

**Determinantes de Empreendedorismo:
O Papel dos BIC**

Rosa Maria Tavares Duarte

Orientadora:

Professora Doutora Maria Isabel Gonçalves da Mota Campos

**Dissertação de Mestrado em
Inovação e Empreendedorismo Tecnológico**

Abril 2008

Agradecimentos

Uma tese de mestrado é essencialmente um trabalho solitário, um trabalho pessoal, no entanto o mesmo é sempre e incontestavelmente realizado num contexto pessoal e social, somente conseguido com um conjunto de apoios e incentivos.

Assim são muitos e devidos os agradecimentos a todos aqueles que, de uma forma directa ou indirecta contribuíram para a realização deste trabalho.

O meu primeiro agradecimento e também o mais importante é para reconhecer o privilégio de ter sido orientada pela Professora Maria Isabel Mota Campos, pela sua valiosa contribuição, dedicação, orientação e principalmente motivação, sem as quais este trabalho jamais teria sido concluído e a quem passei a considerar uma verdadeira amiga.

A todos os meus professores e colegas de mestrado, com quem tive o prazer de conviver e trabalhar, fazendo votos para que os laços de amizade perdurem ao longo do tempo.

Devo ainda agradecer ao Professor Pedro Campos, cuja ajuda foi preciosa para o desenvolvimento de toda a análise estatística, sem o apoio do qual este trabalho teria sido muito complicado.

Gostaria de agradecer ainda a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para este trabalho e que não se encontram aqui mencionados.

O meu agradecimento final vai naturalmente para a minha Família, principalmente os meus Pais, e para os meus Amigos que suportaram e sofreram as consequências das minhas limitações de disponibilidade e o meu “mau feitio” sem que em algum momento tivessem deixado de me dar todo o seu apoio e estímulo para levar este trabalho até ao fim.

Um agradecimento muito especial ao Paulo, que desde a primeira hora me deu todo o seu apoio, motivação e carinho ao longo deste percurso.

Resumo

A investigação desenvolvida tem como objectivo principal estudar os determinantes do empreendedorismo, dando um ênfase particular ao caso das empresas criadas no âmbito da actividade dos *Business and Innovation Centres* (BIC) em Portugal. Partindo da análise do conceito de empreendedorismo e dos seus determinantes, prosseguiu-se com o estudo da importância das políticas de empreendedorismo para o desenvolvimento dos países e regiões. Em seguida, e tendo em consideração o objectivo deste trabalho, realizou-se um inquérito por questionário junto das empresas criadas no âmbito dos BIC, pretendendo-se conhecer qual o papel destas entidades na criação de empresas. Os resultados evidenciaram que as empresas inquiridas apresentam características distintivas em relação à generalidade das empresas em Portugal, nomeadamente o sector de actividade de base tecnológica e o nível de qualificação dos empresários mais elevado. Contudo, apresentam algumas semelhanças com o tecido empresarial português, como a endogeneidade da função empresarial. Da análise estatística dos resultados quanto aos serviços prestados pelos BIC, foi possível concluir que as empresas avaliadas valorizam fundamentalmente o apoio à criação da empresa e o acompanhamento personalizado do empreendedor. Constatou-se ainda que a maioria dos inquiridos continua a usufruir dos serviços prestados pelos BIC no desenvolvimento da sua actividade, classificando os seus serviços como estando de acordo ou acima das suas expectativas.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Políticas de Empreendedorismo; Business Innovation Centres

Abstract

This research aims at studying the determinants of entrepreneurship, focusing on the special case of firms created within *Business and Innovation Centres* (BIC) in Portugal. We start by looking carefully to the concept of entrepreneurship and its main determinants and then to the relevance of entrepreneurship policies for the development of regions and countries. Next, and for our purposes, we proceed with a survey to the firms created within Portuguese BICs in order to evaluate the role of those entities on supporting starting firms. Our results show that the respondent firms were quite different from the Portuguese typical firms, as they have a technological based industrial sector and a higher education level of the entrepreneur. However, there is some parallel with most Portuguese firms, as both evidence an endogenous entrepreneurship. From our results, we were able to conclude that entrepreneurs valorise BICs' support on firms' birth but also during its growth. Additionally, most entrepreneurs classified BICs' services as being above their expectations, which is mainly due to the supporting services on firms' starting.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneurship Policies; Bussiness Innovation Centres

Índice de conteúdos

AGRADECIMENTOS	I
RESUMO.....	II
ABSTRACT.....	III
ÍNDICE DE CONTEÚDOS	IV
ÍNDICE DE QUADROS	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1.....	4
DO CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO	4
1.1. Evolução do Conceito Empreendedorismo.....	4
1.2. Abordagens Sistémicas	14
CAPÍTULO 2.....	22
POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DE EMPREENDEDORISMO	22
2.1. A Importância das Políticas de Empreendedorismo.....	22
2.1.1. Fundamentação das Políticas de Empreendedorismo	23
2.1.2. Estudos Empíricos sobre Políticas de Empreendedorismo: Uma Revisão	27
2.1.3. Políticas de Empreendedorismo versus Políticas de PME.....	33
2.2. Políticas de Empreendedorismo na EU	36
2.3. Políticas de Empreendedorismo em Portugal	41
2.3.1. O Empreendedorismo em Portugal: Breve Análise.....	41
2.3.2. Políticas de Apoio ao Empreendedorismo em Portugal	43
2.4. Infra-Estruturas de Promoção do Empreendedorismo em Portugal	45
2.4.1. Infra-estruturas Tecnológicas	45
2.4.2. Outras Infra-estruturas de Apoio ao Empreendedorismo	49
2.4.3. Instrumentos de Financiamento do Empreendedorismo	52
2.5. O Caso dos Business and Innovation Centres (BIC).....	55
CAPÍTULO 3.....	61
A INICIATIVA EMPRESARIAL EM PORTUGAL: BREVE ANÁLISE	
DESCRITIVA.....	61

CAPÍTULO 4.....	66
AVALIAÇÃO DO PAPEL DOS BIC NO APOIO À CRIAÇÃO DE NOVAS EMPRESAS.....	66
4.1. Metodologia	66
4.1.1. Definição da População Objectivo e da Amostra.....	67
4.1.2. Instrumento de Notação	68
4.1.3. Recolha de Dados	69
4.2. Análise dos Resultados	69
4.2.1. Caracterização Geral das Empresas.....	69
4.2.2. Motivações para a Criação da Empresa	76
4.2.3. Determinantes Psico-Sócio-Culturais	80
4.2.4. Determinantes Institucionais	90
4.2.5. Percepção Geral dos BIC	99
4.2.6. Comentários Finais	104
CONCLUSÃO	107
REFERÊNCIAS	110
ANEXOS.....	118
Anexo A: Lista de Empresas Inquiridas	118
Anexo B: Questionário	120

Índice de Quadros

Quadro 1.1 - Definições de Empreendedor dadas por Especialistas em Diversas Áreas	15
Quadro 1.2 – Empreendedorismo: Escolas de Pensamento	21
Quadro 2.1 – Comparação das Características das Políticas das PME e das Políticas de Empreendedorismo	35
Quadro 2.2 – Indicadores de Realização	59
Quadro 2.3 – Indicadores de Performance	59
Quadro 3.1 - Empresas em 2005 e 2006, Pessoal ao serviço e VABpm em 2005, por NUT II	62
Quadro 3.2. - Sociedades, Taxas de Constituição e Dissolução de Sociedades, por Região NUT III, em 2006	63
Quadro 3.3.- Sociedades, Sociedades Constituídas e Taxa de Constituição de Sociedades, por CAE-Rev. 2.1, em Portugal Continental, em 2006	65
Quadro 4.1. – Distribuição da Amostra por Resposta Obtida por BIC	67
Quadro 4.2 – Distribuição da Amostra, segundo as Funções de Gestão Assumidas na Empresa: Frequência Relativa	72
Quadro 4.3 – Distribuição da Amostra, Segundo a Área de Actividade Económica	72
Quadro 4.4 – Número de Trabalhadores por Empresa: Frequência Absoluta, no Momento Inicial e no Momento Actual	74
Quadro 4.5 – Evolução do Capital Social: Frequência Relativa, no Momento Inicial e no Momento Actual	75
Quadro 4.6 – Origem do Capital Social: Frequência Relativa, no Momento Inicial e no Momento Actual	75
Quadro 4.7 – Volume de Facturação (2006): Frequência Relativa (%)	76
Quadro 4.8 – Grau de Importância dos Motivos para a Criação da Própria Empresa: Frequência Relativa (%)	77
Quadro 4.9. – Grau de Importância dos Motivos para a Escolha da Área de Negócio: Frequência Relativa (%)	78
Quadro 4.10 – Grau de Importância das Competências que os Empresários devem ter: Frequência Relativa (%)	78

Quadro 4.11 – Grau de Importância de Ser Empresário: Frequência Relativa (%)	79
Quadro 4.12 – Grau de Importância dos Motivos para a Escolha da Localização da Empresa: Frequência Relativa (%)	80
Quadro 4.13 – Endogeneidade Territorial da Função Empresarial	80
Quadro 4.14 – Distribuição dos Inquiridos Segundo por Área de Residência (%)	82
Quadro 4.15 – Estado Civil dos Inquiridos: Frequência Relativa (%)	83
Quadro 4.16 – Composição do Agregado Familiar dos Inquiridos (%)	83
Quadro 4.17 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Idade em que Começaram a Trabalhar (%)	85
Quadro 4.18 – Grau de Importância dos Factores que Influenciaram a Ideia de Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)	88
Quadro 4.19 – Utilização das Fontes de Financiamento: Frequência Relativa (%)	89
Quadro 4.20 – Grau de Relacionamento com Entidades Institucionais, antes da Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)	90
Quadro 4.21 – Opinião dos Inquiridos sobre a Política do Actual Governo: Frequência Relativa (%)	91
Quadro 4.22 – Grau de Importância dos Agentes para a Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)	98
Quadro 4.23 – Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC na Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)	100
Quadro 4.24 – Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC no Desenvolvimento da Actividade da Empresa: Frequência Relativa (%)	101
Quadro 4.25 – Associação Entre o Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC na Criação da Empresa e a Classificação Geral dos BIC	103

Índice de Figuras

Figura 2.1 - Bases das Políticas de Empreendedorismo	25
Figura 2.2. Organização das Medidas Políticas de Empreendedorismo	32
Figura 2.3. – Serviços Integrados prestados pelos BIC	57
Figura 2.4 – A Rede Europeia de BIC	58
Figura 4.1. – Distribuição da Amostra, Segundo o Ano de Constituição da Empresa	70
Figura 4.2. – Distribuição da Amostra, Segundo a Forma Jurídica	71
Figura 4.3 – Evolução do Número de Sócios: Frequência Relativa, por Nº de Sócios, no Momento Inicial e no Momento Actual	71
Figura 4.4 - Distribuição da Amostra, Segundo a Região (NUTS II)	73
Figura 4.5 - Distribuição dos Inquiridos por Género (%)	81
Figura 4.6. – Distribuição dos Inquiridos Segundo o Escalão Etário (%)	81
Figura 4.7. – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Experiência de Residir fora de Portugal (%)	82
Figura 4.8 – Distribuição dos Inquiridos Segundo o Nível de Instrução: Frequência Relativa do Próprio, Pai e Mãe	84
Figura 4.9 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Situação Profissional Anterior à Criação da Empresa: Frequência Relativa do Próprio, Pai e Mãe (%)	85
Figura 4.10 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Existência de Experiência Anterior na Área de Actividade da Nova Empresa: Frequência Relativa (%)	86
Figura 4.11 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Existência de Experiência Empresarial Anterior: Frequência Relativa (%)	87
Figura 4.12 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Experiência Profissional Anterior à Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)	87
Figura 4.13 – Contacto com Instituições de Apoio à Criação de Empresas: Frequência Relativa (%)	92
Figura 4.14 – Motivo da Utilização dos Serviços do IAPMEI: Frequência Relativa (%)	93
Figura 4.15 – Objectivo do Contacto com a ANJE: Frequência Relativa (%)	93

Figura 4.16 – Objectivo do Contacto com os BIC: Frequência Relativa (%)	94
Figura 4.17 – Objectivo do Contacto com os Centros de Incubação: Frequência Relativa (%)	94
Figura 4.18 – Objectivo do Contacto com os CACES: Frequência Relativa (%)	95
Figura 4.19 – Objectivo do Contacto com os Centros Tecnológicos: Frequência Relativa (%)	95
Figura 4.20 – Objectivo do Contacto com os Parques Tecnológicos: Frequência Relativa (%)	96
Figura 4.21 – Objectivo do Contacto com os CFE: Frequência Relativa (%)	96
Figura 4.22 – Objectivo do Contacto com os SCR: Frequência Relativa (%)	97
Figura 4.23 – Objectivo do Contacto com os BA: Frequência Relativa (%)	97
Figura 4.24 – Objectivo do Contacto com os SGM: Frequência Relativa (%)	97
Figura 4.25 – Objectivo do Contacto com os Bancos: Frequência Relativa (%)	98
Figura 4.26 – Classificação Geral dos Serviços prestados pelo BIC (%)	102

Introdução

O empreendedorismo constitui uma das temáticas centrais da actualidade, agregando académicos, políticos e empresários. Identificado enquanto dinâmica de reconhecimento e aproveitamento económico de oportunidades, o empreendedorismo é considerado como um elemento fundamental para a performance económica dos países, desempenhando um papel estrutural e dinâmico em todas as economias do mundo.

O empreendedorismo é assim encarado como um motor de inovação, competitividade e crescimento, devendo por isso ser criadas condições para o estímulo de uma cultura empreendedora. Os Governos atribuem grande importância ao empreendedorismo enquanto mecanismo de apoio ao desenvolvimento económico, gerador de emprego e consequentemente de riqueza, reconhecendo a necessidade de as sociedades e economias se tornarem mais empreendedoras.

Mas o que leva um indivíduo a tornar-se empresário? Ou, por outras palavras, quais os factores responsáveis pela dinâmica empreendedora? Em que medida as políticas dos governos estimulam o empreendedorismo? E qual o papel das instituições na promoção do empreendedorismo?

Estas questões revestem-se de particular importância, dada a relevância reconhecida por diferentes autores do empreendedorismo para o crescimento económico e social dos

países, justificando-se assim o estudo desta temática [Low e MacMillan (1988), Gartner (2001), Comissão Europeia (2003)].

Na literatura, podemos encontrar diferentes aceções do conceito de empreendedorismo que valorizam a importância de factores de natureza económica mas também psico-social para a promoção do empreendedorismo [Schumpeter (1934), Kirzner (1973), Weber (1930), McClelland (1961), Drucker (1985), entre muitos outros]. Existe assim um conjunto de factores que podem influenciar de uma forma categórica a decisão dos indivíduos se tornarem empreendedores, relacionados com as características do indivíduo (e.g. formação, gosto pelo risco) ou com o meio envolvente (e.g. existência de oportunidades de negócio, ser socialmente desejável).

Apesar de o empreendedorismo poder existir, independentemente das políticas específicas dos governos, reconhece-se que as medidas políticas podem influenciar o nível de empreendedorismo, directa ou indirectamente (Verheul *et al*, 2001). Em particular, as políticas Governamentais relacionadas com a regulamentação podem influenciar as oportunidades de criar uma empresa. Por outro lado, os incentivos fiscais podem determinar as recompensas e os riscos das oportunidades de negócio. Finalmente, as competências dos indivíduos podem ser influenciadas pelas políticas de educação e formação.

Este estudo insere-se na temática dos determinantes do empreendedorismo, pretendendo-se avaliar a importância de factores de natureza psico-social e económica na criação de empresas. Especificamente, o objectivo principal deste trabalho é a análise do papel dos determinantes institucionais na promoção do empreendedorismo, dando-se um ênfase particular às empresas criadas no âmbito das actividades dos *Business and Innovation Centres* (BIC) em Portugal.

O conceito de BIC foi desenvolvido no início dos anos oitenta pela Comissão Europeia, tendo como objectivo principal o apoio à criação de empresas inovadoras, contribuindo assim para a qualificação do emprego e o reforço do tecido empresarial na região onde se inserem.

Com o objectivo de avaliar a importância dos determinantes do empreendedorismo e, em particular, dos factores de natureza institucional, realizou-se um inquérito por questionário que abrangeu um conjunto de 80 empresas criadas no âmbito da actividade dos BIC em Portugal, com uma taxa de resposta de 40%. O processo de amostragem

seguido foi o método dirigido, pois pretendíamos avaliar de forma mais aprofundada o papel dos BIC como determinante da dinâmica empreendedora. Daí que as empresas inquiridas apresentem características muito particulares, nomeadamente, o sector de actividade em que estão inseridas, revelando uma predominância de empresas de base tecnológica.

Os dados obtidos foram posteriormente objecto de tratamento estatístico, recorrendo-se, em particular, à estatística descritiva e a testes estatísticos.

Os resultados evidenciam que as empresas criadas no âmbito dos BIC apresentam algumas semelhanças com a generalidade do tecido empresarial português, destacando-se, em particular, a endogeneidade da função empresarial, quer territorial, quer sectorial. Contudo, existem diferenças assinaláveis para além do sector de actividade, já que o nível médio de qualificação dos empreendedores é, neste caso, claramente superior à tipologia do empresário português.

A análise estatística dos resultados permitiu-nos concluir que este tipo de empresas atribui uma importância elevada ao apoio prestado por algumas entidades institucionais, nomeadamente o apoio prestado pelo BIC na fase de arranque, destacando-se o apoio à criação da empresa e o acompanhamento personalizado do empreendedor. Verificou-se ainda que grande parte dos inquiridos continua a usufruir dos serviços prestados pelos BIC, mesmo depois de ultrapassada esta fase, classificando, na maioria dos casos, os serviços prestados pelos BIC como sendo de acordo com as expectativas ou acima das expectativas.

O desenvolvimento desta investigação processou-se ao longo de um conjunto de etapas, que correspondem, genericamente, aos capítulos desta tese. Assim, no capítulo 1 são apresentados alguns conceitos de empreendedorismo, explorando os contributos das ciências económicas, comportamentais e empresariais. O segundo capítulo apresenta a relevância das políticas de promoção de empreendedorismo, focando a atenção nas infra-estruturas de apoio à criação de empresas em Portugal. Já no terceiro capítulo é apresentada uma breve análise descritiva da iniciativa empresarial em Portugal. No capítulo 4, é apresentada a metodologia utilizada na recolha de dados bem como os resultados obtidos da aplicação do questionário. Por fim, é realizada a conclusão onde são destacados os principais resultados da investigação e apresentadas pistas para investigação futura.

Capítulo 1

Do Conceito de Empreendedorismo

1.1. Evolução do Conceito Empreendedorismo

O conceito de “empreendedorismo” remonta a alguns séculos atrás, tendo sido, contudo utilizado com diferentes significados. No entanto, a sua popularidade renasceu nos últimos tempos, como se se tratasse de uma “descoberta súbita”. De facto, e de acordo com Sarkar (2007), a partir de determinado momento foi como se se tivesse encontrado a chave para abrir uma porta como a “lâmpada do Aladino”, de forma a alterar definitivamente o rumo de uma economia.

Actualmente, o empreendedorismo é considerado como um elemento fundamental para a performance económica dos países, desempenhando um papel estrutural e dinâmico em todas as economias do mundo. De facto, o empreendedorismo é, cada vez mais, encarado pelos governos como uma actividade, processo ou acção que deve ser incentivada de forma a contribuir para o crescimento económico e social. Os governos reconhecem ainda a necessidade de se tornarem sociedades e economias mais empreendedoras.

Desde os trabalhos pioneiros de Cantillon, Say, Schumpeter, e Weber, o estudo do empreendedorismo desperta o interesse não apenas de académicos mas também de outros profissionais ligados à actividade empresarial. A importância desta temática comprovada pelos inúmeros estudos desenvolvidos resultou em diversas, e muitas vezes distintas, definições do termo empreendedor.

- **Contributos Pioneiros**

A primeira referência ao termo empreendedorismo remonta ao século XVII, estando ligado ao verbo francês “entreprendre”, que significa “levar a cabo algum projecto ou actividade” (Kyrö, 1969). Mais especificamente, pode ser usado para identificar indivíduos que estimulam o progresso económico, encontrando novas e melhores formas de fazer as coisas.

Richard Cantillon (1755) foi um dos primeiros autores a ligar o empreendedorismo a uma vertente económica. Este economista francês descreve o empreendedor como uma pessoa que paga um preço certo por um produto para o vender a um preço incerto, ou seja, *o empreendedor é um especialista que está disposto a correr riscos* (Hisrich, 2000).

Também Adam Smith (1776), no seu livro *Wealth of nations*, faz referência aos empreendedores como sendo pessoas que reagem às alterações das economias, sendo agentes económicos que transformam a procura em oferta (Sarkar, 2007)

Já no século XIX, Jean-Baptiste Say (1816) definiu o conceito de empreendedorismo através da combinação de factores de produção, afirmando que:

“the entrepreneur is the agent who unites all means of production and who finds in the value of the products,(...) the re-establishment of the entire capital he employs, and the values of the wages, the interest, and rent which he pays, as well as profits belonging to himself”. (Say, 1816)

Significa então que os empreendedores criam valor, pelo que Say lhes atribui um papel de especial importância na dinâmica de crescimento da economia.

Em 1848, John Stuart-Mill refere-se ao empreendedorismo como sendo a origem da empresa privada. O empreendedor é uma pessoa que toma decisões e assume riscos, gerindo recursos limitados para o lançamento de novos negócios.

Já para Carl Menger (1871), na sua obra *Principles of Economics*, o empreendedor é aquele que transforma recursos em produtos e serviços úteis, criando oportunidades para levar ao crescimento industrial.

Deve-se no entanto a Joseph Schumpeter que, no início do séc. XX, atribui ao “entrepreneur” a função de inovação, o reconhecimento da importância do empreendedorismo.

Schumpeter (1934) foi o primeiro economista a apresentar uma teoria coerente e integradora do desenvolvimento que atribui explicitamente ao empresário/criador de empresas o papel de agente indutor de mudança no sistema económico através da inovação, entendida como a introdução no mercado de novas invenções que alteram fundamentalmente o comportamento das empresas e dos consumidores, elevando a produtividade e o bem-estar.

Schumpeter (1934) define o empreendedorismo como uma força de “destruição criativa” onde as formas estabelecidas de fazer as coisas são destruídas pela criação de novas e melhores formas, que criam mais riqueza económica. O “entrepreneur” surge assim como um elemento desequilibrante. Para Schumpeter, um empreendedor é um inovador que implementa mudança nos mercados através da implementação de novas combinações, que podem assumir várias formas:

- introdução de novos produtos;
- introdução de novos métodos de produção;
- abertura de um novo mercado;
- conquista de novos recursos, novas matérias ou peças,

- a criação de uma nova empresa.

Schumpeter (1942) refere ainda que as grandes organizações são resistentes à mudança e que os empreendedores são obrigados a criar novas empresas para continuar a sua actividade inovadora, ligando assim o empreendedor à criação de empresas.

A noção de oportunidade tornou-se assim central na definição de empreendedorismo. Os empreendedores têm um perfil que permite ver mais as possibilidades do que os problemas causados pela mudança. Os “entrepreneurs” na perspectiva de Schumpeter são pois agentes de mudança na economia, fazendo progredir as economias bem como fomentar o seu desenvolvimento.

A partir destes contributos pioneiros, o estudo do empreendedorismo evoluiu, incorporando contributos das mais diferentes áreas científicas. Economistas, psicólogos, sociólogos, gestores, entre outros investigadores das ciências sociais, desenvolveram múltiplas perspectivas sobre o empreendedorismo, “cada um usando uma cultura, lógica e metodologia estabelecida de acordo com diversos graus, cada um no seu campo” (Filion, 1997). Sarkar (2007) refere ainda que podem ser encontradas diversas definições de empreendedorismo na literatura: “a literatura está repleta com várias definições que chegam a ser contraditórias” (Gartner, 1988, Shane e Venkataraman, 2000).

- **A Influência dos Economistas**

Nas abordagens economicistas, destaca-se Kirzner (1973), na tradição austríaca de von Mises, que refere, tal como Schumpeter, que o empreendedorismo é baseado na exploração de oportunidades. No entanto, contradiz Schumpeter ao afirmar que o empreendedor ao reconhecer e actuar sobre oportunidades de mercado contribui para o seu equilíbrio: o empreendedor está atento às novas oportunidades, baseada em erros passados e ao corrigir esses erros contribui para o equilíbrio do mercado. Segundo este autor, o empreendedor utiliza a informação de que dispõe para formar juízos sobre a utilização eficiente de recursos. Kirzner (1973) refere ainda que o conhecimento empresarial pode ser descrito como a mais elevada forma de conhecimento.

Na linha de Schumpeter, podemos ainda encontrar os contributos de Carton, Hofer e Meeks (1998), que apresentam uma definição operacional do empreendedorismo e do empreendedor como:

“(...) a procura de uma oportunidade descontinuada envolvendo a criação de uma organização (ou sub - organização) com a expectativa da criação de valor para os participantes. O empreendedor é o indivíduo (ou equipa) que identifica a oportunidade, reúne os recursos necessários, cria e é responsável pela performance da organização. Portanto, o empreendedorismo é o meio pelo qual as novas organizações são formadas, com os empregos resultantes e a criação de bem-estar.” (Carton, Hofer e Meeks, 1998)

Para Bygrave (1993), a definição apresentada por Schumpeter é bem aceite. Para este autor, um empreendedor é um indivíduo que leva a cabo combinações novas, enquanto causa descontinuidade. *“O papel é completado quando a função é completada”*. O indivíduo pode ser um assalariado dentro de uma organização existente ou pode começar um negócio novo. Um administrador que gere um negócio existente em continuidade, não causa descontinuidade e assim, por definição, não é um empreendedor.

Knight (1921) foi o primeiro autor a estabelecer a relação entre risco e incerteza. O risco relaciona-se com acontecimentos cuja frequência decorre da experiência anterior e logo, cuja probabilidade é estimável, enquanto que a incerteza decorre de acontecimentos únicos cuja probabilidade pode apenas ser estimada subjectivamente. Segundo este economista, a função do empreendedor é a sua assumir a incerteza. Assim, Knight generalizou as teorias de Cantillon sobre empreendedorismo, relacionando-o com a incerteza.

Baumol (1993) descreve não um mas dois tipos de empreendedores: um primeiro tipo de empreendedor cria e depois organiza e faz funcionar a nova empresa, independentemente de existir algo de inovador nesse acto, enquanto que o segundo tipo de empreendedor refere-se a alguém inovador, que transforma invenções e ideias em entidades economicamente viáveis, independentemente se no processo se cria ou não uma empresa.

Já Lowrey (2003) define o empreendedor como um agente económico em que ambos os tipos de empreendedor de Baumol são significativos para o desenvolvimento económico, embora difiram nos seus papéis, nas suas influências e no tipo de análise que requerem. Este autor define ainda o empreendedor como um indivíduo com um perpétuo desejo de realização.

Stevenson e Lundström (2005) alargam o âmbito desta visão, propondo a adopção de uma perspectiva de processo. Assim, associam o arranque da empresa, a propriedade e a gestão do seu próprio negócio ao conceito de empreendedor. Para além disso, consideram os empreendedores como pessoas que em diferentes estádios da vida e em diferentes estádios de arranque, gestão e crescimento dos seus próprios negócios se encontram em distintas etapas do seu percurso empresarial. Deslocam-se num contínuo que inclui os potenciais empreendedores, os micro-empreendedores, os empreendedores life-style, os empreendedores tecnológicos, os empreendedores de elevado crescimento e os empreendedores inovadores. Alguns destes tipos começam com pequenos negócios e assim permanecem, enquanto outros começam uma série de negócios que se desenvolvem progressivamente ao longo do tempo; outros fazem a transição de micro para empreendedores de elevado crescimento à medida que a vida e as circunstâncias do negócio se alteram.

