



PI1 – Sumário de relatório



**THE
MISSING
ENTREPRENEURS**

Este relatório foi desenvolvido por:



O Consórcio:



O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um aval do seu conteúdo, que reflete unicamente o ponto de vista dos autores, e a Comissão não pode ser considerada responsável por eventuais utilizações que possam ser feitas com as informações nela contidas.

N.º do Projeto: 2020-1-FR01-KA204-080632



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Sumário do Relatório do Produto

Intelectual 1

Junho de 2021

PI de referência:	PI1- Quadro abrangente de lacunas de competências digitais dos grupos populacionais sub-representados (mulheres, imigrantes, jovens e idosos) no empreendedorismo digital
Líder do PI:	P3: CSI
Título do Projeto:	Promoção da capacitação dos <i>Missing Entrepreneurs</i> para o empreendedorismo digital inclusivo e a transformação digital das empresas
Acrónimo do Projeto:	The Missing Entrepreneurs
N.º do Projeto:	2020-1-FR01-KA204-080632

Conteúdos

1. Introdução.....	5
2. Principais resultados da pesquisa.....	5
3. Resultados da investigação: Melhores Práticas	12
4. Resultados da investigação: Questionários	15
5. Conclusões e Recomendações	18
Anexo 1: Resumo das lacunas de competências.....	20
Anexo 2: Competências do PI1 com DigComp e EntreComp	25

1. Introdução

O Sumário do Relatório “The Missing Entrepreneurs” é um documento baseado em pesquisas – tanto de campo como de escritório – conduzidas pelos parceiros do *The Missing Entrepreneurs*. O relatório segue as análises dos contextos nacionais de seis países da UE (França, Portugal, Espanha, Chipre, Itália e Áustria).

O seu principal objetivo é identificar lacunas de competências de grupos populacionais sub-representados (mulheres, imigrantes, jovens e seniores) no domínio do empreendedorismo digital. Para tal, o relatório comparativo está estruturado da seguinte forma.

Primeiro, é fornecido um relatório nacional do contexto de cada um dos seis países, elaborado após a pesquisa. Segundo, uma avaliação das boas práticas atualmente existentes (4-7 de cada país parceiro). Terceiro, uma secção com os resultados dos questionários, que foi fornecida a 40 interessados de cada país, dentro dos nossos grupos-alvo (o objetivo eram 240, mas atingiram-se 267 respostas no total). Estes questionários visavam investigar o contexto nacional no âmbito da nossa proposta, bem como dar-nos uma perspetiva transnacional que nos ajudou a definir lacunas comuns nas jurisdições dos países participantes e talvez da União Europeia como um todo. A parte final centra-se no resumo abrangente das lacunas de competências dos grupos populacionais sub-representados (mulheres, imigrantes, jovens e idosos) no domínio do empreendedorismo digital.

2. Principais resultados da pesquisa

França

O inquérito do *European Startup Monitor* sugere que **as mulheres estão muito pouco representadas** entre os empresários digitais em França. Em 2018, as mulheres representavam apenas 20% dos fundadores de *start-ups* em França. De acordo com o relatório de janeiro de 2019 da Agência Digital, o número de mulheres líderes de *start-ups* em França é de 12,4%. Durante o período de 2014-18, 2,9% das mulheres na UE estavam a tentar iniciar um negócio. Relativamente aos jovens e às suas atividades empreendedoras, **cada vez mais jovens estão a assumir um novo desafio ou a procurar aceder ao emprego**. Com um crescimento de 22%, o

número de *start-ups* criadas aumentou mais no ano passado nas atividades de transporte e armazenamento. Neste setor, 62% dos fundadores tinham menos de 30 anos de idade. Seguiram-se os setores imobiliário (+10%) e comercial (+9%), onde a proporção de jovens empresários é também elevada. Entre os cidadãos idosos, a criação/apropriação de uma empresa é motivada pelo desejo de ser independente e pelo gosto pelo empreendedorismo, no entanto, muitas vezes é simplesmente o desemprego que os empurra a estabelecerem os seus próprios negócios. **As pessoas com 50 anos ou mais lideram cerca de 16% da criação e aquisição de empresas *start-up*.** Poucas empresas criadas por cidadãos idosos beneficiaram de ajuda à criação de empresas.

As medidas de França para melhorar as competências digitais da sua população estão em curso e deverão surtir resultados tangíveis nos próximos anos. Serão importantes iniciativas mais específicas para melhorar a mão-de-obra para a economia digital e para promover o desenvolvimento de competências digitais avançadas. O **Plano "Espírito Empreendedor", a favor do empreendedorismo estudantil**, reflete o desejo do Ministro de fazer do empreendedorismo estudantil uma prioridade nos próximos anos, através do aumento do número de cursos de formação de empreendedorismo, encorajando a realização de projetos empreendedores durante os estudos e melhorando o reconhecimento das competências desenvolvidas pelos estudantes empreendedores. Além disso, o Governo francês tenciona estabelecer estratégias para adaptar a mão-de-obra às necessidades da economia digital. Ao mesmo tempo, a revolução digital está a transformar organizações e empregos em todos os sectores. Estima-se que **50% dos postos de trabalho atuais serão provavelmente transformados pela tecnologia digital nos próximos anos.** Contudo, a tecnologia digital também oferece novas oportunidades de emprego, particularmente em novas profissões. Finalmente, no que respeita às fases mais maduras de desenvolvimento, **a dimensão dos fundos franceses de capital de risco não permite que as empresas em fase de arranque financiem grandes angariações de fundos, o que é essencial para assegurar a industrialização e a internacionalização da sua atividade.**

Portugal

Em Portugal, e de acordo com o *“The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship”*, **as mulheres, os jovens e os idosos tinham mais probabilidades do que a média da União Europeia (UE) de estarem envolvidos na criação ou gestão de uma empresa** com menos de 42 meses entre 2014 e 2018 - 7,0% vs. 4,9% para as mulheres, 9,7% vs. 7,7% para os jovens, e 5,4% vs. 4,4% para os idosos. As mulheres portuguesas mostram uma preferência significativamente menor pelo autoemprego do que os homens. É pouco provável que a maioria deles tome a decisão de iniciar o seu próprio negócio sem a existência de um fator de stress como o desemprego ou a perda súbita de rendimentos, a necessidade de escapar a condições de trabalho adversas, ou a discriminação salarial e profissional. Relativamente a iniciativas destinadas a fomentar o espírito empreendedor das mulheres em Portugal, foi criada uma iniciativa denominada "Mulheres à Obra" para mulheres dispostas a procurar um caminho profissional diferente, mais de acordo com as suas necessidades de adaptação da vida profissional familiar, as suas preferências e competências. Há vários projetos e iniciativas que apoiam o empreendedorismo dos imigrantes, com especial incidência nos que vivem em bairros mais vulneráveis. Sobre as iniciativas que procuram apoiar os idosos, considerando que existem lacunas na oferta de soluções eficazes para mitigar o desemprego nos grupos etários acima dos 45 anos, particularmente em indivíduos com elevados níveis de qualificação, a Associação Empresarial de Portugal (Fundação AEP – Associação Empresarial de Portugal) definiu uma estratégia para apoiar o empreendedorismo sénior. Assim, a propósito de **medidas públicas de apoio ao empreendedorismo jovem** em Portugal, o Governo lançou uma estratégia nacional de empreendedorismo.

