

young 
cultentpreneurs



***Manual para trabalhadores jovens: O como e os porquês do
empreendedorismo cultural e criativo***



ARTIT



Co-funded by
the European Union

The content of this publication represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

Parceiros

STOWARZYSZENIE INTEGRACJA I ROZWÓJ

KMOP - SOCIAL ACTION AND INNOVATION CENTRE

ARTIT ATHENS ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

APROXIMAR COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL

INTERNATIONAL CONSULTING AND MOBILITY AGENCY

SWIDEAS AB

Autores

Katarzyna Zapała, Stowarzyszenie Integracja i Rozwój, Poland

Mariana Restrepo, International Consulting and Mobility Agency

Theodora Giatagana, KMOP

Sophia Rodiou, Artit Athens Μονοπροσωπη Ιδιωτικη Κεφαλαιουχικη Εταιρεια

Marina Codorniu, SwIdeas AB

Julia B. C. Moreira, SwIdeas AB

João Correia, Aproximar Cooperativa De Solidariedade Social, Crl

Tania Texeira, Aproximar Cooperativa De Solidariedade Social, Crl

Índice

1. Sumário Executivo	4
Objetivos da Iniciativa	4
Grupo Alvo	5
Âmbito de aplicação do Manual	5
2. Melhores práticas - resumo da investigação documental na Grécia, Espanha, Portugal, Suécia e Polónia	5
3. Tendências atuais do empreendedorismo cultural e criativo na Europa e benefícios para os jovens em termos de inclusão social	19
Definições	20
Qual é a diferença entre empreendedorismo criativo e cultural?	21
Inovação e Empreendedorismo	21
Redes nos domínios dos setores culturais e criativos a nível europeu	23
Cinco tendências-chave estão a reformular o Setor Cultural e Criativo (SCC)	26
4. Be inspired – Alguns exemplos de iniciativas para jovens	28
5. Dicas e sugestões sobre a forma como os trabalhadores de juventude podem canalizar as culturas juvenis para polos de empreendedorismo e colaboração	33
6. Conclusions	39
7. Exercícios de empreendedorismo	40
Crie a sua própria Bússola de Competências de Empreendedorismo!	40
O Diário do Empreendedor	42
Referências	44

1. Sumário Executivo

Este material constitui o primeiro resultado da iniciativa Young Culturepreneurs: O Manual para trabalhadores jovens: O como e os porquês do empreendedorismo cultural e criativo.

Foi elaborado pela parceria, tendo como principal objetivo compilar as conclusões nacionais sobre a situação dos jovens no mercado de trabalho com foco no setor cultural e criativo na Polónia, Grécia, Espanha, Portugal e Suécia. A análise nacional desenvolvida por cada parceiro foi o resultado da investigação que visou descrever os desenvolvimentos atuais na teoria, na prática e na política na área das possibilidades do empreendedorismo cultural e criativo (o que já foi feito, o que está para acontecer na matéria, quais são os prós e os contras das atividades que foram realizadas até agora). Os parceiros tentaram responder de que forma os decisores políticos, os programas europeus e os animadores de juventude apoiam os jovens que entram no mercado de trabalho no domínio da cultura. Posteriormente, estas conclusões foram verificadas num seminário realizado em cada país parceiro, organizado para animadores de juventude, durante o qual os participantes tiveram a possibilidade de partilhar as suas opiniões com os formadores.

A partir dos relatórios nacionais sobre as melhores práticas, é evidente que o empreendedorismo juvenil e as tendências culturais no domínio do empreendedorismo cultural e criativo têm diferentes estatutos, enquadramentos e requisitos nos países envolvidos. A maior parte dos países associa este tipo de actividade apenas a fundos e programas europeus, reconhecendo ao mesmo tempo que existe uma procura de actividades deste tipo antes de entrar no mercado de trabalho e, mais tarde, quando se está desempregado ou quando se decide procurar outras oportunidades. Não existe um quadro geral que permita a quase todos definir o empreendedorismo cultural.

O presente Manual está estruturado em sete secções e inclui, entre outros, o estado do empreendedorismo cultural dos países, as principais conclusões, as melhores práticas e as recomendações, e orientará os parceiros no desenvolvimento de um curso inovador para Jovens Empreendedores Culturais, bem como um conjunto de materiais digitais a serem combinados no álbum de recortes.

Introdução

Apoiar as mentes inovadoras dos jovens para o empreendedorismo cultural e criativo é um projeto financiado pela Comissão Europeia, ao abrigo do programa Erasmus+; promove diretamente a cidadania ativa, o sentido de iniciativa dos jovens e o empreendedorismo juvenil, incluindo o empreendedorismo social. No que diz respeito à educação, a iniciativa irá desenvolver e disponibilizar novos recursos educativos para motivar e orientar os jovens em situação NEET para o empreendedorismo no sector cultural e criativo. Através das suas atividades, envolverá, capacitará e equipará os jovens para que ponham em prática as suas jovens mentes criativas. Além disso, o projeto serve diretamente esta dimensão horizontal, contribuindo para alargar as oportunidades de educação não formal de qualidade aos jovens que estão excluídos do ensino e do emprego (NEET). O projeto apoiará a sua reativação e entrada no mercado de trabalho como agentes ativos.

A duração da iniciativa é de dois anos, com início em Maio de 2022, 2014, até Abril de 2024.

Objetivos da Iniciativa

O objetivo do projeto é criar um ecossistema de aprendizagem não formal para atrair, envolver e equipar os NEET com competências para entrar na economia cultural e criativa e permitir que a sua criatividade, empreendedorismo e competências empresariais floresçam.

Os objetivos específicos são :

- Aumentar a capacidade dos animadores de juventude para apoiar o empreendedorismo cultural e criativo dos jovens.

young cultentrepeneurs

- Motivar e activar os jovens em situações NEET para que canalizem a sua criatividade e capital de inovação para ideias empreendedoras para a economia cultural e criativa.
- Dotar os jovens de competências (digitais, empresariais, criativas) através de uma abordagem de aprendizagem não formal.
- Capacitar os jovens, dando-lhes a oportunidade de produzir e partilhar o seu trabalho.

Grupo Alvo

O grupo-alvo directo do projecto são os jovens em situação NEET com idades compreendidas entre os 18 e os 29 anos da Polónia, Grécia, Espanha, Portugal e Suécia. O projecto baseia-se na ideia de que os jovens em situação NEET têm relutância em participar, uma vez que podem ter perdido a confiança na eficácia das intervenções sugeridas. Perderam a confiança e a segurança e precisam de estratégias de sensibilização específicas para os motivar e envolver. É por isso que o projecto Jovens Empresários Culturais irá construir uma estratégia de divulgação e envolvimento como parte da sua estratégia de comunicação para identificar e chegar aos jovens em situações NEET.

Ao longo da implementação do projeto, os parceiros incluirão pelo menos 100 membros do grupo alvo direto.

O grupo alvo indireto do projeto são os trabalhadores na área da juventude, que irão implementar a estratégia de sensibilização e envolvimento do projeto e identificar os jovens NEET em cada país.

Âmbito de aplicação do Manual

O objetivo deste documento global no âmbito da iniciativa é compilar as conclusões nacionais numa análise que facilitará o desenvolvimento das ferramentas e da formação na próxima fase do projeto.

Em particular, cada parceiro, para efeitos de compilação do relatório de boas práticas, realizou uma pesquisa documental que resumiu o que tem sido feito a nível da política nacional em termos de empreendedorismo cultural e criativo nos seus países. Foi dada especial atenção às formas de envolver os jovens no empreendedorismo cultural.

A um segundo nível, cada parceiro desenvolveu materiais que apresentam uma análise aprofundada das tendências atuais do empreendedorismo cultural e criativo na Europa, forneceram exemplos com ênfase nas iniciativas dos jovens, bem como resumiram as conclusões e recomendações sobre o tópico descrito. Além disso, o Manual inclui um grande capítulo dedicado aos métodos que podem ser utilizados para ativar os jovens através da canalização das suas culturas juvenis para o empreendedorismo e os clusters de colaboração. Os materiais seriam extremamente úteis, especialmente para os animadores de juventude, uma vez que os familiarizam e educam sobre o tema.

2. Melhores práticas - resumo da investigação documental na Grécia, Espanha, Portugal, Suécia e Polónia

A reestruturação económica e a transformação dos mercados de trabalho conduziram a oportunidades de emprego limitadas para os jovens, cujas taxas de desemprego podem ser duas a três vezes superiores às habituais¹. **Os jovens parecem muitas vezes ter sido cada vez mais marginalizados, causando passividade e frustração que se crê conduzirem a comportamentos delinquentes**². Consequentemente, o empreendedorismo é promovido como um instrumento fundamental para combater o desemprego dos jovens e como um dos principais motores da

¹ M. Garcia, J. Fares, Juventude no Mercado de Trabalho de África. Direções no Desenvolvimento; Desenvolvimento Humano, DC: Banco Mundial, Washington 2008, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6578> Licença: CC BY 3.0 IGO.

² Jacqui Kew, Mike Herrington, Yana Litovsky, Helen Gale (2013), Geração Empreendedora ? O estado do empreendedorismo jovem global.

young cultentrepeneurs

transformação económica e social. Tendo em conta a sua capacidade limitada para obter cargos oficiais no setor público ou privado, os jovens são incentivados a serem *criadores de* emprego e não *candidatos a emprego*, acabando por ser *empresários* independentes³.

Existem vários estudos que sugerem o impacto positivo do empreendedorismo no apoio à inclusão social e económica dos jovens na Europa, apoiando simultaneamente a expressão criativa e cultural. De facto, as conclusões de Werthes et al apontam para o facto de que "os empresários culturais e criativos desenvolvem uma identidade empreendedora e incorporam a sua identidade cultural e criativa nessa identidade empresarial, enquanto a autorreflexão" ⁴é um motor fundamental no desenvolvimento da sua identidade. Hytti e Lemmetyinen também observaram que "o contexto cultural e histórico pode oferecer oportunidades empresariais", destacando que, embora a ideia de um contexto situado seja importante para o empreendedorismo, "é dentro deste contexto particular que as possibilidades se tornam oportunidades, ou os contextos fornecem aos novos empreendimentos recursos únicos".⁵

As tendências a este respeito são frequentemente acompanhadas por incentivos por parte dos governos no sentido de apoiarem a educação e a experiência dos jovens interessados no empreendedorismo cultural e criativo. Podem observar-se exemplos no Reino Unido, onde são oferecidas oportunidades aos jovens com o objetivo de combater a discriminação e mitigar os efeitos da pobreza. Estas incluem, por exemplo, a iniciativa Music For Youth, "que oferece aos jovens oportunidades gratuitas de desempenho e público através da sua temporada anual de concertos e festivais" e o Weston Jerwood Creative Bursaries Scheme, que "cria novos cargos remunerados de entrada nas artes para recém-licenciados em artes de baixos rendimentos que receberam uma bolsa de manutenção integral durante toda a universidade".

Tal está em consonância com a perceção de que o **empreendedorismo criativo e cultural promove iniciativas que fomentam ideias e práticas inovadoras e sustentáveis**. Com efeito, segundo a Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial:

As indústrias criativas são consideradas um setor-chave para facilitar a operacionalização de novas perspetivas e tecnologias por meio de estratégias de desenvolvimento nacional sustentável. Isto está a ser demonstrado em vários países da União Europeia, nos Estados Unidos da América e em economias emergentes, como o Brasil, a Índia e a China.

(...) O conceito de indústria criativa inclui vários subsectores que oferecem o potencial de criação de riqueza e emprego, quando acompanhados por políticas e estratégias adequadas. Estes incluem indústrias relacionadas com publicidade, artes, arquitetura, artesanato, design, cinema e meios audiovisuais, bem como o setor do agronegócio para têxteis, design de moda, couro, mobiliário, alimentos (lentos) e até mesmo serviços relacionados ao turismo de base comunitária⁶.

Importa também salientar que, desde o período recessivo em torno da crise de 2008, **a criatividade e a cultura têm vindo a desempenhar um papel cada vez mais importante nas políticas europeias como meios para diversificar a economia e o mercado de trabalho por representarem fontes de inovação, pensamento flexível, métodos pouco**

³ T. Langevang T., K.V. Gough, Percursos divergentes: emprego feminino jovem e empreendedorismo na África Subsariana. *Jornal Geográfico*, 2012, 178: 242-252. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2011.00457>.

⁴D. Werthes, R. Mauer, M. Brettel, "Cultural and creative entrepreneurs: understanding the role of entrepreneurial identity", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, vol. 24, n.º 1, pp. 290-314. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215>.

⁵U. Hytti, A. Lemmetyinen A. , "Empreendedorismo social e aprendizagem empreendedora no contexto cultural", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2015, vol. 9, n.º 1. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2014-0027>.

⁶ UNIDO – Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento Industrial Viena, "Creative industries for youth : unleashing potential and growth", Áustria, V. 13-81037, maio de 2013, 499-500.

ortodoxos e formas criativas de resolução de problemas. Isto refletiu-se na declaração de 2009 como Ano Europeu da Criatividade e Inovação (Decisão n.º 1350/2008/CE), uma iniciativa criada a par da percepção de que "a criatividade e a inovação contribuem para a prosperidade económica, bem como para o bem-estar social e individual".

A inovação através das ICC reforça a excelência europeia, uma vez que as ICC têm um duplo impacto na inovação: representam uma área bastante diversificada que inclui a inovação do passado (património cultural) e a inovação do futuro (por exemplo, realidade virtual, Internet das coisas, utilização inteligente de dados de cidades inteligentes). A digitalização oferece novas oportunidades em termos de novos modelos de negócio e expansão do mercado nas ICC. A integração de megadados, computação em nuvem, internet das coisas, plataformas digitais e outras novas soluções digitais nas ICC permite repensar e remodelar os modelos de negócio existentes que podem abranger soluções orientadas para o mercado e expandir as audiências existentes.

Consequentemente, reconhece-se que "a criatividade e a inovação são fatores prósperos para o empreendedorismo e novas competências importantes necessárias em novos empregos". Por outro lado, a cultura é reconhecida pelo Conselho da Europa como "uma componente essencial e um factor-chave para os direitos humanos e a ⁷democracia".

Na Europa existem inúmeros programas e projetos que visam impulsionar atitudes inovadoras e criativas entre os jovens. Eles estão focados principalmente em ensinar-lhes algo novo de um lado e exigir alguma de sua atividade do outro lado. De um modo geral, essas iniciativas são financiadas por fundos europeus e, para ser mais específico, destinam-se sobretudo a todos os cidadãos em geral. Mas não em todos os casos. Ainda assim, muitos jovens beneficiam dos fundos que se candidatam às subvenções e implementam os projetos que planearam nas candidaturas.