Segundo estes autores, ao tentar categorizar os empreendedores em tipologias estáticas, ignora-se a diversidade do empreendedorismo, a dinâmica do processo empresarial e a realidade que faz com que as pessoas se tornem empreendedoras e se desenvolvam ao longo do tempo.

O Global Entrepreneurship Monitor (GEM), lançado pelo Babson College e pela London Business School, é um programa de investigação que inclui avaliações anuais do nível de actividade empreendedora em vários países¹. Este grupo de trabalho reconhece dois tipos diferentes de empreendedorismo: os empreendedores por necessidade e os empreendedores por oportunidade. Estes últimos pretendem aproveitar

¹ Iniciado em 1999 em 10 países, este projecto tem vindo a expandir-se, sendo que, em 2004 contou com colaboração de 34 países e em 2006 de 39 países. O GEM tem três objectivos fundamentais: medir a diferenças ao nível de actividade empreendedora entre países; descobrir factores que determinam os níveis de actividade empreendedora; identificar as políticas que promovam a actividade empreendedora.

oportunidades de negócio que possam surgir no mercado. Já os empreendedores por necessidade surgem do desemprego, sendo que para estes a criação de uma empresa é a única alternativa.

Definem assim com empreendedorismo como

“Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou uma nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo, equipa de indivíduos, ou negócios estabelecidos.” (GEM,2004)

- **Abordagens Comportamentalistas**

As abordagens comportamentalistas decorrem da aproximação às ciências da psicologia e sociologia. Nestas, os empreendedores são identificados com pessoas inovadoras, independentes, cujo papel como líderes de negócio exprime uma fonte de autoridade formal.

Um dos primeiros autores a mostrar interesse pelos empreendedores foi Max Weber (1930). Numa tentativa de entender as razões que levam uma pessoa ao trabalho árduo, à poupança forçada, a realizar uma obra como suporte da fé, Weber procura as origens do capitalismo e ainda respostas para os traços pessoais e as atitudes do empreendedor.

Weber encara ainda o empreendedorismo como um processo e afirma que se trata de um processo cultural. Normalmente, este processo é denominado de criação de uma nova empresa, podendo, no entanto, ser também aplicável a outros âmbitos.

Contudo, o autor que realmente lançou a contribuição das ciências comportamentais para o empreendedorismo foi, indubitavelmente, David C. McClelland, que definiu o empreendedor da seguinte forma:

“Um empreendedor é alguém que exercita o controle sobre a produção que não é apenas para o seu consumo pessoal.” (McClelland, 1971)

McClelland desenvolveu a concepção de um paradigma comportamental do perfil do empreendedorismo, estabelecendo uma segmentação da sociedade em dois grandes grupos de pessoas quanto à percepção e ao gosto por enfrentar desafios e oportunidades.

O primeiro grupo corresponde a uma pequena parte da população que se sente disposta a enfrentar desafios e consequentemente a empreender um novo negócio. Já a grande maioria da população não se predispõe a enfrentar riscos desta natureza.

O modelo desenvolvido por McClelland (1961) teve por base teórica um programa de treino para empreendedores, aplicado em vários países, e que era fundamentado em níveis de motivação:

- Necessidade de realização (*need of achievement*) – é a necessidade do sucesso competitivo, medido em relação a um padrão pessoal de excelência onde cada pessoa tem o seu próprio critério de sucesso (financeiro, realização pessoal, reconhecimento, entre outros).
- Necessidade de afiliação (*n-affiliation*) – é a procura de relacionamentos afectivos com outras pessoas, seja de carácter cordial, caloroso, etc.
- Necessidade de poder (*n-power*) – visa controlar e influenciar as pessoas, existindo uma grande necessidade de liderar e das suas ideias prevalecerem; necessidade de aumentar o status pessoal e o seu prestígio.

De acordo com McClelland (1961), a motivação de realização e características comportamentais são os factores essenciais para o crescimento económico dos indivíduos e são a explicação para a aparente indiferença de muitos e a sensibilidade de poucos para as oportunidades económicas da envolvente. O autor afirma que são precisamente aqueles com alta necessidade de realização que são sensíveis a mudanças na envolvente em relação às oportunidades económicas, e descreve o empreendedor, fundamentalmente, pela sua estrutura motivacional. Segundo os seus estudos, corroborados por muitas pesquisas e experiências que utilizaram um teste de avaliação motivacional - o T.A.T (Thematic Aperception Test) e testes de resolução de problemas, o indivíduo empreendedor possui uma estrutura motivacional diferenciada pela presença marcante de uma necessidade específica: a necessidade de realização.

• **Contributos da Gestão**

As ciências empresariais deram também o seu contributo para a definição de empreendedorismo, destacando-se Penrose (1959), que considera o papel dos empreendedores importante na “*introdução e na aceitação de novas ideias em nome da*

empresa”. Esta perspectiva foi no entanto modificada por Eliasson (1990), que considera os empreendedores como aqueles indivíduos com o talento e competências das empresas para a direcção, como a intuição, gosto pelo risco, eficiência na identificação de erros, eficácia na sua correcção, eficácia em controlar experiências bem sucedidas e eficácia em sustentar a experiência adquirida com base na intuição.

Peter Drucker (1985), na sua tentativa de compreender o termo “empreendedorismo”, começa por considerar a definição de Say, mas amplia o seu âmbito para se concentrar na questão da oportunidade. Drucker entende que não é necessário que os empreendedores causem a mudança, mas antes explorem as oportunidades que a mudança cria “na tecnologia, na preferência dos consumidores, nas normas sociais, etc.”. Este autor refere ainda que *“isto define empreendedor e empreendedorismo – o empreendedor procura sempre a mudança, responde a ela e explora-a como uma oportunidade”*.

Para Drucker (1985), criar uma empresa não é necessário nem suficiente para o empreendedorismo:

“Nem todos os pequenos negócios são empreendedores ou representam empreendedorismo.”
(Drucker, 1985)

O mesmo se passa ao nível do lucro: Drucker defende que o empreendedorismo não implica um fim lucrativo e não está confinado apenas a instituições económicas. Entende que as instituições públicas, como agências governamentais, igrejas, universidades, escolas, organizações comunitárias e associações precisam de ser mais empreendedoras e inovadoras do que qualquer outra empresa. As mudanças rápidas que ocorrem na sociedade, a tecnologia e a economia são também uma ameaça e uma oportunidade para essas entidades.

Drucker (1985) retrata de forma precisa o conceito de empreendedor definido por Say, ao atribuir-lhe o papel de transferir recursos económicos de um sector de produtividade mais baixo para um sector de produtividade mais elevado e de maior rendimento, possibilitando desta forma uma maior eficiência e eficácia à economia.

Drucker (1992) analisa ainda o empreendedor como aquele que pratica a inovação sistematicamente. O empreendedor procura as fontes de inovação e cria oportunidades.

Para este autor, o significado da palavra empreendedorismo está associado àquela pessoa que pratica uma empreitada laboriosa e difícil.

“Quando o economista francês J. B. Say cunhou a expressão entrepreneur há 200 anos, quis criar um manifesto e uma declaração de intenções: no seu esquema, o empreendedor era alguém que perturba e desorganiza. Mais tarde Joseph Schumpeter, o único economista moderno a levar a sério o carácter empreendedor, descreveu o processo como destruição criativa. Para conseguir o novo e melhor, tem que deitar fora o velho, cansado, obsoleto, não produtivo, assim como os erros, fracassos e más orientações dos esforços do passado.” (Drucker, 1992)

No entanto, Drucker (1985) admite um novo ponto de vista para o empreendedor: o autor refere que todos os empreendedores de sucesso não revelam uma personalidade especial, mas um empenho pessoal numa prática sistemática de inovação. A inovação, para o autor, é a função específica do empreendedorismo, quer surja num negócio clássico, numa instituição pública, ou numa empresa criada numa garagem. Sob esse ponto de vista, o empreendedor acaba por perder o carácter místico de “ser especial”.

Drucker (1985) afirma ainda que o empreendedor não vive numa redoma. O meio ambiente onde está inserido é também importante e representa a outra face da moeda. Salienta que a história demonstra que o empreendedorismo ganha força em aglomerações territoriais de competências em determinadas áreas da indústria e do conhecimento (clusters). O autor conclui que estes espaços de aglomeração local, são fundamentais para o aparecimento e desenvolvimento de empreendedores e da criação de novas empresas, dado que as pessoas que trabalham nestes ambientes conseguem perceber com mais facilidade as falhas de mercado a partir das quais poderão lançar os seus negócios. Além disto, nessas aglomerações, as barreiras à entrada são em geral mais baixas do que noutros locais isolados.

Hatten e Ruhland (1995) descrevem o empreendedor como

“um indivíduo que estabelece e gere um negócio, com o objectivo principal de obter lucro e crescimento. Os empreendedores caracterizam-se principalmente por um comportamento inovador e o recurso a uma gestão estratégica do negócio.” (Hatten e Ruhland, 1995)

De certa forma, Sarkar (2007) vem também confirmar esta definição quando diz que o empreendedorismo

“é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas” (Sarkar, 2007)

Este autor refere ainda que uma forma mais ampla de olhar o empreendedorismo vem do *Entrepreneurship Center na Universidade de Miami no Ohio*, que define o empreendedorismo como:

“Empreendedorismo é o processo de identificação, desenvolvimento e captação de uma ideia para a vida. A visão pode ser uma ideia inovadora, uma oportunidade ou simplesmente uma forma de melhor fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de uma nova empresa, formada em condições de risco e de uma incerteza considerável” (cfr Sarkar, 2007)

Ou seja, segundo este centro, o empreendedorismo vai muito além da criação de negócios, reflectindo uma forma de ver e fazer coisas onde a criatividade tem um papel fundamental.

1.2. Abordagens Sistémicas

Com o objectivo de encontrar uma definição de empreendedorismo consensual, Filion (1999) propõe-se a sistematizar os vários conceitos de empreendedorismo. Refere então que como o empreendedorismo é um dos raros assuntos que atrai especialistas de uma grande variedade de disciplinas, a confusão reina neste campo porque não existe consenso a respeito do empreendedor e das fronteiras deste paradigma. Por outro lado, o autor ressalta que quando comparadas as definições dadas por especialistas da mesma área, é encontrado um enorme consenso (Quadro 1.1):

Quadro 1.1 - Definições de Empreendedor dadas por Especialistas em Diversas Áreas

<i>Áreas</i>	<i>Definições</i>
Economistas	Tendem a concordar que os empreendedores estão associados à inovação e são vistos como forças orientadoras do desenvolvimento.
Comportamentalistas	Atribuem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, internalidade e liderança.
Engenheiros e especialista em operações	Vêem os empreendedores como bons distribuidores e coordenadores de recursos.
Especialistas na gestão	Caracterizam os empreendedores como organizadores competentes e desembaraçados que desenvolvem linhas mestras ou visões em torno das quais organizam as suas actividades, destacando-se em organizar e fazer uso de recursos.
Especialistas em Marketing	Definem os empreendedores como pessoas que identificam oportunidades, que se diferenciam dos outros e têm o pensamento voltado para o consumidor.

Fonte: Adaptado de Fillion (1999)

Fillion (1999) refere ainda que não se pode estudar e falar de empreendedorismo sem definir o termo “empreendedor”, propondo assim uma definição que tem por base um estudo de cerca de 60 definições mais comuns na literatura e que pretende ser uma descrição e uma interpretação do que os empreendedores fazem:

“O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objectivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis novas oportunidades e a tomar decisões moderadamente arriscadas que objectivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor.” (Fillion, 1999)

Fillion refere ainda que uma das conclusões que pode ser traçada a respeito das características dos empreendedores pode ser sumariada como o ser social, considerando que os seres humanos são produtos de seus ambientes.

Também Cunningham e Lischeron (1991) se ocupam da sistematização e classificação dos conceitos de empreendedorismo. Estes investigadores referem que alguns autores associam o termo “empreendedor” ao fundador de um novo negócio ou à pessoa “que iniciou um novo negócio onde antes não havia nenhum” (e.g. Gartner, 1985). Nesta

perspectiva, qualquer indivíduo que herda (e.g. Henry Ford II) ou que compra um negócio existente (e.g. a compra da Yankees por George Steinbrenner) ou ainda que salva económica e financeiramente uma empresa na sua condição de colaborador (Lee Iacocca) não é por definição um empreendedor.

Outros autores aplicam o termo “empreendedor” somente a respeito da actividade criadora do inovador (Schumpeter, 1934). Com base nesta última definição, a maioria das pessoas envolvidas em actividades empreendedoras e empresariais não seriam classificadas como empreendedores.

Existem ainda autores que se referem à identificação e exploração de uma oportunidade como sendo uma actividade empreendedora (e.g. Peterson, 1985). Por fim, aquelas pessoas que desenvolvem um nicho de mercado ou uma estratégia para satisfazer algum tipo de necessidade são também consideradas empreendedoras, por alguns autores (e.g. Garfield, 1986).

Existe, assim, um número de escolas de pensamento que abordam o fenómeno do empreendedorismo a partir de perspectivas substancialmente diferentes. O termo empreendedorismo tem sido usado para tratar de uma ampla variedade de actividades tais como a criação, fundação, adaptação e administração de um negócio (empresa). Nenhuma disciplina isolada fornece todas as ferramentas necessárias à administração de uma iniciativa empreendedora (Stevenson, 1988).

Cunningham e Lischeron (1991) descrevem seis escolas de pensamento e procuram mostrar como podem ser úteis para um melhor entendimento do fenómeno do empreendedorismo. Estas oferecem perspectivas diferentes para melhor ilustrar o que o empreendedor faz e quais as funções e processos que são mais importantes:

- *Qualidades pessoais*: Escola da “Grande Figura” e Escola das Características Psicológicas
- *Identificação de oportunidades*: Escola Clássica

- *Acção e administração*: Escola Administrativa, Escola da Liderança
- *Reavaliação e adaptação*: Escola do Intra-empendedorismo

A **Escola da “Grande Figura”**, que inclui autores como Garfield (1986), Hughes (1986) ou Silver (1985), considera que o empreendedor tem uma habilidade intuitiva, traços e instintos que nascem com ele. Existem várias descrições biográficas que identificam frequentemente a capacidade intuitiva das “grandes figuras” de reconhecer uma oportunidade e de tomar a decisão apropriada para tirar proveito da situação. Iacocca (1984) descreveu isto como uma capacidade de sentir o problema e uma habilidade de tomar decisões prontamente enquanto outros ainda estão à procura dos factos para apoiarem a sua tomada de decisão. Os indivíduos são vistos como excepcionais, são capazes de apresentar ideias, conceitos e crenças que outros acham interessantes, intrigantes ou estimulantes. Isto sugere que eles são dotados de certos traços ou qualidades que os diferenciam dos outros.

Esta escola descreve também o empreendedor de sucesso como sendo altamente motivado em direcção à obtenção da sua independência e sucesso, apresentando muito vigor, persistência e auto-estima. Este indivíduo tem, no mínimo, uma extraordinária confiança em si mesmo e nas suas capacidades. Ele “é o que é” de tal forma, que talvez não seja possível ocorrer mudanças significativas na sua maneira de ser (Roscoe, 1973). É dado ênfase a aspectos tais como energia, perseverança, visão ou habilidades, tais como capacidade de inspirar ou motivar outras pessoas. Outros aspectos frequentemente mencionados incluem factores físicos, popularidade e sociabilidade, inteligência, conhecimento, julgamento, fluência verbal, tacto, diplomacia e firmeza de decisão.

A **Escola das “Características Psicológicas”**, que agrega autores como McClelland (1965) ou Lachman (1980), acredita que o empreendedor tem valores, atitudes e necessidades únicas que o guiam, destacando-se a sua propensão ao risco. Esta escola valoriza os aspectos da personalidade, acredita que os empreendedores têm valores e atitudes únicos a respeito do trabalho e da vida. Estes valores e atitudes, em conjunto com determinadas necessidades dominantes, levam o empreendedor a comportar-se de determinada forma. Os empreendedores podem ser diferenciados das pessoas comuns através de características da personalidade. Lachman (1980) refere que as pessoas que

possuem as mesmas características dos empreendedores apresentam uma maior tendência (ou potencial) para levar a efeito acções empreendedoras do que as pessoas que não possuem tais características.

A **Escola “Clássica”**, incluindo autores como Schumpeter (1934) e Peterson (1985), define o empreendedor em função de uma característica: a inovação. Significa então que o ingrediente chave do empreendedorismo assenta na capacidade de inovação do indivíduo, podendo não envolver a questão da propriedade. Se a principal função do empreendedor é promover novas combinações dos meios de produção, então estes não têm necessariamente que ser proprietários. O empreendedorismo, nesta perspectiva, refere-se ao processo de criação de uma oportunidade ou à forma de gestão que procura constantemente novas oportunidades e que assim origina a inovação (Peterson, 1985).

A **Escola “Administrativa”**, integrando autores como Fayol (1950) e Follett (1942), vê o empreendedor como a pessoa que organiza, é proprietária, administra e assume o risco do empreendimento económico. As primeiras definições de empreendedor-administrador foram aceites porque eram intuitivamente lógicas e portanto assimiláveis. Estas definições, muitas das quais em acordo com as ideias de Henry Fayol, estabelecem que os administradores desempenham um número de funções tais como o planeamento, a organização, a selecção de pessoal, a orçamentação, a coordenação e o controle. A escola administrativa sugere pois que um empreendedor é uma pessoa que organiza e administra um negócio, assumindo o seu risco com o objectivo de lucro. John Stuart Mill (1848), ao descrever o empreendedor, assinalou que, adicionalmente a aceitação do risco, as funções de um empreendedor incluíam a supervisão, o controle e a gestão da empresa.

A **Escola da “Liderança”**, onde podemos encontrar autores como Hemphill (1959) ou Kao (1989), vê o empreendedor como um líder que tem a habilidade de adaptar seu estilo às necessidades das pessoas. De acordo com esta abordagem, o empreendedor é muitas vezes um líder que conta com as pessoas para atingir metas e objectivos. A escola da liderança corresponde a um lado menos técnico da escola administrativa, preconizando que os empreendedores têm que ter a habilidade de convencer outros a

“comprometerem-se com a causa”. Um empreendedor de sucesso tem também que ser um “administrador de pessoas” ou um eficaz líder ou mentor que desempenha o importante papel de motivar, dirigir e liderar pessoas.

“Assim, o empreendedor tem que ser um líder, capaz de produzir uma visão daquilo que é possível realizar e atrair pessoas para agregar em torno daquela visão e transformá-la em realidade.” (Kao, 1989)

Cunningham e Lischeron (1991) referem ainda que existem duas correntes de autores dentro da escola da liderança. A primeira delas foi tratada dentro da escola da “grande figura” e compreende a literatura que sugere que certos traços e características pessoais são determinantes do sucesso. A escola da “grande figura” segue as proposições das primeiras pesquisas em liderança que sugerem que traços como capacidade de se adaptar a situações, tendência à cooperação, energia e propensão à aceitação de responsabilidades são importantes ingredientes para o sucesso (Stogdill, 1974; Bass, 1981). A segunda e mais disseminada corrente, preocupa-se com a maneira segundo a qual um líder consegue fazer com que as tarefas sejam cumpridas e a maneira pela qual um líder satisfaz as necessidades das pessoas (Hemphill, 1959). Salientam-se assim dois aspectos importantes para a administração de uma empresa: a preocupação pelo cumprimento de tarefas e a preocupação pelas pessoas que desenvolvem o trabalho

Fiedler (1967) defende no entanto que o líder precisa de ajustar o seu estilo de liderança para fazer face às situações com as quais se depara. O papel do empreendedor-líder pode ser visto como o de um promotor e visionário da mudança e disseminação de valores, podendo envolver a capacidade de estabelecer objectivos claros, bem como a de criar oportunidades. Tudo isto tudo compreende a capacidade de delegar autoridade, de preservar a intimidade organizacional e desenvolver um sistema de recursos humanos (Kao, 1989).

Finalmente, a **Escola “do Intra-empendedorismo”** que integra autores como Ellis e Taylor (1987) ou Knight (1988), concebe o empreendedor como alguém dentro de uma organização que tem competências para desenvolver unidades independentes, para criar, para colocar no mercado e expandir os serviços.

A escola do “Intra-empendedorismo” surgiu como resposta à falta de criatividade e de competitividade característica nas grandes organizações. Desde que dotados pela organização de liberdade de acção, os intra-empendeores agem como verdadeiros empreendedores a implementar as suas ideias sem que para isso se tenham que tornar proprietários. Tal comportamento estratégico provê os meios para a ampliação das actividades da organização e para a descoberta de novas oportunidades. Isto possibilita o desenvolvimento das organizações já existentes e a diversificação das suas actividades em outras áreas (Burgelman, 1983). O intra-empendedorismo envolve o desenvolvimento de unidades independentes planeadas para gerar, comercializar e disseminar inovações em serviços, tecnologias e métodos no interior das grandes organizações (Nielsen *et al*, 1985).

A escola do intra-empendedorismo pressupõe que é possível promover a inovação nas organizações já existentes e consolidadas, encorajando as pessoas a trabalharem como empreendedores em unidades semi - autónomas. No entanto, existe evidência de que as grandes organizações não têm obtido sucesso nas tentativas de criar intra-empendedores ou um clima de empreendedorismo, dado que administradores envolvidos em empreendimentos intra-empendedores deixam frequentemente a empresa, para iniciarem os seus próprios negócios (Knight, 1988).

O quadro 1.2 resume as principais características destas escolas de pensamento:

Quadro 1.2 – Empreendedorismo: Escolas de Pensamento

<i>Escola</i>	<i>Interpretação Central</i>	<i>Pressuposto</i>	<i>Capacidades e Comportamentos do Empreendedor</i>	<i>Estágio do Empreendimento que se aplica</i>	<i>Autores</i>
Escola da “Grande Figura”	O empreendedor possui muita intuição – um sexto sentido -, traços e instintos inatos.	Sem esta intuição inata o empreendedor seria como o resto de nós mortais a quem falta o ingrediente necessário ao sucesso	Intuição, vigor, energia, perseverança e auto-estima	Inicial	Garfield Hughes Silver Iacocca Roscoe
Escola das Características Psicológicas	Os empreendedores possuem valores, atitudes e necessidades únicas que os impulsionam	As pessoas agem orientadas pelos seus valores; o comportamento resulta de tentativas de satisfazer necessidades	Valores pessoais, propensão a aceitação do risco, necessidade por realização e outras	Inicial	Lachman Mill Palmer Cunningham Lischeron McClelland Weber Hagen
Escola Clássica	A característica central do comportamento empreendedor é a inovação	O aspecto crítico do empreendedorismo diz respeito ao fazer em contraposição a possuir	Inovação, criatividade e descoberta	Inicial e fase inicial de crescimento	Schumpeter Peterson
Escola Administrativa	Os empreendedores são organizadores de empreendimentos económicos. Eles são pessoas que organizam, possuem, administram e assumem o risco	Pode-se transformar pessoas em empreendedores através do treino para a execução das funções técnicas da administração	Planeamento da produção, administração de pessoal, capitalização e orçamento	Fase inicial de crescimento e maturidade	Fayol Mill Follet Gulik Urwick Mooney e Reiley Taylor
Escola da Liderança	Os empreendedores são líderes; eles têm a capacidade de adaptar o seu estilo às necessidades das pessoas	Um empreendedor não é capaz de atingir seus objectivos sozinho depende de outros para tal	Capacidade de motivação, orientação e liderança	Fase inicial de crescimento e maturidade	Fiedler Kao Stogdill Hemphill
Escola do Intra-empreendedorismo	As habilidades empreendedoras podem ser úteis em organizações complexas; o intra-empreendedorismo consiste na criação de unidades independentes para a geração, comercialização e expansão de serviços	As organizações necessitam de adaptação para sobreviverem; a actividade empreendedora resulta na criação de uma organização e na transformação dos empreendedores em administradores	Capacidade de estar alerta às oportunidades; maximização das decisões	Maturidade e mudança	Ellis e Taylor Burgelman Nielsen Knight

Fonte: Adaptado de Cunningham e Lischeron (1991)

Capítulo 2

Políticas de Promoção de Empreendedorismo

2.1. A Importância das Políticas de Empreendedorismo

De acordo com Lundström e Stevenson (2005), as políticas de empreendedorismo têm captado nos anos mais recentes a atenção e o interesse de diferentes individualidades e instituições. Uma das mais fortes razões para este fenómeno é o crescimento das pesquisas sobre o relacionamento entre o empreendedorismo e o crescimento económico (Carree e Thurik, 2003; OECD, 2001; Kirzner, 1982), sobre a contribuição essencial das novas empresas para o aumento do emprego e para a renovação económica (Audretsch e Thurik, 2001b; Kirchhoff, 1994; Friis *et al*, 2002) ou sobre a influência das diferentes taxas de propriedade empresarial e a actividade empreendedora nos diferentes países (Carree *et al*, 2002; GEM, 2004). Ou seja, salienta-se a importante contribuição das novas empresas para a criação de postos de trabalho, inovação, produtividade e crescimento económico numa economia.

Lundström e Stevenson (2005) referem que na literatura, é possível identificar diferentes factores que actuam como promotores ou inibidores da actividade empreendedora de um país ou região: factores sociais e culturais, factores relacionados com a atitude (e.g. atitude para o empreendedorismo, medo ou “estigma” de falhar, enfrentar o risco), facilidade de entrada e saída de negócios, características da população, imigração, o crescimento do PIB, regulamentação e o mercado de trabalho, dimensão relativa do sector público, densidade de empresários na população e a prevalência dos modelos do empreendedor, entre outros.

Verifica-se também que a maioria dos estudos examina o impacto ou a influência de apenas uma pequena minoria de variáveis sobre o empreendedorismo. Dado o elevado número de possíveis variáveis explicativas, é difícil verificar o impacto exacto de cada um dos factores ao nível da actividade empresarial num país. Existe ainda um conhecimento muito reduzido de como estes factores ou influências, combinados ou individualmente, trabalham para produzir um certo nível de actividade empresarial.

Alguns autores distinguem entre factores que influenciam a procura ou a oferta de empreendedorismo. Do lado da procura, as oportunidades de empreendedorismo são criadas pela procura do mercado face a bens e serviços, enquanto que o lado da oferta gera potenciais empreendedores capazes de agarrar oportunidades, desde que munidos de recursos, competências e preferências para tal. Logo, a oferta é influenciada por factores como a constituição demográfica das populações, os recursos e competências individuais e as atitudes face ao empreendedorismo. Já a procura pode ser influenciada por oportunidades de empreendedorismo criadas por novas tecnologias, a diferenciação na procura por parte dos consumidores e a estrutura industrial da economia. A taxa de empreendedorismo é assim determinada por decisões de escolha ocupacional, tais como mudanças na estrutura do mercado e desenvolvimento tecnológico.

2.1.1. Fundamentação das Políticas de Empreendedorismo

Dada a sua relevância para a economia, existe um interesse crescente por parte dos governos nas questões de empreendedorismo. De acordo com Lundström e Stevenson (2005), os Governos dos países desenvolvidos estão a prestar mais atenção às políticas de empreendedorismo, devido à necessidade de renovação do desempenho económico.

De facto, com a reestruturação da “velha economia”, inúmeras empresas de grande dimensão deslocam as suas unidades de produção para locais em todo mundo onde o custo da mão-de-obra é mais baixo. O declínio dos sectores industriais tradicionais nas economias mais desenvolvidas é acompanhado pelo crescimento dos sectores dos serviços e dos sectores baseados no conhecimento, nos quais muitas oportunidades de acesso fácil se fazem sentir nas pequenas empresas e nas novas *start-up* para fornecer produtos e serviços.