Espanha

As principais descobertas da investigação documental em Espanha são:

- 43% das pessoas entre os 16 e os 74 anos de idade não possuem competências digitais básicas.
- 36% da população ativa não possui competências digitais básicas, sendo a situação é pior entre a população desempregada (55%) do que entre a população empregada (32%).

- A estratégia governamental “Espanha Digital 2025” irá dar prioridade à redução do fosso de competências digitais entre pessoas empregadas e desempregadas, a fim de mitigar a agudização das situações de desemprego e permitir uma requalificação contínua ao longo da vida ativa, prestando especial atenção ao fosso digital existente em áreas de baixa densidade populacional e no mundo rural.

As necessidades “digitais” identificadas de cada um dos grupos de beneficiários são:

Jovens (15 - 24):

- “saber fazer” com as novas tecnologias para participar na comunidade e na nova sociedade digital (programação, funcionamento de dispositivos como drones, geração de conteúdos digitais, conceção, etc.)..
- utilização responsável da tecnologia, segurança, privacidade e pensamento crítico.
- orientação, formação e especialização na preparação para a entrada no mundo do trabalho. Necessidade de trabalhar e reforçar competências transversais ou “soft skills” (comunicação, liderança, criatividade, trabalho em equipa...), que são competências transversais que são cada vez mais valorizadas no local de trabalho.

Jovens (15 - 24) que nem estudam, nem trabalham

- motivação e saber fazer com propósito através das novas tecnologias, tanto digitais como ligadas a conceitos e espaços STEAM, para o empreendedorismo social ou económico.

Adultos em geral (25 - 65), sem uma segmentação específica:

- “saber fazer” com a tecnologia, participar em comunidades e redes, gerar conteúdos, utilizá-los em ambientes complexos.
- administração eletrónica digital, novos serviços relacionados com a participação comunitária e democrática e relacionados com a utilização de serviços digitais de todos os tipos que são implantados em setores como o financeiro, seguros, energia, mobilidade, etc.

- coexistência em casa, trabalho ou ambiente de novos conceitos digitais, tais como Inteligência Artificial, robótica, chatbots, sistemas de registo distribuídos, etc.

Competência na resolução de problemas relacionados com a tecnologia nestes ambientes.

- legislação, regulamentação ou questões de privacidade e segurança.
- aprendizagem contínua, especialmente para a requalificação de competências digitais para o trabalho.
- certificação de competências digitais.

Pessoas à procura de trabalho, jovens ou seniores:

- qualificação e requalificação para a empregabilidade, incluindo tanto competências técnicas (programação), como competências horizontais relacionadas com criatividade, design, trabalho de equipa, etc.
- certificação de competências digitais.

Empresários, freelancers e trabalhadores de pequenas empresas e PMEs:

- “saber fazer” com propósito, através de tecnologias novas, digitais e afins: gestão de ferramentas para a sua aplicação em processos, produtos e serviços, ligação com clientes e parceiros, *eCommerce*, desenvolvimento de pessoas, etc.
- administração eletrónica digital de um ponto de vista empresarial.
- competência na resolução de problemas relacionados com a tecnologia no ambiente de trabalho.
- legislação, regulamentação e questões relacionadas com a privacidade e segurança, a partir de uma perspetiva empresarial.
- aprendizagem contínua e virtual de todos os tipos de competências e capacidades.
- qualificação e requalificação no local de trabalho para o uso habilidoso da tecnologia.

Pessoas em risco de exclusão digital (população rural, mulheres, imigrantes, pessoas com deficiência...):

- a literacia digital como instrumento para melhorar a sua qualidade de vida.

- desenvolvimento de competências digitais para a sua inclusão social, laboral e pessoal na sociedade, atendendo às necessidades específicas de cada grupo específico: acessibilidade das TIC no caso das pessoas com deficiência, possível apoio linguístico no caso dos imigrantes, etc.

Recomendamos seguir as 10 disciplinas-chave estabelecidas no ambiente digital de uma empresa e um total de 41 competências derivadas solicitadas pelas PME espanholas apresentadas na página 17, no Relatório Nacional Espanha no momento da criação dos programas de formação a serem oferecidos pelo projeto “The Missing Entrepreneurship”.

Chipre

No Chipre, **o financiamento continua a ser um dos principais desafios para todas as atividades empresariais**. Devido à crise financeira no país em 2008-09 que levou a uma reestruturação do setor financeiro e de acordo com a Declaração de Política Nacional (2015), 92% dos empresários cipriotas acreditam firmemente que garantir o financiamento é um requisito para o bom funcionamento das suas empresas. Além disso, **a declaração política centra-se no reforço das competências e atividades empreendedoras para todos e destaca a necessidade de reforçar o apoio ao empreendedorismo juvenil e feminino**. No entanto, não para todos os grupos sociais, por exemplo, idosos, migrantes, pessoas com deficiência, são estabelecidas metas e objetivos sobre a criação de empresas. Embora o seu apoio esteja previsto através das melhores práticas e programas.

Um aspeto importante que irá contribuir para o empreendedorismo inclusivo são as reformas regulamentares que também facilitarão a criação de empresas. Até 2020 deveria ter sido realizada uma série de iniciativas regulamentares para reforçar o ecossistema empresarial, tal como é descrito pelo Programa Nacional de Reforma de 2017.

Itália

Em Itália, há cerca de 500.000 companhias lideradas por jovens abaixo dos 35 anos, representando 8,6% do sistema de produção nacional. **Quase 70% dos pequenos empresários deste país têm mais de 50 anos de idade, enquanto que os**

menores de 30 anos estão em declínio acentuado. Olhando para os setores individuais, verificamos que os empresários com mais de 50 anos representam 72,3% da agricultura e 60,3 % da manufatura. Há bastantes iniciativas e medidas de apoio ao empreendedorismo juvenil sobre a mesa, por exemplo, das câmaras de comércio. Poucas empresas são dirigidas por mulheres estrangeiras, representando 10,8% de todas as empresas femininas do país. A maior incidência de empresas imigrantes, no total, deve-se a atividades de aluguer, agências de viagens e serviços empresariais (17%). Desde a crise de 2008, os imigrantes independentes deram um contributo decisivo para a manutenção da base empreendedora. A Covid-19 levou a um maior abrandamento no crescimento das empresas, como em toda a parte. As dificuldades enfrentadas pelos estrangeiros na procura de emprego são a) falta de conhecimentos linguísticos, b) abandono escolar precoce de menores, c) qualificações não reconhecidas, d) cidadania ou autorização de residência, e) origem, religião e classe social. O perfil das novas empresárias italianas com menos de 40 anos (60% contra 55% dos homens), tem um nível de educação elevado e, em média, superior ao dos homens. Dentro das empresas femininas, as jovens, em comparação com as não jovens, apresentam melhores desempenhos de todos os pontos de vista: são mais inovadoras, investem mais na tecnologia verde e na sustentabilidade, bem como na responsabilidade social das empresas. Contudo, as **empresas jovens femininas estão menos digitalizadas** (19% adotaram ou estão a adotar medidas empresariais 4.0 em comparação com 25% das empresas não femininas), principalmente devido a um menor conhecimento das medidas atuais sobre a transição digital.