Compilando as melhores práticas de todos os países parceiros do projeto, deve notar-se uma certa regularidade – **todos eles têm muito em comum,** embora não se possa dizer claramente que existe um programa de financiamento que apoia este tipo de atividade. Assim, em geral, podem ser elencadas três possibilidades a que os jovens podem aceder:

1. financiamento de organizações individuais/prefeituras;
2. financiamento a partir de fundos governamentais nacionais/fundos europeus;
3. autofinanciamento/investidores privados.

Os mais comuns, e com os maiores orçamentos, são os financiamentos europeus/governamentais (B). Menos frequentes, mas ainda populares, são as iniciativas financiadas a partir de orçamentos de organizações individuais/câmaras municipais (A).

No âmbito de vários financiamentos, podem ser enumeradas numerosas **iniciativas que são realizadas para permitir que os jovens entrem no mercado de trabalho.** Em geral, podem ser agrupados nos seguintes tipos:



⁷ Ibidem.

young cultentpreneurs

1. PROGRAMAS EDUCATIVOS E DE FORMAÇÃO potenciando as soft skills e conhecimentos de, de um modo geral, a área empresarial (introdução de novas formas de organização e gestão empresarial, divulgação e disponibilização de todos os produtos a vender). Estes tipos de programas são por vezes combinados com uma vasta e abrangente gama de serviços de consultoria (jurídica, contabilística, financeira), etc.;
 2. DESENVOLVER AS INSTITUIÇÕES DE ENSINO para proporcionar educação, formação, informação, popularização, pesquisa, estudos, programas, publicações, serviços de apoio, rede social nos campos da economia social e solidária, autogoverno, democracia direta, bens comuns, visando benefícios coletivos e sociais e inovação social;
 3. CONCESSÃO DE MICROBOLSAS A JOVENS (até aos 18 anos) para a execução dos seus próprios projetos. As subvenções geralmente não são elevadas, uma vez que os principais objetivos deste tipo de iniciativas são aumentar o envolvimento dos jovens no desenvolvimento da sociedade civil e conduzir os jovens participantes do programa através do processo de implementação do projeto desde o início (escrever e submeter a candidatura) até ao final (resolução do projeto);
1. CONCESSÃO DE BOLSA A JOVENS que pretendam criar a sua própria empresa (18+). As subvenções são elevadas e incluem não só um orçamento para o arranque da empresa, mas também o apoio intercalar pago de seis meses a um ano após a criação da empresa, que pode ser utilizado para serviços de contabilidade, taxas (renda, telefone, serviços públicos). Além do apoio listado acima, cada participante do projeto pode beneficiar da consultoria abrangente, assessoria jurídica e de marketing sem taxas durante a vida do projeto;
 2. DESENVOLVER OS CLUSTERS proporcionando aos jovens a oportunidade de criar sinergias com pessoas que pensam da mesma forma, de estabelecer redes e obter contactos que possam ajudá-los a desenvolver as suas ideias, e de se sentirem apoiados e rodeados por outras pessoas com interesses semelhantes. Ao mesmo tempo, este é um ótimo ambiente para os jovens aprenderem uns com os outros e com aqueles que pertencem ao agrupamento.

Quando se trata de diferenças, **apenas na Grécia o empreendedorismo é oficialmente protegido pela Lei N. 3908/2011.**⁸ A nova lei de incentivos ao investimento contém reformas que visam o desenvolvimento econômico do país por meio de investimentos, desenvolvimento tecnológico e competitividade. Inclui também alterações institucionais relativas à economia verde, às infraestruturas do país e aos recursos humanos. Esta lei responde às diversas necessidades dos investidores de hoje e, em paralelo, cria um ambiente de investimento virado para o futuro. Uma das categorias de investimento é o Empreendedorismo Jovem. A faixa etária a que se refere são as pessoas dos 18 aos 44 anos.

Na Suécia, e Estocolmo em particular, a criatividade tem se mostrado no centro de iniciativas empresariais de grande sucesso, como Ericsson, Electrolux e Spotify. Embora se possa observar na Suécia uma menor proporção de

⁸ <https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/58456/nomos-3908-2011>

young cultentpreneurs

empresários em comparação com a média da UE (de acordo com dados do Panteia/EIM), o país apresenta tendências positivas de desenvolvimento no que diz respeito ao empreendedorismo, sendo criado principalmente com base em novas oportunidades e apresentando uma ligação positiva com o crescimento da Suécia. De facto, "as estatísticas da Agência Sueca de Análise da Política de Crescimento mostram que a criação de novas empresas na Suécia aumentou nos últimos anos". Além disso, as análises da Fundação Sueca para o Emprego e a Sociedade indicaram que os jovens têm uma atitude cada vez mais positiva em relação ao empreendedorismo.

Em particular, a criatividade pode conduzir à inovação e à competitividade ou ao crescimento económico, um fator que foi salientado na Estratégia de Inovação sueca. Esta estratégia, embora reconheça a importância de utilizar a experiência e a capacidade para novas linhas de pensamento dos jovens, apresenta "orientações a longo prazo sobre a forma como o trabalho em muitas áreas políticas até 2020 pode criar melhores condições para que as pessoas em todas as partes da sociedade contribuam para uma Suécia mais inovadora através dos seus conhecimentos, competências e criatividade".



A Polónia é bem conhecida como um centro europeu de start-ups. A COVID revelou que a Polónia é um ecossistema para start-ups que tem vindo a desenvolver-se nos últimos anos, e é por isso que o país tem sido um dos menos impactados financeiramente pela pandemia. Está a emergir rapidamente como um dos destinos de start-up mais quentes em todo o mundo, devido a um ecossistema propício a empreendedores, talento local de alta qualidade, uma série de histórias de sucesso digitais e iniciativas como o Google Campus que está a ser criado¹⁰. No StartupBlink Global Start-up Ecosystem Map há uma amostra de 668 start-ups, 10 aceleradoras, 44 espaços de coworking, 11 organizações e 1 líder na Polónia¹¹.

Em numerosos estudos de investigação conduzidos, por exemplo, pela Start-up Poland, vê-se claramente o aumento de start-ups com componentes de IA, o que prova que este ramo vai desenvolver-se mais rapidamente do que os outros¹². Por outro lado, é quase impossível encontrar qualquer relatório ou estatística que inclua empresas em fase de arranque da indústria cultural que reflita as tendências polacas. Como foi destacado acima, existem três ramos fortes que estão ganhando nas competições polonesas de start-ups:

1. A IA é, obviamente, uma tendência global, mas cada vez mais start-ups na Polónia estão a implementar componentes de IA nos seus produtos. Esta tendência, combinada com o poder de desenvolvimento de classe mundial disponível no mercado polaco, faz da Polónia um mercado atraente para a indústria;
2. Fintech - A quantidade de startups focadas em Fintech aumenta a cada ano. O sistema bancário polaco (público e privado) está pronto para a inovação há muitos anos, o que, juntamente com a aplicação da diretiva europeia DSP2, oferece uma grande oportunidade para as empresas em fase de arranque que operam neste setor;

⁹ <https://www.government.se/contentassets/cbc9485d5a344672963225858118273b/the-swedish-innovation-strategy>

¹⁰ M. Verma, A paisagem polonesa do estágio inicial de uma lente indiana

¹¹ <https://www.startupblink.com/startup-ecosystem/poland>

¹² <https://startupuniversal.com/country/poland/>

young cultentrepeneurs

3. Foodtech - Esta é uma indústria de foco relativamente nova, mas em rápido crescimento. Aceleradores focados em foodtech administrados por líderes experientes do ecossistema estão aparecendo no mercado. Este tipo de soluções também parece atrair o interesse de grandes empresas e investidores¹³.

Uma das principais fraquezas polacas sempre foi a falta de capital privado injetado no sistema pelos investidores. O que também é interessante, em todos os relatórios sobre as empresas polacas em fase de arranque a cultura não é de todo mencionada¹⁴. No entanto, a pandemia de COVID-19 acelerou muito a digitalização do mercado das artes e da cultura¹⁵. É por isso que a Legimi, uma empresa polonesa pioneira no mercado de e-books e audiolivros, obteve uma estreia de grande sucesso na NewConnect em 2021. As mesmas tendências são vistas quando se trata de uma empresa polonesa que fabrica leitores de e-books (InkBOOK), que também está crescendo dinamicamente. A empresa, fundada em 2009 por Pawel Horbaczewski, inicialmente distribuía apenas e-readers. Após seis anos, no entanto, produziu seu próprio produto, que acabou competindo com sucesso com o dispositivo Kindle criado pela gigante de tecnologia Amazon – até porque, ao contrário de muitos desses produtos, ele roda no sistema operacional Android. Para quem gosta de pinturas graças ao aplicativo DailyArt, criado por Zuzanna Stanski. O programa envia uma pintura por dia, juntamente com a história da sua criação e factos interessantes sobre o autor. Desta forma, você pode aprender sobre a coleção de mais de 3.000 obras de arte digitalizadas.¹⁶ Tudo se passa na Polónia.

Além disso, é de destacar que as start-ups culturais polacas foram detetadas ainda antes da eclosão da pandemia – só para mencionar nove start-ups e empresas na área dos novos media e VR que foram apresentadas durante o SXSW – um dos maiores eventos internacionais do mundo nas indústrias digitais e criativas em Austin, Texas¹⁷:

1. panGenerator é uma equipa interdisciplinar fundada em 2010 e sediada em Varsóvia. Os membros do grupo combinam design e criatividade com novas tecnologias. Eles trabalham na intersecção de várias áreas e colaboram com representantes de diferentes formações: engenheiros, designers de moda, músicos, programadores. O grupo já colaborou com diversas instituições culturais, oferecendo produtos inovadores e experiências interessantes para públicos de galerias de arte, museus e festivais;
2. A Fundação Julian Cochran é um grupo polaco de profissionais dedicados à criação de soluções culturais modernas e à mudança da imagem da música clássica através da utilização de tecnologias inovadoras.

Em suma, **é importante chegar aos jovens e envolvê-los em atividades que aumentem a sua motivação para se tornarem empreendedores e despertem o seu interesse, especialmente permitindo-lhes tomar consciência das vantagens de aderir ao empreendedorismo.** Ficou provado acima que existem várias maneiras de alcançar esse objetivo. Veja várias boas práticas que foram recolhidas como exemplos de soluções eficazes para desenvolver uma mentalidade empreendedora entre os jovens.

¹³ <https://startupuniversal.com/country/poland/#focusindustries>

¹⁴ Mais detalhes são fáceis de encontrar aqui: <https://innopitch.in/most-popular-startup-industries-in-2022/>, <https://inveritasoft.com/article-top-6-industries-for-startups>

¹⁵ <https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/kulturalne-start-upy-czy-sztuka-i-biznes-ida-ze-soba-w-parze/>

¹⁶ Ligado. Cit.

¹⁷ <https://culture.pl/pl/wydarzenie/polskie-startupy-i-firmy-z-dziedziny-nowych-mediow-i-vr-na-targach-sxsw-2018>

1	
Nome da prática	Eu tenho uma ideia!
Breve descrição (contexto e grupo-alvo)	Os adolescentes (com idades compreendidas entre os 13 e os 18 anos) que estudam e/ou vivem em Varsóvia podem candidatar-se a uma micro bolsa para os seus projetos. Eles devem formar a equipe de no mínimo 3 pessoas. Se nenhum deles tiver 18 anos, o assistente adulto deve ser contratado.
Execução (principais atividades, calendário da execução, localização)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formar a equipa 2. Preenchimento do formulário de candidatura 3. Enviar a candidatura preenchida para mampomysl@kik.waw.pl. 4. Aguardando os resultados (14 dias após a submissão) <p>SE o pedido for deferido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Participar na reunião com o Consultor do Projeto, os Coordenadores Substantivos e Financeiros para se familiarizar com todas as regras relativas às finanças e manutenção de registos, o calendário e estimativa de custos e outros aspetos da implementação do projeto serão discutidos em pormenor. Durante esta reunião, o orientador do projeto e a equipe determinam a forma final do projeto. Acaba por ser o apêndice ao contrato entre a NCU e a equipa juvenil. 6. Execução do projeto. 7. Participar da reunião após a implementação do projeto para avaliação e relatório. Durante a reunião é entregue toda a documentação (liquidação financeira do projeto com documentos contabilísticos, relatório substantivo sobre a execução do projeto, documentação de avaliação, ou seja, fotos, vídeos, gráficos ou outros).
Resultados	Apenas em uma chamada em 2022 – 22 projetos foram premiados. Todos os projetos foram elaborados no âmbito de uma das três prioridades A. (...) dirigido para fora do grupo e caracterizar-se-á por pensar: "o que podemos fazer pelos outros"; B. (...) servir o propósito de adquirir conhecimentos e/ou competências por parte dos membros da equipa de jovens e utilizá-las na criação do resultado final do projeto ("o que podemos fazer com o conhecimento que já temos"); C. (...) servem para construir a imagem de Varsóvia ("como podemos tornar o espaço em que vivemos mais atraente ou mostrar aos outros que Varsóvia é interessante").
Eficácia (Como foi medida a prática)	O projeto foi eficaz no que diz respeito ao número e à qualidade das candidaturas do projeto. Efeitos mensuráveis: número de candidaturas apresentadas, número de candidaturas deferidas, número de eventos, workshops, concertos organizados, número de participantes em cada evento.
Eficiência (Como foram alocados os recursos e o tempo)	A prática produz resultados com um nível razoável de recursos e tempo, pois envolveu a mobilização de capacidades de jovens orientados por adultos experientes. Além disso, a eficiência é também medida através do acompanhamento contínuo da conceção, execução e resultados de cada projeto implementado.

young cultentrepreneurs

Pertinência (Como é que a prática é relevante para as futuras decisões dos jovens em matéria de educação, formação e carreira no que diz respeito à sua compreensão do empreendedorismo e/ou da cultura)	A prática foi relevante para os jovens, na medida em que incentiva novas oportunidades de projetos, apoia e os ajuda no processo de candidatura aos fundos europeus.
Replicabilidade (Como a prática pode ser implementada em outras regiões)	Muito facilmente. Em cada região, em cada país existe a possibilidade de organizar chamadas semelhantes, uma vez que: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> o orçamento dos projetos individuais não é muito elevado, <input type="checkbox"/> os regulamentos podem ser adaptados a todos os locais da Europa, <input type="checkbox"/> A documentação do projeto pode ser ajustada a cada organização/região/país.
Envolvimento das partes interessadas (Como é que a prática envolve a comunidade e outras organizações)	A comunidade foi a destinatária dos eventos previstos no âmbito do projeto implementado pelos jovens. De acordo com as prioridades do projeto, as atividades do projeto deveriam visar as necessidades da comunidade.
Valor acrescentado	Os jovens têm a oportunidade de preparar a proposta de projeto, implementá-la e resolvê-la.
Link ou fonte onde a informação pode ser encontrada (em inglês, se possível)	www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI

2	
Nome da prática	Swietokrzyski Fund of Young Initiatives
Breve descrição (contexto e grupo-alvo)	
Execução (principais atividades, calendário da execução, localização)	<ol style="list-style-type: none"> 1. criar um grupo não formal (composto por um mínimo de 3 pessoas adultas) ou criar uma ONG 2. Preenchimento do formulário de candidatura 3. Envio da candidatura preenchida através da plataforma www.fio.sir.com.pl. Houve dois tipos de candidaturas: uma para ONG e outra para grupos não formais 4. Aguardando os resultados <p>SE o pedido for deferido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Participar na reunião com o Consultor do Projeto, os Coordenadores Substantivos e Financeiros para se familiarizar com todas as regras relativas às finanças e manutenção de registos, o calendário e estimativa de custos e outros aspetos da implementação do projeto serão discutidos em pormenor. Durante esta reunião, é assinada a assinatura entre o orientador do projeto e o grupo/ONG premiado. 6. Execução do projeto. 7. Fornecer ao consultor do projeto o relatório com a documentação comprovativa de que o projeto foi executado em conformidade com a candidatura (liquidação financeira do projeto com documentos contabilísticos, relatório substantivo sobre a execução do projeto, ou seja, fotografias, gráficos, etc.).