O empreendedorismo é também visto como parte da solução para reduzir os níveis de desemprego. No entanto, estimular a actividade empresarial requer um conjunto diferenciado de imperativos políticos, para além do apoio à manutenção e crescimento de empresas de pequena e média dimensão. Lundström e Stevenson (2005) referem ainda que os avanços e desenvolvimentos recentes têm acelerado o conhecimento do empreendedorismo, tornando a evolução das políticas nessa área mais exequíveis.

Embora as referências ao empreendedorismo existam há várias décadas, o tópico do empreendedorismo é uma área relativamente recente de investigação, bem como o desenvolvimento das respectivas políticas. Todas as sociedades têm empreendedores e o empreendedorismo é parte do tecido de todas as economias. A emergência do empreendedorismo é muitas vezes um subproduto das políticas governamentais, como foi o caso dos EUA (National Commission on Entrepreneurship, 2002). Contudo, o empreendedorismo pode existir, independentemente do apoio que lhe é dado e independentemente das políticas específicas dos Governos.

Se o empreendedorismo é um sistema que inclui empreendedores (potenciais empreendedores), instituições e acções governamentais, e o que resulta desejável das políticas são um aumento do nível de actividade empresarial, então o papel das instituições e do Governo será fomentar ambientes que produzam uma oferta contínua de novos empreendedores bem como de condições que lhes permitam ter êxito nos seus esforços no arranque e desenvolvimento das empresas. Assim, o sistema de empreendedorismo deverá focar em todas as partes do processo individual de empreendedorismo desde a consciencialização da escolha do empreendedor até à fase inicial da sobrevivência e crescimento de uma empresa emergente (Lundström e

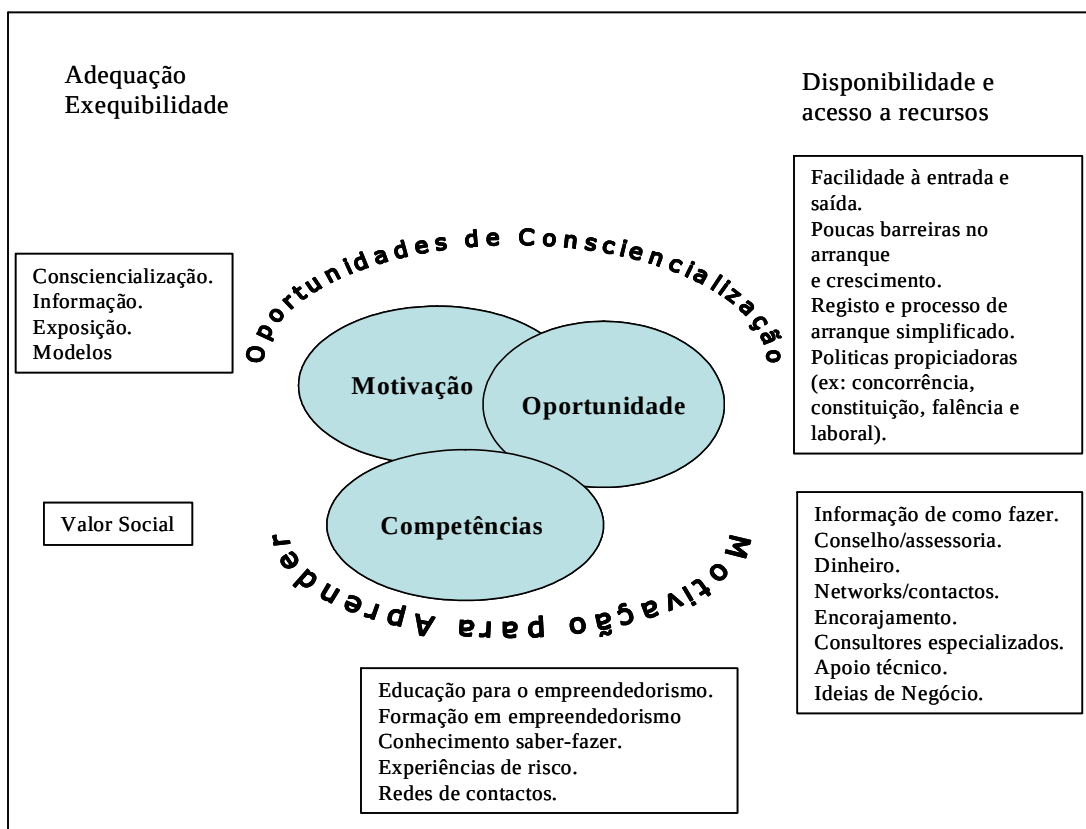
Stevenson, 2005). Estes autores referem ainda que o que pode influenciar de uma forma categórica a decisão dos indivíduos em se tornarem empreendedores, é:

- (i) Estarem conscientes da sua opção e considerarem-na socialmente desejável;
- (ii) Perceberem a existência da oportunidade e de apoio futuro no arranque e desenvolvimento da sua ideia de negócio;
- (iii) Terem confiança nas suas capacidades e competências.

Ou seja, existem níveis mais elevados de actividade empresarial em economias onde: as pessoas estão conscientes do empreendedorismo como opção exequível e se encontram dispostas a explorá-la (*Motivação*); têm acesso ao conhecimento, competências e serem capazes de as desenvolver (*Competências*); conseguem ter acesso a apoios na fase de arranque (*start-up*), tais como informação e ideias, aconselhamento e serviços de consultoria (*networking*), capital e encorajamento num ambiente que permita a regulação das políticas (*Oportunidades*).

Estas são as bases do empreendedorismo, conforme podemos verificar na figura seguinte:

Figura 2.1 - Bases das Políticas de Empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Stevenson e Lundström (2002)

De acordo com estes autores, os governos deverão trabalhar cada uma das áreas; Motivação, Oportunidades e Competências, recorrendo a uma política de empreendedorismo integrada. Stevenson e Lundström (2002) definem que uma política de empreendedorismo deve ser:

- (i) Dirigida ao pré-arranque, arranque e pós arranque do processo empresarial;
- (ii) Criada e aplicada para ir de encontro às áreas da motivação, oportunidade e competência;
- (iii) Ter como principal objectivo estimular um maior número de pessoas a considerarem o empreendedorismo como uma opção; dirigir-se à génese da tomada de decisão e avançar para a fase de “*start-up*” e “*early stage*” do negócio.

Provavelmente os Governos irão encontrar alguma dificuldade na determinação do seu papel em algumas áreas, facto não surpreendente atendendo à complexidade dos fundamentos de como a propensão dos indivíduos poderá ser influenciada de modo a optarem pelo empreendedorismo ou até mesmo de como testar o nível de eficácia empresarial de uma população.

As políticas de empreendedorismo, além de criarem as condições certas e de apoio para o aparecimento de novos empreendedores, deverão dirigir o seu apoio às fases iniciais de sobrevivência e de crescimento da nova empresa. Stevenson e Lundström (2002) e GEM (Global Entrepreneurship Monitor) estabelecem 42 meses após o arranque da empresa como o tempo máximo para que as políticas de empreendedorismo sejam aplicadas, por duas razões. Primeiro, baseando-se em dados recolhidos em estudos, concluíram que as novas empresas estão muito vulneráveis nos primeiros três a cinco anos (OECD, 2002). As hipóteses de sobrevivência de uma empresa aumentam substancialmente após os primeiros dois anos (Bartelsman *et al*, 2003). Durante este período inicial, os empresários beneficiam grandemente de apoio de consultoria, tutoria e *networking* estratégico, entre outros recursos importantes. Em segundo lugar, estes estudos revelam que empresas de elevado crescimento começam frequentemente a sua trajectória ascendente nos primeiros anos. Um dos objectivos das políticas de empreendedorismo é permitir uma maior percentagem de *start-up* de rápido

crescimento. Logo, estas políticas deverão ser orientadas para combater os obstáculos de crescimento durante os primeiros anos.

2.1.2. Estudos Empíricos sobre Políticas de Empreendedorismo: Uma Revisão

Com o objectivo de estudar o papel dos Governos na promoção do empreendedorismo, Lundström e Stevenson (2005) lançaram a pergunta “O que é que pode ser feito para aumentar o nível de actividade empreendedora numa economia, ou qual o papel exacto do Governo nesse processo?” E chegaram à conclusão que não existe uma resposta directa ou imediata, pois esta reside na interligação entre as dimensões individual, empresarial e ambiental (envolvente). Os autores referem que existem variadas “receitas” baseadas em listagens de procedimentos com o objectivo de atingir elevados níveis de actividade empreendedora, existindo, contudo, um conhecimento limitado de como essa actividade se constrói, quais as políticas que caracterizam a sua constituição e de como os políticos (teóricos/decisores) tomam as decisões de combinar todas essas políticas. Os Governos deveriam ter um conhecimento e uma sensibilidade para a premência de mudança de paradigmas de políticas económica e industrial tornando o empreendedorismo a “pedra de toque” dos resultados económicos positivos.

A primeira tentativa de análise de políticas de empreendedorismo a uma escala internacional, baseada na acção dos governos, data de 2001 (Lundström e Stevenson, 2001). O objectivo principal desta pesquisa era estudar a construção de políticas de empreendedorismo, analisar qual o envolvimento dos governos a nível nacional, bem como tentar perceber a diversidade de países que estão a implementar estas políticas. Este estudo de natureza exploratória envolveu 10 países, tendo como objectivo responder à seguinte questão: se as políticas de empreendedorismo são um domínio da Política, então: como se perfilam; em que consistem; quais os indicadores mais apropriados para medir o desempenho da implementação da política e como é que a configuração da política de empreendedorismo reflecte as circunstâncias específicas de um país ou região nos domínios económico, social, político e cultural.

A primeira fase do estudo consistiu em definir e estabelecer os parâmetros da política de empreendedorismo, bem como definir o quadro de trabalho dessas políticas. Os autores concluíram que elas diferiam de país para país em termos de evolução, tendo diferentes pontos macroeconómicos de partida, diferentes níveis de experiência ao nível das PME, datando algumas dos anos 60/70 e outras dos anos 90. O objectivo era comum: a resolução dos diferentes problemas económicos encorajando níveis mais elevados de empreendedorismo.

Verheurl *et al.* (2001) sugerem que a taxa de empreendedorismo é influenciada por componentes macro e micro-económicas, estabelecendo cinco tipos de intervenção política com impacto sobre a actividade empresarial:

Tipo 1 – Intervenções com impacto no lado da procura do empreendedorismo (afectando o tipo, o número e a acessibilidade de oportunidades de empreendedorismo);

Tipo 2 – Intervenções com impacto no lado da oferta de potenciais empreendedores (políticas de imigração e políticas de desenvolvimento regional);

Tipo 3 – Intervenções que afectam a disponibilidade de recursos e conhecimentos dos potenciais empreendedores (consultoria, apoio financeiro directo, capital de risco e educação para o empreendedorismo);

Tipo 4 – Intervenções que moldam os valores empreendedores na sociedade (através do sistema educativo e dos meios de comunicação social);

Tipo 5 – Intervenções que alteram o perfil de apetência para o risco dos empreendedores (impostos, segurança social, legislação do mercado de trabalho e política de salários).

No seguimento desta mesma linha de acção, Wennekers e Thurik (1999) concluem que existe somente espaço para dois tipos de intervenções políticas – uma destinada a promover a criação de empresas baseadas em tecnologia e em indústrias seleccionadas e a outra destinada a promover empresas recém-criadas, independentemente do seu sector, fornecendo um melhor acesso a recursos financeiros, organizacionais e

tecnológicos necessários ao seu desenvolvimento. Segundo estes autores, o papel do Governo é estimular o capital social e cultural, criando um ambiente institucional apropriado ao nível de cada país e dirigido ao lado da oferta de empreendedorismo, ou seja, focado no número de pessoas com motivação, meios financeiros e competências para lançar um novo negócio.

Já a equipa do Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 1999) usa uma combinação de abordagens, na definição das condições-chave do empreendedorismo. Para chegarem à formulação de políticas de empreendedorismo, analisaram um determinado número de medidas económicas, bem como uma selecção aleatória de novos e potenciais empreendedores, entrevistando também um pequeno número de peritos nos países participantes. O seu modelo funde o modelo convencional de crescimento económico com o modelo de processos empresariais, criando um programa de factores e condições de incentivo ao empreendedorismo. Segundo o modelo convencional, as empresas mais sólidas são consideradas o foco primário de crescimento económico, em detrimento das mais pequenas, às quais é dada pouca importância. Já o modelo de processo empresarial foca no sector empresarial as condições que lhe dão origem bem como as suas consequências económicas directas.

O relatório GEM (1999) sublinha a importância de compreender devidamente ambas as visões do processo do crescimento económico. O seu modelo de crescimento económico inclui a condução de programas de empreendedorismo (ambiente, oportunidade, motivação e capacidade), substituindo o foco tradicional nas grandes empresas por uma ênfase mais contemporânea na proximidade empresarial (nascimento, morte, expansão e contracção de empresas) como motor de crescimento. O relatório GEM de 1999 apresenta três razões para a focalização da política de empreendedorismo:

- (i) Existe uma forte relação positiva entre as taxas arranque de novas empresas e as medidas de crescimento económico;
- (ii) As novas empresas contribuem substancialmente para o crescimento do emprego, enquanto que as grandes empresas perdem empregos;

- (iii) A capacidade de um país para reabastecer o stock de negócios e empregos de forma a fixar a volatilidade e a turbulência no sector das PME influenciará a sua capacidade competitiva na economia global.

No relatório de 2001, com a inclusão de países menos desenvolvidos, os investigadores do GEM (2001) sublinham a importância das principais implicações baseadas nas conclusões da sua pesquisa:

- (i) Permitir uma educação geral e específica de empreendedorismo;
- (ii) Reduzir a burocracia para as pequenas e novas empresas;
- (iii) Lutar por um equilíbrio entre a necessidade de proteger os desempregados e a necessidade de encorajar níveis mais elevados de auto-suficiência individual;
- (iv) Promover maiores níveis de participação financeira na criação da sua empresa;
- (v) Compensar as lacunas na estrutura etária da população, em casos nos quais haja um declínio previsto do grupo dos 25-44 anos, aqueles com maior propensão para se tornarem empreendedores;
- (vi) Encorajar a tolerância de diversidade no rendimento pessoal e da riqueza.

Na mesma linha de investigação, Kantis (2002) faz recomendações para acções de política de empreendedorismo em 4 países do Sul da Ásia e em 5 países da América Latina, a partir de estudos empíricos dos comportamentos, actividades e barreiras enfrentados pelos empreendedores, particularmente na fase de *start-up*. Por outro lado, para além de reforçar as diferenças na envolvente para os empreendedores de cada região, projecta um número de implicações políticas a partir da análise do processo de experiências empresariais dos novos empreendedores. Faz ainda recomendações específicas de políticas cujo objectivo seja:

- (i) Estimular e motivar os jovens para a criação de novos negócios através do sistema de educação;

- (ii) Promover redes empresariais e criar cenários e incentivos para a criação de equipas empresariais;
- (iii) Abreviar o período de gestação de novas empresas, promovendo relações entre empreendedores e potenciais empreendedores;
- (iv) Reduzir as barreiras para a criação e desenvolvimento de novas empresas, nomeadamente os custos burocráticos;
- (v) Reforçar o contexto institucional para promover o empreendedorismo;
- (vi) Promover a participação de uma vasta gama de instituições, sendo este conjunto variável dependendo das condições específicas de cada país.

As universidades, fundações privadas, câmaras de comércio e organizações cívicas têm um papel-chave a desempenhar. Segundo este autor, o papel a desempenhar pelo governo a vários níveis é o de agir como catalizador. Deverá ser um agente delineador da estratégia, construir uma visão, mobilizar os participantes-chave e disponibilizar recursos para promover a emergência e o desenvolvimento de novos empreendedores e de empresas dinâmicas. Cada uma destas distintas abordagens de recomendações políticas contribui para o avanço do conhecimento.

Num estudo realizado em 13 países, onde, desde meados dos anos 90, os Governos adoptavam políticas e programas de apoio a pequenas e médias empresas (PME), foi encontrado um conjunto bastante consistente de políticas prioritárias para as PME, embora os governos difiram na forma de alcançar os objectivos políticos globais, bem como na abordagem às intervenções nas PME (Lundström e Stevenson, 2005). Estas políticas foram agrupadas em cinco áreas genéricas:

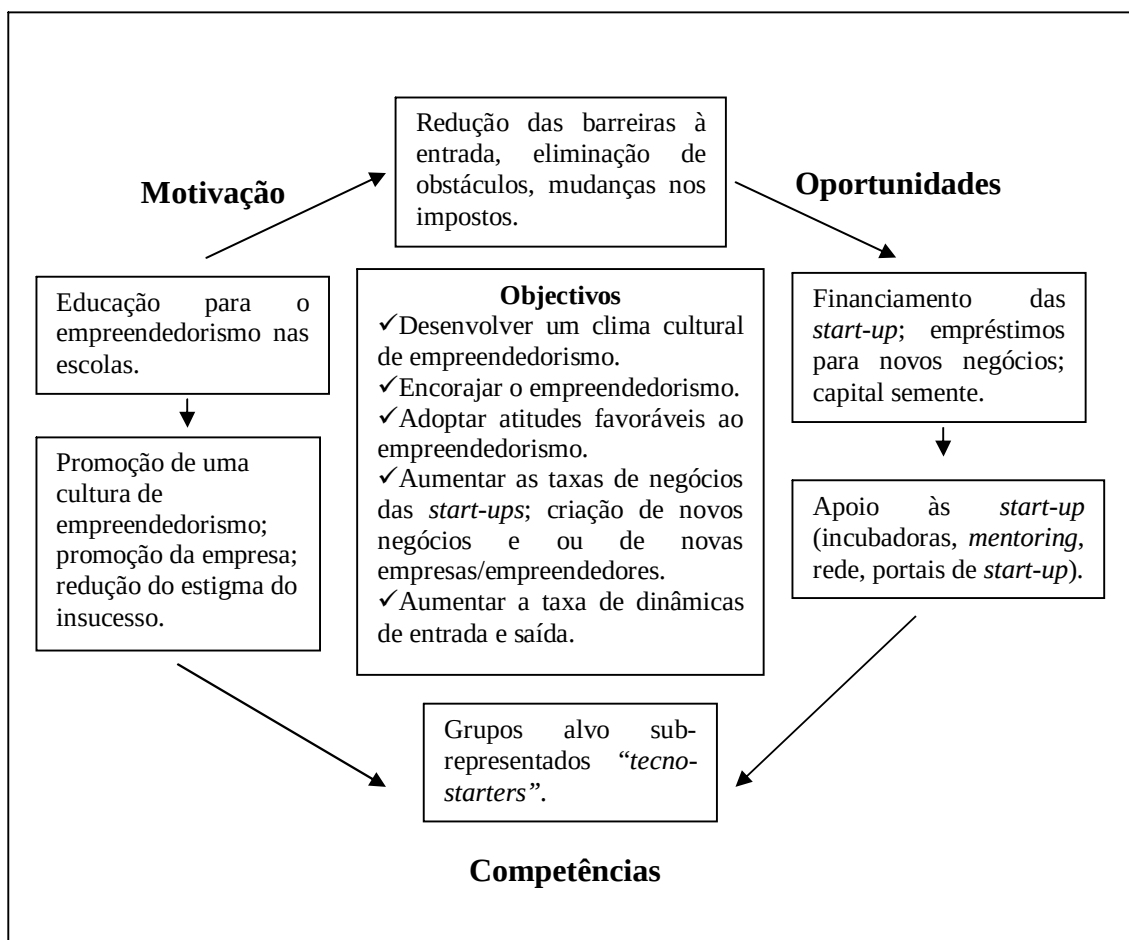
- 1 – Criação de um ambiente favorável para os negócios;
- 2 – Reduzir o peso administrativo;
- 3 – Melhorar a performance das PME;
- 4 – Melhorar a qualidade do apoio às PME;
- 5 – Fomentar o acesso das PME às oportunidades de negócio.

Num estudo realizado por Stevenson e Lundström em 2000-2001, estes categorizaram as políticas e iniciativas ligadas ao empreendedorismo em 6 áreas diferenciadas (Stevenson e Lundström, 2001):

- 1 – Promoção dos empreendedorismo;
- 2 – Educação para o empreendedorismo;
- 3 – Ambiente propício para as *start-up*;
- 4 – Capital semente para financiar as *start-up*;
- 5 – Medidas de apoio aos negócios nas *start-up*;
- 6 – Estratégias para grupos alvo.

A figura seguinte (Figura 2.2) resume as medidas das políticas de empreendedorismo

Figura 2.2. Organização das Medidas Políticas de Empreendedorismo



Fonte: Adaptado de Stevenson e Lundström (2001)

Assim, verificaram que a maioria dos países analisados tinham políticas de promoção de empreendedorismo de âmbito nacional articuladas com atitudes pró-activas de âmbito do empreendedorismo (e.g. Suécia e Reino-Unido), já que a Austrália e a Finlândia promoviam o empreendedorismo como carreira alternativa, enquanto que a Irlanda e o Reino-Unido promoviam atitudes positivas face ao empreendedorismo nas escolas e, por sua vez, a Holanda e o Reino-Unido promoviam uma cultura empreendedora.

2.1.3. Políticas de Empreendedorismo versus Políticas de PME

As políticas de apoio às pequenas e médias empresas (PME) são histórica e tradicionalmente direccionadas para os sectores produtivos e dizem respeito, em geral, às questões de competitividade (adopção de tecnologias, competências de gestão, internacionalização), dando ênfase à criação de oportunidades (e.g. melhorar o acesso a recursos financeiros e à informação; reduzir a carga administrativa e legislativa) (Lundström e Stevenson, 2005).

Tradicionalmente, os Governos dirigem os seus esforços para a criação de um limiar de pequenos negócios, tendo em atenção a sobrevivência das pequenas empresas. No entanto, as políticas de PME têm ignorado a perspectiva empresarial, em particular, no que respeita à motivação e competências necessárias aos jovens e potenciais empreendedores.

Lundström e Stevenson (2005) referem ainda que as políticas de empreendedorismo e as políticas de PME, embora inter-relacionadas, são no entanto distintas, em particular, no que diz respeito aos seus objectivos (Quadro 2.1). Assim, o principal objectivo das políticas de PME é o de reforçar as PME existentes, garantindo-lhes um determinado nível de actividade face às empresas de maior dimensão. Já o principal objectivo da política de empreendedorismo é estimular maiores níveis de actividade empresarial. Para além desta diferença, os autores apresentam ainda outros pontos divergentes:

- (i) As políticas de empreendedorismo focam nos indivíduos, enquanto as políticas das PME são centradas nas empresas;

- (ii) As políticas de empreendedorismo focam no apoio às necessidades dos empreendedores, nas fases iniciais do arranque da empresa. Por seu lado as políticas de PME destinam-se ao apoio de empresas já instaladas;
- (iii) As políticas de empreendedorismo fazem um maior uso das medidas de política *soft*, tais como o “*mentoring*” e a promoção de empreendedorismo. As políticas de PME recorrem a instrumentos *hard*, tais como os subsídios, de forma a reduzir os custos de instalação e dos equipamentos;
- (iv) A implementação da política de empreendedorismo engloba um amplo conjunto de parceiros institucionais, tais como líderes de opinião em áreas como a educação ou *media* e os diferentes ministérios governamentais². As políticas das PME são implementadas recorrendo a um conjunto mais restrito de instituições económicas, como por exemplo, as agências de desenvolvimento económico e intermediários financeiros.

² Como o desenvolvimento do empreendedorismo é afectado por políticas e acções em numerosas áreas para além do âmbito isolado de um ministério da economia ou indústria, a implementação de políticas de empreendedorismo necessita de abordagens horizontais interministeriais e inter-governamentais, bem como de estratégias que envolvam os ministérios da educação, trabalho e segurança social, entidades regulamentadoras e até de organismos para a igualdade de oportunidades. Exige igualmente o desenvolvimento de parcerias mais abrangentes como organizações sociais, media e o sector empresarial e corporativo.

Quadro 2.1 – Comparação das Características das Políticas das PME e das Políticas de Empreendedorismo

Características	Políticas Tradicionais de PME	Políticas de Empreendedorismo
Resultado	Crescimento estável, crescimento da produtividade.	Crescimento da actividade empresarial.
Objectivos Gerais	Criar um clima empresarial favorável: (e.g. regime de impostos, condições laborais, burocracia).	Criar um clima e cultura empresariais favoráveis (e.g. reduzir as barreiras à entrada, promoção do empreendedorismo na sociedade).
Objectivos Específicos	Ajudar a modernização das empresas na sua expansão e melhoria da competitividade.	Encorajar mais pessoas a começar os seus próprios negócios dando-lhes oportunidades de aprender o processo empresarial e desenvolver as competências necessárias.
Focus	Nas empresas.	Nos indivíduos.
Fase do Ciclo Empresarial	Apoio no desenvolvimento da empresa.	O apoio é oferecido nos críticos anos iniciais (arranque).
Grupos alvo	Empresas existentes. Sectores ou empresas de elevado crescimento.	Novos e potenciais empreendedores.
Prioridades Políticas	Reduzir a burocracia para as PME existentes. Melhorar o acesso ao financiamento. Melhorar o acesso à informação (empresarial, económica, do mercado e regulamentação). Facilitar o acesso aos mercados nacionais e internacionais (reduções nas taxas de importação e nos subsídios à exportação). Adoptar R&D e tecnologia.	Reduzir barreiras processuais reguladoras e fiscais para a entrada nos negócios. Facilitar o acesso a micro empréstimos e outros financiamentos de arranque. Melhorar o acesso à informação e aconselhamento na fase de arranque e <i>know-how</i> empresarial. Facilitar actividades de <i>networking</i> e parcerias para promover a aprendizagem, parcerias e diálogo entre pares. Aumentar as oportunidades dos indivíduos aprenderem o processo empresarial e competências para iniciar um negócio (e.g. educação, formação, melhorar a qualidade dos serviços de apoio ao arranque). Alimentar a consciencialização do empreendedorismo como opção viável (e.g. modelos e atitudes de referência).
Alavancas Políticas	Usar incentivos financeiros e fiscais para promover áreas específicas (R&D e exportação).	Maior uso de incentivos não financeiros.
Período de Tempo até à Obtenção de Resultados	Mais imediato (os resultados são esperados em ciclos de 3 a 4 anos).	Longo prazo (perspectiva de que o processo requer tempo).

Fonte: Adaptado de Lundström e Stevenson (2005)

2.2. Políticas de Empreendedorismo na EU

“Our lacunae in the field of entrepreneurship need to be taken seriously because there is mounting evidence that the key to economic growth and productivity improvements lies in the entrepreneurial capacity of an economy.”

(Romano Prodi, Conferência: “*For a new European entrepreneurship*”, Instituto de Empresa, Madrid, 7 Fevereiro 2002).

Nos últimos anos, o empreendedorismo tem constituído uma prioridade económica, política e social para a maioria das economias do mundo e, em particular, para os países desenvolvidos.

De acordo com o *Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa* (Comissão das Comunidades Europeias, 2003), o empreendedorismo é o principal motor da inovação, da competitividade e do crescimento. Tendo em conta a sua forte presença em sectores-chave como os serviços e as actividades baseadas no conhecimento, as pequenas empresas e os empresários desempenham actualmente um papel essencial na economia da UE. É indubitável a existência de uma relação positiva e estreita entre o empreendedorismo e os resultados económicos em termos de crescimento, sobrevivência, inovação, criação de emprego, mudança tecnológica, aumento da produtividade e da exportação (Audretsch, 2002). No entanto, o empreendedorismo dá mais do que isso às nossas sociedades, visto que também constitui um meio de desenvolvimento pessoal e pode reforçar a coesão social ao possibilitar a criação de uma empresa própria a todas as pessoas, independentemente dos seus antecedentes ou da sua situação (Conselho da União Europeia, 2001).