Áustria

A percentagem de empresas austríacas iniciadas por mulheres está a aumentar – de 39,5% em 2010 para 44,5% em 2017.

Porém, **existe certamente uma diferença de género na Áustria**, uma vez que as mulheres são significativamente menos propensas do que os homens a possuir as competências empresariais necessárias para iniciar um negócio (41% vs 58,1%) e as mulheres, em geral, operam negócios mais pequenos com menos empregados, capital e ambições de crescimento do que os homens.

Os jovens na Áustria têm um dos níveis mais baixos de autoemprego da UE - 3,3% em comparação com 6,5%. Os jovens são ligeiramente menos propensos do que os adultos a possuir as competências empresariais necessárias para criar uma empresa - 45% contra 49,6%, mas são mais propensos a possuir significativamente melhores competências digitais do que os adultos, em média. 13,7% dos adultos austríacos indicaram que não tinham qualquer experiência prévia com computadores ou que não possuíam competências informáticas muito básicas.

Os seniores na Áustria têm menos probabilidades de serem trabalhadores independentes comparativamente à média da UE - 15,5% contra 17,7%, com um salto na idade da reforma de 65 anos, os seniores com mais de 65 anos têm uma probabilidade significativamente menor de serem empreendedores.

Os migrantes nascidos noutra Estado-membro da EU costumavam ter uma taxa de autoemprego mais elevada do que a média, mas já não é este o caso. A taxa de autoemprego dos migrantes nascidos fora da UE foi sempre mais baixa, com uma diferença de cerca de 4%.

Proficiência em alfabetização e picos de numeracia entre os 25-34 anos de idade, enquanto a proficiência dos 55-64 anos de idade é geralmente a mais baixa de todos os grupos etários. A Áustria desenvolveu o seu próprio modelo de competências digitais, denominado “Digital Competence Framework for Austria - DigComp 2.2 AT”.

3. Resultados da investigação: Melhores Práticas

Muitas das melhores Boas Práticas foram mencionadas nos relatórios nacionais de cada país. Mais especificamente, há iniciativas e projetos cujo alvo são as mulheres, os jovens, os imigrantes e os idosos. Alguns exemplos são:

França

- A Transição Digital do Sector Voluntário (Iniciativa) - Grupo-alvo: PME e microempresas. A Associação oferece um serviço de autodiagnóstico simples e gratuito que permite às PME/microempresas avaliar o seu nível de

maturidade digital na Web e obter um plano de ação personalizado em menos de 10 minutos.

- As mulheres nas profissões digitais (Iniciativa) – Grupo-alvo: Mulheres que desejem iniciar o seu próprio negócio. Fornece apoio a longo-prazo às mulheres que desejam iniciar o seu próprio negócio, aceder a formação ou ao primeiro emprego, ou procurar uma mudança de direção; um compromisso que por vezes se estende muito para além da França.

Portugal

- A Transição Digital do Sector Voluntário (Iniciativa) - Grupo-alvo: PME e microempresas. A Associação oferece um serviço de autodiagnóstico simples e gratuito que permite às PME/microempresas avaliar o seu nível de maturidade digital na Web e obter um plano de ação personalizado em menos de 10 minutos.
- As mulheres nas profissões digitais (Iniciativa) – Grupo-alvo: Mulheres que desejem iniciar o seu próprio negócio. Fornece apoio a longo-prazo às mulheres que desejam iniciar o seu próprio negócio, aceder a formação ou ao primeiro emprego, ou procurar uma mudança de direção; um compromisso que por vezes se estende muito para além da França.

Espanha

- *Cybervolunteers*: Ciber-voluntários que promovem o voluntariado tecnológico em Espanha (Iniciativa) – Grupo-alvo: idosos, pessoas com deficiência, mulheres empresárias e estudantes do ensino primário e secundário, educadores e pais. 1.500 voluntários em Espanha detetam necessidades de competências digitais, organizam workshops e formam cidadãos para a aquisição de competências digitais.
- *donate devices* (Projeto) – Grupo-alvo: estudantes de meios desfavorecidos. AMETIC, em colaboração com o Ministério da Educação e Formação Profissional está a mobilizar os seus membros para doarem dispositivos tais como *tablets*, computadores portáteis e linhas telefónicas de alta capacidade para serem distribuídos a estudantes escolares de meios desfavorecidos.

Chipre

- CYPRUSINNO (Projeto) – Grupo-alvo: jovens, empreendedores sociais e *start-ups*. É uma plataforma digital que oferece aos empresários cipriotas e aos solucionadores de problemas de toda a ilha a oportunidade de se ligarem a inovadores com os mesmos interesses, de estabelecerem uma rede e, até, de se fixarem no site.
- *Migrant & Youth Social Inclusion Through Entrepreneurship* – MYSITE (Projeto) – Grupo-alvo: Jovens locais e de países terceiros interessados no empreendedorismo. Este projeto aborda o empreendedorismo como uma ferramenta para a integração. Um dos objetivos do projeto é promover o empreendedorismo dos jovens como meio de emprego e independência.

Itália

- #HERE (Projeto) – Grupo-alvo: Convidados do centro de recepção da SPRAR ENEA. Criação de instalações permanentes dedicadas às novas tecnologias – ao serviço de hóspedes e operadores do centro SPRAR ENEA para reforçar as competências digitais e experimentar novas formas de socialização e aprendizagem de uma forma criativa e inovadora.
- *Be-Win (Business Entrepreneurship Women In Network)* (Projeto) – Grupo-alvo: Novas jovens empresárias italianas. O projeto visa desenvolver uma “rede italiana de mulheres empresárias” para apoiar, graças às oportunidades de comunicação oferecidas pelas novas tecnologias, a transferência de experiências e conhecimentos de 32 mulheres que adquiriram uma experiência significativa no campo de gestão e do empreendedorismo (*Mentors*), para 64 novas empresárias no mundo do empreendedorismo.

Áustria

- aws (Programa) – Grupo-alvo: PMEs, potenciais empresários. Apoia as empresas na implementação dos seus projetos inovadores, oferecendo empréstimos em condições favoráveis, subvenções e garantias, particularmente nos casos em que os fundos necessários não possam ser obtidos suficientemente através de financiamentos alternativos.

- fit4internet (Plataforma) – Grupo-alvo: jovens, trabalhadores e aqueles que reentram na força de trabalho, seniores. Fit4internet é a plataforma que contribui para o aumento das competências digitais de diferentes maneiras, particularmente através do agrupamento de diferentes forças “The f4i-tools” oferece a possibilidade de obter uma orientação ao seu próprio nível de competência e, assim, continuar a aprender e a aperfeiçoar-se de forma orientada.

4. Resultados da investigação: Questionários

Foi fornecido um questionário a ser distribuído em todos os países parceiros. O objetivo era conseguir 40 questionários de cada país parceiro num total de 240, mas conseguimos atingir o total de 267 questionários respondidos. Especificamente, em cada país parceiro deveriam ser recolhidos pelo menos 5 questionários de cada um dos grupos sociais visados pelo projeto (mulheres, jovens, idosos, imigrantes). Os questionários foram distribuídos de acordo com o plano de ação proposto. O questionário foi fornecido através de um questionário online no *Google Forms*, de modo a receber respostas mais rapidamente e poder analisar os resultados de forma mais eficiente.

