1989). A Escola de reabilitação – Alcoitão. Saúde e Técnica– Revista dos Técnicos de Diagnóstico e Terapêutica, 1, 7–11.
- Saraiva, J.P.P. (2021). *Problemas enfrentados pelos empreendedores na criação e desenvolvimento das empresas* (tese de mestrado não publicada, ISCTE Business School, Lisboa, Portugal). Repositório do ISCTE <http://hdl.handle.net/10071/23945>
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e Inovação* (3ªed.). Escolar editora.
- Silva, A.R.A. (2019). *A literacia financeira dos gestores/empresários como um dos determinantes da estrutura de capitais na indústria têxtil e no setor da hotelaria e na restauração do norte de Portugal* (tese de mestrado não publicada, Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, Portugal). Repositório do Instituto Politécnico de Bragança. <http://hdl.handle.net/10198/20513>
- Sobral, A.L.A. (2018). *A influência da literacia financeira no desenvolvimento de novos negócios* (tese de mestrado não publicada, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Lisboa, Portugal). Repositório do Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/10908>
- Succi, G. & Canovi, M. (2019). Soft skills to enhance graduate employability: comparing students and employers' perceptions. *Studies in Higher Education*, 45(9),1834–1847, <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1585420>
- Tokarski, A., Tokarski, M. & Wójcik, J. (2017). The possibility of using the business model canvas in the establishment of an operator's business plan. *Tourum Business Review* 16(4), 17–31.
- Universidade Católica Portuguesa. (2022). Programas de Doutoramento. [Internet]. Disponível em: <https://ics.lisboa.ucp.pt/programas-doutoramento/doutoramento-em-ciencias-da-cognicao-e-da-linguagem>
- Vieira J.I.S. (2018). *A literacia financeira efetiva e percecionada e os comportamentos financeiros dos empreendedores de startups portuguesas* (tese de mestrado não publicada, Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto – Instituto Politécnico do Porto, Porto, Portugal). Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <http://hdl.handle.net/10400.22/14489>
- World economic forum (2020). The future of jobs report. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf

World Medical Association. (2008). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. [Internet]. www.wma.net/en/30publications/10policies/b3/17c.pdf.

Apêndices

Apêndice A- Instrumento de Recolha de Dados

Terapia da Fala: da ideia ao negócio

Olá!

O meu nome é Iolanda Campos, sou aluna do 2º ano do mestrado em Terapia da Fala da Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto e encontro-me a realizar a minha tese de investigação que pretende averiguar quais as necessidades dos Terapeutas da Fala portugueses empreendedores e que avançaram com ideias de negócio.

A sua colaboração e opinião são de extrema importância, como tal, era muito importante para mim que pudesse responder e partilhar este questionário que apenas ocupa 6 minutos do seu tempo.

Obrigada pela sua colaboração!

(Texto introdutório/usado como descrição do questionário na sua divulgação na rede social Facebook)

O meu nome é Iolanda Campos, sou aluna do 2º ano do mestrado em Terapia da Fala da Escola Superior de Saúde do Instituto Politécnico do Porto e encontro-me a realizar a minha tese de investigação sob orientação da Professora Doutora Patrícia Nogueira.

O presente questionário pretende caracterizar e conhecer as necessidades formativas dos Terapeutas da Fala portugueses empreendedores e que avançaram com ideias de negócio, respondendo aos seguintes objetivos:

- 1) Identificar as áreas formativas, que fomentam o empreendedorismo, na formação de base, na ótica dos Terapeutas da Fala;
- 2) Identificar as características pessoais e profissionais dos Terapeutas da Fala que avançaram com ideias de negócio;
- 3) Identificar necessidades de formação na área da implementação de negócios, pós formação de base;
- 4) Descrever as necessidades formativas dos Terapeutas da Fala em termos de gestão e implementação de negócio.

O questionário apresenta um tempo médio de preenchimento de 6 minutos e pretende incluir terapeutas que efetuaram a sua formação académica em Portugal e que avançaram com um projeto/negócio.

O mesmo respeita o anonimato e a confidencialidade dos seus dados, que serão unicamente utilizados para fins académicos, científicos e de divulgação na classe profissional. A participação, neste estudo,

não acarreta qualquer risco à sua saúde ou vida e poderá ser interrompido o seu preenchimento a qualquer momento.

A sua opinião e colaboração são de extrema importância e, por isso, peço-lhe que responda a todas as questões com sinceridade. Caso aceite participar, agradeço que assinale positivamente o termo de consentimento informado, que se encontra no início do questionário.