Em 2000, a União Europeia comprometeu-se a promover a empresarialidade no âmbito da *Estratégia de Lisboa* com o objectivo de relançar a economia e reforçar a competitividade, ou seja tornar a União Europeia na economia mais competitiva e dinâmica do mundo até 2010, baseada no conhecimento, capaz de assegurar um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e uma maior coesão social. Em particular os objectivos para a promoção do espírito empresarial e a competitividade industrial são os seguintes:

- i. Melhorar a regulamentação e a envolvente empresarial,
- ii. Implementar a carta das pequenas empresas,
- iii. Dar seguimento ao livro verde e implementar o Plano de Acção sobre o Espírito Empresarial

Neste seguimento foi criado o *Programa Plurianual para a Empresa e o Espírito Empresarial*, em especial para as pequenas e médias empresas (Conselho da União Europeia, 2000a). Através da adopção de um programa plurianual para a empresa e o espírito empresarial, em especial para as pequenas e médias empresas, a União Europeia visava reforçar a competitividade das empresas, simplificar e melhorar o seu enquadramento legislativo, administrativo e financeiro, facilitar o seu acesso aos serviços de apoio e aos programas comunitários e promover o espírito empresarial

O *Programa Plurianual para a Empresa e o Espírito Empresarial* tinha como principais objectivos:

- a) Reforçar o crescimento e a competitividade das empresas numa economia internacionalizada e assente no conhecimento;
- b) Promover o espírito empresarial;
- c) Simplificar e melhorar o enquadramento administrativo e regulamentar das empresas, nomeadamente por forma a favorecer a investigação, a inovação e a criação de empresas;
- d) Melhorar o enquadramento financeiro das empresas, em especial das PME;
- e) Facilitar o acesso das empresas aos serviços de apoio, aos programas e às redes comunitários, e melhorar a sua coordenação.

A continuidade do programa plurianual para a empresa e o espírito empresarial, em especial para as pequenas e médias empresas (2001-2006), é assegurada pelo Programa-Quadro para a Competitividade e a Inovação (2007-2013).

Nesse mesmo ano, o Conselho Europeu aprovou ainda a *Carta das Pequenas Empresas* – um conjunto de iniciativas a favor das pequenas empresas e do empreendedorismo (Conselho da União Europeia, 2000b). A *Carta das Pequenas Empresas* considera que

as pequenas empresas têm de ser encaradas como um dos principais motores da inovação, do emprego e da integração social e local na Europa. Assim, é necessário criar o melhor enquadramento possível para as pequenas empresas e para desenvolver o empreendedorismo.

Desta forma, a União Europeia identifica um conjunto de princípios que têm como objectivo:

- (i) Reconhecer o dinamismo das pequenas empresas e a sua capacidade para responder às novas necessidades do mercado e criar empregos;
- (ii) Salientar a importância das pequenas empresas na promoção do desenvolvimento social e regional ao actuarem como exemplos de iniciativa e empenho;
- (iii) Reconhecer que o empreendedorismo constitui uma qualidade valiosa e produtiva a todos os níveis de responsabilidade;
- (iv) Louvar os empreendimentos bem sucedidos, que merecem ser justamente recompensados;
- (v) Considerar que um certo grau de insucesso é consentâneo com a iniciativa responsável e faz parte dos riscos a assumir, devendo ser encarado sobretudo como uma oportunidade de aprender;
- (vi) Reconhecer os valores do conhecimento, do empenho e da flexibilidade na nova economia.

Ao aprovar a *Carta das Pequenas Empresas*, a Comissão compromete-se a seguir as linhas de acção adiante definidas, tomando em devida consideração as necessidades das pequenas empresas:

1. Educação e formação para o desenvolvimento do espírito empresarial, em todos os níveis de ensino;
2. Um arranque das empresas mais barato e mais rápido, de forma a garantir que se tornem mais competitivos;
3. Melhor legislação e regulamentação, garantindo uma simplificação das mesmas;

4. Disponibilização de competências, assegurando uma oferta adequada de competências adaptadas às necessidades das pequenas;
5. Melhoria do acesso *on-line* das empresas a serviços públicos;
6. Beneficiar mais do mercado único;
7. A fiscalidade deve ser adaptada à promoção do empreendedorismo;
8. Reforço da capacidade tecnológica das pequenas empresas e fomento da participação das pequenas empresas na cooperação entre sociedades a nível local, nacional, europeu e internacional, bem como a colaboração entre as pequenas empresas e os estabelecimentos de ensino superior e de investigação;
9. Encorajar as pequenas empresas a aplicarem as melhores práticas e a adoptarem modelos de actividade bem sucedidos que lhes permitam florescer verdadeiramente na nova economia;
10. Representação mais forte e eficaz dos interesses das pequenas empresas a nível da União e a nível nacional.

Para aproveitar plenamente o seu potencial em matéria de empreendedorismo, a UE deve adoptar iniciativas sérias para tornar a Europa mais atraente para a actividade empresarial. No entanto, isto não é suficiente para alimentar a dinâmica empresarial, é também necessário uma mentalidade mais orientada para o empreendedorismo. Isto implica a promoção activa dos valores do espírito empresarial e a atenuação dos receios ligados à tomada de riscos entre o maior número possível de potenciais empreendedores. Neste sentido, a Europa pode aproveitar bons exemplos existentes no seu território, tirando partido da grande diversidade regional em termos de riqueza e de ambiente empresarial.

Em 2003, a Comissão publicou o *Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa*, que tem por base uma recolha exaustiva de dados, análises, inquéritos e experiências políticas, tendo como objectivo conseguir a maior participação possível de interessados na definição da futura agenda política.

O *Livro Verde* abordou dez questões relacionadas com dois problemas fundamentais para a Europa: “*Como produzir mais empresários?*” e “*Como conseguir que mais empresas cresçam?*”³.

Neste sentido, esboça o panorama da União Europeia ao nível do espírito empresarial, focando a importância do empreendedorismo, as lacunas do tecido empresarial da União Europeia e o seu potencial, as opções políticas para o empreendedorismo, bem como as orientações para tornar uma sociedade mais empreendedora.

Assim, no *Livro Verde* são definidos três pilares de acção no sentido de tornar uma sociedade mais empreendedora:

- (i) Eliminar os obstáculos ao desenvolvimento e ao crescimento das empresas;
- (ii) Pesar os riscos e as recompensas o espírito empresarial;
- (iii) Uma sociedade que valoriza o espírito empresarial.

Com base na consulta pública, foi desenhado um *Plano de Acção* que se destina a incentivar mais pessoas a criar uma empresa e a auxiliar os empresários, apoiando-os na realização das suas ambições, na criação de um ambiente propício às actividades empresariais.

Neste sentido e para promover o espírito empresarial, a Comissão adoptou um conjunto de acções chave consideradas essenciais:

- (i) Promover a cultura empresarial entre a juventude;
- (ii) Reduzir o estigma do insucesso;
- (iii) Facilitar a transmissão de empresas;
- (iv) Rever os regimes de segurança social dos empresários;
- (v) Prestação de apoio específico às mulheres e às minorias étnicas;
- (vi) Apoiar as empresas no desenvolvimento de relações entre as empresas;
- (vii) Estimular os capitais e estabelecer balanços mais sólidos nas empresas;
- (viii) Escutar as PME;

³ O debate público desencadeado pelo *Livro Verde sobre o Espírito Empresarial* suscitou um enorme interesse dentro e fora da Europa. As partes interessadas partilharam voluntariamente as suas experiências no decorrer do seu trabalho diário com as empresas ou através da investigação.

- (ix) Simplificação da legislação fiscal.

A Comissão Europeia acrescentou que as iniciativas levadas a cabo no contexto do plano de acção atrás referido, deveriam produzir *resultados* a nível europeu, ou seja:

- (1) Provocar a mudança de mentalidades, orientando as pessoas para o espírito empresarial, possibilitando *o aumento do número de novas empresas, e a aquisição de empresas como forma de criação do próprio emprego;*
- (2) Melhores resultados empresariais implicam o reforço da competitividade e do crescimento: *balanços mais sólidos, maior inovação do sector privado, mais actividades comerciais das PME no mercado interno, mais empregos criados e mais empresas de crescimento rápido;*
- (3) Um melhor clima empresarial: *menos tempo e despesas necessários para respeitar os procedimentos regulamentares e administrativos.*

2.3. Políticas de Empreendedorismo em Portugal

Nas últimas décadas, o empreendedorismo tem sido visto como uma peça fundamental no desenvolvimento da economia de um país, concorrendo de forma clara para a criação de novos negócios ou de novas oportunidades de negócio em empresas já existentes (GEM, 2004).

2.3.1. O Empreendedorismo em Portugal: Breve Análise

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2004), um país empreendedor é todo aquele que providencia oportunidades de negócio e infra-estruturas para auxiliar os novos empreendedores e impulsionar os seus negócios. O estudo de 2004 do Global Entrepreneurship Monitor para o caso português permitiu concluir que Portugal apresentava uma das mais baixas taxas de actividade empreendedora da União Europeia

e do conjunto dos países GEM 2004. Comparativamente aos resultados obtidos no âmbito do último relatório GEM que contou com a participação portuguesa, em 2001, a taxa de actividade empreendedora em Portugal diminuiu. Concluiu-se ainda que existe um equilíbrio quase perfeito entre o número de empreendedores do sexo feminino e masculino em Portugal, o que contrasta com a tendência mundial. O padrão do empreendedorismo em Portugal caracteriza-se também por mais de 70% dos empreendedores optar por sectores de actividade direccionados para o consumidor, existindo um número significativamente maior de indivíduos que se tornaram empreendedores movidos pela intenção de aproveitar uma oportunidade de negócio, em comparação com aqueles que tomaram esta opção por não encontrarem “melhores opções de emprego”.

O mesmo relatório identifica também os aspectos chave que influenciam as dinâmicas económicas e as condições do empreendedorismo em Portugal.

Assim, Portugal apresentava algum dinamismo no que respeita ao aumento do número de parques de ciência e tecnologia e de incubadoras de empresas, o que constitui uma melhoria das infra-estruturas físicas, bem como da legislação anti-trust, que é considerada como eficiente na protecção da propriedade intelectual. No entanto, foram encontradas diversas barreiras ao empreendedorismo em Portugal nomeadamente o insuficiente apoio financeiro a iniciativas ligadas ao empreendedorismo, bem como a difícil acessibilidade ao capital do sector privado. Assim, apesar do apoio financeiro prestado por instâncias governamentais ser considerado adequado no seu todo, é aplicado de forma ineficiente, atenuando, portanto, o fomento do empreendedorismo. Existe uma consciencialização, por parte do Governo, das necessidades dos empreendedores, no entanto, a morosidade do aparelho burocrático resulta numa ineficiente interacção entre as agências governamentais e os empreendedores. O sistema educacional Português (a todos os níveis), não prepara os estudantes para tirarem partido de novas oportunidades de negócio e não promove a criatividade ou o espírito inovador. Verifica-se ainda a existência boas práticas de I&D em Portugal, no entanto é necessário melhorar as relações entre a investigação e o mercado. Apesar de existirem boas infra-estruturas, o acesso às mesmas está geralmente além das possibilidades financeiras de empresas novas e em crescimento.

2.3.2. Políticas de Apoio ao Empreendedorismo em Portugal

Desde os anos 80, com a entrada de Portugal na Comunidade Europeia, o desenvolvimento da política de apoio ao tecido empresarial acompanhou de perto os Quadros Comunitários de Apoio (QCA).

Assim, o *Sistema Nacional de Inovação* iniciou-se com os programas Ciência e PEDIP I (1988-1992), através de medidas como a Criação das Infra-estruturas Tecnológicas, Apoio a Projectos de Investimento em Aquisição e Desenvolvimento de Tecnologias, Missões de Produtividade e Missões de Qualidade e Design Industrial.

Por seu lado, o PRAXIS e o PEDIP II, a partir de meados dos anos 90 (1994-1999), deram especial realce às acções indutoras da inovação, e consequentemente, ao estímulo à função empresarial e ao aproveitamento pelas empresas do conhecimento e da tecnologia disponível nas Instituições do SCTN – Sistema Científico e Tecnológico Nacional. Salientou-se o Sub - Programa 1 - Promoção e Consolidação das Infra-estruturas de Apoio Técnico e Tecnológico, o regime de Apoio à I&DT e a medida de Apoio à Inovação e Transferência de Tecnologia.

O posterior lançamento de novos programas no âmbito do III Quadro Comunitário de Apoio (QCA III - 2000-2006), nomeadamente o POE - Programa Operacional da Economia, POCTI – Programa Operacional da Ciência, Tecnologia e Inovação e POSI - Programa Operacional para a Sociedade da Informação, inscreveram-se no quadro de referências do PROINOV.

Estes programas sofreram reformulações, e deram origem à criação do PRIME - Programa de Incentivos à Modernização da Economia, que sucedeu ao POE, no âmbito da Nova Política Económica do então XV Governo Português, consagrada no PPCE - Programa para a Produtividade e o Crescimento da Economia.

Actualmente, o *Quadro de Referência Estratégico Nacional* (QREN) 2007-2013 assume como grande desígnio estratégico para Portugal a qualificação, valorizando o conhecimento, a ciência, a tecnologia e a inovação. Pretende-se ainda a promoção do desenvolvimento económico e sócio-cultural e da qualificação territorial, num quadro de aumento da eficiência e qualidade das instituições públicas. (QREN, 2008)

No actual contexto, e tendo em conta as características do tecido empresarial português e a necessidade de uma actuação especializada face a diferentes estádios de desenvolvimento e grau de inserção no mercado global, foram criados 3 Sistemas de Incentivos:

- **SI I&DT – Sistema de Incentivos à Investigação e Desenvolvimento Tecnológico nas Empresas**, tem como objectivo intensificar o esforço nacional de I&DT, criando novos conhecimentos com vista ao aumento da competitividade das empresas, promovendo a articulação entre estas e as entidades do Sistema Científico e Tecnológico (SCT);
- **SI Inovação – Sistema de Incentivos à Inovação**, visando a inovação no tecido empresarial, bem como o estímulo ao empreendedorismo qualificado e ao investimento estruturante em novas áreas com potencial crescimento;
- **SI Qualificação PME – Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização de PME**, que visa a promoção da competitividade das PME através do aumento da produtividade, da flexibilidade e da capacidade de resposta e presença activa no mercado global.

A estruturação operacional do QREN foi sistematizada através da criação de **Programas Operacionais Temáticos** e de **Programas Operacionais Regionais** para as regiões do Continente e para as duas Regiões Autónomas.

As temáticas eleitas pelo QREN para os Programas Operacionais são os Factores de Competitividade (FEDER), o Potencial Humano (FSE) e a Valorização do Território (FEDER e Fundo de Coesão).

Os Programas Operacionais Regionais do Continente foram estruturados territorialmente de acordo com as NUTS II e são co-financiados pelo FEDER (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional).

2.4. Infra-Estruturas de Promoção do Empreendedorismo em Portugal

2.4.1. Infra-estruturas Tecnológicas

Segundo a OCDE, um Sistema Nacional de Inovação (SNI) é composto por um conjunto de instituições num determinado território nacional e relacionadas entre si que contribuem para criar, desenvolver, absorver, utilizar e partilhar conhecimentos economicamente úteis.

Num sistema nacional de inovação, os actores centrais são as empresas, que interagem com as instituições de ensino e investigação, serviços de administração pública, centros de interface e apoio tecnológico e sistema financeiro, entre outros.

A inovação, entendida como a utilização do conhecimento sobre novas formas de organização, produção e comercialização de bens e serviços, é um factor de competitividade por excelência para a União Europeia. A importância da inovação obriga a um esforço para fortalecer os Sistemas de Inovação, dando coerência às políticas nacionais e comunitárias, promovendo ambientes facilitadores e atractivos para as empresas.

Segundo Alípio (2007), no domínio dos agentes de inovação posicionam-se as chamadas infra-estruturas tecnológicas, que são entidades que têm genericamente como missão o apoio técnico e tecnológico ao tecido empresarial, o desenvolvimento de projectos de investigação aplicada em colaboração com as empresas, a prospectiva tecnológica, a vigilância tecnológica e a formação técnica e tecnológica específica, orientada para as necessidades dos processos e dos produtos industriais. Incluem-se aqui:

- Centros Tecnológicos;
- Institutos de Novas Tecnologias;

- Centros de Transferência de Tecnologia;
- Centros de Incubação;
- Parques Tecnológicos;
- Escolas Tecnológicas;
- Laboratórios de Estado;
- Outras instituições públicas de investigação;
- Instituições privadas de investigação.

Para além da prestação directa de serviços às empresas, estas infra-estruturas participam em projectos de Investigação & Desenvolvimento Tecnológico (I&DT) em parceria ou em consórcio com empresas ou Associações Empresariais, quer no contexto nacional ou internacional.

Ainda segundo o mesmo autor, só a partir dos anos oitenta é que se registou um crescimento do sistema científico nacional. Neste sentido estamos perante uma realidade relativamente recente.

Alípio (2007) refere ainda que existem diversas razões que permitem explicar a referida emergência tardia do sistema científico nacional e o reconhecimento da importância da ciência no desenvolvimento económico e social do País:

- Durante décadas, a investigação científica não era uma prioridade da acção política e governativa;
- O recente desenvolvimento do ensino superior, no que respeita à qualificação dos seus quadros de docência e à formação de mestres e doutores, assim como o incremento da dedicação a actividades de I&D por parte dos docentes universitários, consolidados na criação de centros e departamentos de I&D;
- O reconhecimento político da importância das actividades de ciência, tecnologia e investigação para o desenvolvimento do País, nomeadamente

pela assunção de um novo modelo de desenvolvimento, que privilegia o conhecimento, a qualificação dos recursos humanos e a inovação, como factores decisivos para que Portugal possa enfrentar os desafios da competitividade e da produtividade num crescente contexto de internacionalização.

O rápido desenvolvimento do sistema científico, que em grande parte foi devido à entrada de Portugal na União Europeia, resultou numa proliferação de centros de apoio à criação e desenvolvimento de empresas pelo País, sendo vários de reconhecida competência internacional.

Podemos assim caracterizar as infra-estruturas tecnológicas de apoio ao empreendedorismo:

- **Centros Tecnológicos**

Os *Centros Tecnológicos* (CT) são “entidades vocacionadas para sectores industriais específicos com o objectivo prioritário de fornecer apoio técnico e tecnológico às empresas do sector, através de actividades como a introdução de novas tecnologias nas empresas, certificação e controlo de qualidade, formação e informação no âmbito das tecnologias aplicáveis ao sector” (INETI, 1996).

A constituição dos Centros Tecnológicos data de 1983, sendo participados, em geral, por associações empresariais sectoriais ou horizontais, empresas públicas (e.g. IAPMEI) e por empresas do sector de especialização. Os Centros tecnológicos apresentam um perfil marcadamente sectorial, localizando-se, em geral nas zonas mais industrializadas na sua área de especialização.

- **Institutos de Novas Tecnologias**

Geralmente estas entidades encontram-se especialmente vocacionadas para a aceleração do processo de introdução de novas tecnologias nos processos industriais, através da investigação conduzida ou da aplicação dos resultados produzidos por entidades

associadas (Universidades). Os seus perfis e estatutos são diversos (quer em personalidade jurídica, autonomia financeira, etc.), mas resultam tipicamente de iniciativas conjuntas de Universidade, Associações profissionais e Laboratórios do Estado.

- **Centros de Transferência de Tecnologia**

Inúmeros países reconhecem a importância da organização dos processos de transferência de tecnologia e desenvolveram os centros de transferência de tecnologia, bem como gabinetes especializados na gestão da transferência de conhecimento. Estas entidades estão vocacionadas para funcionar em estreita colaboração com entidades de investigação, de forma a promover a interacção entre as universidades e a indústria.

- **Centros de Incubação**

Os centros de incubação são organizações que contam com um leque de meios materiais, logísticos e humanos para a promoção da criação de empresas. O seu apoio centra-se no apoio à elaboração do plano de negócios, na assistência à procura de financiamentos e incentivos, no apoio à formação empresarial, bem como na disponibilização de infra-estruturas físicas a preços compensadores. Estas entidades funcionam preferencialmente em pólos tecnológicos ou no raio de acção de Institutos, Universidade e Associações Empresariais. Os centros de incubação surgiram na Europa em 1984, por iniciativa da então Comunidade Económica Europeia, enquadrados na actividade dos Business and Innovation Centres (BIC), tendo como preocupação primordial a reanimação de regiões economicamente deprimidas pela quebra de actividade associada a processos de desindustrialização.

- **Parques Tecnológicos**

Os Parques Tecnológicos são vistos pela Associação Portuguesa de Parques de Ciência e Tecnologia (Tecparques) como empreendimentos promotores de inovação e desenvolvimento, servindo de interface entre os sistemas empresarial, científico e

tecnológico e promovendo a ligação formal com universidades e /ou instituições de investigação e desenvolvimento.

Os parques são geralmente espaços privilegiados de concentração de entidades de tipologia e natureza distinta mas com actividades orientadas primordialmente para o conhecimento, a inovação e o desenvolvimento da tecnologia. A ligação entre os parques tecnológicos e incubadoras de empresas de base tecnológica é essencial, porque a incorporação de inovação está associada a empresas nascentes, em *start-ups* de base tecnológica, as chamadas *New Technology Based Firms* (NTBF). Trata-se pois de criar condições para que os progressos científicos e tecnológicos alcançados sejam transferidos para as empresas, entre as empresas e aplicados a circuitos económicos, aí frutificando em competitividade e consequente rentabilidade.

- **Escolas Tecnológicas**

As Escolas Tecnológicas são infra-estruturas de formação com o objectivo de dar resposta à carência de quadros especializados nas empresas. A sua intervenção centra-se essencialmente, na organização de formação pós-secundária de longa - duração (CET - Cursos de Especialização Tecnológica), orientadas para a especialização tecnológica em áreas consideradas estratégicas para o desenvolvimento tecnológico e organizacional do tecido empresarial.

2.4.2. Outras Infra-estruturas de Apoio ao Empreendedorismo

- **IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento.**

O *Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação* (IAPMEI) é o principal instrumento das políticas económicas direccionadas para as micro, pequenas e médias empresas dos sectores industrial, comercial, de serviços e construção, cabendo-lhe agenciar condições favoráveis para o reforço do espírito e da competitividade empresarial (IAPMEI, 2008).

As áreas intervenção do IAPMEI compreendem todas as fases dos ciclos de vida das empresas, desde o estímulo à criação de novos negócios, o crescimento e desenvolvimento, o acompanhamento em fases críticas e a dissolução. Concretamente, o IAPMEI promove:

- Facilitação institucional e desburocratização;
- Incentivos ao investimento;
- Dinâmica e inovação empresarial;
- Melhoria do acesso ao financiamento;
- Revitalização empresarial.

Apresenta uma estrutura com actuação a nível regional, numa lógica de proximidade e facilitação junto das empresas e dos empreendedores. Assim, a sua intervenção junto do tecido empresarial é realizada através de:

- Uma rede local constituída por gabinetes de empresas espalhados por Portugal e Espanha;
- Centros de formalidades das empresas, ou entidades participadas actuando nas vertentes técnica, tecnológica e financeira;
- Projectos de parceria com outras entidades da esfera pública ou privada, com destaque para serviços do Estado destinados às empresas, entidades dos sistema científico e tecnológico nacional ou associações empresariais.

- **Centros de Formalidades das Empresas (CFE)**

Os *Centros de Formalidades das Empresas* (CFE, 2008) são serviços de atendimento e de prestação de informações aos utentes que têm por finalidade facilitar os processos de constituição, alteração ou extinção de empresas e actos afins. Consistem na instalação física, num único local, de delegações ou extensões dos Serviços ou Organismos da Administração Pública que mais directamente intervêm nos processos atrás referidos.

Actualmente, os CFE têm competência para constituir vários tipos de sociedades comerciais, como sociedades por quotas, sociedades unipessoais por quotas, sociedades em nome colectivo, sociedades anónimas e sociedades em comandita. Podem ainda

proceder à transformação de sociedades, alteração do pacto social, dissolução de sociedades e constituição de ACE (Agrupamentos Complementares de Empresas).

- **ANJE – Associação nacional de jovens empresários**

A ANJE é uma associação, de direito privado e utilidade pública, que tem por objecto a reunião dos jovens empresários portugueses, com vista à satisfação de interesses comuns e ao desenvolvimento das suas actividades profissionais, nomeadamente nos aspectos da formação e informação.

A ANJE propõe-se nomeadamente, a defender os interesses dos jovens empreendedores, promovendo a sua formação profissional e a fomentar o intercâmbio de experiências e a troca de informações, dinamizando novos projectos empresariais. Visa ainda representar institucionalmente os jovens empresários junto dos organismos oficiais e dos decisores políticos.

A ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários, como entidade representativa dos jovens empresários e empreendedores, projectou juntamente com algumas câmaras municipais vários centros empresariais, em Barcelos, Trofa, Maia, Matosinhos, Porto, Aveiro e Faro. Estes Centros Empresariais são infra-estruturas que estão vocacionadas para a incubação de empresas, projectadas por jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 40 anos que pretendam iniciar ou dar continuidade a uma actividade profissional.

Têm como finalidade incentivar os jovens empreendedores a criar a sua própria empresa, proporcionando-lhes as condições favoráveis para um crescimento sustentado e com maiores probabilidades de sucesso no início de actividade. Os serviços de apoio abrangem serviços como a consultoria, incubação de empresas e uma ampla oferta formativa. (ANJE, 2008)

- **CACE - Centro de Apoio à Criação de Empresas**

Os *Centros de Apoio à Criação de Empresas*, habitualmente reconhecidos como CACE's, são infra-estruturas criadas no âmbito do IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional, dotadas de autonomia funcional e orgânica e cuja actuação tem por objectivo contribuir para a modernização empresarial.

Os CACE promovem o aparecimento e consolidação de novas empresas, com projectos viáveis do ponto de vista técnico, económico e financeiro e geradores de desenvolvimento nas áreas social, económica e tecnológica na sua região de implantação. Promovem o aparecimento de novas empresas na área geográfica em que estão implantados, proporcionando-lhes condições técnicas e físicas para um desenvolvimento e crescimento sustentado através dos Ninhos de Empresas, prestando-lhes apoio técnico com vista a permitir a sua posterior integração no mercado com total autonomia. (IAPMEI, 2008)

- **Ninhos de Empresas**

Os *Ninhos de Empresas* são espaços físicos dotados de infra-estruturas de apoio técnico e material onde os jovens podem exercer actividades empresariais, na área dos serviços. O principal objectivo deste programa é estimular a capacidade criativa e empreendedora dos jovens, proporcionando-lhes os apoios necessários à constituição ou ao desenvolvimento de empresas.