Quase 78% das pessoas que responderam ao questionário em **França** tinham entre 18-34 anos, 6% tinham entre 35 e 44 e 16% tinham entre 45-54 e 55-64 anos. 67% dos inquiridos eram franceses, enquanto os restantes 33% provinham de países da UE e de fora da UE. 97% de todos eles tinham um nível de estudos superior (universitário e superior). Mais de 79% dos participantes consideram-se muito familiarizados com o termo de empreendedorismo e mais de 83% estão familiarizados com a criação de uma empresa. Contudo, a maioria dos inquiridos ainda prefere manter-se fora do empreendedorismo digital, sendo a incapacidade de sustentar a criação de uma empresa e a falta de conhecimento as principais razões que os impedem de tomar essa iniciativa.

Em **Portugal**, os inquiridos foram os seguintes: Mulheres – 28 respostas; Jovens – 25 respostas; Idosos – 7 respostas e Imigrantes – 8 respostas. Quanto ao seu background empreendedor, os resultados demonstraram um equilíbrio. No que diz respeito ao termo "Empreendedorismo Digital", a maioria dos participantes sente-

se bastante familiarizada com o mesmo. Afirmaram que o campo do Empreendedorismo Digital tem um potencial empresarial atraente, tem uma maior proximidade com as necessidades do cliente, sendo um setor em crescimento de baixo custo, com melhor alcance e praticidade. Foi dada grande importância às competências em matéria de Comunicação, Finanças, Gestão de Operações e, além disso, a melhor opção escolhida foi a Gestão de Projetos.

Quase 70% dos participantes do questionário em **Espanha** tinham entre 18 e 34 anos, 11% acima dos 65 e 7% em cada uma das restantes faixas etárias de 35-44, 45-54 e 55-64 anos. Quanto ao sexo, 70% dos participantes eram do sexo feminino e 30% do sexo masculino. 60% de todos eles tinham nível de ensino superior. Dos que foram empresários no passado, 9% fecharam o seu negócio e 36% venderam-no. A maioria das razões apresentadas para não terem um negócio em funcionamento neste momento são de natureza financeira (50%) ou relacionadas com a falta de outros recursos como energia (29%), tempo (18%) e outras questões operacionais (24%). 17% dos participantes alegam a falta de conhecimento sobre a criação e gestão de empresas. Apenas 14% dos participantes se consideram familiarizados com o empreendedorismo digital, embora quase metade dos participantes o tenha considerado como uma opção interessante para iniciar um negócio. A análise completa da perceção das competências existentes e da relevância das competências dá-nos uma ideia bastante clara das competências necessárias. Podemos observar que os participantes declaram ser mais competentes em comunicação, conceção e gestão de projetos e produtos do que em finanças, análise de dados, marketing digital ou desenvolvimento web. Ao mesmo tempo, mostram claras necessidades em colmatar a lacuna de conhecimentos nessa área, pois consideram essas competências relevantes para a criação do negócio.

No **Chipre**, 40% dos participantes cobriram a faixa etária dos 25 aos 34 anos, enquanto que apenas 5% tinham entre 18 e 24 anos. Em relação ao género, 67% dos inquiridos eram mulheres e 33% eram homens. As principais razões pelas quais os participantes inquiridos não são hoje proprietários de um negócio são razões financeiras e operacionais. Os participantes que ainda são proprietários de uma empresa têm uma duração de dois anos. Apenas 12 de 40 participantes nunca consideraram entrar no Empreendedorismo Digital. Os restantes estão a considerar

entrar no mundo digital, porque este pode oferecer oportunidades comerciais e financeiras relevantes. Para o efeito, pretendem expandir os seus conhecimentos para iniciar uma empresa digital. Quando foi pedido às pessoas que classificassem os seus conhecimentos e familiaridade prática com algumas competências, a maioria das pessoas indicou estar muito familiarizada com o termo comunicação e gestão de projetos. Muitos participantes, no entanto, não possuem competências relacionadas com o desenvolvimento web, análise de dados e desenvolvimento de serviços de produto.

Em **Itália**, foram entrevistadas 53 pessoas, das quais 29 eram mulheres e 23 homens, possuindo a maioria a nacionalidade italiana. Cerca de 70% dos inquiridos pertencem à faixa etária jovem (18-34 anos), os restantes pertencem à faixa etária dos 35-64 anos e apenas um inquirido declarou uma idade superior a 65 anos. 25% dos inquiridos afirmam ter conhecimentos elevados relacionados com a criação de empresas, 47% afirmam ter conhecimentos médios e 28% afirmam ter conhecimentos baixos. Cerca de 30% dos inquiridos afirmam estar bem familiarizados com o termo empreendedorismo, 59% tem um conhecimento médio e 11% tem um conhecimento baixo. 15% dos inquiridos afirmam estar familiarizados com o termo empreendedorismo digital, 60% afirmam familiaridade média com o termo e 25% familiaridade baixa. Isto sugere que os inquiridos estão menos familiarizados com o mundo do empreendedorismo digital do que com o mundo mais vasto do empreendedorismo: cerca de 15% dos inquiridos que afirmaram estar familiarizados com o termo empreendedorismo passaram para o grupo dos que afirmaram não estar familiarizados com o termo empreendedorismo digital. Foram sugeridas outras competências relacionadas com o empreendedorismo digital pelos inquiridos, tais como 1) Resolução de problemas em situações de emergência; 2) Criação de conteúdos, *soft skills*, empatia; 3) Competências linguísticas; 4) Trabalho de equipa; 5) Inovação.

Os inquiridos na **Áustria** estavam quase perfeitamente divididos por sexo. No que diz respeito à idade, todos os grupos etários estavam representados, sendo os de 35-44 anos os mais ativos, enquanto que os inquiridos com mais de 65 anos eram os menos representados. 29 inquiridos (62%) nasceram na Áustria. A grande maioria deles (83%) não possui um diploma universitário. As principais razões para o

encerramento de empresas têm estado relacionadas com o mercado e com a incapacidade de cumprir as obrigações financeiras. Dito isto, várias empresas foram encerradas por razões pessoais – os seus proprietários não conseguiram acompanhar o estilo de vida exigente de um empreendedor e não estavam preparados para fazer mais sacrifícios. 70% dos inquiridos avalia os seus conhecimentos de empreendedorismo como significativos e metade deles como os mais elevados possíveis. Mais de metade dos inquiridos classificou as suas competências em empreendedorismo digital como insuficientes e apenas 13% deram-lhe um resultado máximo. As oportunidades comerciais e financeiras existentes, bem como a relativa facilidade de iniciar negócios online são os principais fatores de atração. No entanto, a maioria dos inquiridos ainda prefere manter-se fora do empreendedorismo digital devido à incapacidade de arcar com a criação de um negócio e à falta de conhecimento. Do lado negativo, os inquiridos mencionaram: a falta de interesse no empreendedorismo digital em geral – quer por causa da segurança do emprego ou dos planos de reforma, quer pela falta de ideias de negócio concretas; falta de oportunidades; e falta de know-how.