Resultados	No que diz respeito aos resultados do projeto, estes podem ser enumerados da seguinte forma: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 25 chamadas; <input type="checkbox"/> 1732 candidaturas apresentadas; <input type="checkbox"/> 422 pedidos deferidos; <input type="checkbox"/> 26 grupos não formais criaram uma ONG.
Eficácia (Como foi medida a prática)	O projeto foi eficaz no que diz respeito ao número e à qualidade das candidaturas do projeto. Efeitos mensuráveis: número de candidaturas apresentadas, número de candidaturas deferidas, número de eventos, workshops, concertos organizados, número de participantes em cada evento.
Eficiência (Como foram alocados os recursos e o tempo)	A prática produz resultados com um nível razoável de recursos e tempo, porque envolveu a mobilização de capacidades, membros dos grupos não formais e o pessoal das ONGs recém-criadas. Todos puderam beneficiar do apoio de mentores em todas as fases do desenvolvimento de aplicações. Além disso, a eficiência é também medida através do acompanhamento contínuo da conceção, execução e resultados de cada projeto implementado.
Pertinência (Como é que a prática é relevante para as futuras decisões dos jovens em matéria de educação, formação e carreira no que diz respeito à sua compreensão do empreendedorismo e/ou da cultura)	A prática foi relevante para os participantes na medida em que incentiva novas oportunidades de projetos, apoia-os e ajuda-os no processo de candidatura aos fundos europeus.
Replicabilidade (Como a prática pode ser implementada em outras regiões)	Muito facilmente. Em cada região, em cada país existe a possibilidade de organizar chamadas semelhantes, uma vez que: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> O orçamento dos projetos individuais não é muito elevado, <input type="checkbox"/> Os regulamentos podem ser adaptados a todos os locais da Europa, <input type="checkbox"/> A documentação do projeto pode ser ajustada a cada organização/região/país.
Envolvimento das partes interessadas (Como é que a prática envolveu a comunidade e outras organizações)	A comunidade foi a destinatária dos eventos previstos no âmbito do projeto implementado pelos jovens. De acordo com as prioridades do projeto, as atividades do projeto deveriam visar as necessidades da comunidade.
Valor acrescentado	Os jovens têm a oportunidade de preparar a proposta de projeto, implementá-la e resolvê-la.
Link ou fonte onde a informação pode ser encontrada (em inglês, se possível)	www.sway.office.com/kp5F7BffSOwSidUI

3	
Nome da prática	Portugal Fashion
Breve descrição (contexto e grupo-alvo)	<p>Este é um projeto de promoção nacional e internacional da moda portuguesa, para dar visibilidade, estação após estação, edição após edição, ao setor têxtil português.</p> <p>É desenvolvido pela ANJE (Associação Nacional de Jovens Empresários) em parceria com a ATP - Associação Portuguesa do Têxtil e Vestuário.</p> <p>É uma forma de divulgar oportunidades junto dos jovens, apoiando uma verdadeira mudança de paradigma no setor têxtil, apostando na imagem portuguesa, uma vez que toda a sua estratégia está sob o desenho de potenciar a imagem externa de Portugal, associando Portugal aos conceitos de moda, inovação, design e empreendedorismo. Distingue-se na constituição de verdadeiras parcerias entre produção e criação, é mais do que um projeto de moda.</p>
Execução (principais atividades, calendário da execução, localização)	<p>O Portugal Fashion estreou-se nas passerelles internacionais em 1999, com a inclusão de cinco designers e oito marcas no calendário da São Paulo Fashion Week.</p> <p>Desde então, o projeto ANJE e ATP fez da internacionalização da moda portuguesa um dos seus principais pilares, realizando eventos em cidades tão variadas como Nova Iorque, Madrid, Barcelona, Istambul, Londres, Viena, Milão e Paris (onde produz desfiles desde 2000). A linha do tempo e o local, portanto, mudam. Neste sentido, os benefícios e operacionalização desta iniciativa devem ser abordados como o valor estratégico de toda a implementação e marca do Portugal Fashion. Ou seja, "a estratégia de apoio ao surgimento e crescimento de jovens designers tem sido muito positiva, aliando-se à ideia de manutenção da comunidade e garantindo, pelo menos no início da cadeia, uma renovação dos participantes do design no sistema da moda. No caminho da integração progressiva das indústrias criativas o Portugal Fashion deverá alargar ainda mais as suas colaborações com escolas e empresas, para que este apoio faça parte de uma estratégia concertada e corresponda a uma visão global do setor".</p> <p>Além disso, em outubro de 2010, foi lançado o Espaço BLOOM – um espaço específico dentro do Portugal Fashion – com o objetivo de dar visibilidade ao trabalho dos jovens saídos das escolas de moda e mostrar potencial, bem como consolidar os resultados do esforço promocional que tem sido feito junto dos designers emergentes.</p>
Resultados	<p>Um estudo de impacto realizado através de inquéritos e entrevistas em 2012, concluiu que os principais resultados sobre o projeto Portugal Fashion foram os seguintes (CENIT, 2012):</p> <p>Nos conteúdos jornalísticos e mediáticos, o impacto do Portugal Fashion é notório. Um setor nacional de outra forma precário – o jornalismo de moda – é elevado devido ao Portugal Fashion, com temas como a internacionalização e novos talentos a ganharem potencial editorial.</p> <p>Quanto aos consumidores, os entusiastas da moda portuguesa acompanham a moda principalmente através dos principais retalhistas, estando uniformizados sobre a vertente cultural e o trabalho dos designers. Os resultados e impacto do Portugal Fashion para</p>

	<p>impulsionar a visão do consumidor português para a alta moda ainda podem ser melhorados, uma vez que os resultados não mostram um impacto significativo neste campo.</p> <p>A disciplina das Escolas de Moda não reúne consenso, mas nota-se um contributo positivo do Portugal Fashion no sentido de criar um poder de atração para a área da Moda, pela abordagem aspiracional que carrega consigo.</p>
Eficácia (Como foi medida a prática)	<p>A prática revelou-se eficaz devido à sua estratégia de internacionalização, com resultados mensuráveis, tais como: eventos de moda em cidades tão variadas como Nova Iorque, Madrid, Barcelona, Istambul, Londres, Viena, Milão e Paris, desde 2000, sempre numa lógica de projeção de talentos e capacidades criativas no mercado.</p>
Eficiência (Como foram alocados os recursos e o tempo)	<p>A prática apresentou resultados com um nível razoável de recursos e tempo, embora a eficácia e a criação de valor sejam de maior importância para a estratégia de internacionalização do que a eficiência, no sentido em que quando a criatividade é potenciada para a criação de valor do que a capacidade de produzir a baixo custo, sendo necessária, mas não uma condição suficiente. A moda é a capacidade de propor tendências, de adaptar tendências, de antecipar, de regressar a tendências que não foram plenamente exploradas. Portanto, desse ponto de vista, para a competitividade de Portugal, significa eficiência e aproveitamento de materiais, cores, formas, funcionalidades, do que é mais técnico, do que é mais consumo final.</p>
Pertinência (Como é que a prática é relevante para as futuras decisões dos jovens em matéria de educação, formação e carreira no que diz respeito à sua compreensão do empreendedorismo e/ou da cultura)	<p>A prática dirige-se aos jovens e é relevante para eles na medida em que influencia as suas decisões em matéria de educação, formação e carreira, enriquecendo a sua compreensão dos aspetos práticos do empreendedorismo e da cultura, por exemplo: O trabalho que tem vindo a ser desenvolvido por associações, escolas e outros intervenientes parece começar a criar novas mentalidades, mas tem de ser acompanhado por uma existência real de apoio, por uma estrutura que possa compensar a falta de competências. Para muitos profissionais, as suas carreiras quase começaram nestes eventos, acompanhando a sua evolução desde então. Esta formação em torno de um sector cria possibilidades para novas colaborações e facilita a sua afirmação como parte importante do tecido empresarial e produtivo do país.</p>
Replicabilidade (Como a prática pode ser implementada em outras regiões)	<p>A prática pode ser reproduzida, implementada ou adaptada noutras regiões, adaptada às necessidades, contextos e recursos dos países parceiros. Este projeto pode ser adaptado ao contexto local e, na medida do possível, implementado em torno de canais/redes de cooperação já formados, procurando maximizar os recursos disponíveis e a experiência acumulada</p>
Envolvimento das partes interessadas (Como é que a prática envolveu a comunidade e outras organizações)	<p>A prática proposta contou com a participação de stakeholders do setor da Moda e de outras organizações como a ANJE (Associação Nacional de Jovens Empresários) em parceria com a ATP (Associação Portuguesa do Têxtil e Vestuário).</p>
Valor acrescentado	<p>Lógica de promoção das empresas, de novos empregos, de inovação</p>

Link ou fonte onde a informação pode ser encontrada pode ser encontrada (em inglês, se possível)	https://www.anje.pt/projetos/ https://portugalfashion.com/ CENIT (2012). Estudo de avaliação do impacto do Portugal Fashion
--	--

4	
Nome da prática	Magallanes_ICC
Breve descrição (contexto e grupo-alvo)	O Programa de Apoio ao Empreendedorismo Criativo – Magallanes_ICC, é promovido e organizado pela Universidade de Évora, em parceria com a Direção Regional de Cultura do Alentejo. O objetivo deste programa é apoiar os empreendedores culturais e criativos no desenvolvimento das suas ideias de negócio, podendo assim candidatar-se todos os candidatos com projetos com potencial de negócio no setor cultural e criativo, maiores de 18 anos.
Execução (principais atividades, calendário da execução, localização)	Os projetos submetidos devem enquadrar-se nas indústrias culturais e criativas, correspondendo às seguintes áreas: Artes Visuais, Património, Design, Arquitetura, Música, Artes do Espetáculo, Jogos/software educativo, Literatura, livros e imprensa, Cinema e vídeo, TV e rádio, Publicidade. O cronograma de execução funciona da seguinte forma: após o prazo para apresentação de candidaturas através de formulário online, onde é feito o valor e pré-seleção até 20 projetos que vão para a Fase 2. Na Fase 2, ocorre uma semana imersiva de treinamento; avaliação e seleção de até 10 projetos que passam para a Fase 3. Na Fase 3 está o desenvolvimento de um modelo de negócio, protótipo e prova de conceito. Datas, conteúdo e formatos podem estar sujeitos a alterações por parte da organização.
Resultados	No final da fase de desenvolvimento, os participantes terão de apresentar protótipos e provas de conceitos de produtos ou serviços e do seu modelo de negócio.
Eficácia (Como foi medida a prática)	Esta prática revelou-se eficaz porque a escala e o crescimento das atividades culturais e criativas se tornaram mais significativos na região, aproveitando as sinergias existentes no terreno.
Eficiência (Como foram alocados os recursos e o tempo)	A prática produziu resultados com um nível razoável de recursos e de tempo, porque as ligações horizontais, formais e informais, entre as empresas e as partes interessadas reduzem os custos de transação e contribuem para a eficiência e a competitividade. Durante a fase de desenvolvimento, a Universidade de Évora presta vários apoios, que se refletem no aumento da eficiência, tais como: mentoria continuada no desenvolvimento de modelos de negócio, relações com investidores, networking (clientes, fornecedores, parceiros de negócio), branding e marketing, questões jurídicas e contabilísticas, apoio à produção de protótipos no _ARTERIA_LAB e outras infraestruturas do Centro Magallanes, como o estúdio multimédia, estúdio de gravação de som e laboratório de música eletroacústica.

young cultentrepeneurs

Pertinência (Como é que a prática é relevante para as futuras decisões dos jovens em matéria de educação, formação e carreira no que diz respeito à sua compreensão do empreendedorismo e/ou da cultura)	A prática destina-se a empresários do setor cultural e criativo e é relevante para eles na medida em que incentiva novas oportunidades de negócio, particularmente em áreas criativas e inovadoras; Na vida quotidiana, desempenham um papel vital no desenvolvimento de modelos empresariais inovadores de produção e distribuição, com ênfase nos benefícios económicos, culturais e sociais.
Replicabilidade (Como a prática pode ser implementada em outras regiões)	Esta abordagem deve ser replicada, implementada ou adaptada noutras regiões, através de parcerias com universidades como neste caso, e com a Direção Regional de Cultura, para aumentar subsídios e incentivos com base no mérito, aumentar a massa crítica e o valor económico de projetos com mecanismos de cofinanciamento (público e privado) capazes de <i>puxar</i> a procura para este tipo de apoios e de <i>impulsionar</i> as companhias e artistas para lógicas mais regulares de produção cultural.
Envolvimento das partes interessadas (Como é que a prática envolve a comunidade e outras organizações)	Magallanes é o novo Centro de Inovação e Empreendedorismo nas Indústrias Culturais e Criativas. Estes núcleos são constituídos por agentes culturais e criativos da região do Alentejo que, no âmbito deste projeto, estabelecem uma parceria com a Universidade de Évora com o objetivo de apoiar os empreendedores no desenvolvimento das suas ideias de negócio, através do acesso a infraestruturas de produção artística, cedem um espaço de trabalho não permanente, proporcionam mentoria técnica e criativa e formação específica.
Valor acrescentado	Utilidade pública e o valor gerado pelo projeto no ecossistema empreendedor nacional. Em termos económicos, estes setores estão a crescer acima da média e criam emprego, especialmente para os jovens, reforçando simultaneamente a coesão social.
Link ou fonte onde a informação pode ser encontrada (em inglês, se possível)	Regulamento-Call-Empreendedores.pdf (uevora.pt) Programa de Apoio ao Empreendedorismo Criativo 2021 - _ARTERIA_LAB (uevora.pt) www.arterialab.uevora.pt/criativos https://arterialab.uevora.pt/criativos2021/