Destinam-se a jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos, recém-licenciados ou com formação profissional especializada, que se queiram candidatar individualmente ou em grupo, até ao limite de quatro elementos, para constituir a sua empresa de consultoria e projecto. As empresas criadas no âmbito deste programa instalam-se em gabinetes, pagando uma renda simbólica pela ocupação desse espaço, por um período de 3 anos, não renovável. Às empresas será, ainda, garantido apoio de secretariado, telefone, telefax, bar, restaurante, auditório e sala de exposições. Está, também, previsto um apoio técnico, prestado por personalidades (patronos) que, ao longo da sua vida profissional, se tenham destacado nos mais variados domínios. (Fundação da Juventude, 2008)

2.4.3. Instrumentos de Financiamento do Empreendedorismo

Existem várias formas de apoio à criação e ao desenvolvimento de empresas, nomeadamente no que diz respeito ao seu financiamento, dos quais passamos a destacar as seguintes:

- **Capital de Risco**

É uma das formas de financiamento da actividade empresarial através de capitais próprios, com um horizonte de médio e longo prazo, mediante a entrada de um sócio, normalmente minoritário, mas empenhado no sucesso da empresa e que, por isso, acompanhará de forma activa.

O capital de risco é uma das mais importantes formas de financiamento das empresas em fase inicial, estando vocacionado para o apoio a empresas sem acesso ao mercado de capitais, com relevo para as PME. Ao fazerem um investimento deste tipo, os investidores passam a ser sócios da empresa. Logo, se esta fracassar, estão sujeitos à perda total do investimento; mas se tiver sucesso, têm direito a participar no êxito.

O objectivo das sociedades de capital de risco é identificar projectos com forte competência, que estão em fase crescente ou numa situação financeira delicada e realizar um investimento a nível financeiro e de gestão, de forma a desenvolver estratégias de valorização do negócio.

- **Business Angels**

Um *Business Angel* é um investidor que realiza investimentos em oportunidades nascentes (tipo *start-up* ou *early stage*). Participa em projectos com *smart money*, isto é, para além de levar capacidade financeira, também contribui com a sua experiência e *network* de negócios.

Os Business Angels gostam de exercer a sua capacidade de *mentoring* dos projectos, procurando não só um elevado retorno nos projectos em que investem, mas também novos desafios, de preferência no seu país ou região.(APBA, 2008)

- **Garantia Mútua**

A *Garantia Mútua* é um sistema privado e de cariz mutualista de apoio às micro, pequenas e médias empresas (PME), que se traduz fundamentalmente na prestação de garantias financeiras para facilitar a obtenção de crédito em condições de preço e prazo adequadas aos seus investimentos. Com o objectivo de impulsionar o investimento, desenvolvimento, modernização e internacionalização das PME, as Sociedades de

Garantia Mútua (SGM) prestam ainda garantias necessárias ao desenvolvimento da sua actividade nos sectores da indústria, comércio, serviços, construção e turismo.(Norgarante, 2008)

- **Micro-Crédito**

O *Micro-Crédito* é um mecanismo de resposta às dificuldades que muitas pessoas sentem na obtenção de créditos bancários para a concretização de um qualquer negócio próprio. Este empréstimo serve, em particular, todos os que se encontrem em situações financeiras desfavoráveis ou com trabalhos precários.

O micro-crédito destina-se a pessoas desfavorecidas, que não têm acesso ao crédito bancário normal e desejem criar o seu próprio posto de trabalho ou uma micro-empresa, como desempregados com baixa qualificação escolar e profissional, mulheres não activas, reformados com baixos rendimentos, entre outros. A iniciativa do investimento deverá poder vir a transformar numa actividade sustentável, capaz de gerar um excedente de rendimento e garantindo o reembolso do capital emprestado.

Actualmente, existem em Portugal uma série de instituições bancárias que promovem o micro-crédito, como é o caso de Millennium BCP, BES, Caixa Geral de Depósitos (entidades protocoladas com a ANDC), BPI, entre outros. (Portal do Cidadão, 2008)

- **Programa FINICIA**

O *Programa FINICIA* é uma iniciativa desenvolvida pelo IAPMEI, que tem como objectivo facilitar o acesso ao financiamento às empresas de menor dimensão para a criação das mesmas, que, tradicionalmente apresentam maiores dificuldades na sua ligação ao mercado financeiro. Através de uma rede de duas centenas de entidades, o Programa desenvolve actividades de sensibilização para o empreendedorismo, apoio à execução de planos de negócio e, para projectos inovadores, disponibiliza recursos para a execução dos planos de negócio.(IAPMEI, 2008)

O Programa FINICIA apresenta 3 eixos de intervenção: apoio à criação de empresas ou a PME existentes que apresentem projectos com uma elevada componente inovadora e potencial de crescimento; financiamento para a criação de empresas ou para PME criadas há menos de 3 anos; apoio a PME existentes ou em fase de criação, com

actividade ou projecto empresarial de relevância local em municípios aderentes aos Fundos FINICIA.

- **Bolsa de Ideias e de Meios**

A *Bolsa de Ideias e de Meios* é um instrumento criado pelo IAPMEI, IFT e INTELI, no projecto FIVE – Fomento da Inovação e Valorização Empresarial, que visa identificar ideias com características inovadoras, susceptíveis de valorização empresarial, e meios financeiros ou de outra natureza que contribuam para a concretização das ideias em empresas.

A Bolsa de Ideias e de Meios tem como objectivo principal facilitar o contacto entre os detentores de ideias e os detentores de meios (capital, *know-how*, tecnologia), promovendo a selecção, de uma forma sistemática e contínua, de ideias de negócios, apoiando a sua conversão em projectos empresariais. (IAPMEI, 2008)

2.5. O Caso dos Business and Innovation Centres (BIC)

Desde 1980 que a Comissão Europeia, através da DG XVI e posteriormente da EBN - European Business Innovation Centres Network, tem trabalhado no desenvolvimento de uma rede de BIC, estruturas cujo o objectivo principal é a criação de empresas inovadoras, geradoras de valor acrescentado e riqueza nas regiões onde se inserem, contribuindo para a redução das assimetrias entre as várias regiões comunitárias.

Neste sentido, os Business and Innovation Centres (BIC), também designados por Centros Europeus de Empresas e Inovação (CEEI), são instrumentos de desenvolvimento económico dirigidos essencialmente a sectores de actividade geradores de riqueza e que, mediante a sua metodologia de apoio integral, contribuem de forma eficaz para:

- A dinamização, criação e reestruturação de micro, pequenas e médias empresas;
- A significativa redução da taxa de mortalidade de novas empresas;

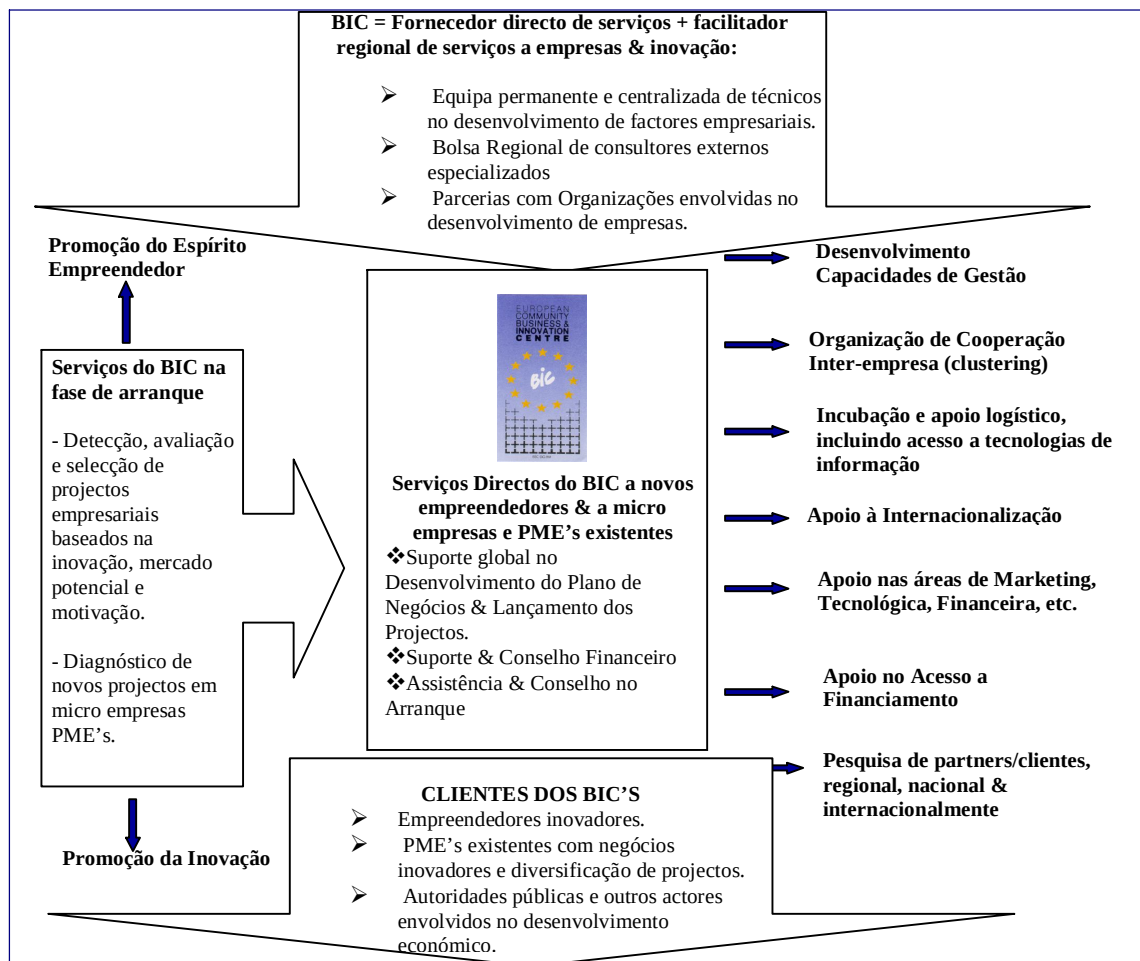
- A inovação e a competitividade empresarial;
- A diversificação da produção e o desenvolvimento endógeno;
- A geração e a preservação de postos de trabalho e a respectiva qualificação;
- O desenvolvimento das capacidades de gestão e o fomento da vocação empresarial;
- O desenvolvimento da cooperação transnacional, nos âmbitos financeiro, tecnológico e comercial.

Os BIC, enquanto entidades que proporcionam um apoio integral ao desenvolvimento das PME, estão concebidos com a finalidade de pôr em prática dois tipos de mecanismos:

- **Mecanismos de selecção**, que permitem identificar as iniciativas mais prometedoras, tanto de pessoas empreendedoras que desejam criar a sua própria empresa, como de empresas já existentes que pretendam aumentar a sua eficácia;
- **Mecanismos de organização**, dirigidos a melhorarem as condições de acesso dos empresários e das PME a serviços de apoio às empresas, aumentando assim as suas possibilidades de êxito.

Logo, os BIC's põem em prática uma política estrutural e integrada de prestação de serviços para fomentar, de forma saudável, tanto a criação como o desenvolvimento de PME's.

Figura 2.3. – Serviços Integrados prestados pelos BIC



Fonte: Adaptado de Comissão Europeia (2000c)

Os BIC's são, portanto, instrumentos eficazes de desenvolvimento, adaptados ao seu meio social e empresarial e à sua região. Cumprem uma função social, ao serem instrumentos de desenvolvimento económico, levando a cabo a sua acção através de uma metodologia integral própria, de demonstrada eficácia, regida por critérios estritamente profissionais, que transmite ao mundo empresarial. São também um meio eficaz e coerente, desde o nascimento de uma ideia/projecto até ao seu arranque e implementação, que com a sua perspectiva dinâmica e integral, ajudam a suprir todo o tipo de carências que poderiam obstar ao êxito de qualquer projecto inovador.

A Comissão Europeia, no *Livro Verde sobre a Inovação* (Comissão Europeia, 1995), recomenda o encorajamento da inovação nas empresas, particularmente nas PME, e o reforço da dimensão regional da inovação, na qual os BIC têm um papel preponderante:

e tecnologia. Será ainda de referir que a Rede de BIC's foi responsável pela organização de 4.121 eventos cujo objectivo era a promoção do empreendedorismo.

Quadro 2.2 – Indicadores de Realização

<i>Indicador</i>	<i>Total 2006</i>	<i>Média por BIC</i>	<i>Variação em relação a 2005</i>
Número de PME's existentes apoiadas	20.979	157	37,72%
Percentagem estimada de projectos centrados em Inovação Tecnológica	–	54%	3%
Numero de eventos organizados para promover o empreendedorismo	4.121	30	14,81%

Fonte: BIC Observatory (2007)

Durante o ano de 2006, a Rede de BICs identificou cerca de 2.110.529 projectos de *start-up* e/ou outros projectos empresariais, dos quais pré-seleccionou cerca de 34.583, antes do estudo de viabilidade. Este Rede foi ainda responsável pelo apoio ao desenvolvimento de 22.426 planos de negócio, tendo criado 4.203 empresas, bem como 7.251 postos de trabalho. Salienta-se ainda o facto de que, em média, cada BIC tem uma taxa de sobrevivência de empresas de 89% (Quadro 2.3).

Quadro 2.3 – Indicadores de Performance

<i>Indicador</i>	<i>Total 2006</i>	<i>Média por BIC</i>	<i>Variação em relação a 2005</i>
Número de <i>start-up</i> e outros projectos empresariais	2110529	156	20%
Projectos pré - seleccionados antes do estudo viabilidade	34583	255	15,91%
Número de Planos de Negócio desenvolvidos	22426	165	23,13%
Número de <i>start-up</i> criadas	4.203	31	14,81%
Taxa de sobrevivência	–	89%	0%
Número de postos de trabalho criadas nas PME	7251	60	-11,76%
Número de postos de trabalho mantidos nas PME	29616	260	54,22%
Numero de pessoas que assistiram aos eventos de promoção do empreendedorismo	164.542	1228	21,32%

Fonte: BIC Observatory (2007)

Em Portugal, existem actualmente 7 BICs e uma Associação que os representa quer a nível nacional, quer a nível internacional, a BICs - Associação dos Centros de Empresa e Inovação Portugueses, criada em 2005.

A BICs tem por fim congregar todos os European Business Innovation Centres, reconhecidos como tal pela Comissão Europeia e que possuam sede em território nacional. O seu objectivo é potenciar a actividade de todos os seus membros, através da partilha de recursos, metodologias, meios, actividades e experiências.

- CPIN (Lisboa) – 1990
- CPINAL (Olhão) – 1992
- CIEBI (Covilhã) – 1994
- CEIM (Funchal) – 1997
- OI (Braga) – 2001
- NET (Porto) – 1987
- AIBAP (Mira) – 2007

O conjunto de BIC portugueses actualmente em funcionamento foi responsável pela criação de 566 empresas até 2006.

Capítulo 3

A Iniciativa Empresarial em Portugal: Breve

Análise Descritiva

Em 2006, o número total de empresas residentes em Portugal era de 1 132 364, o que corresponde a um acréscimo de 7,11% relativamente ao número de empresas registadas em 2005 (Quadro 3.1). Se atentarmos na distribuição das empresas a nível das regiões NUT II para o ano de 2005, constatamos que a região Norte concentra aproximadamente 32,4% do total de empresas, logo seguida da região de Lisboa (30,6%) e da região Centro (21,9%). Simultaneamente, as regiões que apresentam maior crescimento entre 2005 e 2006 são as regiões do Alentejo (35,5%) e do Algarve (18,8%), constatando-se ainda que a região de Lisboa regista um decréscimo de 2,78% no número de empresas existente entre 2005 e 2006.

No que respeita ao pessoal ao serviço, verifica-se que as empresas portuguesas empregavam cerca de 3,7 milhões de pessoas em 2005, o que significa que cada empresa empregava em média 3,48 trabalhadores. É na região de Lisboa que se regista um maior número de pessoas ao serviço por empresa, ou seja, nesta região cada

empresa emprega em média 3,9 pessoas, seguida da região Norte onde se verifica que cada empresa tem ao seu serviço, em média, 3,6 pessoas. Abaixo da média nacional encontramos a região do Alentejo, com 2,72 pessoas ao serviço por empresa e a região Algarve com 2,75 de média.

De referir ainda que, em 2005, as 1 057 158 empresas eram responsáveis por um VABpm de 74 955 951 milhares de euros. A região que mais contribuiu para este valor foi a região de Lisboa, concentrado 46,6% do VABpm nacional, seguida pela região Norte (25,7%) e região Centro (16,6%). Refira-se ainda que, em termos de produtividade do trabalho, existe uma diferença muito acentuada da região de Lisboa relativamente às restantes regiões, já que apresenta um VAB por trabalhador de, aproximadamente, 108,09 euros, enquanto que as regiões Norte e Centro registam 56,13 euros e 53,59 euros por trabalhador, respectivamente. Esta diferença pode ser explicada, em parte, pela elevada proporção de indústrias de média e alta tecnologia na região de Lisboa

Quadro 3.1

Empresas em 2005 e 2006, Pessoal ao Serviço e VABpm em 2005, por NUT II

	2006	2005 ¹			
	N.º Empresas	N.º Empresas	Pessoal ao Serviço	VABpm (milhares de Euros)	VABpm/Pessoal ao Serviço
Portugal	1 132 364	1 057 158	3 680 588	74 955 951	70,90
Norte	359 822	342 757	1 240 638	19 239 283	56,13
Centro	255 009	231 629	700 636	12 413 405	53,59
Lisboa	314 390	323 350	1 269 153	34 951 195	108,09
Alentejo	88 856	65 567	178 711	3 051 608	46,54
Algarve	63 568	53 694	147 939	2 185 577	40,70

Fonte: INE (2007a – 2007e)

¹ Notas: Os valores relativos aos empresários individuais sem contabilidade organizada foram objecto de estimativa. Os resultados apresentados excluem as empresas classificadas na Agricultura (Secção A)

Se atentarmos na constituição das sociedades em Portugal (Quadro 3.2), verificamos que, em 2006, existiam em Portugal 416 369 sociedades, das quais 397 770 tinham sede em Portugal continental. Em termos de natalidade e mortalidade das sociedades, constatamos que a taxa de constituição de sociedades para o Portugal é 6,4%, enquanto que a taxa de dissolução de sociedades é de 2,2%.

Quadro 3.2.
Sociedades, Taxas de Constituição e Dissolução de Sociedades, por Região NUT III, em 2006

	<i>N.º de Sociedades</i>	<i>Taxa de Constituição de Sociedades</i>	<i>Taxa de Dissolução de Sociedades</i>
Portugal	416 369	6,3	2,2
Continente	397 770	6,4	2,2
Norte	130 894	6,3	2,3
Minho-Lima	6 946	6,0	2,8
Cávado	13 800	7,6	2,3
Ave	18 635	6,5	2,3
Grande Porto	55 359	6,0	2,2
Tâmega	15 737	6,6	2,5
Entre Douro e Vouga	10 581	5,6	2,4
Douro	5 076	6,0	2,6
Alto Trás-os-Montes	4 760	6,7	1,8
Centro	81 663	6,2	2,3
Baixo Vouga	13 980	6,5	2,4
Baixo Mondego	11 146	6,5	2,8
Pinhal Litoral	12 840	6,0	2,2
Pinhal Interior Norte	4 293	5,7	2,5
Dão-Lafões	8 270	6,1	2,0
Pinhal Interior Sul	1 230	3,6	1,8
Serra da Estrela	1 155	5,3	3,5
Beira Interior Norte	2 828	6,6	2,5
Beira Interior Sul	2 120	6,1	3,0
Cova da Beira	2 772	6,2	2,7
Oeste	13 640	6,5	1,9
Médio Tejo	7 389	5,3	1,8
Lisboa	140 779	6,5	2,0
Grande Lisboa	115 711	6,3	2,0
Península de Setúbal	25 068	7,5	2,4
Alentejo	24 254	5,9	2,0
Alentejo Litoral	2 888	5,5	2,3
Alto Alentejo	3 366	6,1	2,0
Alentejo Central	5 646	5,3	2,3
Baixo Alentejo	3 254	7,1	2,0
Lezíria do Tejo	9 100	5,8	1,8
Algarve	20 180	7,6	2,4

Fonte: INE (2007a – 2007e)

A distribuição regional das sociedades revela uma preponderância das regiões de Lisboa e do Norte, que detêm mais de 60% das sociedades existentes em Portugal continental. Assim, na região de Lisboa encontramos 35,39% do total de sociedades existentes, enquanto que na região Norte onde encontramos 32,9% das sociedades. Por sua vez a região Centro detém 20,53% das sociedades, sendo que na região do Alentejo encontramos 6,09% e na região do Algarve 5,07%.

Focando a nossa atenção na natalidade das sociedades, podemos constatar que a taxa de constituição de sociedades para as NUT II ronda os 6%, com excepção do Algarve, que apresenta uma taxa de constituição de sociedades na ordem dos 7,6%.

No entanto e se fizermos uma análise às NUT III, podemos verificar que existe alguma disparidade entre as taxas de natalidade das sociedades. Assim, as NUT III que registam uma maior taxa de constituição de sociedades são Cavado (7,6%), Península de Setúbal (7,5%) e Algarve (7,6%). Por outro lado, a NUT III que apresenta menor dinamismo é Pinhal Interior Sul (3,6%).

Refira-se ainda que, mesmo dentro de cada região, existe, por vezes, uma disparidade de experiências. Assim, na região Norte, as taxas de natalidade das sociedades variam entre 7,6% do Cávado e os 5,6% de Entre Douro e Vouga (5,6%). Por seu lado, na região Centro, a taxa de constituição de sociedades era em 2006 de 6,2%, variando entre 6,6% na Beira Interior Norte e 3,6% no Pinhal Interior Sul.

A região de Lisboa, para além de ser a região que apresenta um maior número de sociedades (140 779), apresenta também uma taxa de constituição de sociedades de 6,5%, superior à nacional. Ao nível de uma análise aos NUT III, verificamos que a taxa de constituição de sociedades na Península de Setúbal é de 7,5%, um dos valores mais altos a nível nacional.

O Alentejo é a região onde menos se constituem empresas (5,9%). Ao nível das NUT III, verificamos que aqui encontramos uma das maiores taxas de constituição de empresas, 7,1% no Baixo Alentejo, que contrasta com uma taxa de 5,3% para o Alentejo Central. Contrapondo com a região do Alentejo aparece a região vizinha o Algarve, que é efectivamente a região onde mais se constituíram empresas durante o ano de 2006, apresentando uma taxa de constituição de 7,6%.

Por fim, uma referência breve à dissolução de sociedades, cuja média nacional ronda os 2,2%, atingindo valores mais elevados na Serra da Estrela (3,5%) e Beira Interior Sul (3,0%) e valores mais baixos de 1,8% para o Pinhal Interior Sul e o Médio Tejo, na região Centro, e também Alto Trás-os-Montes e Lezíria do Tejo.

Se atentarmos na distribuição sectorial das sociedades constituídas (Quadro 3.3), verificamos que no ano de 2006, os sectores de actividade onde se concentravam mais de 60% das sociedades eram o *Comércio por Grosso e a Retalho e Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos e de Bens de Uso Pessoal e Doméstico* (29,09%), as

Actividades Imobiliárias, Alugueres e Serviços Prestados às Empresas (18,80%) e a *Construção* (13,35%) e, em quarto lugar, as *Indústrias Transformadoras* (12,19%), que ultrapassam o sector do *Alojamento e Restauração* (8,72%).

No mesmo período, os sector que apresentaram maior dinamismo foram os sectores das *Actividades Imobiliárias, Alugueres e Serviços Prestados às Empresas*, com uma taxa de constituição de sociedades de 8,66%, e a *Educação, Saúde e Outras Actividades de serviços Colectivos, Sociais e Pessoais*, com uma taxa de 8,31%. Refira-se ainda que os sectores com menor dinamismo foram as *Indústrias Extractivas* (2,78%), a *Indústrias Transformadoras* (4,39%) e a *Agricultura, Produção Animal, Caça e Silvicultura e Pesca* (4,49%).

Quadro 3.3.
Sociedades, Sociedades Constituídas e Taxa de Constituição de Sociedades, por CAE-Rev. 2.1, em Portugal Continental, em 2006

CAE-Rev. 2.1	Designação	N.º Sociedades	%	N.º Sociedades Constituídas	Taxa de Constituição de Sociedades
A+B	Agricultura, Produção Animal, Caça e Silvicultura e Pesca	10 694	2.69%	480	4,49%
C	Indústrias Extractivas	1 009	0.25%	28	2,78%
D	Indústrias Transformadoras	48 469	12.19%	2 127	4,39%
E	Produção e distribuição de electricidade, gás e água	668	0.17%	40	5,99%
F	Construção	53 084	13.35%	3 266	6,15%
G	Comércio por Grosso e a Retalho; Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos e de Bens de Uso Pessoal e Doméstico	115 724	29.09%	6 952	6,01%
H	Alojamento e Restauração (Restaurantes e Similares)	34 686	8.72%	2 270	6,54%
I	Transportes, Armazenagem e Comunicações	22 910	5.76%	915	3,99%
J	Actividades Financeiras	2 505	0.63%	148	5,91%
K	Actividades Imobiliárias, Alugueres e Serviços Prestados às Empresas	74 774	18.80%	6 476	8,66%
M a O	Educação; Saúde e Acção Social; Outras Actividades de serviços Colectivos, Sociais e Pessoais; Actividades das Famílias com Empregados Domésticos e Actividades de produção das Famílias para uso Próprio; Organismos Internacionais e outras Instituições Extra-Territoriais	33 247	8.36%	2 764	8,31%
Total		397 770	100.00%	25 470	6,40%

Fonte: INE (2007a – 2007e)

Capítulo 4

Avaliação do Papel dos BIC no Apoio à Criação de Novas Empresas

Este estudo tem como objectivo conhecer e avaliar o papel dos Business and Innovation Centre (BIC) no apoio à criação de novas empresas.

Mais concretamente, este trabalho pretende analisar os determinantes da criação de empresas, dando-se particular ênfase ao papel dos factores de natureza institucional. A análise centra-se nas empresas criadas no âmbito da actividade dos BIC (Business and Innovation Centre), avaliando a importância do apoio e serviços prestados por estes.

4.1. Metodologia

Para a realização desta investigação, adoptou-se uma metodologia coerente com o objectivo pretendido. Neste sentido, recorreu-se ao método do inquérito por questionário junto de uma amostra de cerca de 80 empresas criadas no âmbito da actividade dos BIC.

4.1.1. Definição da População Objectivo e da Amostra

A população-alvo abrangeu as empresas criadas no âmbito da actividade dos BIC em actividade em Portugal continental.

O processo de amostragem segue o método dirigido, pretendo-se avaliar de forma mais aprofundada o papel dos BIC como determinante da dinâmica empreendedora.

Dadas as dificuldades e os custos elevados da realização de um processo de amostragem aleatório, optou-se por uma amostragem por conveniência (Reis *et al*, 1996; Guimarães e Sarsfield Cabral, 1997). Este método permite utilizar um questionário extenso e mais aperfeiçoado, ainda que não se possa falar de representatividade ou seja possível a generalização das suas conclusões.

A amostra foi seleccionada em função da disponibilidade e acessibilidade dos elementos que constituem a população-alvo. Neste sentido, em Maio de 2007 foi solicitado aos BIC a operar em Portugal Continental o fornecimento da listagem das empresas criadas desde o início das respectivas actividades até à actualidade. Responderam a esta solicitação os BIC do Porto, do Minho, da Beira Interior e de Lisboa, que optaram por enviar o contacto das empresas com as quais detêm um relacionamento mais próximo.

Foram contactadas 80 empresas (Anexo A), sendo que mais de 50% destas tinham a sua sede na Região Norte de Portugal. A taxa de resposta obtida é de 40%, com um total de 32 respostas válidas.