Esta secção inclui conclusões e recomendações de cada país. Estruturado desta forma, este relatório oferece uma visão aprofundada das lacunas e necessidades na área do empreendedorismo digital para grupos sub-representados nos países da UE. Uma das mais importantes perceções oferecidas por este relatório é que, apesar das diferenças nas situações entre países parceiros, certas questões relativas a atividades empresariais parecem ser comuns a todos os contextos nacionais. Por exemplo, notou-se que existem muitas iniciativas relevantes para aumentar o nível de competências digitais, mas que precisam de ser desenvolvidas.

5. Conclusões e Recomendações

Com base nos resultados da investigação, há duas recomendações-chave que devem ser exploradas para aumentar a participação de grupos populacionais sub-representados (mulheres, imigrantes, jovens e idosos) no empreendedorismo digital.

1. Em primeiro lugar, devem ser postas em prática iniciativas governamentais de apoio aos empreendedores mais adequadas às necessidades dos futuros empreendedores.

2. Além disso, o facto de uma parte significativa dos interessados possuir baixas competências em matéria de empreendedorismo e mais especificamente de empreendedorismo digital, cria o desafio e uma barreira para os potenciais empreendedores iniciarem o seu próprio negócio. Assim, outra recomendação é a criação de cursos e programas de formação e capacitação sobre competências relevantes e a pedido para potenciais empreendedores digitais, de modo a garantir que estes possuam os conhecimentos e as competências necessárias para iniciar um negócio digital. Este tipo de abordagem pode contribuir para adaptar o mercado de trabalho e a sua força de trabalho ao mundo digital.

Em conclusão, por ordem de prioridade, as competências mais importantes com as quais os inquiridos não estão familiarizados são:

- Análise de dados
- Desenvolvimento da web
- Finanças
- Marketing Digital
- Desenvolvimento de serviços de produto

Para aceder a uma lista extensa de lacunas de competências por país do consórcio, pode consultar o Anexo 1.

Anexo 1: Resumo das lacunas de competências.

Finalmente, relativamente à pesquisa que foi realizada através dos questionários, os participantes responderam a algumas questões importantes que são referidas abaixo. Assim, com o importante quadro de resumo das lacunas de competências por país parceiro, são assinaladas algumas recomendações.

França – 36 questionários

Uma questão importante que precisava de ser estudada era a Q7, que dizia respeito à familiaridade na criação de uma empresa. A maioria em França está familiarizada com isso.

Outra questão notável foi a Q13, que se referia à familiaridade com o termo Empreendedorismo Digital e a maioria está familiarizada com o termo, apesar de haver algumas respostas abaixo de 5.

A pergunta que precisava de ser feita para que se compreendesse as necessidades relativamente ao conhecimento e familiaridade prática com as competências que poderiam ter, era a Q17. Abaixo podemos ver a listagem de competências com as quais os participantes não estão familiarizados e aquelas com que estão mais familiarizados.

- a. Finanças
- b. Desenvolvimento da web
- c. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- d. Desenvolvimento de serviços de produto
- e. Análise de dados
- f. Gestão das redes sociais
- g. Gestão de operações
- h. Redes de negócio
- i. *Design* de pensamento/Criatividade
- j. Comunicação

k. Gestão de projeto

Portugal – 42 questionários

Q7: há uma variação de respostas relativamente à familiaridade com a criação de negócio. Muitos deles responderam o número 5 (8 pessoas) que é o número médio da escala, enquanto muitos responderam mais de 6 (22 pessoas).

Q13: a maioria (27 pessoas) está familiarizada com o termo Empreendedorismo Digital, apesar de algumas respostas abaixo de 5 (10 pessoas).

- a. Desenvolvimento da Web
- b. Desenvolvimento de serviços de produto
- c. *Design* de pensamento/Criatividade
- d. Redes de negócio
- e. Análise de dados
- f. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- g. Gestão de operações
- h. Gestão das redes sociais
- i. Finanças
- j. Gestão de Projeto
- k. Comunicação

Espanha – 45 questionários

Q7: a maioria está familiarizada com a criação de negócio.

Q13: a maioria está familiarizada com o termo Empreendedorismo Digital, apesar de algumas respostas abaixo de 5.

- a. Finanças
- b. Gestão de operações
- c. Desenvolvimento da Web

- d. Análise de dados
- e. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- f. Gestão de Projeto
- g. Desenvolvimento de serviços de produto
- h. Redes de negócio
- i. Gestão das redes sociais
- j. *Design* de pensamento/Criatividade
- k. Comunicação

Chipre – 43 questionários

Q7: a maioria está familiarizada com a criação de negócio.

Q13: a maioria está familiarizada com o termo Empreendedorismo Digital, apesar de algumas respostas abaixo de 5.

- a. Desenvolvimento da Web
- b. Análise de dados
- c. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- d. Desenvolvimento de serviços de produto
- e. Gestão de operações
- f. Redes de negócio
- g. Gestão das redes sociais
- h. Finanças
- i. *Design* de pensamento/Criatividade
- j. Gestão de Projeto
- k. Comunicação

Itália – 53 questionários

Q7: a maioria está familiarizada com a criação de negócio.

Q13: a maioria está familiarizada com o termo Empreendedorismo Digital (24 de 53 responderam 5-6).

- a. Desenvolvimento da Web
- b. Desenvolvimento de serviços de produto
- c. Redes de negócio
- d. Análise de dados
- e. Finanças
- f. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- g. *Design* de pensamento/Criatividade
- h. Gestão de operações
- i. Gestão das redes sociais
- j. Gestão de Projeto
- k. Comunicação

Áustria – 48 questionários

Q7: a maioria está familiarizada com a criação de negócio.

Q13: houve uma variedade de inquiridos que se mostraram familiarizados com o termo Empreendedorismo Digital.

- a. Análise de dados
- b. Desenvolvimento da Web
- c. Marketing Digital (*Branding*, Logística, Distribuição)
- d. *Design* de pensamento/Criatividade

- e. Redes de negócio
- f. Gestão das redes sociais
- g. Desenvolvimento de serviços de produto
- h. Finanças
- i. Gestão de operações
- j. Gestão de Projeto
- k. Comunicação

Anexo 2: Competências do PI1 com DigComp e EntreComp

Através da utilização da Garantia de Qualidade Europeia no Ensino e Formação Profissional (EQAVET), o objetivo do projeto é fornecer uma visão geral das aptidões e competências relevantes para o empreendedorismo digital. Para este fim, o consórcio mapeou as competências analisadas no âmbito do PI1, juntamente com dois quadros-chave de competências europeias:

- [Quadro Europeu de Competências Empresariais \(EntreComp\)](#): oferece uma descrição abrangente dos conhecimentos, aptidões e atitudes de uma mentalidade empreendedora.
- [Quadro Europeu de Competências Digitais \(DigComp\)](#): oferece os elementos fundamentais para uma visão partilhada sobre o que são as competências digitais.

Os resultados da correspondência das competências analisadas no âmbito do PI1, juntamente com o EntreComp e o DigiComp, podem ser encontrados nos quadros abaixo.