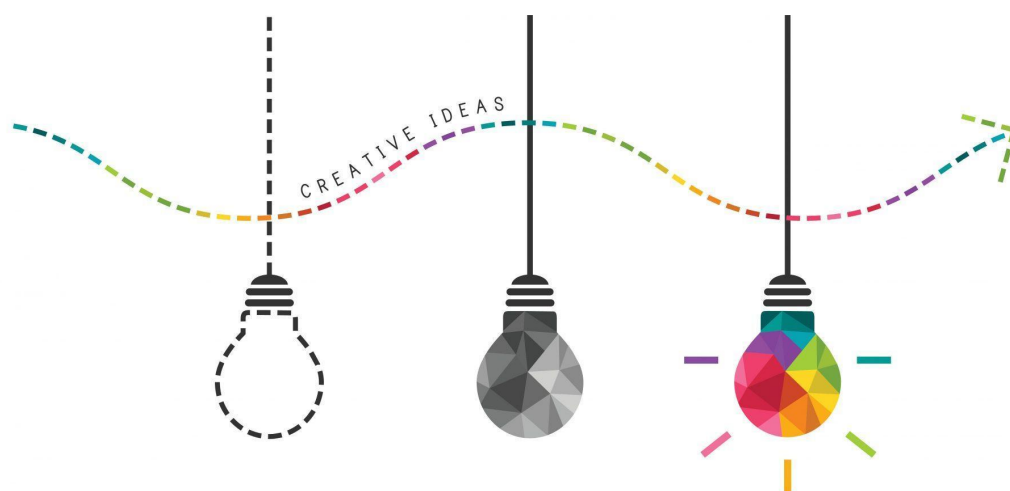
5

Nome da prática	Garantia Jovem
Breve descrição (contexto e grupo-alvo)	O Garantia Jovem é um projeto e um compromisso que afirma que, gradualmente, e no prazo de 4 meses após o jovem sair do sistema educativo ou do mercado de trabalho, deverá acontecer o seguinte: um emprego, oportunidades de prosseguimento de estudos, formação profissional ou estágio serão disponibilizados ao grupo-alvo. O Garantia Jovem não é uma garantia de emprego, mas visa dar aos jovens, o mais rapidamente possível, uma oportunidade de investir na sua qualificação e de estar em contacto com o mercado de trabalho, para combater a inatividade e o desemprego jovem.

<p>Execução (principais atividades, calendário da execução, localização)</p>	<p>O Garantia Jovem desenvolve-se de acordo com as seguintes atividades orientadoras: Identificação e ativação rápidas dos jovens: Uma rede de parceiros contacta, informa, orienta e motiva os jovens a participar nas ações da Garantia para a Juventude. Ligação em rede por um vasto leque de parceiros a nível local: Os parceiros articulam-se de forma a encaminhar os jovens para as soluções mais adequadas, de acordo com as suas expectativas e necessidades. Oferecer respostas ajustadas às necessidades: os jovens participam sucessivamente nas ações necessárias para completar o seu percurso educativo e profissional até à sua integração no mercado de trabalho.</p>
<p>Resultados</p>	<p>Aprendizagem formal e não formal; Aumentar as qualificações dos jovens; Facilitar a entrada dos jovens no mercado de trabalho; Reduzir o desemprego dos jovens.</p>
<p>Eficácia (Como foi medida a prática)</p>	<p>A avaliação da eficácia da execução da Garantia para a Juventude é assegurada a nível macro e micro. A avaliação a nível macro envolve a avaliação de alterações numa série de indicadores, tais como a taxa de emprego dos jovens, a taxa de desemprego juvenil, o rácio de desemprego juvenil, a taxa de NEET inativo, entre outros indicadores administrativos, como a taxa de sobrevivência dos jovens registados no serviço de desemprego aos 4, 6, 12, 16 e 24 meses; as taxas de saída dos jovens do desemprego registado para o emprego/outras opções de progressão (tais como programas de formação, programas de educação, estágios, programas de aprendizagem, programas de emprego); e dados de resultados para jovens que saem das opções de progressão listadas. A relação custo-eficácia está também relacionada com a qualidade da colocação, e não apenas com a quantidade (ou seja, o custo do programa em função de indivíduos colocados em <i>bons</i> empregos).</p>
<p>Eficiência (Como foram alocados os recursos e o tempo)</p>	<p>A prática produz resultados com um nível razoável de recursos e tempo, porque envolve a mobilização de capacidades e experiências dos próprios participantes, onde a sua dotação em "capital humano" se revela decisiva para a maximização da utilidade sujeita a uma restrição de recursos. A eficiência é igualmente medida através do acompanhamento contínuo da conceção, aplicação e resultados dos instrumentos da Garantia para a Juventude, através do sistema de supervisão multilateral do Comité Europeu do Emprego e da análise do impacto das políticas em vigor. A eficiência mede-se ainda com a sustentabilidade do modelo, a eficiência do seu funcionamento, o desenvolvimento de espaços intermédios de organização em rede capazes de criar condições de escala e complementaridade, o aprofundamento de parcerias entre atores de diferentes áreas, o investimento na produção de um conjunto de ativos de natureza intangível ao nível da formação de profissionais nas diferentes áreas e profissões criativas, , que devem ser promovidos de forma estratégica e coordenada.</p>
<p>Pertinência (Como é que a prática é relevante para as futuras decisões dos jovens em matéria de educação, formação e carreira no que diz respeito à sua</p>	<p>A prática é relevante para os jovens na medida em que incentiva novas oportunidades de negócio, apoia e ajuda-os a encontrar uma oferta de emprego em Portugal ou mesmo no estrangeiro, a conhecer apoios e incentivos para criar o seu próprio emprego ou empresa.</p>

compreensão do empreendedorismo e/ou da cultura)	
Replicabilidade (Como a prática pode ser implementada em outras regiões)	Esta abordagem deve ser replicada, implementada ou adaptada noutras regiões como recurso de autoaprendizagem e como apoio e incentivo governamentais para estes programas. como um conjunto de técnicas que podem ser utilizadas na conceção e implementação de eventos de educação de adultos para responder às necessidades de aprendizagem e ao perfil dos participantes.
Envolvimento das partes interessadas (Como é que a prática envolve a comunidade e outras organizações)	Organização Internacional do Trabalho (OIT) e Comissão Europeia (CE), que apoia a implementação do Garantia Jovem, além do governo português.
Valor acrescentado	Proporcionar aos jovens NEET uma boa oferta de emprego, educação e formação, aprendizagem e estágio
Link ou fonte onde a informação pode ser encontrada (em inglês, se possível)	O Que é a Garantia Jovem? - Garantia Jovem Organização Internacional do Trabalho (2017). Monitorização da Garantia Jovem: Um instrumento de apoio à formação. <i>Bureau International do Trabalho</i> . Portugal

3. Tendências atuais do empreendedorismo cultural e criativo na Europa e benefícios para os jovens em termos de inclusão social



Na Europa, o empreendedorismo cultural e criativo ganhou popularidade nos últimos anos como meio de promover a inclusão social dos jovens. Algumas das tendências atuais incluem:

1. Colaboração intersetorial: Empreendedores culturais e criativos estão colaborando com empresas, governos e organizações sem fins lucrativos para promover o crescimento inclusivo.

young cultentrepeneurs

2. Digitalização: A utilização da tecnologia e das plataformas digitais permitiu oportunidades mais acessíveis e inclusivas para os jovens das indústrias culturais e criativas.
3. Finalidade social: Um número crescente de empresas culturais e criativas está a incorporar objetivos sociais e ambientais nos seus modelos empresariais.

Estas tendências trazem vários benefícios para os jovens em termos de inclusão social:

1. Emprego: O empreendedorismo cultural e criativo pode criar novas oportunidades de emprego e contribuir para o desenvolvimento de novas competências.
2. Empoderamento: Ao participar em iniciativas culturais e criativas, os jovens podem reforçar a sua autoestima e confiança.
3. Inclusão: O empreendedorismo cultural e criativo pode proporcionar uma plataforma para grupos marginalizados se expressarem e participarem na vida cultural da sociedade.
4. Inovação: As indústrias culturais e criativas estão a impulsionar a inovação numa vasta gama de domínios, incluindo a tecnologia, o design e o marketing. Tal pode ajudar os jovens a desenvolver as suas competências empresariais e a identificar novas oportunidades.



Apoio de Lorenzo Quinn em Veneza, Itália – © foto de Hans Muelders no Unsplash

Definições

O que é o empreendedorismo criativo?

De acordo com o historiador de arte Paul DiMaggio, o início do empreendedorismo cultural remonta ao século 19 em Boston, Massachusetts. Então, a classe social de elite de Boston construiu formas organizacionais para isolar e,

young cultentpreneurs

em seguida, separar a cultura em alta e popular. Essencialmente, eles uniram cultura com capital, dando origem ao Museu de Belas Artes de Boston e ao Symphony Hall, entre outros.

Desde então, o empreendedorismo criativo derivou do seu significado inicial e tornou-se mais amplo e engenhoso. Falando de empreendedorismo criativo hoje em dia, queremos dizer duas coisas. Por um lado, reconhecemo-la como a capacidade económica das indústrias criativas. Alternativamente, vemos a criatividade como andando de mãos dadas com o empreendedorismo. A criatividade melhora a forma como lideramos, gerimos ou inovamos num negócio.

Enquanto o empreendedorismo tradicional se preocupa mais com os ganhos materiais, o empreendedorismo criativo atua principalmente como um veículo para a mudança social, em vez de se concentrar apenas no lucro. O empreendedorismo criativo abrange todas as empresas com uma inclinação para as artes ou para o património cultural.

O que é empreendedorismo cultural?

O empreendedorismo cultural refere-se à criação e gestão de empreendimentos que visam gerar valor através da produção e distribuição de bens, serviços e experiências culturais. Os empresários culturais aproveitam a sua criatividade, capital cultural e redes sociais para identificar oportunidades no mercado cultural e construir negócios inovadores, sustentáveis e culturalmente relevantes.

De acordo com uma definição proposta por Hjalager e Phillips (2002), «o empreendedorismo cultural pode ser visto como o processo de identificação e exploração de oportunidades de mercado no âmbito das indústrias culturais e criativas, utilizando recursos culturais e criativos relevantes e criando novos produtos, serviços ou experiências culturais e criativas».

O empreendedorismo cultural é um campo interdisciplinar que se baseia no empreendedorismo, nos estudos culturais, no marketing, na gestão e nas artes. Ganhou cada vez mais atenção nos últimos anos, à medida que as indústrias culturais e criativas se tornaram os principais motores do crescimento económico, da inovação e do intercâmbio cultural a nível mundial.

Em conclusão, o empreendedorismo cultural é uma forma única de empreendedorismo que tira partido dos recursos culturais e das competências criativas para criar novos produtos, serviços e experiências culturais que satisfaçam as exigências do mercado, contribuindo simultaneamente para a diversidade cultural e o desenvolvimento social.

Referências:

Hjalager, A. M., & Phillips, L. (2002). A definition of cultural tourism and its significance. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 91-116.

Qual é a diferença entre empreendedorismo criativo e cultural?

1. O empreendedorismo criativo e o empreendedorismo cultural são conceitos relacionados, mas com diferenças distintas. Empreendedorismo criativo refere-se ao processo de criação e gestão de negócios que alavancam a criatividade, inovação e design para gerar valor. Os empreendedores criativos identificam oportunidades para novos produtos, serviços ou experiências que atendam às demandas do mercado e usam suas habilidades de criatividade e design para dar vida a essas ideias.
1. Por outro lado, o empreendedorismo cultural refere-se ao processo de criação e gestão de empreendimentos que visam gerar valor através da produção e distribuição de bens, serviços e experiências culturais. Os empresários culturais mobilizam o seu capital cultural, as suas redes sociais e

a sua criatividade para identificar oportunidades no mercado cultural e criar empresas inovadoras e culturalmente relevantes.

Em resumo, o empreendedorismo criativo é um conceito mais amplo que engloba uma vasta gama de empresas impulsionadas pela criatividade e inovação, enquanto o empreendedorismo cultural é uma forma mais específica de empreendedorismo que se centra nas indústrias culturais e criativas. Ambos os conceitos partilham o objetivo de utilizar a criatividade e a inovação para criar valor, mas o empreendedorismo cultural centra-se mais na produção cultural e no património cultural.

Inovação e Empreendedorismo

O empreendedorismo e a inovação são, de facto, cruciais para os setores e indústrias culturais e criativos, uma vez que desempenham um papel importante na promoção do crescimento económico, da criação de emprego e do desenvolvimento cultural.

O empreendedorismo nas indústrias culturais e criativas implica identificar e explorar as oportunidades de mercado no mercado cultural através da criação de novos produtos, serviços ou experiências culturais. Os empresários culturais mobilizam o seu capital cultural e as suas competências criativas para criar valor no mercado cultural e desempenham um papel fundamental na promoção do crescimento e desenvolvimento das indústrias culturais e criativas.

Inovação, por outro lado, refere-se ao processo de criação e implementação de novas ideias, produtos, processos ou serviços que resultam em melhorias significativas na eficiência, eficácia e competitividade. A inovação é essencial para as indústrias culturais e criativas, pois permite que empresas e organizações se mantenham à frente e ofereçam produtos, serviços e experiências novos e inovadores aos seus clientes.