O quadro seguinte apresenta a distribuição da amostra e das respostas obtidas por BIC:

Quadro 4.1. – Distribuição da Amostra por Resposta Obtida por BIC

<i>BIC</i>	<i>Nº de Empresas que Constituem a Amostra</i>	<i>Nº de Respostas</i>
BIC da Beira Interior	14	1
BIC de Lisboa	13	3
BIC do Minho	24	5
BIC do Porto	29	23

4.1.2. Instrumento de Notação

Na elaboração do questionário (anexo B) foi tido em consideração o objectivo deste estudo – avaliação do papel dos BIC na dinâmica empreendedora – controlando para a influência de outros determinantes psico-sócio-culturais do empreendedor. Na construção do questionário, foram tidos em conta alguns trabalhos anteriores, nomeadamente o estudo dos “Indicadores de Empreendedorismo e Inovação” (DEEP/MSST, 2003).

O questionário compreende 34 questões, subdivididas em 5 grupos:

Grupo I – Caracterização geral da Empresa

Grupo II – Motivações para a criação da empresa

Grupo III – Determinantes Psico – Sócio – Culturais

Grupo IV – Determinantes Institucionais

Grupo V – Percepção Geral do BIC

O primeiro grupo de perguntas pretende realizar uma caracterização genérica das empresas criadas no âmbito da actividade dos BIC.

Já o segundo grupo de perguntas tem como objectivo perceber qual a motivação que levou este grupo de empreendedores a criar a sua própria empresa. Assim, foram definidas um conjunto de 5 perguntas que permitiam apurar qual a motivação principal para a criação da própria empresa, bem como perceber quais os factores que poderiam influenciar essa escolha.

No que diz respeito ao terceiro grupo de perguntas, este tem como intuito traçar o perfil do empreendedor/empresário que optou por criar a sua empresa no âmbito da actividade dos BIC. Neste sentido, foram desenhadas um conjunto de 14 perguntas que permitiam fazer essa caracterização.

O questionário pretende ainda apurar a tipologia das relações que os empresários/empresas mantêm habitualmente a nível institucional (Grupo IV).

O quinto grupo de questões, foi, de certa forma, fundamental para a determinação da questão fulcral desta tese: “Qual o papel dos BIC” como determinante do

empreendedorismo. O enfoque é assim colocado na importância atribuída pelos promotores aos serviços prestados pelos BIC no âmbito da criação da sua empresa.

4.1.3. Recolha de Dados

O questionário foi desenvolvido e testado junto de um grupo seleccionado de empreendedores, que criaram a sua empresa no âmbito da NET (BIC do Porto) e junto dos Directores Gérias da NET e do BIC Minho, devido ao grau de proximidade tida com estas entidades e com os referidos promotores.

A recolha de dados foi realizada nos meses de Julho a Outubro de 2007, através da implementação de um questionário enviado por correio electrónico às empresas que constituem a amostra. Com o objectivo de aumentar a taxa de resposta, as empresas que compõem a amostra foram repetidamente contactadas. Solicitou-se ainda aos diferentes BIC o reforço junto das empresas à resposta ao questionário.

4.2. Análise dos Resultados

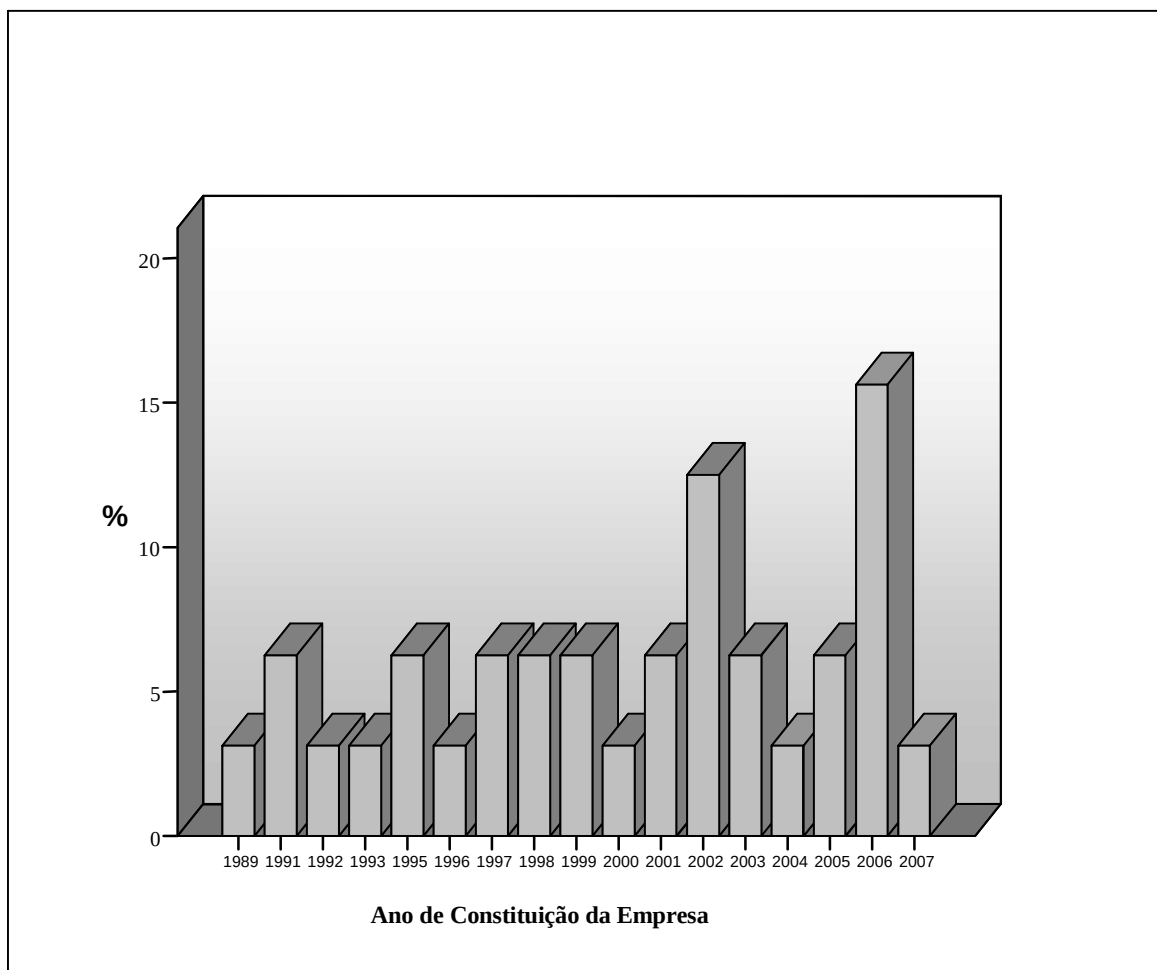
Na análise dos resultados, e dada a natureza do questionário, foram utilizadas técnicas de estatística descritiva e alguns testes estatísticos de associação entre variáveis.

Para o apoio ao tratamento estatístico dos dados primários recorreu-se ao programa de análise de dados “SPSS 15.0 for Windows” (Pereira, 1999).

4.2.1. Caracterização Geral das Empresas

As empresas que constituem a amostra distribuem-se por um horizonte temporal lato, que decorre de 1989 a 2007 (Figura 4.1). Salienta-se, no entanto, que do total de empresas inquiridas, 56% foram criadas desde o ano 2000.

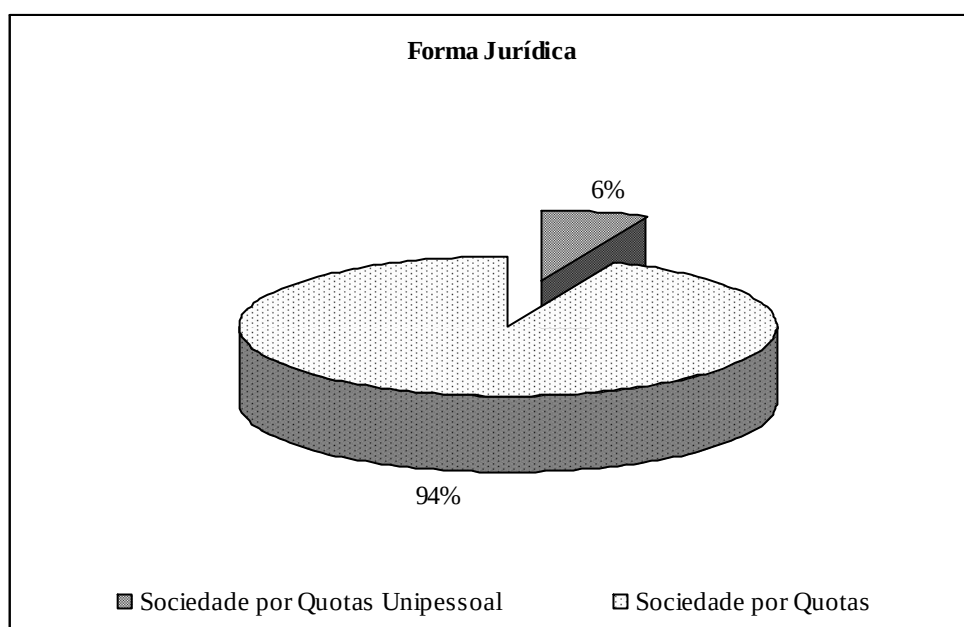
Figura 4.1. – Distribuição da Amostra, Segundo o Ano de Constituição da Empresa



Do total das empresas inquiridas, 94% apresentam-se sob a forma jurídica Sociedades por Quotas (constituídas por dois ou mais sócios) e os restantes 6% apresenta-se como Sociedades por Quotas Unipessoais (Figura 4.2). Esta é também uma tendência verificada a nível nacional. De facto, segundo o *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007)⁴, a Sociedade por Quotas é a forma jurídica dominante nas *start-ups* nacionais (62,9%), sendo também frequente a constituição de Sociedades Unipessoais por Quotas (36,4%).

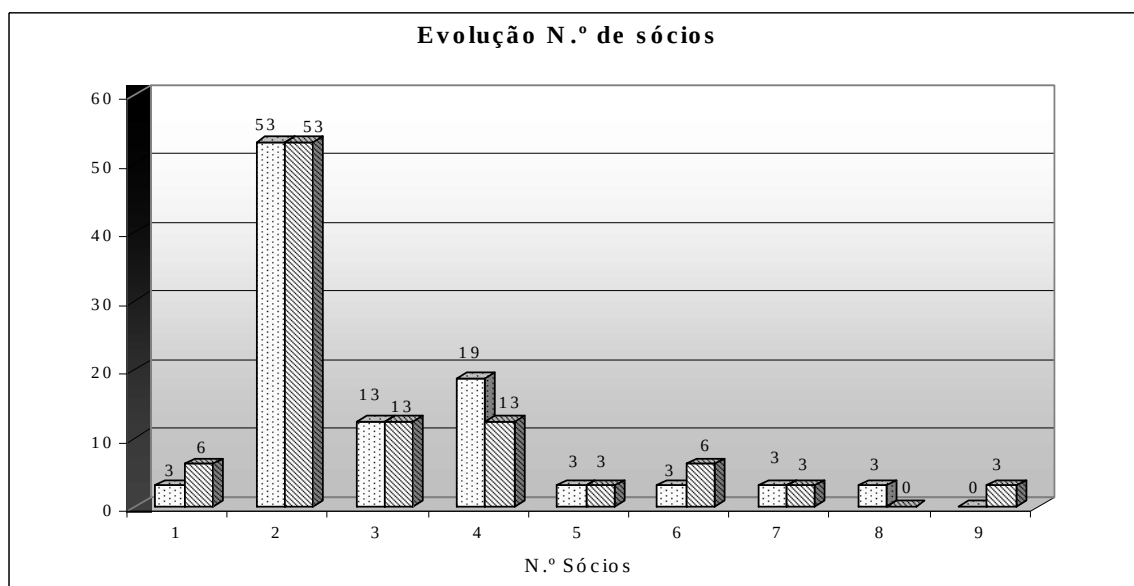
⁴ Os dados deste estudo resultam de uma análise dos inquéritos recolhidos durante o ano de 2006 na Rede Nacional de CFE, respeitando a 1084 empresas (sociedades) e a 1748 empresários.

Figura 4.2. – Distribuição da Amostra, Segundo a Forma Jurídica



Como podemos verificar no gráfico seguinte (Figura 4.3), poucas foram as empresas cuja estrutura ao nível do número de sócios foi alterada, sendo que na sua maioria (53%), as empresas inquiridas têm dois sócios, seguidas pelas empresas com 3 ou 4 sócios (13%).

Figura 4.3 – Evolução do Número de Sócios: Frequência Relativa, por N.º de Sócios, no Momento Inicial e no Momento Actual



Verificamos também que 50% das empresas inquiridas (Quadro 4.2) são geridas por mais do que um sócio.

Quadro 4.2 – Distribuição da Amostra, segundo as Funções de Gestão Assumidas na Empresa: Frequência Relativa

<i>Funções de Gestão Exercidas na Empresa pelos sócios %</i>	
O inquirido	43,75
O inquirido e outro sócio (s)	50
Outro Sócio	6,25

Do total das empresas inquiridas que compõem a amostra, verifica-se que estas pertencem a domínios de actividade essencialmente de base tecnológica (Quadro 4.3), predominando as CAE 72 – Actividades Informáticas e Conexas (40,6%) e 74 – Outras actividades de Serviços Prestados Principalmente às Empresas (37,5%), não esquecendo o caso das empresas pertencentes ao domínio de actividade 73 – Investigação e Desenvolvimento (3,1%). Significa então que a grande maioria das empresas que constituem a amostra exerce a sua actividade na área dos serviços, seguindo desta forma a tendência nacional dado que, segundo o *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), 42,2% das empresas inquiridas pretende exercer a sua actividade principal na área dos serviços.

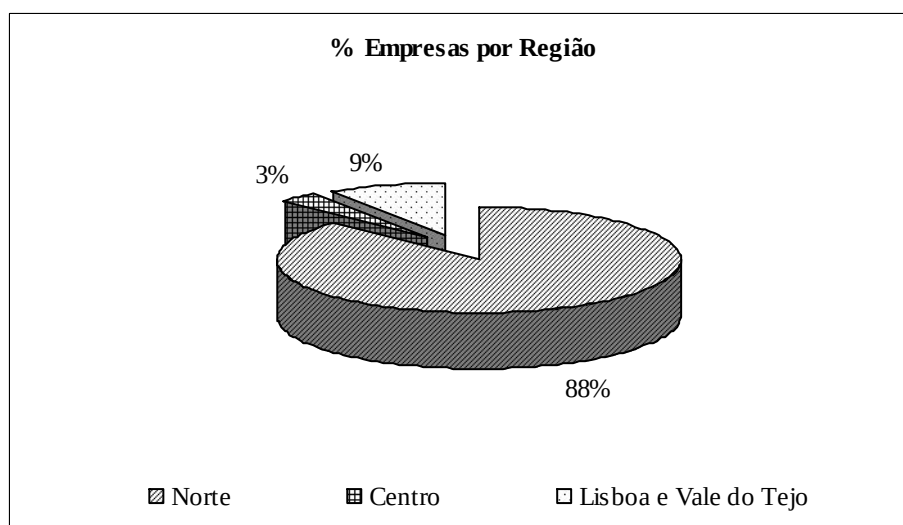
Quadro 4.3 – Distribuição da Amostra, Segundo a Área de Actividade Económica.

<i>CAE – Classificação das Actividade Económicas – REV.2.1.</i>	<i>Empresas (%)</i>
25 - Fabricação de Artigos de Borracha e de Matérias Plásticas	3,1
27 - Indústrias Metalúrgicas de Base	3,1
29 - Fabricação de Máquinas e de Equipamentos, N.E.	6,3
52 - Comércio a Retalho (Excepto de Veículos Automóveis, Motociclos e Combustíveis para Veículos); Reparações de Bens Pessoais e Domésticos	3,1
71 - Aluguer de Máquinas e de Equipamentos sem Pessoal e de Bens Pessoais e Domésticos	3,1
72 - Actividades Informáticas e Conexas	40,6
73 - Investigação e Desenvolvimento	3,1
74 - Outras Actividades de Serviços Prestados Principalmente às Empresas	37,5

Note-se que este facto se deve à simples razão de que os BIC (Business and Innovation Centres) são estruturas cujo objectivo principal é o apoio à criação de novas empresas inovadoras, geradoras de valor acrescentado e riqueza nas regiões onde se inserem. Porém, será importante referir que estas características inovadoras não se limitam à sua natureza técnica ou tecnológica, devendo antes ser consideradas num sentido mais lato, ou seja, encontradas no produto/serviço, no processo, na gestão de recurso internos ou até na abordagem ao mercado.

Decorrente do processo de amostragem, verifica-se que a grande maioria das empresas questionadas se concentram na Região do Norte (88%), ou seja têm a sua sede nesta região (Figura 4.4)., sendo que 72% das empresas tem a sede na Área Metropolitana do Porto.

Figura 4.4 - Distribuição da Amostra, Segundo a Região (NUTS II)



No que respeita à evolução do número de trabalhadores (Quadro 4.4), revela-se um reforço dos mesmos nas empresas inquiridas, ou seja, no momento da criação, 22% das empresas inquiridas não tinham trabalhadores, e cerca de 93% das empresas inquiridas tinha até 4 trabalhadores. Actualmente este modelo alterou-se, dado que 59% das empresas inquiridas tem 5 ou mais trabalhadores, concentrando cerca de 88% do número total de trabalhadores.

Quadro 4.4 – Número de Trabalhadores por Empresa: Frequência Absoluta, no Momento Inicial e no Momento Actual

<i>Evolução do N.º de Trabalhadores por Empresa</i>		
	<i>Nº de Empresas no Momento</i>	
<i>N.º Trabalhadores por Empresa</i>	<i>Inicial</i>	<i>Actual</i>
0	7	0
1	12	5
2	6	4
3	1	1
4	4	3
5	2	5
6	0	2
7	0	5
8	0	1
9	0	1
11	0	2
12	0	1
36	0	1
50	0	1

Já no que diz respeito à estrutura de capital (Quadro 4.5), podemos constatar que não foram registadas grandes alterações. No entanto, podemos perceber que a grande maioria das empresas é criada com o capital mínimo (actualmente, 5.000€ nas sociedades por quotas), ou seja a empresas pertencentes à amostra, seguem o comportamento das empresas nacionais, dado que, e de acordo com o estudo do IAPMEI (2007), a grande maioria das *start-ups* nacionais opta por constituir as suas empresas com o capital social mínimo.

Quadro 4.5 – Evolução do Capital Social: Frequência Relativa, no Momento Inicial e no Momento Actual

<i>Evolução do Capital Social</i>		
	<i>% de Empresas no Momento</i>	
<i>Capital Social</i>	<i>Inicial</i>	<i>Actual</i>
< 5.000	25,0	59,4
[5.000-10.000[	71,9	9,4
[10.000-15.000[	0	6,3
[15.000-30.000[	0	9,4
[30.000-50.000[	0	3,1
[50.000-100.000[	0	0,0
[100.000-200.000[	3,1	6,3
> 200.000	0	6,3

No momento da constituição jurídica das empresas, o capital social era, na sua totalidade, de origem nacional (Quadro 4.6). Actualmente, verifica-se a existência de investimento de capital estrangeiro (6% do capital), sendo que uma das empresas foi adquirida por capital estrangeiro em 33 % e a outra foi adquirida na totalidade do seu capital.

Quadro 4.6 – Origem do Capital Social: Frequência Relativa, no Momento Inicial e no Momento Actual

<i>Origem do Capital Social (%)</i>		
	<i>Inicial</i>	<i>Actual</i>
Nacional	100	94
Estrangeiro	0	6

Das empresas da amostra (Quadro 4.7), constatou-se que cerca de 22% das empresas inquiridas facturaram no último ano (2006) até 50.000 euros e que aproximadamente 56% das empresas facturaram entre 51.000 e 500.000 euros no mesmo período.

Quadro 4.7 – Volume de Facturação (2006): Frequência Relativa (%)

<i>Volume de Facturação (2006)</i>	
<i>(milhares de euros)</i>	<i>% de empresas</i>
< 25	15,63
26-50	6,25
51-100	28,13
101-250	15,63
251-500	12,50
501-1000	15,63
> 1000	3,13
Nr	3,13

4.2.2. Motivações para a Criação da Empresa

Quando questionadas sobre qual a principal motivação que os levou a criar a sua própria empresa (Quadro 4.8), os inquiridos apontam como a principal motivação “Prazer em trabalhar para mim e ser o meu próprio patrão”, seguida por “Demonstrar a minha capacidade” e pelo “Sucesso Pessoal”. Já no que diz respeito ao elemento que menos os motivou, os inquiridos apontaram “Interesse em aplicar as minhas economias” como sendo o factor que menos os motivou a criar a sua própria empresa, bem como “Criar emprego para mim e para os meus familiares”.

Estes resultados, ainda que não generalizáveis, encontram-se, em grande medida, de acordo com a evidência de outros estudos. De facto, no *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), verifica-se que a “Possibilidade de ser criativo ou inovador”, de “Assegurar uma situação económica estável” ou de “Aproveitar uma oportunidade” são os factores mais referidos pelos empreendedores nacionais como estando na base da decisão de criar a sua empresa (45% dos casos, em qualquer um dos factores). Outras motivações são também frequentemente apontadas, como a “Possibilidade de ser independente” (38,5%) ou a “Necessidade de realização pessoal” (31,6%), a “Necessidade ou desejo de assegurar o futuro dos filhos”, o “Desejo de

enfrentar desafios e riscos”, ”Poder aproveitar o valor da ideia” ou ”Diversificar a actividade empresarial”, são também aspectos bastante focados.

Quadro 4.8 – Grau de Importância dos Motivos para a Criação da Própria Empresa:
Frequência Relativa (%)

<i>Motivos para a Criação da Própria Empresa</i>						
	<i>1-Não se aplica</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6-Aplica-se totalmente</i>
Interesse em aplicar as minhas economias	59,4	25,0	3,1	0,0	3,1	9,4
Aproveitar uma boa oportunidade	9,4	12,5	25,0	18,8	15,6	18,8
Iniciar uma actividade empresarial diferente	12,5	6,3	18,8	34,4	18,8	9,4
Criar emprego para mim e para os meus familiares	34,4	25,0	12,5	12,5	6,3	9,4
Gosto pelo risco	9,4	25,0	28,1	18,8	9,4	9,4
Aumentar o rendimento pessoal	6,3	9,4	28,1	25,0	15,6	15,6
Demonstrar a minha capacidade	3,1	9,4	9,4	25,0	28,1	25,0
Prazer em trabalhar para mim e ser o meu próprio patrão	9,4	9,4	9,4	12,5	31,3	28,1
Aumentar o prestígio e o reconhecimento social	15,6	28,1	34,4	12,5	9,4	0,0
Contribuir para o bem-estar da comunidade onde vivo	28,1	25,0	21,9	9,4	9,4	6,3
Descontentamento com a situação profissional anterior	34,4	25,0	18,8	9,4	12,5	0,0
Aproveitar os incentivos públicos existentes	71,9	9,4	9,4	6,3	0,0	3,1
Tradição familiar	50,0	18,8	9,4	3,1	9,4	9,4
Ausência de alternativas de emprego	56,3	15,6	12,5	3,1	12,5	0,0
Sucesso Pessoal	3,1	12,5	15,6	25,0	18,8	25,0

Relativamente aos motivos que os levaram a escolher uma determinada área de negócio (Quadro 4.9), os inquiridos apontam como principal motivo a “Experiência profissional e/ou a existência de conhecimentos anteriores”, bem como “Actividade em expansão”. Já os motivos que menos contribuíram para essa escolha foram a “Existência de incentivos para essa actividade”, seguida por “Actividade tradicional na região” e “Actividade onde se aplicam as capacidades locais”.

Quadro 4.9. – Grau de Importância dos Motivos para a Escolha da Área de Negócio:
Frequência Relativa (%)

<i>Motivos para a Escolha da Área de Negócio</i>						
	<i>1 - Sem importância</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 - Muito Importante</i>
Experiência profissional/conhecimentos anteriores	9,4	9,4	9,4	6,3	12,5	53,1
Equipamentos que já possuía anteriormente	62,5	12,5	6,3	3,1	3,1	12,5
Pessoas conhecidas com experiência profissional/conhecimentos	12,5	3,1	9,4	21,9	34,4	18,8
Actividade em expansão	9,4	3,1	15,6	15,6	40,6	15,6
Actividade tradicional na região	62,5	15,6	12,5	6,3	3,1	0,0
Uma nova actividade necessária na região	46,9	12,5	6,3	9,4	15,6	9,4
Uma actividade onde se aplicam as capacidades locais	53,1	25,0	9,4	6,3	6,3	0,0
Actividade para a qual existem muitos incentivos	53,1	34,4	6,3	6,3	0,0	0,0
Formação nesta área	15,6	18,8	18,8	3,1	21,9	21,9

Os promotores inquiridos identificaram como sendo as qualidades ou competências primordiais que os empresários deveriam ter a “Capacidade de trabalho em equipa”, seguida pela “Capacidade de delegar decisões” e pela “Experiência na área comercial” (Quadro 4.10). Salienta-se ainda que 60% dos inquiridos considera que os “Conhecimentos económicos” são também muito importantes.

Quadro 4.10 – Grau de Importância das Competências que os Empresários Devem Ter:
Frequência Relativa (%)

<i>Competências que os Empresários Devem Ter</i>						
	<i>1-Sem Importância</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 - Muito Importante</i>
Conhecimentos económicos	3,1	0,0	9,4	28,1	43,8	15,6
Conhecimentos jurídicos	3,1	9,4	34,4	40,6	12,5	0,0
Experiência na área produtiva	0,0	9,4	34,4	31,3	21,9	3,1
Experiência na área comercial	0,0	0,0	6,3	25,0	53,1	15,6
Capacidade de trabalho em equipa	0,0	0,0	0,0	15,6	46,9	37,5
Capacidade de liderança	0,0	0,0	18,8	34,4	28,1	18,8
Capacidade de impor disciplina e respeito	0,0	0,0	18,8	34,4	28,1	18,8
Capacidade de delegar decisões	0,0	0,0	3,1	25,0	31,3	40,6

Os inquiridos foram também questionados sobre qual o significado de ser empresário (Quadro 4.11), tendo 81% dos promotores reconhecido como sendo “Coordenar uma equipa que trabalha num projecto comum” a característica que mais o identifica. Importa referir também que o factor que 75% dos promotores identifica como sendo o que menos significa ser empresário é “Exercer o poder e obter obediência e disciplina dos subordinados”.

Quadro 4.11 – Grau de Importância de Ser Empresário: Frequência Relativa (%)

<i>Significado de Ser Empresário</i>						
	<i>1-Sem Importância</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6-Muito Importante</i>
Ter um melhor rendimento para mim para a minha família	9,4	15,6	37,5	21,9	12,5	3,1
Dar continuidade e valorizar o património familiar	34,4	18,8	25,0	3,1	15,6	3,1
Garantir emprego para aqueles que comigo trabalham	3,1	3,1	21,9	31,3	25,0	15,6
Ser inovador, ter iniciativa e arriscar	0,0	0,0	0,0	25,0	40,6	34,4
Exercer o poder e obter obediência e disciplina dos subordinados	28,1	46,9	21,9	0,0	3,1	0,0
Coordenar uma equipa que trabalha num projecto comum	0,0	0,0	0,0	18,8	53,1	28,1

Os motivos que maior importância tiveram na escolha da localização da empresa (Quadro 4.12) foram “Disponibilidade e custo das instalações” e a “Qualidade de vida e ambiente da região”. Contrariamente, os motivos que menos importância tiveram foram a “Proximidade das matérias-primas” e a “Disponibilidade e custo da mão-de-obra”.