Competências TME	Relação com o EntreComp		
	Área	Competência	Descritores
A. Finanças: Capacidade de recolher, integrar e interpretar informação financeira relevante de uma variedade de fontes.	2. Recursos	2.4. Literacia financeira económica (desenvolver <i>know-how</i> financeiro económico)	Estimar o custo de transformar uma ideia numa atividade criadora de valor Planear, pôr em prática e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo Gerir o financiamento para ter a certeza de que a minha atividade de criação de valor pode ter duração a longo prazo
B. Desenvolvimento da Web: Capacidade de criar e manter websites	Sem ligação direta		
C. Marketing digital: Capacidade que combina diferentes práticas de marketing, tais como web design, SEO, social media marketing, escrita de conteúdos, etc.	2. Recursos	2.5. Mobilizar outros (Inspirar, entusiasmar e atrair mais pessoas)	Inspirar e entusiasmar os intervenientes relevantes Obter o apoio necessário para alcançar resultados valiosos Demonstrar uma comunicação eficaz, persuasão, negociação e liderança

D. Desenvolvimento de serviços de produto: Capacidade de definir um serviço para um novo produto, este é um modelo de negócio/modelo de entrega adequado.	1. Ideias e oportunidades	1.1. Localizar oportunidades (use a sua imaginação e capacidades para identificar oportunidades de criação de valor)	Identificar e aproveitar oportunidades para criar valor, explorando a paisagem social, cultural e económica da terra Identificar as necessidades e desafios que precisam de ser satisfeitos Estabelecer novas ligações e reunir elementos dispersos da paisagem para criar oportunidades de criação de valor
	2. Recursos	2.3. Mobilizar recursos (Reúna e administre os recursos de que necessita)	Obter e gerir os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação Tirar o máximo partido dos recursos limitados Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo as competências técnicas, legais, fiscais e digitais
E. Análise de dados: Capacidade de visualizar dados eficazmente e apresentá-los de forma a que flua como uma história coerente e forneça conhecimentos valiosos.	1. Ideias e oportunidades	1.1. Localizar oportunidades (use a sua imaginação e capacidades para identificar oportunidades de criação de valor)	Identify and seize opportunities to create value by exploring the social, cultural and economic landscape Identify needs and challenges that need to be met Establish new connections and bring together scattered elements of the landscape to create opportunities to create value
F. Gestão das redes sociais: Capacidade de gerir os media sociais, alcançando o público certo, envolvendo-o e liderando um serviço ou marca sobre os media sociais.	2. Recursos	2.5. Mobilizar outros (Inspirar, entusiasmar e atrair mais pessoas)	Inspirar e entusiasmar os intervenientes relevantes Obter o apoio necessário para alcançar resultados valiosos Demonstrar uma comunicação eficaz, persuasão, negociação e liderança
G. Gestão de operações: Capacidade de coordenar equipas, projetos, orçamentos e de analisar e tomar decisões a este respeito.	2. Recursos	2.1. Auto-consciencialização e autoeficácia (acredite em si mesmo e continue a desenvolver-se)	Refletir sobre as suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo Identificar e avaliar os seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo acredite na sua capacidade de influenciar o curso dos acontecimentos, apesar da incerteza, contratempos e fracassos temporários
		2.2. Motivação e perseverança (Mantenha-se focado e não desista)	Estar determinado a transformar ideias em ação e satisfazer a sua necessidade de alcançar Esteja preparado para ser paciente e continue a tentar alcançar os seus objetivos individuais ou de grupo a longo-prazo

			Ser resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária
		2.3. Mobilizar recursos (Reúna e administre os recursos de que necessita)	<p>Obter e gerir os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação</p> <p>Tirar o máximo partido dos recursos limitados</p> <p>Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo as competências técnicas, legais, fiscais e digitais</p>
		2.4. Literacia financeira e económica (desenvolver o <i>know-how</i> financeiro e económico)	<p>Estimar o custo de transformar uma ideia numa atividade criadora de valor</p> <p>Planear, pôr em prática e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo</p> <p>Gerir o financiamento para ter a certeza de que a minha atividade de criação de valor pode ter duração a longo prazo</p>
		2.5. Mobilizar outros (Inspirar, entusiasmar e atrair mais pessoas)	<p>Inspirar e entusiasmar os intervenientes relevantes</p> <p>Obter o apoio necessário para alcançar resultados valiosos</p> <p>Demonstrar uma comunicação eficaz, persuasão, negociação e liderança</p>
	3. Em ação	3.1. Tomar a iniciativa (avançar)	<p>Iniciar processos que criem valor</p> <p>Aceitar desafios</p> <p>Agir e trabalhar de forma independente para alcançar os objetivos, cingir-se às suas intenções e realizar as tarefas planeadas</p>
		3.2. Planeamento e gestão (priorizar, organizar e acompanhar)	<p>Estabelecer objetivos a longo, médio e curto prazo</p> <p>Definir prioridades e planos de ação</p> <p>Adaptar-se a mudanças imprevistas</p>
		3.3. Lidar com a incerteza (tomar decisões relativas a incerteza, ambiguidade e risco)	<p>Tomar decisões quando o resultado dessa decisão é incerto, quando a informação disponível é parcial ou ambígua, ou quando há um risco de resultados não intencionais</p> <p>No âmbito do processo de criação de valor, incluir formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde as fases iniciais, para reduzir os riscos de falha</p> <p>Lidar com situações de movimento rápido de forma flexível e prontamente</p>
		3.4. Trabalhar com os outros (formar equipa,	Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação

		colaborar e interligar)	Network Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
		3.5. Aprendizagem através da experiência (aprender fazendo)	Utilizar qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizagem Aprender com outros, incluindo pares e mentores Refletir e aprender tanto com o sucesso como com o fracasso (o seu próprio e o de outras pessoas)
H. Rede de Negócios: Capacidade de construir e manter relações de trabalho eficazes e construtivas, parcerias ou redes de contactos com pessoas que são, ou poderão vir a ser um dia, instrumentais para atingir objetivos relacionados com o trabalho. Também conhecido como rede de negócios/relacionamento/construção de redes de trabalho.	3. Em ação	3.4. Trabalhar com os outros (formar equipa, colaborar e interligar)	Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação Network Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
I. Criatividade/Pensamento Criativo: Capacidade de descobrir novas oportunidades e soluções para problemas, olhando para além das práticas atuais e utilizando o pensamento inovador.	1. Ideias e oportunidades	1.2. Criatividade (desenvolver ideias criativas e propositadas)	Desenvolver várias ideias e oportunidades para criar valor, incluindo melhores soluções para os desafios existentes e novos Explorar e experimentar abordagens inovadoras Combinar conhecimentos e recursos para alcançar efeitos valiosos
J. Comunicação: Capacidade de atingir objetivos comunicativos de uma forma socialmente apropriada, adaptada ao público-alvo.	2. Recursos	2.5. Mobilizar outros (Inspirar, entusiasmar e atrair mais pessoas)	Inspirar e entusiasmar os intervenientes relevantes Obter o apoio necessário para alcançar resultados valiosos Demonstrar uma comunicação eficaz, persuasão, negociação e liderança
K. Gestão de projetos: Capacidade de planeamento, organização e gestão de recursos para levar a bom termo um projeto específico.	2. Recursos	2.1. Autoconsciencialização e autoeficácia (acredite em si mesmo e continue a desenvolver-se)	Refletir sobre as suas necessidades, aspirações e desejos a curto, médio e longo prazo Identificar e avaliar os seus pontos fortes e fracos individuais e de grupo Acredite na sua capacidade de influenciar o curso dos acontecimentos, apesar da incerteza, contratempos e fracassos temporários
		2.2. Motivação e perseverança (Mantenha-se focado e não desista)	Estar determinado a transformar ideias em ação e satisfazer a sua necessidade de alcançar