De acordo com um estudo da Comissão Europeia (2011), «a inovação é um motor essencial para a competitividade, o crescimento e a criação de emprego nas indústrias culturais e criativas. Estas indústrias caracterizam-se por um elevado nível de criatividade e de conteúdos culturais e desempenham um papel fundamental na definição da diversidade cultural e criativa da Europa e na promoção do diálogo e do intercâmbio interculturais».

Em conclusão, o empreendedorismo e a inovação são fundamentais para o sucesso e crescimento dos setores e indústrias culturais e criativas, pois permitem que empresas e organizações criem novos produtos, serviços e experiências culturais que atendam às demandas do mercado e contribuam para o desenvolvimento cultural.

Referências:

European Commission (2011). Innovation in the Cultural and Creative Industries. Available at: https://ec.europa.eu/culture/policy-support/innovation-cultural-and-creative-industries_en

A União Europeia (UE) reconhece o importante papel que os setores culturais e criativos (SCC) desempenham na condução

o crescimento económico, a criação de emprego e o desenvolvimento cultural e, como tal, prevê uma série de regimes de apoio para ajudar estes

os setores prosperarem. Seguem-se alguns dos principais regimes de apoio aos SCC na Europa:

1. Europa Criativa: O programa Europa Criativa é um programa de financiamento criado pela Comissão Europeia para apoiar os setores culturais e criativos na Europa. Financia organizações culturais e criativas, bem como apoia a cooperação transfronteiriça e o intercâmbio cultural.
2. Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER): O FEDER é um fundo da União Europeia que apoia projetos de desenvolvimento regional em domínios como a inovação, o empreendedorismo e o património cultural.

young cultentrepreneurs

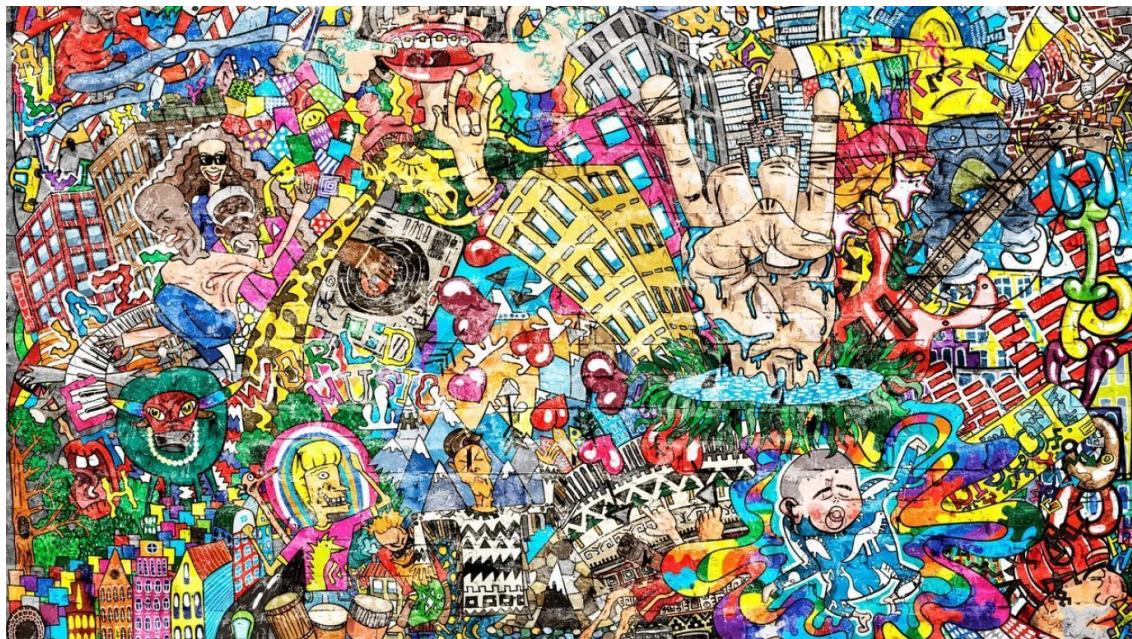
3. Fundo Social Europeu (FSE): O FSE é um fundo da União Europeia que apoia projetos destinados a promover a inclusão social e a reduzir a pobreza, incluindo o apoio a iniciativas de empreendedorismo cultural e criativo.
4. Fundo Cultural Europeu (FEC): O ECF é um fundo da União Europeia que apoia projetos culturais e criativos que promovem o diálogo intercultural e o intercâmbio cultural.
5. Banco Europeu de Investimento (BEI): O BEI é um banco da União Europeia que presta apoio financeiro a uma vasta gama de projetos de investimento, incluindo nos setores culturais e criativos.
6. Mecanismo de Garantia para os Setores Culturais e Criativos (CCSGF): O CCSGF é uma iniciativa da Comissão Europeia que apoia os setores culturais e criativos através da oferta de garantias financeiras a organizações e empresas culturais e criativas.
7. [Mecanismo de Garantia para os Setores Culturais e Criativos no programa Europa Criativa 2014-2020](#)
8. Financiamento, pelo Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia, de novas [Comunidades de Conhecimento e Inovação](#) para as indústrias culturais e criativas
9. Opções no âmbito [do Horizonte Europa](#)
10. [Erasmus para Jovens Empresários](#)
11. [Projeto Parcerias Worth](#)
12. [Iniciativa STARTS](#) (Inovação no nexo entre Ciência, Tecnologia e ARTES), o programa de Residência STARTS
13. [Apoio da UE às empresas digitais em fase de arranque](#)

Referências:

- European Commission (2021). Creative Europe. Available at: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/node_en
- European Commission (2021). European Regional Development Fund. Available at: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-regional-development-fund_en
- European Commission (2021). European Social Fund. Available at: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/funding-programmes/european-social-fund_en

Existe uma variedade de regimes europeus de apoio aos SCC:

1. [Mecanismo de Garantia para os Setores Culturais e Criativos no programa Europa Criativa 2014-2020](#)
2. Financiamento, pelo Instituto Europeu de Inovação e Tecnologia, de novas [Comunidades de Conhecimento e Inovação](#) para as indústrias culturais e criativas
3. Opções no âmbito [do Horizonte Europa](#)
4. [Erasmus para Jovens Empresários](#)
5. [Projeto Parcerias Worth](#)
6. [Iniciativa STARTS](#) (Inovação no nexo entre Ciência, Tecnologia e ARTES), o programa de Residência STARTS
7. [Apoio da UE às empresas digitais em fase de arranque](#)



Redes nos domínios dos setores culturais e criativos a nível europeu

Existem várias redes a nível europeu que apoiam e promovem os setores culturais e criativos (SCC). Estas redes reúnem partes interessadas de todas as indústrias culturais e criativas, proporcionando oportunidades de colaboração, intercâmbio de conhecimentos e sensibilização. Seguem-se alguns exemplos destas redes:

1. Fundação Cultural Europeia (ECF): A ECF é uma rede europeia que apoia o intercâmbio e a colaboração culturais, bem como a promoção do diálogo e da compreensão interculturais.
2. Rede Europeia de Empresas Criativas (ECBN): A BCN é uma rede europeia de empresas e organizações criativas que visa apoiar e promover as indústrias criativas na Europa.
3. Rede Europeia para a Cultura e o Desenvolvimento (ENCult): A ENCult é uma rede europeia que promove o papel da cultura no desenvolvimento sustentável e visa apoiar os setores culturais e criativos.
4. Rede de Centros de Informação Europa Criativa: A Rede de Centros de Informação Europa Criativa é uma rede de organizações europeias que prestam informações e apoio aos setores culturais e criativos no âmbito do programa Europa Criativa.
5. Rede Europeia de Centros de Formação em Administração Cultural (ENCATC): A ENCATC é uma rede europeia de centros de formação que promovem o estudo da gestão e administração cultural, bem como apoiam o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas.

Referências:

European Cultural Foundation (2021). About ECF. Available at: <https://www.culturalfoundation.eu/about-ecf>

European Creative Business Network (2021). About ECBN. Available at: <https://www.ecbn.eu/about-us>

European Network for Culture and Development (2021). About ENCult. Available at: <https://en-cult.org/about/>

European Commission (2021). Creative Europe Desk Network. Available at: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/support/creative-europe-desk-network_en

European Network of Cultural Administration Training Centres (2021). About ENCATC. Available at: <https://www.enclatc.org/about-us/mission-and-vision/>

Arjo Klamer (2011) nos dá alguns insights sobre as **características importantes** do bom empreendedor cultural:

young cultentpreneurs

1. Alerta para oportunidades
2. Criativo em termos de conteúdo artístico, mas também na organização da conversa e na organização das finanças
3. O conteúdo artístico é a sua paixão e compromisso
4. Persuasivo no sentido de que são capazes de envolver as pessoas
5. Prudentes e demonstrarem coragem, esperança e fé em suas ações
6. As competências necessárias para iniciar uma atividade empresarial nas indústrias culturais e criativas são muitas. Atualmente, os jovens empresários culturais devem trabalhar no desenvolvimento das seguintes competências:

- ✓ Inovação
- ✓ Comercialização
- ✓ Tomada de riscos
- ✓ Criatividade e pensamento fora da caixa
- ✓ Independência
- ✓ Produzir, definir um grupo-alvo, vender, fazer
- ✓ Auto-organizado e disciplinado
- ✓ Desenvolvimento estratégico
- ✓ Liderança
- ✓ Ligação em rede
- ✓ Conectando empresas



Todo empreendedor deve saber a diferença entre **eficiência** e **criatividade**.

Ser eficiente

- ✓ Foco no tricô
- ✓ Explora o que sabe
- ✓ Responde às necessidades atuais dos clientes
- ✓ Planeia
- ✓ Exige prestação de contas
- ✓ Impõe processo e estrutura

Ser criativo

- ✓ Pensa fora da caixa
- ✓ Explora o que não sabe
- ✓ Antecipa as necessidades futuras dos clientes
- ✓ Deixa as coisas surgirem
- ✓ Permite liberdade e flexibilidade
- ✓ Evita processos e incentiva interações não estruturadas

young cultentrepreneurs

Na sociedade contemporânea, todo empreendedor deve estar ciente das tecnologias digitais e do poder das mídias sociais. As ferramentas de marketing e promoção on-line podem não só apresentar os produtos e serviços de arte dos empreendedores para ampliar o público, mas também criar verdadeiros fãs e admiradores, atrair investidores e parceiros, elevar sua reputação e perspectivas. Esses instrumentos são:

1. Marketing e promoção nas redes sociais: ganhar tráfego ou atenção no site através das redes sociais
2. Marketing e promoção de afiliados: promoção através da colocação de anúncios ou links para o site
3. Blogging: posts on-line regulares (weblog) pertencentes a particular
4. Email marketing e promoção: marketing direto usando correio eletrônico para publicidade, envio de boletins eletrônicos, boletins informativos e anúncios
5. Motor de busca, marketing e promoção: pagar para classificar o site em uma posição de destaque nos resultados de um motor de busca
6. Publicidade em vídeo online: colocar um pequeno anúncio em vídeo no início de um vídeo online

Para além das ferramentas promocionais em linha, os empresários culturais podem utilizar diferentes ferramentas para atrair a atenção das pessoas para o seu trabalho. Na Internet, existem plataformas profissionais especializadas, dedicadas a diferentes artes como Behance, DeviantArt, iStockPhoto. Nestas plataformas, os empreendedores podem carregar as suas obras de arte (ou fotografias e vídeos dos seus produtos) de forma a contactar possíveis clientes ou empresas, que estejam dispostos a contratar os seus serviços, a interagir com pessoas criativas com ideias semelhantes, a receber apoio e apreciação e a aprender. Dependendo da indústria cultural ou criativa específica, os empresários podem empregar métodos offline de promoção, por exemplo, intervenções urbanas (ao apresentar sua arte em espaços públicos, como ruas, parques, etc.). Podem participar em residências criativas (onde artistas de diferentes países cocriam em conjunto), apresentar o seu trabalho num festival (os festivais são os locais onde a comunidade e outros artistas valorizam a inovação) ou envolver o seu público em atividades participativas.



Cinco tendências-chave estão a reformular o Setor Cultural e Criativo (SCC)

1. A aceitação digital aumenta o acesso aos conteúdos culturais e impulsiona o crescimento do SCC, uma vez que os conteúdos da CAC são cada vez mais consumidos digitalmente através da Internet, das redes sociais ou de novos formatos digitais (como os podcasts). Em resposta à mudança para o consumo digital, a publicidade está também a afastar-se dos meios de comunicação impressos tradicionais para a esfera digital.

2. A liderança de pensamento e novas narrativas para promover a sustentabilidade ecológica está crescendo em importância na comunidade Cultural e Criativa. A CAC, enquanto intervenientes influentes na sociedade, pode desempenhar um papel proeminente no incentivo a mudanças individuais e sociais no sentido de políticas mais ecológicas e de escolhas de consumo mais sustentáveis. Além disso, o SCC está a adotar práticas sustentáveis para reduzir a sua pegada de carbono em toda a cadeia de valor.

3. Novas formas de colaboração (desenvolvimento de projetos cooperativos entre pequenas empresas/freelancers) conduzem a modelos inovadores, tais como centros criativos e espaços de co-working que podem desencadear o desenvolvimento socioeconómico, nomeadamente em áreas urbanas.

4. Um novo quadro regulamentar europeu abre novas oportunidades de geração de rendimentos, nomeadamente através de um melhor licenciamento de conteúdos protegidos por direitos de autor. Além disso, novos sistemas de remuneração excecional dos direitos de autor durante a pandemia de COVID-19 (por exemplo, novos modelos de remuneração desenvolvidos por Organizações de Gestão Coletiva) podem levar a novas soluções de monetização e mudanças regulatórias adicionais.

5. O SCC são parte integrante da economia da experiência e do turismo. Estima-se que o turismo cultural represente até 40% do turismo europeu. Além disso, instituições culturais (museus e teatros) em toda a Europa estão a experimentar novos serviços digitais em resposta à pandemia de COVID-19.

4. Be inspired – Alguns exemplos de iniciativas para jovens

Este capítulo explora várias iniciativas para a juventude na Europa que visam melhorar a empregabilidade e as competências dos jovens ou proporcionar-lhes financiamento para ideias de projetos. Estas iniciativas proporcionam formação personalizada, educação profissional e apoio ao emprego aos jovens. Estas iniciativas têm ajudado milhares de jovens a entrar no mercado de trabalho ou a criar as suas próprias empresas e a fornecer aos jovens subsídios e financiamento para implementarem as suas ideias de projeto em vários domínios, como a cultura, o ambiente, a segurança e o desporto, e ajudam os jovens a desenvolver a sua criatividade e capacidades de liderança, enquanto têm um impacto positivo nas suas comunidades.