Obrigada pela sua colaboração!

Iolanda Campos

Mestrado em Terapia da Fala

E-mail: iolanda-campos@hotmail.com

Aceito participar de livre vontade no presente estudo

(Todas as pessoas que aceitarem têm acesso ao questionário)

Nota: As questões assinaladas com * têm carácter obrigatório.

I. Dados gerais

1.1. *Idade

Entre os 20 e os 30 anos	Entre os 31 e os 40 anos	Entre os 41 e os 50 anos	Entre os 51 e os 60 anos	Mais de 61 anos

1.2. *Sexo M F

1.3. *Grau académico

Bacharelato/Licenciatura	Pós-graduação	Mestrado	Doutoramento

1.4. *Anos de serviço _____

1.5. *Atualmente está a trabalhar na área da Terapia da Fala? S N

1.6. Se respondeu que não, qual o motivo?

- Não encontra ofertas profissionais na área;
- Opção pessoal, associada ao desinteresse pela profissão;
- Situação de desemprego;
- O trabalho não permitiu sustentabilidade financeira;
- Outro. Qual? _____

II. Empreendedorismo na formação de base

2.1.*Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações, de acordo com a escala apresentada, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

	1	2	3	4	5
Na minha formação de base foram abordados temas como: Gestão e Análise financeira e estratégica					
Na minha formação de base foram abordados temas como: <i>Marketing</i>					
Com mais conhecimentos sobre empreendedorismo, na formação de base, teria diferentes objetivos profissionais					
A minha formação de base munuiu-me de conhecimentos/ferramentas para avançar com uma ideia de negócio					
Mais formação na área do empreendedorismo, ao longo da minha formação de base, seria algo positivo					

III. Implementação de projetos

3.1. *Ao longo do seu percurso profissional sentiu vontade de avançar com uma ideia de negócio própria? S N

(Para todos aqueles que responderem que não, o questionário termina)

3.2. *Que tipo de ideia de negócio *(descreva de forma global)*?

3.3. *Alguma das ideias de negócio idealizada foi implementada? S N

(Para todos aqueles que responderem que não, o questionário termina)

3.4. Se respondeu que sim, qual (quais)? _____

3.5. *Para a implementação do seu negócio quais foram as competências/caraterísticas/áreas que sentiu que foram mais importantes? *(pode assinalar mais do que um item)*.

- Competências técnicas;
- Competências transversais (autoconfiança, iniciativa, etc...);
- Competências de liderança/ negócios (negociação, persuasão, etc...);
- Comunicação;
- TIC (uso de computadores/tecnologias).
- Fiscalidade (impostos) /contabilidade;
- Gestão estratégica (plano de negócios, análise de mercado e concorrência, etc...);
- Gestão operacional (plano de operações, recursos humanos, financeiros, etc...);
- Apoios financeiros;
- Estratégias de *Marketing* e vendas;
- Sociedade/Parceria com alguém da área da gestão;
- Outra. Qual? _____

IV. Formações pós formação de base

4.1. *Para a implementação do seu negócio sentiu necessidade de fazer mais formação? S N

(se responder não, seguir para secção 5)

4.2. *Das seguintes áreas, assinale a se refere à formação que realizou.

(pode assinalar mais do que um item)

- Fiscalidade (impostos) /contabilidade;
- Gestão estratégica (plano de negócios, análise de mercado e concorrência, etc...);
- Gestão operacional (plano de operações, recursos humanos, financeiros, etc...);
- Apoios financeiros;
- Estratégias de *Marketing* e vendas;
- Outra. Qual? _____

V. Sem formação extra, pós formação de base

5.1. *Não realizou formação, após a formação de base, pois não sentiu necessidade para a implementação do seu negócio? S N

5.2. Se não, contratou algum serviço externo? S N

5.3. *Se sim, em que área?

(pode assinalar mais do que um item)

- Fiscalidade (impostos) /contabilidade;
- Gestão estratégica (plano de negócios, análise de mercado e concorrência, etc...);
- Gestão operacional (plano de operações, recursos humanos, financeiros, etc...);
- Apoios financeiros;
- Estratégias de *Marketing* e vendas;
- Outra. Qual?