Assim, apesar de a maioria dos inquiridos escolher como localização para a sua empresa o seu concelho de residência (87,5%), verifica-se que os factores associados à endogeneidade da função empresarial (Quadro 4.13), como a “Proximidade do local de residência” e a “Ligação afectiva à região” não obtiveram classificações significativas. Este resultado é confirmado em trabalhos anteriores, como o estudo do DEEP/MSST (2003), *Indicadores de Empreendedorismo e Inovação*, onde se verifica que a grande maioria dos empreendedores cria a sua empresa no mesmo concelho onde já laborava.

Quadro 4.12 – Grau de Importância dos Motivos para a Escolha da Localização da Empresa: Frequência Relativa (%)

<i>Motivos para a Escolha da Localização da Empresa</i>						
	<i>1-Sem Importância</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6-Muito Importante</i>
Proximidade do local de residência	21,9	3,1	21,9	18,8	15,6	18,8
Ligação afectiva à região	25,0	25,0	21,9	6,3	15,6	6,3
Facilidade de transportes	9,4	15,6	25,0	25,0	15,6	9,4
Disponibilidade e custo das instalações	6,3	18,8	9,4	18,8	28,1	18,8
Disponibilidade e custo da mão-de-obra	15,6	40,6	21,9	15,6	3,1	3,1
Proximidade das matérias-primas	53,1	40,6	3,1	3,1	0,0	0,0
Proximidade dos fornecedores	31,3	37,5	18,8	3,1	9,4	0,0
Proximidade do mercado de venda	18,8	31,3	25,0	15,6	6,3	3,1
Qualidade de vida e ambiente da região	15,6	12,5	12,5	31,3	15,6	12,5
Apoio das autoridades locais	43,8	28,1	15,6	6,3	6,3	0,0

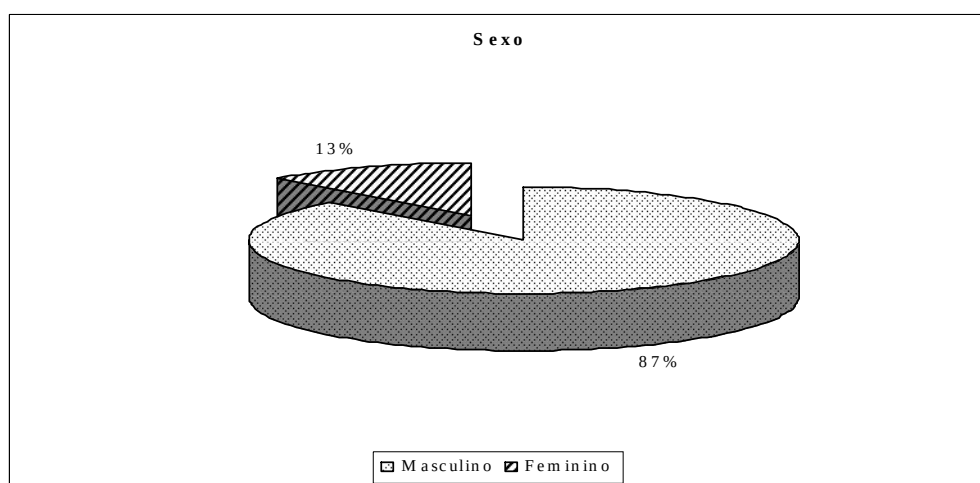
Quadro 4.13 – Endogeneidade Territorial da Função Empresarial

<i>Sede da Empresa</i>	<i>Residência do Empresário</i>	<i>Frequência Absoluta</i>
Área Metropolitana do Porto	Área Metropolitana do Porto	22
Cávado	Cávado	3
Ave	Ave	1
Cávado	Entre Douro e Vouga	1
Lisboa	Lisboa	2
Lisboa	Área Metropolitana do Porto	1
Área Metropolitana do Porto	Lisboa	1
Beira Interior Norte	Beira Interior Norte	1

4.2.3. Determinantes Psico-Sócio-Culturais

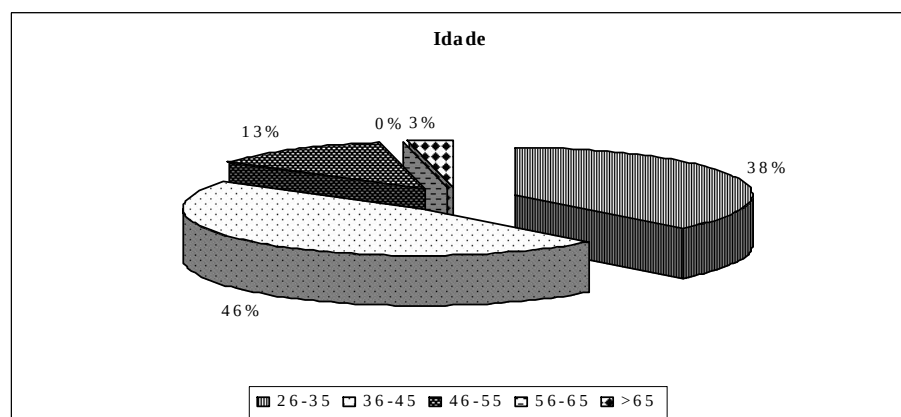
A maioria dos empreendedores inquiridos pertence ao sexo masculino (87%), o que está de acordo com as características do empreendedorismo em Portugal (Figura 4.5). De facto, e de acordo com o *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), constatou-se que existe uma relação aproximada de 2/3 para 1/3 entre empreendedores masculinos e femininos (65,6% de homens e 34,4% de mulheres respectivamente).

Figura 4.5 - Distribuição dos Inquiridos por Género (%)



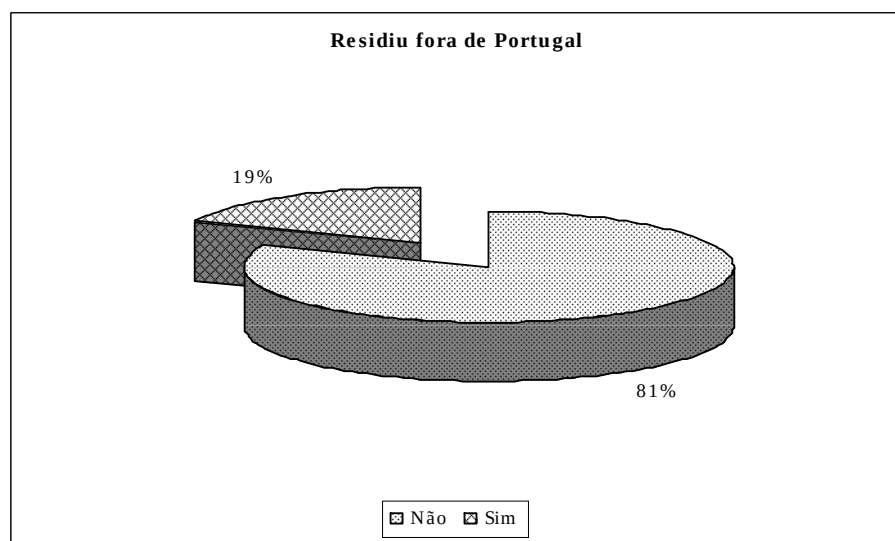
Verificamos que uma das características dos criadores de empresas inquiridos é a juventude, ou seja, 38% dos inquiridos têm até 35 anos, e que 46% dos promotores tem idades compreendidas entre os 36 e os 45 anos (Figura 4.6). Simultaneamente, a idade mais frequente é de 33 anos. No entanto, apesar de a maioria ser jovem, encontram-se promotores com idade superior aos 65 anos (3%). Este resultado é confirmado noutros estudos sobre os BIC em Portugal, como Sardina e Carvalho (2007). Note-se ainda que a juventude é uma característica dos empreendedores portugueses, dado que mais de metade destes (52,5%) têm 35 anos ou menos, e cerca de 78% têm no máximo 45 anos (IAPMEI, 2007), sendo que a idade média é de 37 anos (IAPMEI, 2007; DEEP/MSST, 2003).

Figura 4.6. – Distribuição dos Inquiridos Segundo o Escalão Etário (%)



Verificamos também que 81% dos inquiridos nunca residiu fora do país (Figura 4.7), enquanto que cerca de 12% residiu em países Europeus (França, Reino Unido, Itália, Alemanha e Espanha) e os restantes em países de expressão portuguesa (Angola e Brasil).

Figura 4.7. – Distribuição dos Inquiridos Segundo o Escalão Etário (%)



Actualmente, 87,5% dos inquiridos residem na Região Norte de Portugal, 78% dos quais na Área Metropolitana do Porto (Quadro 4.14).

Quadro 4.14 – Distribuição dos Inquiridos Segundo por Área de Residência (%)

<i>Concelho de Residência Actual</i>	
Concelho	%
Braga	9,38
Gondomar	6,25
Guarda	3,13
Lisboa	9,38
Maia	9,38
Matosinhos	6,25
Porto	37,50
Póvoa do Varzim	3,13
Santa Maria da Feira	3,13
Trofa	3,13
Vila do Conde	3,13
Vila nova de Gaia	6,25

São na sua maioria casados ou a viver numa situação de união de facto (81%) (Quadro 4.15), sendo o seu agregado familiar constituído por 2 ou 3 pessoas (16% e 31% respectivamente). (Quadro 4.16)

Quadro 4.15 – Estado Civil dos Inquiridos: Frequência Relativa

<i>Estado Civil</i>	<i>%</i>
Solteiro (a)	15,63
Casado (a)/ União de Facto	81,25
Divorciado (a) / separado	3,13

Salientam-se ainda as famílias singulares, onde o agregado familiar é constituído somente por uma pessoa (25%), contrapondo os agregados familiares constituídos por 5 pessoas (19%). (Quadro 4.16)

Quadro 4.16 – Composição do Agregado Familiar dos Inquiridos (%)

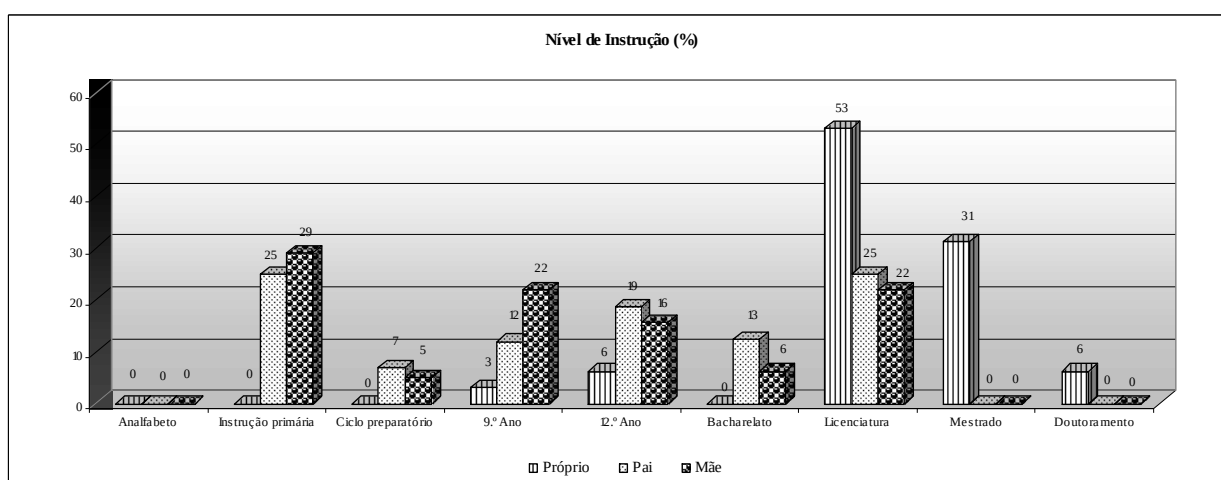
<i>Composição do Agregado Familiar (%)</i>	
<i>N.º de Pessoas</i>	<i>%</i>
1	25,0
2	15,6
3	31,3
4	9,4
5	18,8

No que diz respeito ao nível de habilitações (Figura 4.8), 53% dos inquiridos concluiu a sua licenciatura, dos quais 31% concluíram o mestrado e 6% o doutoramento. Nota-se aqui uma discrepância relativamente ao empresário típico, dado que uma das características do empreendedorismo em Portugal é o reduzido nível de habilitações. Assim, de acordo com o estudo do IAPMEI (2007), metade dos empreendedores nacionais concluiu no máximo o ensino secundário e a maioria destes só fez a escolaridade obrigatória. Já no estudo realizado pelo DEEP/MSST em 2003 é referido que em termos de escolaridade, os patrões apresentam uma média de 7,7 anos de escolaridade.

Os resultados deste estudo, circunscrito às empresas criadas no âmbito dos BIC, permite concluir que a criação de empresas de características inovadoras e/ou de base tecnológica está intimamente relacionada com o nível académico dos seus promotores.

Os antecedentes familiares são também relevantes para o percurso dos inquiridos. Assim, no que respeita à envolvente familiar, verificamos que o pai de 25% dos inquiridos possuía a licenciatura e de 13% o bacharelato. Já no que respeita à mãe dos inquiridos, 22% possuía a licenciatura e 6% o bacharelato.

Figura 4.8 – Distribuição dos Inquiridos Segundo o Nível de Instrução: Frequência Relativa do Próprio, Pai e Mãe



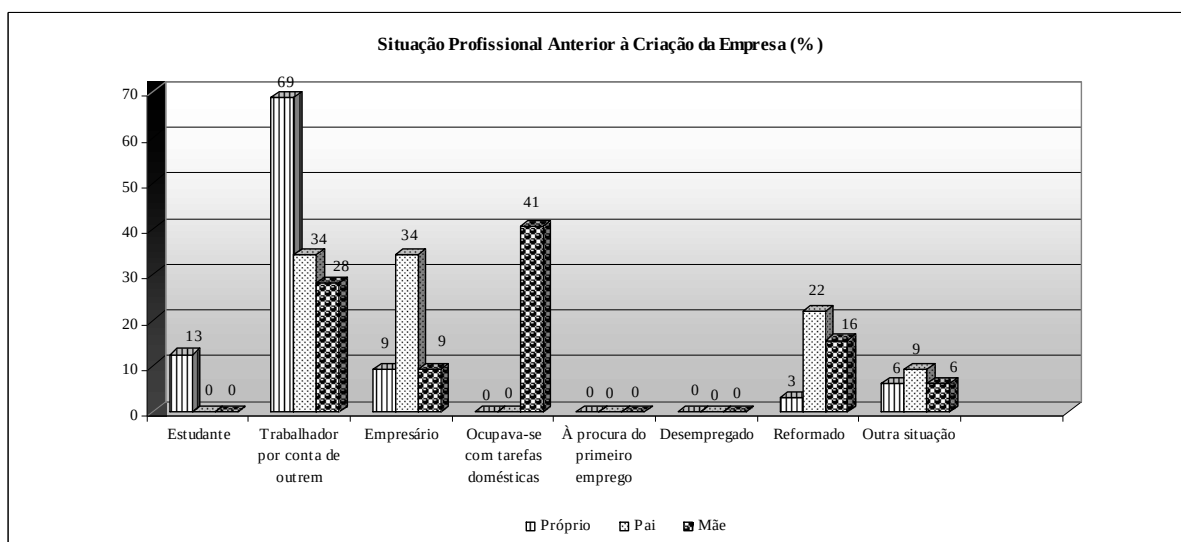
É interessante verificar que cerca de 62% dos inquiridos começou a trabalhar antes dos 22 anos (Quadro 4.17), donde podemos depreender que na sua maioria os inquiridos começou a trabalhar ainda antes de terminar o seu curso superior.

Quadro 4.17 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Idade em que Começaram a Trabalhar (%)

<i>Idade em que Começou a Trabalhar</i>	
<i>Idade</i>	<i>% Empresas</i>
15	3,13
16	3,13
17	6,25
18	6,25
20	12,50
21	15,63
22	15,63
23	18,75
24	15,63
27	3,13

No que diz respeito à situação profissional anterior à criação da empresa (Figura 4.9), constatamos que cerca de 69% dos inquiridos eram Trabalhadores por conta de outrem antes da criação da sua própria empresa, enquanto que 9% dos inquiridos era já Empresário. Isto significa que a experiência profissional no mundo empresarial tem influência na dinâmica empreendedora, o que é confirmado por vários estudos empíricos (IAPMEI, 2007, DEEP/MSST, 2003) e é também válido no caso concreto das empresas de características inovadoras ou de base tecnológica, como é o caso das empresas apoiadas no âmbito da actividade dos BIC.

Figura 4.9 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Situação Profissional Anterior à Criação da Empresa: Frequência Relativa do Próprio, Pai e Mãe (%)

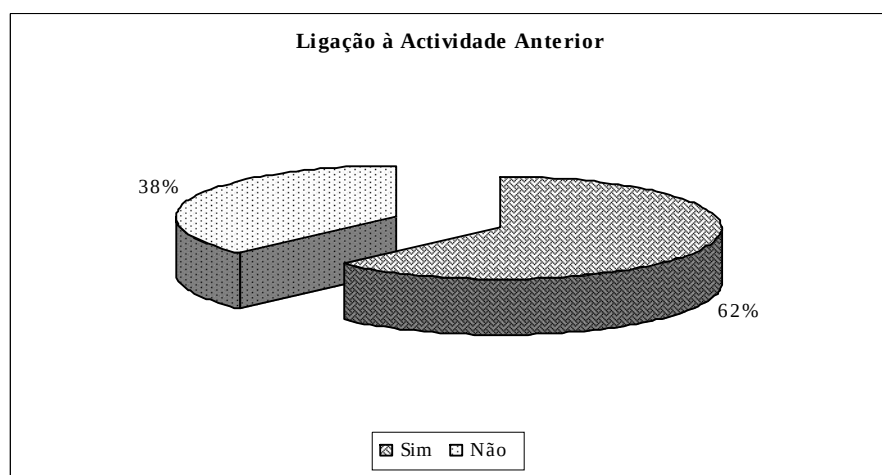


É ainda possível referir que existe uma associação entre a situação profissional do inquirido e a dos seus progenitores, em particular, a do pai. Verificamos assim que a estatística do teste do Qui-quadrado da independência entre a condição perante o trabalho do inquirido e do pai enquanto empresários era igual a 6,4 ($p\text{-value} = 0,011$), o que revela que a condição do pai enquanto empresário e a condição do filho enquanto empresário não são independentes.

Este facto pode também ser comprovado no *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), onde é referido que a experiência empresarial da família parece ser um factor incentivador da dinâmica empreendedora, dado que 2/3 dos empreendedores têm familiares empresários, na maior parte familiares muito próximos.

Verifica-se ainda que grande parte dos promotores inquiridos (62%) já possuía experiência profissional na área de actividade da empresa (Figura 4.10). No estudo realizado em 2003, pelo DEEP/MSST podemos verificar, que no que diz respeito à origem sectorial, cerca de 60% dos patrões criaram a sua empresa no mesmo sector de actividade económica onde já trabalhavam.

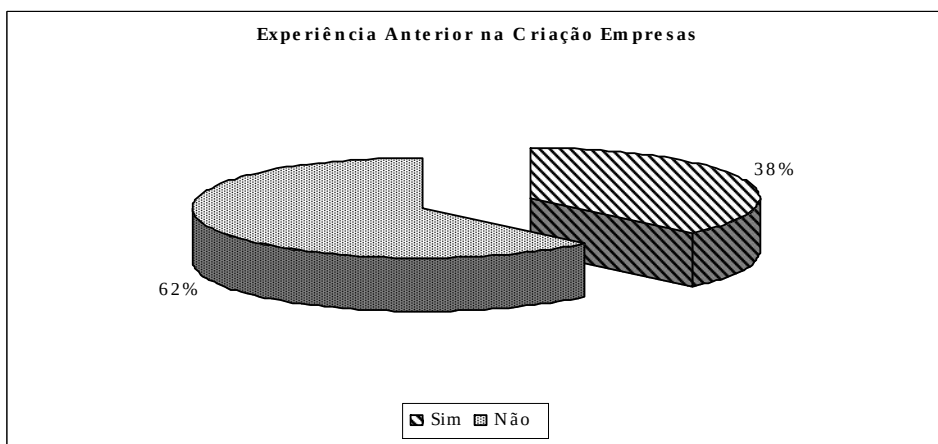
Figura 4.10 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Existência de Experiência Anterior na Área de Actividade da Nova Empresa: Frequência Relativa (%)



No entanto e independentemente da situação profissional mais recente, apenas 32% dos promotores inquiridos já possuía experiência empresarial anterior (Figura 4.11). Este facto pode ser confirmado no estudo *Indicadores de Empreendedorismo e Inovação* do

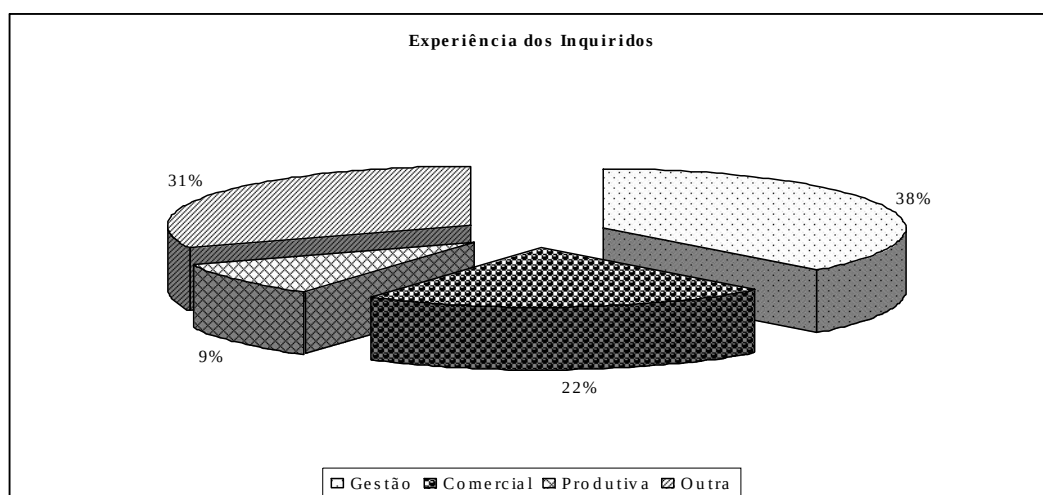
DEEP/MSST (2003), onde é referido que cerca do 30% dos patrões das novas empresas já o eram anteriormente, bem como no *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), onde é referido também que cerca de 33% dos novos empreendedores já era empresário.

Figura 4.11 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Existência de Experiência Empresarial Anterior: Frequência Relativa (%)



Note-se ainda que a experiência profissional dos inquiridos estava maioritariamente ligada às áreas da Gestão e Comercial (37,5% e 21,9%, respectivamente) (Figura 4.12).

Figura 4.12 – Distribuição dos Inquiridos Segundo a Experiência Profissional Anterior à Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)



No que diz respeito aos factores que estão na génese da ideia e criação da empresa (Quadro 4.18), os inquiridos assinalam a “Experiência profissional” como sendo um dos factores que mais contribuiu para o nascimento da ideia da criação da sua própria empresa, seguido pelas “Relações com potenciais clientes”, reforçando a endogeneidade da função empresarial. Em contrapartida, assinalam como factores que não tiveram influência no nascimento da ideia para a criação da empresa, factores como “Recurso à transferência de tecnologia” e os “Conhecimentos adquiridos na Universidade”. Salienta-se também as “Relações formais ou informais com a universidade” (34%) e as “Relações formais ou informais com centros de investigação” que cerca de 34% e 25% dos inquiridos respectivamente considera importantes ou muito importantes, sendo este facto devido às características deste tipo de empresas, maioritariamente empresas de base tecnológica.

Quadro 4.18 – Grau de Importância dos Factores que Influenciaram a Ideia de Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)

<i>Factores que Influenciaram a Ideia de Criação da Empresa</i>						
	<i>1 - Sem Importância</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 – Muito Importante</i>
Conhecimentos e competências dos promotores						
Experiência profissional anterior	6,25	0,00	9,38	18,75	40,63	25,00
Conhecimentos adquiridos na universidade	15,63	6,25	25,00	21,88	25,00	6,25
Leitura de jornais, revistas e literatura especializada	12,50	12,50	21,88	28,13	15,63	9,38
Recurso à transferência de tecnologia	28,13	34,38	9,38	18,75	6,25	3,13
Relações Pessoais						
Relações com amigos ou familiares	18,75	15,63	9,38	37,50	3,13	15,63
Relações formais ou informais com a universidade	21,88	12,50	18,75	12,50	18,75	15,63
Relações formais ou informais com centros de investigação	34,38	15,63	18,75	6,25	12,50	12,50
Relações com potenciais clientes	18,75	9,38	12,50	15,63	28,13	15,63
Relações com centros de apoio à criação de empresas e/ou incubadoras	28,13	6,25	15,63	18,75	21,88	9,38

Quando inquiridos sobre que tipo de fontes de financiamento utilizam (Quadro 4.19), os promotores apontam o “Auto-financiamento” como sendo a forma prioritária de financiamento à empresa. Verificamos também que este tipo de empresas inovadoras e

/ou de base tecnológica não reconhece importância para o seu financiamento do “Capital de Risco”, dos “*Business Angels*”, dos “Empréstimos de familiares e amigos”, do “Desconto de letras e livranças” ou dos “Empréstimos bancários de longo prazo”. De referir que, segundo o estudo do IAPMEI (2007), esta é também a opção da maioria das *start-ups* portuguesas que utiliza o capital social para financiar o seu investimento (79%), sendo também usuais enquanto fontes de financiamento os empréstimos bancários (31%) e os suprimentos de sócios (24%). De acordo com o mesmo estudo, um número reduzido de *start-ups* nacionais recorre à utilização de instrumentos de financiamento como o capital de risco (0,9%), o micro-crédito (0,8%) ou a garantia mútua (0,1%).

Quadro 4.19 – Utilização das Fontes de Financiamento: Frequência Relativa (%)

<i>Fontes de Financiamento</i>						
	<i>1 - Nunca Utilizou</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 - Utiliza Muito</i>
Auto financiamento	3,13	9,38	3,13	12,50	15,63	56,25
Aumento de capital	56,25	12,50	9,38	9,38	9,38	3,13
Capital de Risco	96,88	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00
Business Angels	96,88	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00
Empréstimos de sócios, curto prazo (suprimentos)	43,75	9,38	12,50	6,25	12,50	15,63
Empréstimos de sócios, longo prazo (suprimentos)	31,25	6,25	6,25	6,25	28,13	21,88
Empréstimos de familiares e amigos	87,50	3,13	9,38	0,00	0,00	0,00
Empréstimos bancários de curto prazo	65,63	3,13	15,63	6,25	3,13	6,25
Empréstimos bancários de longo prazo	78,13	3,13	6,25	3,13	3,13	6,25
Contas correntes caucionadas	71,88	0,00	12,50	6,25	3,13	6,25
Descontos de letras e livranças	75,00	15,63	6,25	0,00	0,00	3,13
Crédito de fornecedores e Clientes	71,88	0,00	9,38	9,38	0,00	9,38
Leasing	43,75	6,25	28,13	9,38	3,13	9,38
Factoring	90,63	0,00	0,00	3,13	3,13	3,13
Subsídios e Incentivos	62,50	9,38	12,50	3,13	9,38	3,13

4.2.4. Determinantes Institucionais

A maioria dos promotores afirma não ter tido qualquer nível de relacionamento com a maioria das entidades associadas à actividade empresarial antes da criação da sua empresa (Quadro 4.20). De facto, antes de criarem a sua empresa, 72% dos inquiridos apresentava um relacionamento muito reduzido com entidades financeiras, 66% dos examinados tinha poucos ou nenhuns contactos com as associações empresariais e sectoriais e 53% não tinha relacionamento significativo com os seus fornecedores actuais. Somente 19% dos inquiridos assume um relacionamento substancial com os seus clientes actuais. Donde, os factores do lado da procura parecem mais relevantes para a emergência da actividade empresarial do que os factores do lado da oferta.