Geração IN, Percursos de emprego dos jovens

A «Geração IN» ajuda os jovens NEET a criarem as suas próprias empresas ou a tornarem-se trabalhadores independentes. Os participantes devem estar inscritos no Garantia Juvenil ou cumprir os requisitos de inscrição, ter uma ideia de negócio e residir nas cidades onde o programa atua. O programa oferece itinerários individualizados, assessoria técnica e financeira, microcréditos, treinamentos online e presenciais e acesso a recursos. Os participantes desenvolveram competências empresariais e criaram 97 empresas e 176 colocações. As mulheres alcançaram maiores percentuais de empreendedorismo e inserção no emprego do que os homens, e o programa também apoiou a reintegração dos participantes na formação. O programa tem sido realizado em diferentes cidades de Espanha e, devido à pandemia, está atualmente a ser realizado online.

Programa PICE - Câmara de Comércio Espanhola

O plano de formação ajuda os jovens desempregados com idades compreendidas entre os 16 e os 25 anos (ou 30 anos para as pessoas com deficiência) a melhorar as suas competências e empregabilidade. Também auxilia empresas que procuram contratar jovens qualificados. O plano prevê a melhoria das competências básicas, a formação linguística e em TIC, a formação profissional específica e o incentivo ao empreendedorismo. O Plano de Mobilidade visa aumentar a empregabilidade através da oferta de estágios profissionais em empresas de toda a UE. Desde 2015, o plano ajudou 181 563 jovens, incluindo orientação profissional, formação de base, formação profissional específica e intermediação laboral.

POEJ - Programa Operativo de Empleo Juvenil – Cruz Vermelha Espanhola, Fundação ONCE e Fundação Secretariado Gitano

A iniciativa POEJ da Cruz Vermelha Espanhola, da Fundação ONCE e da Fundação Secretariado Gitano ajuda jovens com idades compreendidas entre os 16 e os 30 anos que não estudam nem trabalham e necessitam de apoio. Visa reduzir as taxas de pobreza e abandono escolar e proporcionar formação e acesso ao emprego. O programa já atendeu mais de 22.700 jovens desde 2016, sendo que 50% não têm emprego ou ensino médio inferior. O Plano de Emprego da Cruz Vermelha oferece serviços personalizados para melhorar a empregabilidade ou o acesso ao emprego, com projetos como PULSA Empleo, Escuela de Segundas Oportunidades, Formación para la Inserción Laboral e Aprender Trabajando. A iniciativa beneficiou mais de 46 000 jovens vulneráveis, com mais de 10 500 a

young cultentrepreneurs

encontrar emprego e quase 11 000 a obter qualificações. A iniciativa também estabeleceu parcerias com mais de 4.600 empresas, incluindo pequenas e médias empresas, para oferecer oportunidades de emprego aos jovens.

Iniciativas para a juventude

O programa "Iniciativas para a Juventude" oferece uma subvenção de 3 000 PLN a jovens participantes com idades compreendidas entre os 13 e os 18 anos para implementar as suas ideias de projeto, que não devem durar mais de 3 meses. Os oficiais selecionam as atividades, e os fundos vêm do orçamento da Câmara Municipal de Varsóvia. Os candidatos podem consultar os mentores do programa para obter orientação no processo de candidatura.

Eu tenho uma ideia!

A iniciativa prevê uma subvenção de 3500,00 PLN para adolescentes (com idades compreendidas entre os 13 e os 18 anos) para implementarem o seu próprio projeto. A maioria dos projetos premiados no passado se concentrou na cultura, como curtas-metragens, shows, festivais e eventos culturais. Exemplos de projetos premiados em 2019 e 2020 incluem a realização de um musical, um festival de arte, formação em escrita criativa e uma produção cinematográfica. A Câmara Municipal de Varsóvia financia as subvenções e os candidatos podem consultar os mentores do programa para obter apoio na preparação e apresentação das suas candidaturas.

Região de Opole para a juventude

Esta iniciativa fornece financiamento a organizações não-governamentais para financiar iniciativas de juventude de base com um montante máximo de 4.000 PLN. Estas organizações trabalham com jovens para implementar as suas ideias em ambiente, segurança, desporto e cultura e fornecem apoio e experiência ao longo do projeto. A organização específica focada em questões culturais é Opolskie dla młodzieżowych inicjatyw kulturalnych, e é implementada por Stowarzyszenie Opolskie Lamy. O projeto visa aumentar a participação dos jovens no desenvolvimento da sociedade civil na região de Opole.

Cooperativa Thes Gala

Nos últimos anos, a Tessália e Larissa emergiram como líderes em empresas agrícolas inovadoras, clusters de negócios e cooperativas de nova geração. Entre estas, a THESgala e a THESgi são emblemáticas cooperativas leiteiras e agrícolas, respetivamente. A THESgala, liderada por Thanasis Vakalis, controla e comercializa 10% da produção de leite do país com controle de qualidade completo, enquanto a THESgi cultiva uma grande variedade de produtos em 30.000 hectares.

A equipa da THESgala e da THESgi tem uma reputação positiva entre as cooperativas europeias, frequentemente visitadas e informadas sobre as mais recentes inovações tecnológicas na produção e comercialização. No entanto, a sua característica definidora é a sua consciência empresarial coletiva. As cooperativas servem para criar uma presença empresarial de escala e alcançar uma posição dominante no mercado.

O sucesso das cooperativas é atribuído à sua abordagem de bom senso e absoluta honestidade e transparência nas suas operações. Os membros do conselho não recebem salário; Todos os membros têm direitos e obrigações iguais. As cooperativas acreditam em sinergias e na criação de indústrias em torno delas. O seu principal slogan, "Cooperamos de forma diferente", reflete a sua abordagem única ao empreendedorismo coletivo.

LIOFYLLO

Liofylo é uma startup grega que cria material inovador a partir de folhas de oliveira para impacto social e ambiental. As folhas de azeitona são geralmente consideradas resíduos durante a produção de azeite, resultando em mais de 150,000 toneladas de folhas de azeitona descartadas anualmente na Grécia. Liofylo aproveita este resíduo agrícola e cria um material ecológico usando adesivos biodegradáveis e/ou de base biológica. A equipa fabrica dois tipos de painéis que têm potencial para serem aplicados a uma vasta gama de produtos. Eles também seguem princípios de economia circular e reutilizam painéis destruídos durante a produção para criar peças de arte únicas. Liofylo visa desenvolver a empresa e criar vagas de emprego, promovendo a cultura grega e uma mentalidade eco-consciente. A heterogeneidade da equipa contribui para o rápido desenvolvimento da Empresa Cooperativa Social, e a Liofylo é a

young cultentpreneurs

única empresa com o direito de usar a patente internacional para "Painéis de folha de oliveira ecologicamente corretos". Os seus produtos são personalizados e únicos para quem aprecia criações verdes e beleza natural.

Augmenta Agriculture

A Augmenta Agriculture é uma startup grega fundada em 2017 pelos agricultores e engenheiros George Varvarelis e Dimitris Evaggelopoulos. A empresa é especializada em tecnologia de agricultura de precisão, que ajuda a promover práticas agrícolas sustentáveis. Em março, a empresa anunciou que havia concluído uma rodada de investimento Série A de US\$ 8 milhões liderada pela CNH Industrial e pela Pymwymic, ambas importantes players industriais e de desenvolvimento sustentável. A Augmenta Agriculture tem a maioria dos seus funcionários baseados na Grécia, com uma equipa adicional nos EUA. A tecnologia inovadora da empresa inclui um sistema instalado no tejadilho de veículos agrícolas, que utiliza câmaras para analisar o campo durante as operações. Essas informações em tempo real são usadas para aplicar ingredientes como fertilizantes e reguladores de crescimento de plantas, com mais funcionalidades para aplicação de pesticidas que devem ser adicionadas em breve.

Uni.Fund VC

Uni.Fund é um fundo de capital de risco que investe em empresas de tecnologia em estágio inicial com foco no desenvolvimento do ecossistema empreendedor na Grécia. O fundo gere 30 milhões de euros e já investiu em mais de 20 startups. O objetivo do Uni.Fund é estimular o empreendedorismo e alavancar o potencial das universidades gregas, da pesquisa e desenvolvimento e da indústria de tecnologia, apoiando o desenvolvimento de equipes e implementando estratégias bem-sucedidas de entrada no mercado.

Por outro lado, a EQUIFUND é uma plataforma de investimento criada através da cooperação entre a República Helénica e o FEI. É financiado pelo Fundo de Fundos dos FEEI grego TAESYM, pela União Europeia/Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional/Programa Operacional EPANEK, pelo FEI e por investidores privados. A plataforma visa facilitar o acesso das PME ao financiamento na Grécia através do desenvolvimento de capital de risco e capital privado através da cooperação com intermediários financeiros selecionados.

Job ahoi! — O trabalho pode ser divertido!

A premissa do projeto 'Job ahoi!' é ensinar aos jovens que o trabalho pode ser divertido e dar um sentido de propósito e realização às suas vidas. O objetivo é incentivá-los a adotar novas perspectivas após períodos de desemprego e fazê-los sentir que são necessários.

1. ensinar aos jovens desempregados competências técnicas e sociais,
2. melhorar a sua situação pessoal
3. promover o seu desenvolvimento pessoal.

A Open Youth Work Dornbirn Association implementa o projeto na Áustria em parceria com a província federal de Vorarlberg.

https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf

Jovens em Espaços Urbanos

A Orizzontale foi criada por arquitetos e estudantes da Faculdade de Arquitetura e envolveu também outros jovens das zonas de Roma onde decorreram as atividades. Os objetivos eram apresentar aos jovens a forma como uma cidade é gerida e envolvê-los mais na comunidade e em projetos de revitalização da vida urbana. Orizzontale trabalhou em uma série de eventos públicos que experimentaram espaços esquecidos. A Juventude financiou este projeto de iniciativa juvenil em ação, agência nacional em Itália.

https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf

Know your needs



Co-funded by
the European Union

The content of this publication represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission does not accept any responsibility for use that may be made of the information it contains.

young cultentpreneurs

«Conheça as suas necessidades» visa dar resposta aos problemas com que se deparam os jovens da UE que emigram por razões económicas sem qualquer reflexão prévia e séria sobre as suas ações ou o que querem da vida. A Agência Nacional da Juventude financiou este projeto de intercâmbio de jovens em Ação na Lituânia. O Centro da Juventude da Lituânia realizou o projeto em parceria com a Youth for Society (Estónia), a Asociación Juvenil Inter (Espanha) e o Hammersmith and Fulham Volunteer Centre (Reino Unido).

https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf

Apps for Good

Oferece programas gratuitos de aprendizagem criativa para crianças em idade escolar em todo o Reino Unido, ensinando-as a utilizar novas tecnologias para conceber e fabricar produtos que as ajudarão a fazer a diferença no seu mundo. Eles dão aos educadores conteúdo gratuito do curso e recursos para ensinar os alunos a criar um futuro mais brilhante através da tecnologia.

20.382 estudantes foram alcançados no Reino Unido em 2020/21, dos quais 51% eram meninas. Os alunos geralmente sentem que melhoraram suas habilidades de comunicação e apresentação, trabalhando em equipe, melhoraram sua resolução de problemas e são melhores em design de produto. Um aspeto bem-sucedido da iniciativa é que eles ensinam mais do que codificação. Estão a dar aos jovens as competências e a confiança de que necessitam para prosperar, utilizando as novas tecnologias para criar produtos de resolução de problemas que lhes interessam. Depois de concluírem seus cursos, os alunos estão mais interessados em trabalhar em tecnologia ou iniciar seus negócios. Através de seus links de conteúdo e indústria, os alunos podem ver a variedade de empregos disponíveis e como isso se aplica aos seus interesses.

STPLN:lab

STPLN:lab é um projeto gratuito para empreendedores do CCI terem um espaço para trabalhar em seus negócios e ideias. Mais de 12 meses e oferece aos participantes um lugar gratuito na STPLN, acesso a workshops e estúdios, equipamentos de mídia, máquinas e ferramentas, coaching pessoal e um programa contínuo com consultoria financeira e jurídica gratuita, intercâmbios internacionais e muito mais. O projeto permitiu que vários empreendedores construíssem as suas redes, publicitassem os seus negócios e crescessem, proporcionando ao mesmo tempo um espaço para desenvolver as suas competências criativas e envolver-se na aprendizagem entre pares. A falta de um espaço para trabalhar e os custos comumente altos para os empreendedores investirem em espaços de escritório muitas vezes podem levar ao isolamento e dificultar o crescimento de uma ideia. A iniciativa tem sido importante para preencher essa lacuna e proporcionar um espaço livre de custos para o desenvolvimento empresarial.

Aim Higher

O projeto visava oferecer aos jovens de comunidades migrantes novas perspetivas sobre o valor da escola e da educação, através da discussão das questões que os afetam diretamente. O objetivo imediato era impactar positivamente a assiduidade, as notas, as notas dos testes e, eventualmente, a graduação, com a intenção a longo prazo de ajudá-los a estarem mais bem preparados para lidar com a vida.

Foram utilizadas abordagens de aprendizagem não formal ao longo de todo o projeto. Os participantes estiveram envolvidos em todos os aspetos do projeto, ajudando com tarefas criativas, administrativas e gerenciais, planeamento de eventos e orçamento. Os jovens geriram o projeto para jovens.

Em dezembro de 2013, reuniu 30 jovens da Dinamarca, Suécia e Reino Unido em Brønshøj (região de Copenhaga) durante 10 dias. Todos tiveram a oportunidade de discutir e refletir, e formadores experientes facilitaram dramatizações, debates, workshops e trabalho em equipa, atividades de desenvolvimento pessoal sobre a construção de CV, entrevistas de emprego e progressão na carreira. O resultado foi que um número crescente de estudantes tem melhores competências, está mais confiante e está mais preparado para a força de trabalho.

young cultentrepreneurs

O foco na carreira e no desenvolvimento pessoal e o trabalho em grupo dentro da formação tem sido fundamental para alcançar os resultados. A iniciativa foi importante para ajudar os jovens a superar a insegurança e criar vínculos e redes.