VI. Necessidade de formação

6.1. *Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações, de acordo com a escala apresentada, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

	1	2	3	4	5
O meu negócio beneficiava se tivesse mais conhecimentos na área de Gestão					
O meu negócio beneficiava se tivesse mais conhecimentos na área de <i>Marketing</i>					
O meu negócio beneficiava se tivesse mais conhecimentos na área de Análise financeira e estratégica					
Sei quais são os apoios financeiros do estado/projetos que possam beneficiar o meu negócio					
Quando terminei a formação de base tinha os conhecimentos					

necessários para implementar, de forma autónoma, um negócio					
---	--	--	--	--	--

VII. Para melhor empreender

7.1. *Indique o seu nível de concordância com as seguintes afirmações, de acordo com a escala apresentada, sendo 1 discordo totalmente e 5 concordo totalmente.

	1	2	3	4	5
Seria bom ter um apoio individualizado, por parte de alguém mais experiente, para a concetualização do meu negócio					
Seria um facilitador, na implementação do meu negócio, ter uma pessoa que orientasse o processo nos seus diferentes níveis					
Ter, em qualquer das fases do meu negócio, alguém que me aconselhasse sobre como melhor empreender seria benéfico					

7.2. *Tem conhecimento de algum tipo de apoio para quem quer empreender? S N (se responder sim, seguir para secção 3.2. Se responder não, seguir para 3.3)

7.3. *Se sim, qual (quais)?

(pode assinalar mais do que um item)

- Investe Jovem;
- MICROINVEST OU INVEST+;
- Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE);

- Programa de Apoio ao Empreendedorismo e Criação do Próprio Emprego (PAECE);
- IAPMEI: Sistemas de Incentivos;
- Concursos dinamizados por entidades públicas e privadas;
- Outro. Qual? _____

7.4. Se não, considera que deveria existir algum tipo de apoio para quem dá o passo de empreender? S N

7.5. *Se sim, qual (quais)?

(pode assinalar mais do que um item)

- Mentoria;
- Consultoria;
- Grupos de suporte;
- Formações;
- Workshops*;
- Livros específicos;
- Redes de *networking* pré-estabelecidas;
- Revistas/jornais específicos;
- Apoios financeiros;

Obrigada pela sua colaboração!

Aceito participar de livre vontade no presente estudo

Submeter

Anexos

Anexo 1– Resposta com parecer positivo da Comissão de Ética da ESS P.Porto

P.PORTO

ESCOLA
SUPERIOR
DE SAÚDE
POLITÉCNICO
DO PORTO

PARECER DA COMISSÃO DE ÉTICA

Número de Registo da Comissão de Ética: CE0102B

Data receção do Documento: 22/12/2021

Existência de entradas anteriores: não

TÍTULO DO TRABALHO: *Terapia da Fala: da ideia ao negócio*

INVESTIGADOR RESPONSÁVEL: *Iolanda Maria de Sousa Campos*

DATA PREVISTA PARA A REALIZAÇÃO DO TRABALHO: *Início 01/11/2021 | Fim 30/07/2022*

RESUMO DO ESTUDO

OBJETIVOS: Nada a referir.

AMOSTRA: São profissionais Terapeutas da Fala, amostra por conveniência, que acedem e partilham via redes sociais profissionais.

FORMULÁRIO DE DADOS A RECOLHER: Apresentado questionário desenvolvido pela investigadora a ser aplicado online, via *Google Forms*.

MATERIAL: Nada a referir.

MÉTODOS: Descreve métodos usados; como vão ser analisados as amostras e tratados os dados, sendo codificados logo no início da sua recolha. Expressam como garantem a sua segurança e destruição da plataforma online quando descarregados. Serão guardados em computador fixo e ficheiro encriptado apenas com acesso o investigador. Os dados deste projeto não poderão ser recolhidos em período temporal anterior ao parecer favorável dado por esta comissão.

RISCOS: Não

CONSENTIMENTO INFORMADO: Não aplicável.

AUTORIZAÇÃO PELOS RESPONSÁVEIS LOCAIS: Presente da ATC TF.

APRECIÇÃO DA COMISSÃO DE ÉTICA: Da análise realizada por esta Comissão o processo encontra-se bem instruído.

PARECER FINAL DA COMISSÃO DE ÉTICA: De acordo com os dados analisados, o parecer é favorável desde que cumpridas todas as diretrizes submetidas a esta Comissão, recomendando-se que a decisão seja suspensa caso haja algum incumprimento grave.

26/01/2022

Assinado por: **PEDRO MANUEL RIBEIRO DA
ROCHA MONTEIRO**
Num. de identificação: 09132856
Data: 2022.01.26 17:12:33 +0000



SGS ESS004.M0.318.02