			<p>Esteja preparado para ser paciente e continue a tentar alcançar os seus objetivos individuais ou de grupo a longo-prazo</p> <p>Ser resiliente sob pressão, adversidade e falha temporária</p>
		<p>2.3. Mobilizar recursos (Reúna e administre os recursos de que necessita)</p>	<p>Obter e gerir os recursos materiais, não materiais e digitais necessários para transformar ideias em ação</p> <p>Tirar o máximo partido dos recursos limitados</p> <p>Obter e gerir as competências necessárias em qualquer fase, incluindo as competências técnicas, legais, fiscais e digitais</p>
		<p>2.4. Literacia financeira e económica (desenvolver o <i>know-how</i> financeiro e económico)</p>	<p>Estimar o custo de transformar uma ideia numa atividade criadora de valor</p> <p>Planear, pôr em prática e avaliar as decisões financeiras ao longo do tempo</p> <p>Gerir o financiamento para ter a certeza de que a minha atividade de criação de valor pode ter duração a longo prazo</p>
		<p>2.5. Mobilizar outros (Inspirar, entusiasmar e atrair mais pessoas)</p>	<p>Inspirar e entusiasmar os intervenientes relevantes</p> <p>Obter o apoio necessário para alcançar resultados valiosos</p> <p>Demonstrar uma comunicação eficaz, persuasão, negociação e liderança</p>
	3. Into Action	<p>3.1. Tomar a iniciativa (avançar)</p>	<p>Iniciar processos que criem valor</p> <p>Aceitar desafios</p> <p>Agir e trabalhar de forma independente para alcançar os objetivos, cingir-se às suas intenções e realizar as tarefas planeadas</p>
		<p>3.2. Planeamento e gestão (priorizar, organizar e acompanhar)</p>	<p>Estabelecer objetivos a longo, médio e curto prazo</p> <p>Definir prioridades e planos de ação</p> <p>Adaptar-se a mudanças imprevistas</p>
		<p>3.3. Lidar com a incerteza (tomar decisões relativas a incerteza, ambiguidade e risco)</p>	<p>Tomar decisões quando o resultado dessa decisão é incerto, quando a informação disponível é parcial ou ambígua, ou quando há um risco de resultados não intencionais</p> <p>No âmbito do processo de criação de valor, incluir formas estruturadas de testar ideias e protótipos desde as fases iniciais, para reduzir os riscos de falha</p> <p>Lidar com situações de movimento rápido de forma flexível e prontamente</p>

		3.4. Trabalhar com os outros (formar equipa, colaborar e interligar)	Trabalhar em conjunto e cooperar com outros para desenvolver ideias e transformá-las em ação Network Resolver conflitos e enfrentar a concorrência de forma positiva quando necessário
		3.5. Aprendizagem através da experiência (aprender fazendo)	Utilizar qualquer iniciativa de criação de valor como uma oportunidade de aprendizagem Aprender com outros, incluindo pares e mentores Refletir e aprender tanto com o sucesso como com o fracasso (o seu próprio e o de outras pessoas)

Competências TME	Relação com o DigCom		
	Área	Competências	Descritores
A. Finanças: Capacidade de recolher, integrar e interpretar informação financeira relevante de uma variedade de fontes.	1. Informação e literacia de dados	1.1 Navegação, pesquisa e filtragem de dados, informação e conteúdo digital	Articular as necessidades de informação, procurar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais, aceder a eles e navegar entre eles. Para criar e atualizar estratégias de pesquisa pessoal.
B. Desenvolvimento da Web: Capacidade de criar e manter websites	1. Informação e literacia de dados	1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital	Analisar, comparar e avaliar criticamente a credibilidade e fiabilidade das fontes de dados, informação e conteúdo digital. Analisar, interpretar e avaliar criticamente os dados, a informação e o conteúdo digital.
C. Marketing digital: Capacidade que combina diferentes práticas de marketing, tais como web design, SEO, social media marketing, escrita de conteúdos, etc.	1. Informação e literacia de dados	1.3 Gestão de dados, informação e conteúdos digitais	Organizar, armazenar e recuperar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais. Organizá-los e processá-los num ambiente estruturado.
D. Desenvolvimento de serviços de produto: Capacidade de definir um serviço para um novo produto, este é um modelo de negócio/modelo de entrega adequado.	3. Criação de conteúdo digital	3.1 Desenvolvimento de conteúdo digital	Criar e editar conteúdos digitais em diferentes formatos, para se expressar através de meios digitais.
	3. Criação de conteúdo digital	3.2 Integração e reelaboração de conteúdos digitais	Modificar, refinar, melhorar e integrar informação e conteúdo num corpo de conhecimentos existente para criar conteúdos e conhecimentos novos, originais e relevantes.
E. Análise de dados: Capacidade de visualizar dados eficazmente e apresentá-los de forma a que flua como uma história coerente e forneça conhecimentos valiosos.	5. Resolução de problemas	5.2 Identificação das necessidades e respostas tecnológicas	Para avaliar as necessidades e identificar, avaliar, selecionar e utilizar ferramentas digitais e possíveis respostas tecnológicas para as resolver.

			Para ajustar e personalizar ambientes digitais às necessidades pessoais (por exemplo, acessibilidade).
F. Gestão das redes sociais: Capacidade de gerir os media sociais, alcançando o público certo, envolvendo-o e liderando um serviço ou marca sobre os media sociais.	2. Comunicação e colaboração	2.1 Interagir através de tecnologias digitais	Interagir através de uma variedade de tecnologias digitais e compreender os meios de comunicação digital apropriados para um determinado contexto.
G. Gestão de operações: Capacidade de coordenar equipas, projetos, orçamentos e de analisar e tomar decisões a este respeito.	2. Comunicação e colaboração	2.2 Partilha através de tecnologias digitais	Partilhar dados, informação e conteúdos digitais com outros através de tecnologias digitais apropriadas. Atuar como intermediário, para conhecer as práticas de referência e de atribuição.
	2. Comunicação e colaboração	2.3 Envolver-se na cidadania através das tecnologias digitais	Participar na sociedade através da utilização de serviços digitais públicos e privados. Procurar oportunidades de auto-empoderamento e de cidadania participativa através de tecnologias digitais apropriadas.
	2. Comunicação e colaboração	2.4 Colaborar através das tecnologias digitais	Utilizar ferramentas e tecnologias digitais para processos colaborativos, e para a co-construção e co-criação de recursos e conhecimentos.
	2. Comunicação e colaboração	2.5 Netiquette	Estar atento às normas de comportamento e <i>know-how</i> na utilização de tecnologias digitais e na interação em ambientes digitais. Adaptar estratégias de comunicação ao público específico e estar consciente da diversidade cultural e geracional em ambientes digitais.
	3. Criação de conteúdo digital	3.1 Desenvolver conteúdo digital	Criar e editar conteúdos digitais em diferentes formatos, para se expressar através de meios digitais.
	3. Criação de conteúdo digital	3.2 Integração e reelaboração de conteúdos digitais	To modify, refine, improve and integrate information and content into an existing body of knowledge to create new, original and relevant content and knowledge.
	1. Informação e literacia de dados	1.1 Navegação, pesquisa e filtragem de dados, informação e conteúdo digital	Articular as necessidades de informação, procurar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais, aceder a eles e navegar entre eles. Para criar e atualizar estratégias de pesquisa pessoal.
	1. Informação e literacia de dados	1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital	Analisar, comparar e avaliar criticamente a credibilidade e fiabilidade das fontes de dados, informação e conteúdo digital. Analisar, interpretar e avaliar criticamente os dados, a informação e o conteúdo digital.