Foróige Network for Teaching Entrepreneurship

Este programa ajuda os jovens de comunidades desfavorecidas a desenvolver competências empresariais e empresariais e a libertar os seus talentos e potencial. Trabalha com jovens dos 12 aos 18 anos em projetos dentro e fora da escola em toda a Irlanda que aumentam a conclusão escolar e a frequência universitária. Professores e animadores de juventude também recebem treinamento em habilidades e recursos para ministrar o programa através da Universidade NFTE. São conhecidos como formadores certificados de empreendedorismo. Os jovens de comunidades desfavorecidas estudam todos os aspetos da criação e gestão de uma empresa, incluindo a utilização de subvenções de arranque para comprar fornecimentos, o envolvimento com empreendedores sociais e líderes comunitários, a visita a empresas e o trabalho com mentores empresariais.

O programa decorre de setembro a maio de cada ano. Em 2013, 1 500 jovens formaram-se no programa. Eles agora são elegíveis para uma bolsa de empreendedorismo na IT Sligo, que fornece um caminho para transformar ideias de negócios em realidade e fornece apoio financeiro, mentoria e acesso a feiras internacionais. Uma pesquisa coligida pela Universidade de Harvard de 2001 a 2003 sobre o impacto do programa NFTE concluiu que as aspirações de carreira, o interesse em frequentar a faculdade, o conhecimento de negócios, o comportamento de liderança e a crença na capacidade de atingir objetivos de vida aumentaram.

https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf

Entrum

O Entrum é um programa de empreendedorismo jovem que visa desenvolver uma mentalidade empreendedora em estudantes de 13 a 19 anos, proporcionando experiência de empreendedorismo fora de seu ambiente escolar e doméstico. O programa usa uma metodologia de quatro etapas para inspirar, ensinar habilidades práticas, ajudar a criar redes e mostrar novos horizontes. Os jovens montam equipas de start-ups, planeiam o seu tempo e finanças e desenvolvem as suas ideias e produtos em laboratórios de empreendedorismo. O programa culmina num concurso nacional de ideias de negócio e os vencedores recebem apoio para as suas start-ups ou projetos de empreendedorismo social. A metodologia constrói o pensamento criativo e inovador, registra competências e habilidades em diários de projetos e incentiva o trabalho colaborativo e a criatividade. O programa fomenta a capacidade de transformar desafios em oportunidades e assumir a responsabilidade por ações em um contexto mais amplo.

https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/publications/creativity-innovation_en.pdf

5. Dicas e sugestões sobre a forma como os trabalhadores de juventude podem canalizar as culturas juvenis para polos de empreendedorismo e colaboração

Através deste capítulo, partilharemos várias ideias que podem servir como dicas e sugestões para inspirar animadores de juventude sobre como ativar os jovens através da canalização das suas culturas juvenis, principalmente através do empreendedorismo, mas também através de grupos de colaboração. De facto, muitas destas ideias poderiam também aplicar-se a outras indústrias e sectores, mas, neste caso, centrar-nos-emos na cultura e na indústria criativa.

A cultura juvenil refere-se à prática cultural dos membros desta faixa etária através da qual expressam as suas identidades e demonstram o seu sentimento de pertença a um determinado grupo de jovens¹⁸. Acreditamos na ideia de que os jovens, enquanto grupo social, aderem a valores, objetivos e comportamentos comuns, distintos dos do mundo adulto, que lhes permitem desenvolver a sua própria especificidade e personalidade na sociedade.

O empreendedorismo pode ajudar os jovens a encontrar o seu lugar no mercado de trabalho, promovendo a sua inclusão. Além disso, o facto de pretenderem transformar as suas culturas juvenis em ideias e negócios de empreendedorismo pode potencialmente aumentar o seu sentimento de pertença a essas culturas, uma vez que podem sentir que estão a participar ativamente na sua manutenção, representando-as. Além disso, desta forma, os jovens podem também tornar-se propulsores da sua própria cultura. Como sugere o estudo «Estimular o empreendedorismo jovem: obstáculos e incentivos à criação de empresas pelos jovens¹⁹», existem duas razões principais pelas quais os jovens empreendem o caminho do empreendedorismo: uma é uma necessidade (i.e., falta de oportunidades de emprego) e a outra é o interesse próprio (i.e., desejo de criar a sua própria empresa, ser os seus próprios patrões, etc.).

Quanto aos clusters, a maior vantagem que os jovens podem encontrar é a oportunidade de criar sinergias com pessoas que pensam da mesma forma, de estabelecer contactos, de obter contactos que os ajudem a desenvolver as suas ideias e de se sentirem apoiados e rodeados por outros com interesses semelhantes. Ao mesmo tempo, este pode ser um ótimo ambiente para os jovens aprenderem uns com os outros e com aqueles que pertencem ao agrupamento.

Para que os animadores de juventude reforcem os aspetos mencionados, existem algumas perguntas essenciais que exigem uma resposta:

Qual é a perspetiva que os jovens com quem trabalham têm sobre o mercado de trabalho e o empreendedorismo?

Para responder a esta pergunta, é necessário, em primeiro lugar, avaliar o nível de sensibilização, atração e envolvimento dos jovens com as empresas e as empresas, a fim de estabelecer uma referência das suas atitudes e comportamentos atuais em relação ao tema em questão²⁰. Isso pode ser feito, por exemplo, por meio de pesquisas ou conversas diretas.

¹⁸ <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/youth-culture>

¹⁹ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf (pág. 11)

²⁰ Idem, pág. 30.

Como despertar a curiosidade na mente dos jovens e motivá-los a canalizar as suas culturas para o empreendedorismo?

É importante chegar aos jovens e atraí-los para polos de empreendedorismo e colaboração, utilizando os meios mais eficientes e eficazes para aumentar a sua motivação e despertar o seu interesse, especialmente permitindo-lhes tomar consciência das vantagens de aderir a clusters de empreendedorismo e colaboração. Algumas dicas para conseguir isso podem ser:

1. Façam uso das plataformas e espaços que lhes são apelativos: redes sociais (Instagram, TikTok, Facebook, etc.), conferências, seminários, email, participação em festivais, revistas, podcasts, vídeos no YouTube, boca-a-boca, entrega de folhetos em espaços frequentados por jovens...
2. Colaborar com escolas, universidades e outros espaços educativos para poder falar com os jovens e partilhar informação com eles sobre as possibilidades que o empreendedorismo e os agrupamentos oferecem, organizar workshops educativos, etc.

De facto, seria interessante oferecer educação para o empreendedorismo já através da educação formal. Desta forma, os jovens poderiam familiarizar-se com o conceito desde o início da carreira. No entanto, para tal, seria crucial formar os professores no domínio do empreendedorismo e, mais concretamente, em metodologias novas, atualizadas e interativas para ensinar empreendedorismo. Isso poderia ajudar a reforçar a curiosidade dos alunos para se tornarem empreendedores. É importante consciencializá-los dos benefícios que o empreendedorismo lhes pode trazer, como a oportunidade de desenvolver as suas ideias, construir os seus próprios caminhos e criar o seu próprio negócio no qual possam tomar as suas próprias decisões. Além disso, dar-lhes a oportunidade de criar estratégias e desenvolver um plano de negócios, ainda que fictício, pode despertar o seu interesse e motivá-los a aprender sobre empreendedorismo.

Então, que tipo de atividades os animadores de juventude podem utilizar para apoiar a ativação dos jovens?

Os jovens precisam de adquirir conhecimentos prévios sobre tudo o que podem desenvolver através do empreendedorismo e dos agrupamentos para se sentirem preparados para entrar nesses ambientes. Por conseguinte, poderia ser aconselhável:

1. Oferecer aos jovens diferentes atividades que apoiem a sua criatividade para que as suas culturas juvenis se transformem em projetos de empreendedorismo:
1. Workshops e formações (em linha e fora de linha) sobre empreendedorismo e empreendedorismo cultural/criativo.
2. Conferências, seminários, apresentações ou palestras (tea), especialmente aquelas em que empresários já estabelecidos do setor cultural e criativo partilham as suas experiências e conselhos com novos jovens empresários, uma vez que os primeiros podem oferecer grandes exemplos reais em primeira mão que podem servir de inspiração para os segundos.
3. Serviços de mentoria e coaching para orientar e apoiar os jovens ao longo dos seus caminhos.
4. Organizar eventos empresariais para jovens em que os jovens com ideias empresariais possam criar sinergias, estabelecer ligações e aprender uns com os outros.
5. É também uma possibilidade de lhes oferecer conteúdos que possam seguir através das redes sociais a partir dos seus smartphones (por exemplo, bobinas do Instagram, stories, publicações, vídeos...).

Outras opções são como as apresentadas pelo mi.cluster²¹:

²¹ <https://www.mi-cluster.gr/en/activity-fields/yeap/1668-yeap.html>

6. Dias de Estágio. Trata-se de eventos para jovens/estudantes que fornecem informações sobre oportunidades de estágio em empresas da indústria cultural e criativa (ICC). Os estágios podem proporcionar aos novos empresários uma valiosa experiência em primeira mão enquanto aprendem com a empresa de acolhimento.
7. Viagens educativas. Organizar viagens educativas que permitam aos jovens descobrir diferentes exemplos de empreendedorismo no setor cultural e criativo. As viagens educativas são também muito boas ferramentas para apoiar os jovens a desenvolver relações significativas entre eles que possam beneficiar as suas redes e ideias de negócio.
8. Dias de carreira. Estes são eventos de networking para estudantes que desejam explorar as possibilidades da cultura e da indústria criativa para aprender sobre as mais recentes atualizações e perspectivas de carreira.

Por último, mas não menos importante, outra ideia que pode ser muito útil para despertar a motivação dos jovens para se juntarem ao empreendedorismo e aumentarem o seu interesse em clusters de colaboração é incentivá-los a participar em concursos e prémios de empreendedorismo, como o oferecido pelo Campus de Empreendedorismo²². O leitor pode encontrar atividades e recursos adicionais no final deste mesmo capítulo.

Através das atividades anteriormente mencionadas, abordar temas como:

O que é cultura?

1. Qual é a "minha cultura"? Apoiar os jovens a descobrir a sua própria "cultura juvenil", aquela que os identifica. Isso é crucial para que eles sejam capazes de desenvolver uma ideia de negócio viável que possa realmente levá-los a se tornarem empreendedores de sucesso.
2. Como pode a "minha cultura" tornar-se uma ideia de negócio?

O que é criatividade?

3. Aumentar as competências criativas para o empreendedorismo, as suas próprias culturas e as suas ideias de negócio.

Conhecimento de empreendedorismo:

4. O que é empreendedorismo?
5. Como se tornar um empreendedor?
6. Como transformar a minha ideia num negócio? Como definir objetivos estratégicos realistas e de acordo com os recursos disponíveis?
7. Como desenvolver um Plano de Negócios, um Plano Financeiro e uma Análise de Mercado?
8. Literacia financeira, possibilidades de financiamento e aspetos jurídicos.

Competências empresariais:

9. De que competências necessito para me tornar um empreendedor de sucesso? (ou seja, comunicação, resiliência, liderança, etc. O quadro EntreComp da UE²³ pode ser muito útil para identificar estas competências).
10. Tendo em conta o meu passado e personalidade, quais das competências anteriores podem funcionar como os meus pontos fortes para me fazer avançar?
11. Tendo em conta o meu passado e personalidade, quais das competências anteriores preciso de desenvolver mais?

Em geral, para formar os jovens em empreendedorismo, é crucial incentivá-los a serem autodirigidos, bons aprendizes, observadores, exploradores e resilientes, para que sejam capazes de aprender com os erros e superar os

²² <https://www.entrepreneurship-campus.org/>

²³ https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en

young cultentpreneurs

obstáculos que possam enfrentar. Também é relevante treiná-los em pensamento analítico, literacia financeira, definição de objetivos, planeamento, comunicação e trabalho em equipa.²⁴

As atividades de grupo sobre os tópicos anteriores não só proporcionarão aos jovens a oportunidade de adquirir competências e conhecimentos, mas também conhecerão outros jovens que podem impulsionar as suas ideias e inspirá-los. Ao mesmo tempo, os jovens poderão trabalhar em rede e criar oportunidades de colaboração em conjunto para a construção das suas ideias de negócio.

Assim, quais podem ser considerados pontos-chave para engajar os jovens no empreendedorismo?

De acordo com o documento da UNICEF intitulado "Empreendedorismo Jovem: conceitos e evidências",²⁵ existem algumas áreas-chave a considerar ao envolver-se no apoio ao empreendedorismo para os jovens e desenvolver atividades educativas ou formações para eles. Algumas das conclusões que podem ser retiradas destes são:

1. É importante começar a desenvolver mentalidades empreendedoras desde cedo (ou seja, desenvolver criatividade, cognição e competências socioemocionais para o empreendedorismo na escola).
2. É notável usar métodos que vão além dos aspetos técnicos para enfatizar a aprendizagem entre pares e experiencial, psicologia empresarial, mentoria e modelos positivos, pois estes serão mais benéficos na formação de intenções, mentalidades e habilidades empreendedoras.
3. Os programas educacionais devem ser adaptados para responder a múltiplas restrições dos destinatários alvo (por exemplo, habilidades anteriores, conhecimentos e antecedentes). O design e a segmentação estão sujeitos aos objetivos do programa, às necessidades dos beneficiários e ao contexto.
4. Ponderar a possibilidade de criar opções para explorar projetos de microempreendedorismo que permitam aos jovens começar a trabalhar em pequena escala.
5. Apoiar uma melhor medição de resultados, especialmente a realização de pesquisas de traçadores e avaliações de longo prazo para avaliar os impactos do programa nos resultados empresariais e medir sua relação custo-benefício.

Quanto aos jovens que já estão a criar as suas empresas como novos empresários, existem várias opções que podem ser aplicadas para os apoiar nos seus percursos:

- Promover incubadoras de empresas académicas como disseminadoras de informação sobre empreendedorismo. Estas incubadoras podem ajudar os alunos a entrar em serviços de apoio de qualidade no início de um negócio, ou mesmo oferecer eles próprios esses serviços.
- Oferecer apoio ao desenvolvimento empresarial, não só sob a forma de subvenções e empréstimos, mas também sob a forma de formação. Isto pode ser feito através de agrupamentos de colaboração ou através de organizações e instituições de juventude. Seria ideal que este tipo de formações pudesse adotar 2 formatos diferentes, mas complementares:
 - Formação em grupo – que permite aos formandos trocar ideias, inspirar-se e aprender com os outros.
 - Formação individual – que permite a individualização do apoio, uma determinação mais precisa das necessidades do formando e a criação de um plano de ação personalizado. Esta formação poderia também basear-se em consultas regulares entre um perito/conselheiro profissional e o jovem.
- Oferecer orientação e apoio aos jovens para a obtenção de incentivos financeiros e financiamento que possam fomentar a sua atividade.