	3. Criação de conteúdo digital	3.4 Programação	Planear e desenvolver uma sequência de instruções compreensíveis para um sistema informático para resolver um determinado problema ou executar uma tarefa específica.
	1. Informação e literacia de dados	1.1 Navegação, pesquisa e filtragem de dados, informação e conteúdo digital	Articular as necessidades de informação, procurar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais, aceder a eles e navegar entre eles. Para criar e atualizar estratégias de pesquisa pessoal.
H. Rede de Negócios: Capacidade de construir e manter relações de trabalho eficazes e construtivas, parcerias ou redes de contactos com pessoas que são, ou poderão vir a ser um dia, instrumentais para atingir objetivos relacionados com o trabalho. Também conhecido como rede de negócios/relacionamento/construção de redes de trabalho.	1. Informação e literacia de dados	1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital	Analisar, comparar e avaliar criticamente a credibilidade e fiabilidade das fontes de dados, informação e conteúdo digital. Analisar, interpretar e avaliar criticamente os dados, a informação e o conteúdo digital.
I. Criatividade/Pensamento Criativo: Capacidade de descobrir novas oportunidades e soluções para problemas, olhando para além das práticas atuais e utilizando o pensamento inovador.	1. Informação e literacia de dados	1.3 Gestão de dados, informação e conteúdos digitais	Organizar, armazenar e recuperar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais. Organizá-los e processá-los num ambiente estruturado.
J. Comunicação: Capacidade de atingir objetivos comunicativos de uma forma socialmente apropriada, adaptada ao público-alvo.	2. Comunicação e colaboração	2.1 Interagir através de tecnologias digitais	Interagir através de uma variedade de tecnologias digitais e compreender os meios de comunicação digital apropriados para um determinado contexto.
K. Gestão de projetos: Capacidade de planeamento, organização e gestão de recursos para levar a bom termo um projeto específico.	2. Comunicação e colaboração	2.2 Partilha através de tecnologias digitais	Partilhar dados, informação e conteúdos digitais com outros através de tecnologias digitais apropriadas. Atuar como intermediário, para conhecer as práticas de referência e de atribuição.
	2. Comunicação e colaboração	2.3 Envolver-se na cidadania através das tecnologias digitais	Participar na sociedade através da utilização de serviços digitais públicos e privados. Procurar oportunidades de auto-empoderamento e de cidadania participativa através de tecnologias digitais apropriadas.

	2. Comunicação e colaboração	2.5 Netiquette	<p>Estar atento às normas de comportamento e <i>know-how</i> na utilização de tecnologias digitais e na interação em ambientes digitais.</p> <p>Adaptar estratégias de comunicação ao público específico e estar consciente da diversidade cultural e geracional em ambientes digitais.</p>
	1. Informação e literacia de dados	1.1 Navegação, pesquisa e filtragem de dados, informação e conteúdo digital	<p>Articular as necessidades de informação, procurar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais, aceder a eles e navegar entre eles.</p> <p>Para criar e atualizar estratégias de pesquisa pessoal.</p>
	1. Informação e literacia de dados	1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital	<p>Analisar, comparar e avaliar criticamente a credibilidade e fiabilidade das fontes de dados, informação e conteúdo digital.</p> <p>Analisar, interpretar e avaliar criticamente os dados, a informação e o conteúdo digital.</p>
	1. Informação e literacia de dados	1.3 Gestão de dados, informação e conteúdos digitais	<p>Organizar, armazenar e recuperar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais.</p> <p>Organizá-los e processá-los num ambiente estruturado.</p>
	2. Comunicação e colaboração	2.1 Interagir através de tecnologias digitais	Interagir através de uma variedade de tecnologias digitais e compreender os meios de comunicação digital apropriados para um determinado contexto.
	2. Comunicação e colaboração	2.2 Partilha através de tecnologias digitais	<p>Partilhar dados, informação e conteúdos digitais com outros através de tecnologias digitais apropriadas.</p> <p>Atuar como intermediário, para conhecer as práticas de referência e de atribuição.</p>
	2. Comunicação e colaboração	2.3 Envolver-se na cidadania através das tecnologias digitais	<p>Participar na sociedade através da utilização de serviços digitais públicos e privados.</p> <p>Procurar oportunidades de auto-empoderamento e de cidadania participativa através de tecnologias digitais apropriadas.</p>
	5. Resolução de problemas	5.2 Identificação das necessidades e respostas tecnológicas	Para avaliar as necessidades e identificar, avaliar, selecionar e utilizar ferramentas digitais e possíveis respostas tecnológicas para as resolver.

			Para ajustar e personalizar ambientes digitais às necessidades pessoais (por exemplo, acessibilidade).
	2. Comunicação e colaboração	2.3 Envolver-se na cidadania através das tecnologias digitais	Participar na sociedade através da utilização de serviços digitais públicos e privados. Procurar oportunidades de auto-empoderamento e de cidadania participativa através de tecnologias digitais apropriadas.
	2. Comunicação e colaboração	2.4 Colaborar através das tecnologias digitais	Utilizar ferramentas e tecnologias digitais para processos colaborativos, e para a co-construção e co-criação de recursos e conhecimentos.
	5. Resolução de problemas	5.3 Usar tecnologias digitais criativamente	Utilizar ferramentas e tecnologias digitais para criar conhecimento e para inovar processos e produtos. Envolver-se individual e coletivamente no processamento cognitivo para compreender e resolver problemas concetuais e situações problemáticas em ambientes digitais.
	2. Comunicação e colaboração	2.2 Partilha através de tecnologias digitais	Partilhar dados, informação e conteúdos digitais com outros através de tecnologias digitais apropriadas. Atuar como intermediário, para conhecer as práticas de referência e de atribuição.
	2. Comunicação e colaboração	2.4 Colaborar através das tecnologias digitais	Utilizar ferramentas e tecnologias digitais para processos colaborativos, e para a co-construção e co-criação de recursos e conhecimentos.
	1. Informação e literacia de dados	1.1 Navegação, pesquisa e filtragem de dados, informação e conteúdo digital	Articular as necessidades de informação, procurar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais, aceder a eles e navegar entre eles. Para criar e atualizar estratégias de pesquisa pessoal.
	1. Informação e literacia de dados	1.2 Avaliação de dados, informação e conteúdo digital	Analisar, comparar e avaliar criticamente a credibilidade e fiabilidade das fontes de dados, informação e conteúdo digital. Analisar, interpretar e avaliar criticamente os dados, a informação e o conteúdo digital.
	1. Informação e literacia de dados	1.3 Gestão de dados, informação e conteúdos digitais	Organizar, armazenar e recuperar dados, informações e conteúdos em ambientes digitais. Organizá-los e processá-los num ambiente estruturado.