²⁴ <https://www.lifehack.org/articles/communication/10-effective-ways-teach-your-kids-about-entrepreneurship.html>

²⁵ <https://www.unicef.org/media/72406/file/Youth-entrepreneurship-concepts-and-evidence-issue-brief-2019.pdf>

young cultentpreneurs

- Por último, outro ponto fundamental para descobrir como envolver e apoiar melhor os jovens no empreendedorismo é desenvolver investigação. Embora existam alguns inquéritos sobre a entrada efetiva e a criação de novas empresas por parte dos jovens, são muito poucos os estudos que analisam o potencial empresarial²⁶. Além disso, é também importante defender a redução dos obstáculos administrativos e regulamentares aos jovens a nível da elaboração de políticas, para que possam aceder mais facilmente ao empreendedorismo.

Por último, mas não menos importante, quais são os recursos que os animadores de juventude podem adotar para aumentar o interesse dos jovens pelo empreendedorismo?

Para ativar os jovens nos domínios do empreendedorismo e dos agrupamentos de colaboração, os animadores de juventude precisam de encontrar recursos para os informar sobre as oportunidades atuais e motivá-los a participar. Como referido anteriormente, a melhor forma de informar os jovens é alcançá-los através dos espaços que frequentam, sejam eles online ou offline.

Por exemplo, no que diz respeito aos métodos online, pode-se informar e alcançar melhor os jovens através de plataformas de mídia social como Instagram, TikTok, Facebook, etc. Outros meios interessantes para explorar e que também podem ser eficazes são como e-mail, revistas, podcasts ou YouTube.

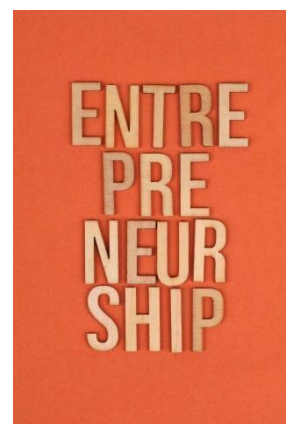
Quando se trata de métodos off-line, pode funcionar melhor para cooperar com centros de educação (escolas, universidades, etc.), usar técnicas boca-a-boca, participar em festivais...

Recomenda-se uma combinação de métodos em linha e fora de linha : enquanto os meios em linha podem ser mais eficazes para despertar a curiosidade e chegar a um maior número de pessoas, as atividades presenciais podem criar uma relação direta entre animadores de juventude e jovens que torna estes últimos mais acessíveis.

De um modo geral, é importante dar aos jovens uma voz e um papel de liderança. Experiências que usam a linguagem (por exemplo, jargão) e canais de comunicação comuns entre os jovens tornam a mensagem mais impactante para outros grupos de jovens também.

No que diz respeito aos recursos disponíveis para informar os jovens sobre empreendedorismo, especialmente aqueles dedicados aos setores culturais e criativos, existem espaços como o Agrupamento de Jovens que ²⁷ oferece informações sobre oportunidades para jovens empreendedores, desde cursos online a programas Erasmus Plus que podem ajudar os jovens a obter experiência profissional (por exemplo, Estágios Erasmus+, Job Shadowing Erasmus+, etc.). A frequência de tais cursos e programas proporcionará aos jovens conhecimentos, competências e experiência teóricos e práticos muito úteis que poderão, mais tarde, aplicar no seu percurso de empreendedorismo.

Além disso, os Centros de Recursos SALTO-YOUTH oferecem diferentes recursos que podem servir de inspiração para conceber e implementar atividades de formação em empreendedorismo. Em seguida, você pode encontrar alguns links interessantes para diferentes kits de ferramentas, relatórios e diretrizes que podem facilitar essa tarefa:



²⁶ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf (pág. 19)

²⁷ <https://youthcluster.org/en/about-us/>

young cultentpreneurs

- Research study 'Entrepreneurship Skills Demand':
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/research-study-entrepreneurship-skills-demand.3183/>
- Entrepreneurial Ecosystem Toolkit:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/entrepreneurial-ecosystem-toolkit.3144/>
- Social and Cultural Entrepreneurship:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/social-and-cultural-entrepreneurship.2740/>
- IMPACT test - tool for individuals and for educators to measure entrepreneurial competences:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/impact-test-tool-for-individuals-and-for-educators-to-measure-entrepreneurial-competences.2700/>
- Guide on cultural entrepreneurship:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/guide-on-cultural-entrepreneurship.2648/>
- Tools of entrepreneurship in the field of Art and Culture:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/tools-of-entrepreneurship-in-the-field-of-art-and-culture.2420/>
- Tools for Active Knowledge on Entrepreneurship 2.0:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/tools-for-active-knowledge-on-entrepreneurship-2-0.1739/>
- Toolkit T.A.K.E. - Tools For Active Knowledge on Entrepreneurship:
<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/toolkit-t-a-k-e-tools-for-active-knowledge-on-entrepreneurship.1589/>

6. Conclusions

A participação dos jovens no setor cultural e criativo é tão importante como impulsionar iniciativas que promovam a arte e a cultura. Como analisámos neste manual, estão a ser realizadas muitas ações em diferentes países europeus para a inclusão de jovens NEET em programas de empreendedorismo relacionados com a arte e a cultura, no entanto, é necessário um esforço ainda maior para promover a cidadania ativa, o sentido de iniciativa dos jovens e o empreendedorismo jovem, incluindo o empreendedorismo social.

Para isso, é necessário, por um lado, adaptar-se às mudanças atuais impulsionadas principalmente pelas novas tecnologias, pelas alterações climáticas e por uma maior consciência coletiva da sustentabilidade e da necessidade de políticas verdes e, por outro lado, influenciar a inclusão da educação para o empreendedorismo desde tenra idade.

A mudança trazida pela era digital afetou profundamente todos os setores e áreas da vida, e a CCS não foi menor, com uma clara mudança para o consumo digital de cultura, algo que já estava presente há alguns anos, mas que aumentou na esteira da pandemia. Estas novas tecnologias constituem uma oportunidade para tornar a cultura e a arte mais acessíveis e abertas ao público em geral e, uma vez que os jovens já cresceram com estas tecnologias, podem desenvolver todo o seu potencial na esfera cultural, utilizando-as como um instrumento poderoso para ter um impacto além-fronteiras.

Além disso, incutir conhecimentos no domínio do empreendedorismo pode ser fundamental para o emprego futuro dos jovens, uma vez que o empreendedorismo pode ajudá-los a encontrar o seu lugar no mercado de trabalho, promovendo a sua inclusão. A cultura é um motor social e económico, bem como um dos principais pilares na construção da própria identidade.

No presente Manual o utilizador pode encontrar iniciativas e boas práticas que podem servir de inspiração para o desenvolvimento de outras iniciativas que promovam o empreendedorismo de jovens NEET em toda a Europa,

young cultentpreneurs

juntamente com dicas e sugestões sobre como ativar os jovens através da canalização da cultura juvenil para o empreendedorismo e clusters de colaboração. Em última análise, o objetivo é fornecer uma ferramenta que possa ajudar os animadores de juventude no que diz respeito à inserção no mercado de trabalho, especificamente no setor cultural e criativo, dos jovens em situação de NEET.

Tendo em conta o importante papel da arte e da cultura na sociedade e o grande impacto que tem a todos os níveis, é importante que os jovens sintam um sentimento de apropriação e lhes sejam dadas as ferramentas para atingirem o seu pleno potencial neste setor, proporcionando-lhes uma oportunidade de capacitação, desenvolvimento das suas ideias, criação do seu próprio negócio e, assim, a construção do seu próprio caminho.



7. Exercícios de empreendedorismo

Crie a sua própria Bússola de Competências de Empreendedorismo!

Esta atividade ajudará os participantes a refletir sobre algumas das competências mais importantes de que um empresário pode necessitar para prosperar. As competências definidas são inspiradas no Quadro EntreComp da Comissão Europeia (<https://entrecompeurope.eu/>). No entanto, sinta-se à vontade para adaptar a bússola às necessidades dos seus participantes e selecionar as competências que considerar convenientes para o seu grupo-alvo.

Instruções:

1. Peça aos participantes que desenhem os seus próprios círculos de bússola ou, em alternativa, forneçam-lhes o que se segue.

O meio do círculo é 0 enquanto a parte externa é 10. Os participantes podem classificar cada uma das habilidades de 0 a 10, sendo 0 "não desenvolvida" e 10 "proficiente". Peça aos participantes que coloquem um ponto nas linhas correspondentes.

2. Os participantes podem ligar todos os pontos através de uma linha que revelará a forma da sua Bússola de Competências de Empreendedorismo.
3. Realize um debriefing em pequenos grupos ou em pares, seguindo as próximas perguntas:

young cultentpreneurs

1. Como é a forma da sua bússola?
2. Quais são as áreas mais desenvolvidas? Estes são os seus pontos fortes. Como pode beneficiar deles?
3. Que áreas gostaria de melhorar? Porquê? O que você pode fazer para melhorá-los?
4. Peça aos participantes que estabeleçam um plano de ação para si mesmos. Você pode usar o seguinte como perguntas orientadoras:
 1. Que ações irá realizar após este exercício?
 2. Quando?
 3. Onde?
 4. Com quem? Quem pode apoiá-lo?
 5. Como?
 6. Como irá certificar-se de que segue o seu plano de ação?
 7. Quais serão os seus indicadores de sucesso?

Create your own Skills Compass!

- INSTRUCTIONS**
- Draw your own circle and write each skill on the outside. One per line.
 - The middle of the circle is 0 and the outside is 10.
 - Rank your skills and place a spot on the line from 0 to 10. Being 0 "not developed" and 10 "proficient".
 - Finally, put all the dots together to reveal the shape of your Skills Compass!

- REFLECTION**
- Which areas are the most developed?
 - Which areas would you like to improve? What can you do to improve them?



Assess your abilities, knowledge and skills, your own pros and cons.



O Diário do Empreendedor

young
cultentrepreneurs

THE ENTREPRENEURIAL DIARY

Adapted from Hägg (2021)

What have I done and who have I met?

Why did I do what I did?

Esta atividade inspira-se no trabalho desenvolvido por Hägg (2021), que visa criar uma revista reflexiva estruturada em torno de cinco diferentes questões e enunciados de desenvolvimento que procuram criar um fluxo contínuo num processo de aprendizagem. Guiado por um formato de periódico intervalo-contingente e um método científico experimental, o principal objetivo é fomentar a reflexão dos empreendedores sobre o seu trabalho e jornada, promovendo o desenvolvimento do autoconhecimento e da autoeficácia.

As 4 perguntas e 1 enunciado permitem ao empreendedor pensar e refletir sobre a lógica por trás de suas decisões e experiências. Ao responder e discutir as questões, o empreendedor passará por diferentes níveis de reflexão e conhecimento, olhando para a superfície e aprofundando-se.

1. A primeira pergunta "O que fiz e quem conheci?" é descritiva que "desencadeia a memória dos principais acontecimentos e pessoas que o estudante empreendedor conheceu".
2. A segunda pergunta "Por que fiz o que fiz?" funciona como o meio termo entre o nível superficial e profundo de reflexão, permitindo nuances na descrição da primeira pergunta pela experiência.
3. A terceira e quarta questões situam-se a um nível mais profundo. Em primeiro lugar, ao pedir "Observações e reflexões relativamente aos pontos 1 e 2" o foco passa pela elaboração de "pensamentos, sentimentos e emoções relacionados com as diferentes experiências e pessoas encontradas".
4. A quarta questão, "Reflexão sobre a teoria do empreendedorismo" é mais adaptada para alunos com formação prévia sobre o tema e tem como objetivo conectar a teoria e o conhecimento conceitual com a realidade vivida pelo empreendedor.

5. Por fim, a quinta pergunta "Quais são os meus objetivos para a próxima semana?", promove o estudante empreendedor a criar metas a serem cumpridas.

Sugestão: Para promover o desenvolvimento do Autoconhecimento, os empreendedores devem continuar a preencher o diário, respondendo às perguntas semanalmente e criando relatórios sobre o seu processo de aprendizagem (mais informações sobre os relatórios podem ser encontradas na bibliografia).

Referências

young cultentpreneurs

Garcia M., Fares J., Youth in Africa's Labor Market. Directions in Development; Human Development, DC: World Bank, Washington 2008, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6578> License: CC BY 3.0 IGO.

Hytti A., Lemmetyinen A., "Social entrepreneurship and entrepreneurial learning in the cultural context", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 2015, Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2014-0027>.

Jacqui K., Herrington M., Litovsky Y., Gale H., Generation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship, 2013.

Langevang T., Gough K.V., Diverging pathways: young female employment and entrepreneurship in sub-Saharan Africa. *The Geographical Journal*, 2012, 178 : 242-252. <https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2011.00457>.

Werthes D., Mauer R., Brettel M., "Cultural and creative entrepreneurs: understanding the role of entrepreneurial identity", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2018, Vol. 24 No. 1, pp. 290-314. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2016-0215>.

UNIDO – United Nations Industrial Development Organization Vienna, "Creative industries for youth: unleashing potential and growth", Austria, V. 13-81037, May 2013, 500.

<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/58456/nomos-3908-2011>

<https://www.government.se/contentassets/cbc9485d5a344672963225858118273b/the-swedish-innovation-strategy>

Verma M., The Polish Early Stage Landscape From An Indian Lens

<https://www.startupblink.com/startup-ecosystem/poland>

<https://startupuniversal.com/country/poland/>

<https://startupuniversal.com/country/poland/#focusindustries>

<https://innopitch.in/most-popular-startup-industries-in-2022/>,

<https://inveritasoft.com/article-top-6-industries-for-startups>

<https://startup.pfr.pl/pl/aktualnosci/kulturalne-start-upy-czy-sztuka-i-biznes-ida-ze-soba-w-parze/>

<https://culture.pl/pl/wydarzenie/polskie-startupy-i-firmy-z-dziedziny-nowych-mediow-i-vr-na-targach-sxsw-2018>

<https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/youth-culture>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf

young cultentpreneurs

<https://www.mi-cluster.gr/en/activity-fields/yeap/1668-yeap.html>

<https://www.entrepreneurship-campus.org/>

https://joint-research-centre.ec.europa.eu/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework_en

<https://www.lifehack.org/articles/communication/10-effective-ways-teach-your-kids-about-entrepreneurship.html>

<https://www.unicef.org/media/72406/file/Youth-entrepreneurship-concepts-and-evidence-issue-brief-2019.pdf>

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_094025.pdf

<https://youthcluster.org/en/about-us/>