Quadro 4.20 – Grau de Relacionamento com Entidades Institucionais, antes da Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)

<i>Relacionamento com Entidades, antes da Criação da Empresa.</i>						
	<i>1 – Sem relacionamento</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 – Muito relacionamento</i>
Clientes do meu actual negócio	28,13	15,63	15,63	21,88	12,50	6,25
Fornecedores do meu actual negócio	34,38	18,75	21,88	9,38	12,50	3,13
Entidades financeiras	34,38	37,50	12,50	3,13	12,50	0,00
Associações empresariais	43,75	6,25	34,38	9,38	6,25	0,00
Associações sectoriais	46,88	18,75	21,88	6,25	6,25	0,00
Administração pública	46,88	18,75	21,88	12,50	0,00	0,00

Quando questionados sobre a política de apoio à criação de empresas do actual Governo (Quadro 4.21), a maioria dos inquiridos concorda com as medidas tomadas pelo actual Governo ao nível da Desburocratização (63%), da Reforma da Administração Pública (56%), da Liberalização do Mercado Laboral e da Negociação da União Europeia (38%). Em contrapartida, não concorda com a política governativa ao nível da Fiscalidade (47%), da Despesa Pública (44%) e da Segurança Social (38%), factores essenciais para o desenvolvimento empresarial.

Quadro 4.21 – Opinião dos Inquiridos sobre a Política do Actual Governo: Frequência Relativa (%)

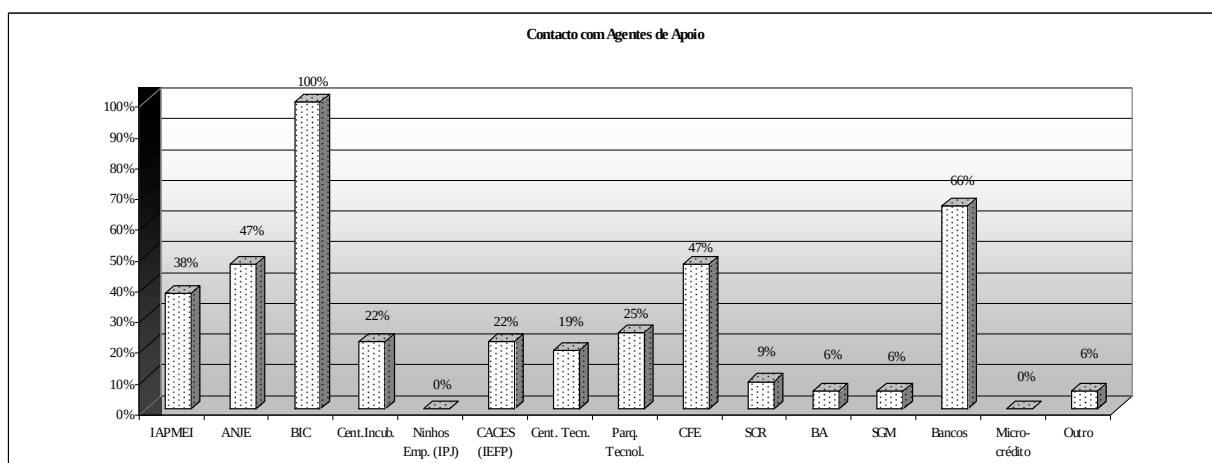
<i>Política do Actual Governo</i>				
	<i>Discordo %</i>	<i>Indiferente %</i>	<i>Concordo %</i>	<i>Ns/Nr %</i>
Fiscalidade	46,88	12,50	18,75	21,88
Pensões	34,38	31,25	12,50	21,88
Despesa Pública	43,75	15,63	18,75	21,88
Saúde	34,38	28,13	15,63	21,88
Educação e formação profissional	31,25	18,75	28,13	21,88
Negociação União Europeia	21,88	18,75	37,50	21,88
Construção de infra-estruturas	28,13	28,13	21,88	21,88
Segurança Social	37,50	28,13	12,50	21,88
Fomento das exportações	28,13	28,13	21,88	21,88
Fomentar a cooperação entre empresas	28,13	25,00	25,00	21,88
Desregulamentação sectorial	31,25	31,25	15,63	21,88
Liberalização do mercado laboral	15,63	25,00	37,50	21,88
Privatização de empresas públicas	9,38	37,50	31,25	21,88
Desburocratização	3,13	12,50	62,50	21,88
Reforma da Administração Pública	3,13	18,75	56,25	21,88

Para além dos BIC (100%), os inquiridos estabeleceram também contacto com outros agentes, nomeadamente entidades bancárias (66%), a ANJE (47%), os CFE – Centros Formalidades das Empresas (47%) e o IAPMEI (38%) (Figura 4.13). As entidades que menos foram contactadas foram as SCR - Sociedades de Capital de Risco (9%), os BA - *Business Angels* e as SGM – Sociedades de Garantia Mútua (6%), sendo que as entidades de Micro-Crédito nunca foram contactadas pelos elementos desta amostra.

De referir que o *Observatório da Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), revela que o número de *start-ups* que opta por se instalar em infra-estruturas de acolhimento empresarial é ainda muito reduzido, somente 5,5% o fazem, sendo que a grande maioria (67,3%) das que o fazem escolhe os parques empresariais para o efeito. O mesmo estudo revela ainda que os centros de apoio à criação de empresas (CACE) são

procurados por 14,3% das *start-ups* que procuram beneficiar dos serviços de infra-estruturas de acolhimento, enquanto que os centros de incubação alojam 8,2% daquelas e os centros de empresas e inovação (BIC) alojam 4,1%. Os parques tecnológicos, por sua vez, são uma solução neste domínio para 6,1% das *start-ups* nacionais que recorrem a infra-estruturas de acolhimento. Este estudo refere que os apoios especializados na área da incubação e da intermediação tecnológica têm uma reduzida procura por parte das *start-ups* – apenas 2,8% recorrem aos mesmos. O mesmo estudo revela ainda que de entre estes, a intermediação tecnológica é o serviço com mais procura, sendo que 48,1% das empresas que recorrem a apoios especializados nestas áreas vão beneficiar de serviços e intermediação tecnológica em centros de inovação e 44,4% em centros tecnológicos. Por outro lado, em cerca de ¼ dos casos, as *start-ups* que recorrem a apoios especializados procuram esses serviços na área da incubação.

Figura 4.13 – Contacto com Instituições de Apoio à Criação de Empresas: Frequência Relativa (%)

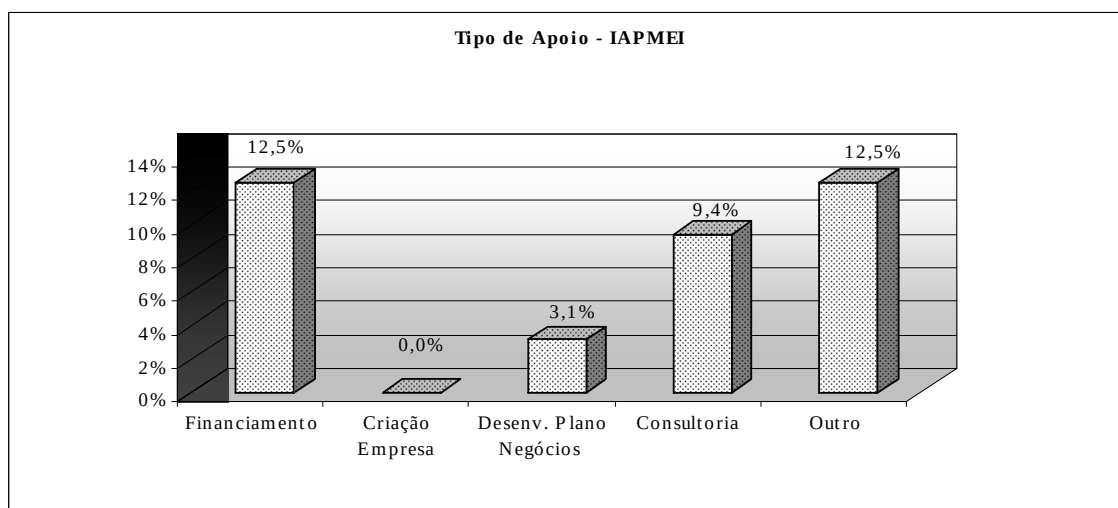


Solicitamos ainda aos inquiridos que discriminassem o tipo de serviços que utilizaram quando recorriam às diferentes entidades de apoio à criação das suas empresas.

Como podemos constatar na figura seguinte (Figura 4.14), dos 38% do total de inquiridos que contactou o IAPMEI, 12,5% fê-lo com o objectivo de obter financiamento e 9,4% para informações ao nível dos serviços de consultoria que poderiam obter. Podemos também verificar que nenhuma empresa contactou o IAPMEI com o objectivo de criar a empresa, contrariamente às empresas inquiridas no âmbito do *Observatório de Criação de Empresas* (IAPMEI, 2007), onde em 95,5% dos casos o

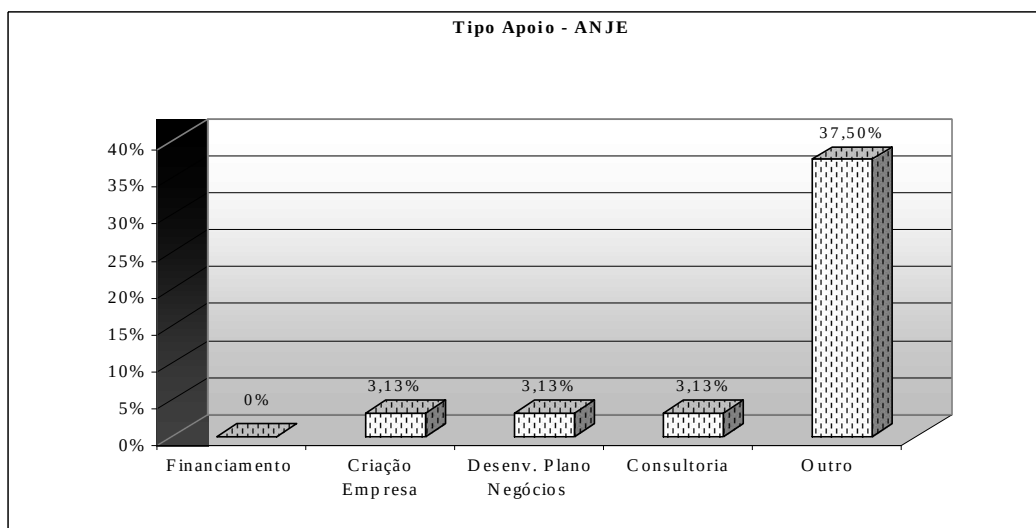
IAPMEI foi contactado para obter informações sobre o processo de criação de empresas, sendo que em 14% dos casos se recolheram informações sobre produtos e serviços de apoio existentes disponíveis para empreendedores.

Figura 4.14 – Motivo da Utilização dos Serviços do IAPMEI: Frequência Relativa



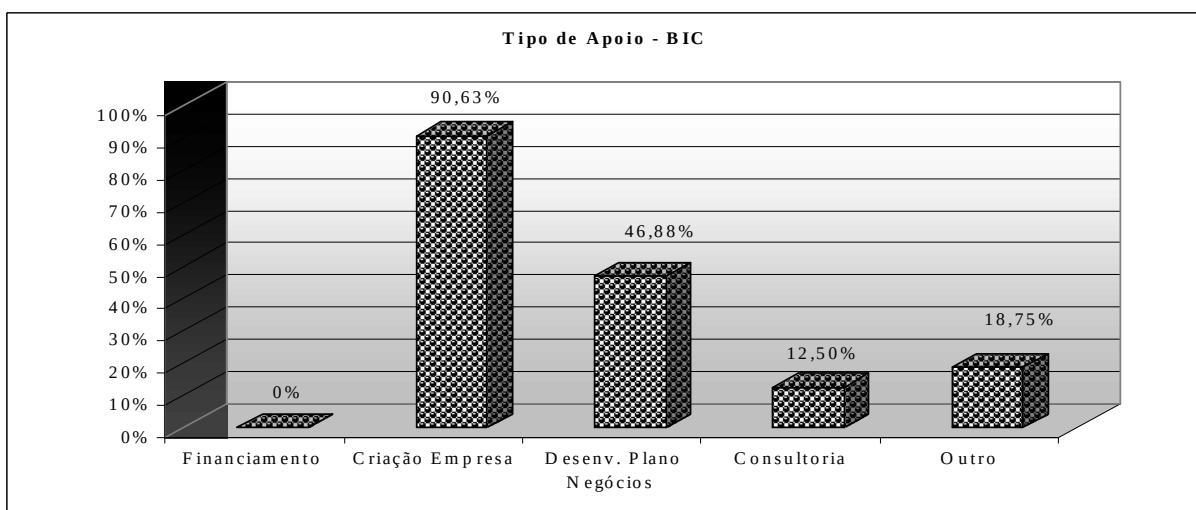
No que diz respeito aos serviços prestados pela ANJE, do total de inquiridos 47% contactaram a ANJE (Figura 4.15), e destes, 37,5% contactaram-na por outros motivos que não a criação de empresas, o desenvolvimento do plano de negócios ou o apoio na área da consultoria.

Figura 4.15 – Objectivo do Contacto com a ANJE: Frequência Relativa (%)



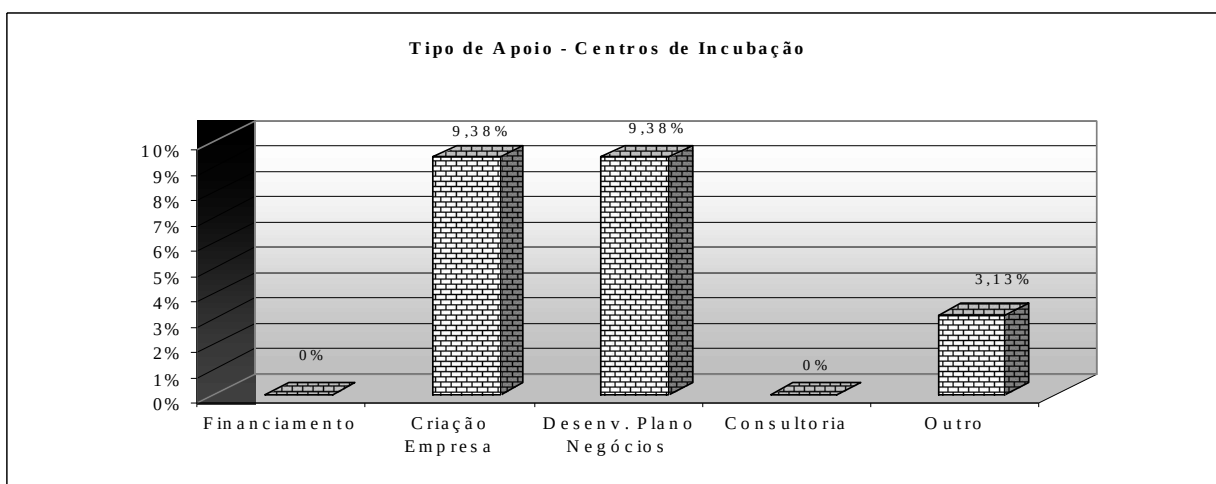
Relativamente ao tipo de apoio prestado pelo BIC (Figura 4.16), a totalidade dos inquiridos efectuou contactos com os BIC, sendo que destes 91% solicitaram apoio na área da criação de empresa, enquanto 47% solicitou apoio no desenvolvimento do plano de negócios, 13% na área da consultoria e 19% em outras áreas.

Figura 4.16 – Objectivo do Contacto com os BIC: Frequência Relativa (%)



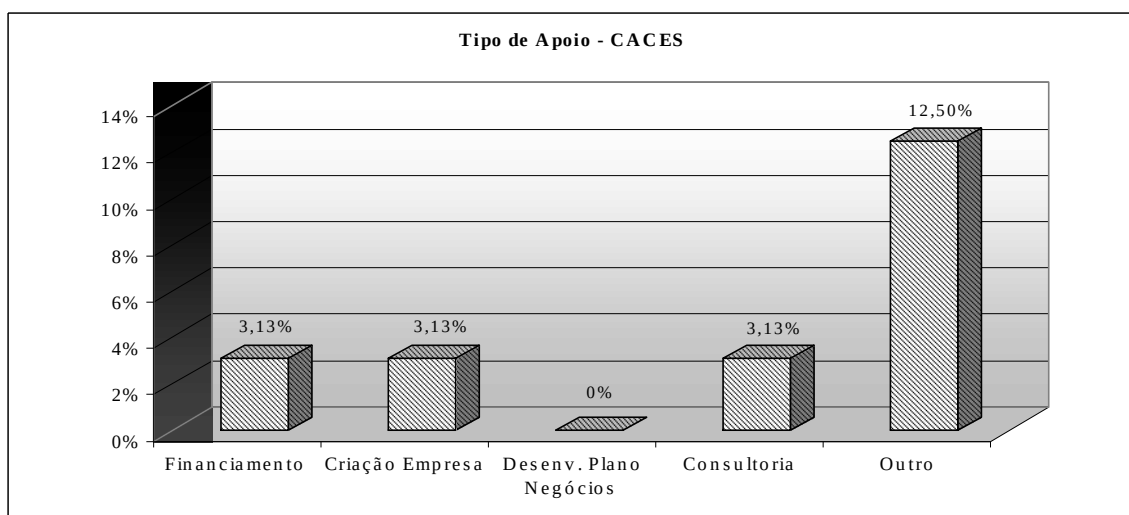
Os Centros de Incubação são efectivamente entidades cuja procura de apoio não é muito significativa (comparativamente com as entidades analisadas anteriormente), dado que apenas 22% dos inquiridos contactaram estas entidades (Figura 4.17). Destes, 9% contactaram-nos com o objectivo de obter apoio na criação da empresa bem como no desenvolvimento do plano de negócios.

Figura 4.17 – Objectivo do Contacto com os Centros de Incubação: Frequência Relativa (%)



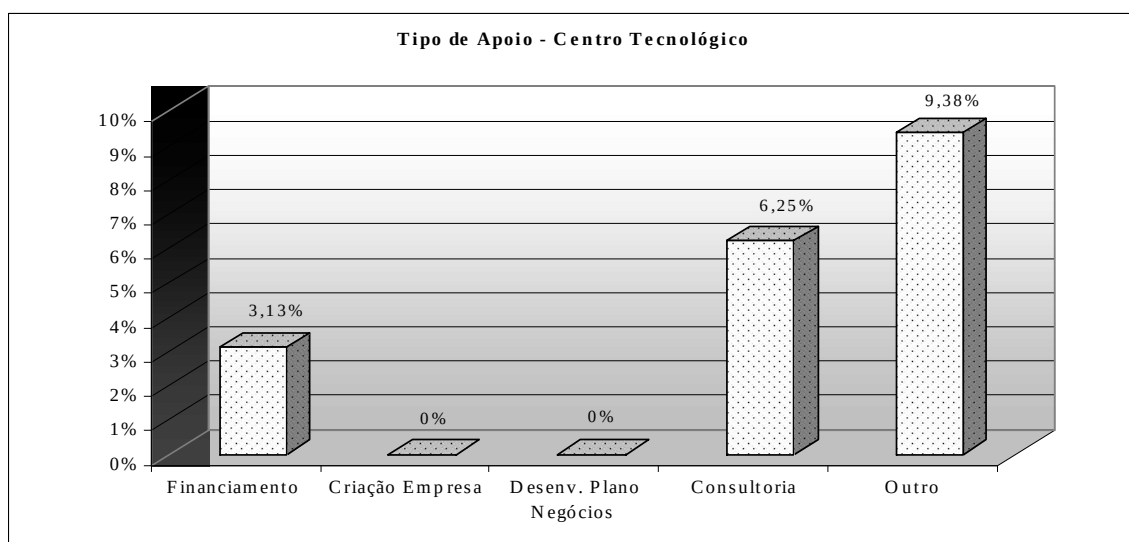
Seguindo o exemplo anterior, somente 22% do total dos inquiridos (Figura 4.18) é que contactaram os CACES (IEFP), sendo que estas entidades foram contactadas nomeadamente na procura de financiamento, de apoio na criação da empresa e de apoio na área de consultadoria.

Figura 4.18 – Objectivo do Contacto com os CACES: Frequência Relativa (%)



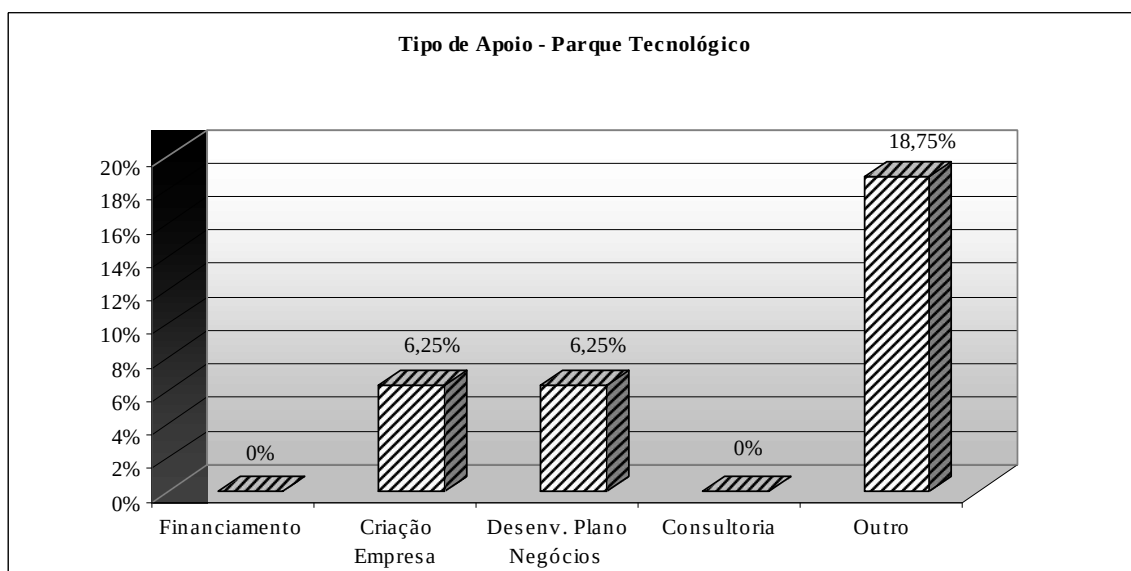
Já os Centros Tecnológicos foram procurados por 19% do total de inquiridos (Figura 4.19), dos quais cerca de 6% tinha como objectivo apoio na área da consultadoria.

Figura 4.19 – Objectivo do Contacto com os Centros Tecnológicos: Frequência Relativa (%)



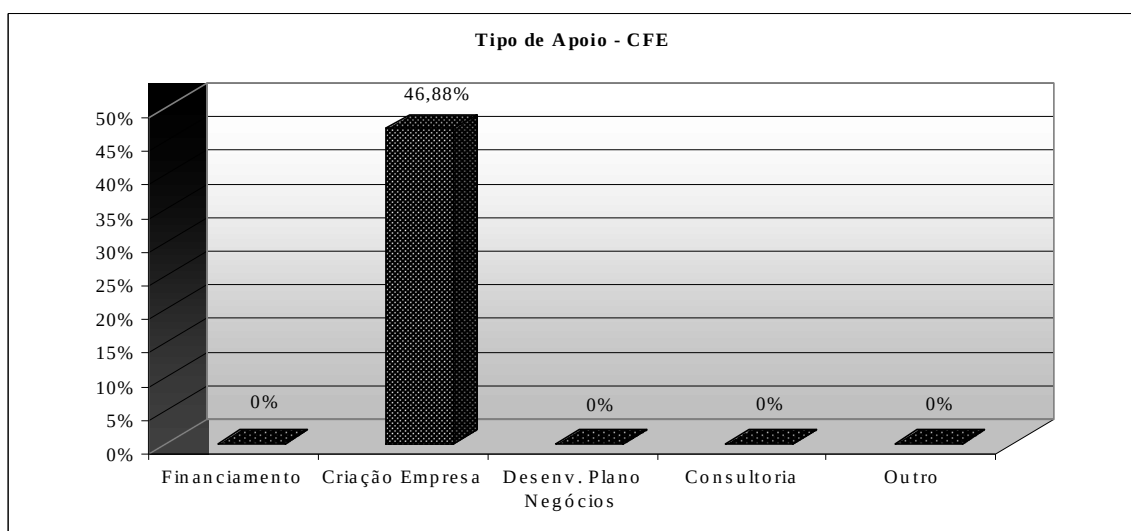
Os Parques Tecnológicos, por sua vez, foram contactados por 25% dos inquiridos (Figura 4.20). Neste caso, os promotores procuram apoio nomeadamente nas áreas da criação da empresa e no desenvolvimento do plano de negócios.

Figura 4.20 – Objectivo do Contacto com os Parques Tecnológicos: Frequência Relativa (%)



Por sua vez os CFE (Centro de Formalidades das Empresas) foram procurados por 47% dos inquiridos (Figura 2.21) e o objectivo do contacto foi o apoio à criação da empresa (ou seja, apoio à constituição jurídica da empresa, dada a natureza desta entidade).

Figura 4.21 – Objectivo do Contacto com os CFE: Frequência Relativa (%)



Como podemos verificar nas figuras seguintes (Figura 4.22, Figura 4.23 e Figura 4.24), entidades como as Sociedades de Capital de Risco (SCR), como os *Business Angels* (BA) e como as Sociedades de Garantia Mútua (SGM) foram pouco procuradas pela totalidade dos inquiridos (9%, 6% e 6%, respectivamente), sendo que os contactos estabelecidos tiveram como objectivo apoio na área do financiamento.

**Figura 4.22 – Objectivo do Contacto com as:
SCR: Frequência Relativa (%)**

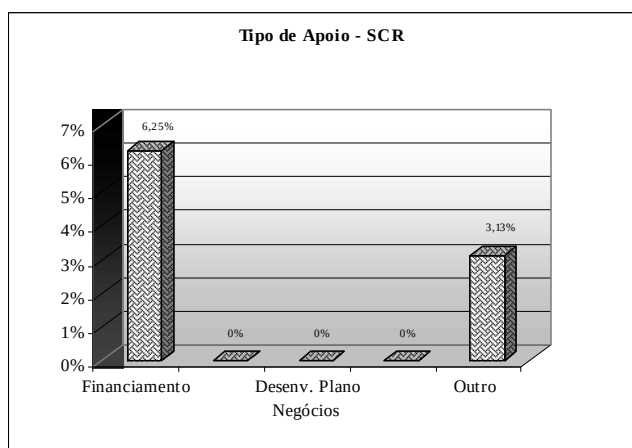


**Figura 4.23 – Objectivo do Contacto com
os BA: Frequência Relativa (%)**

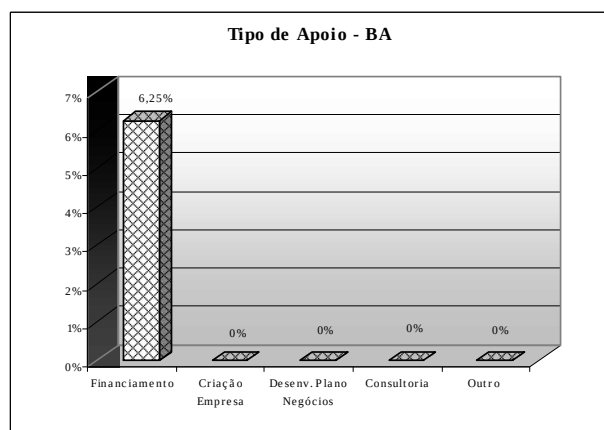
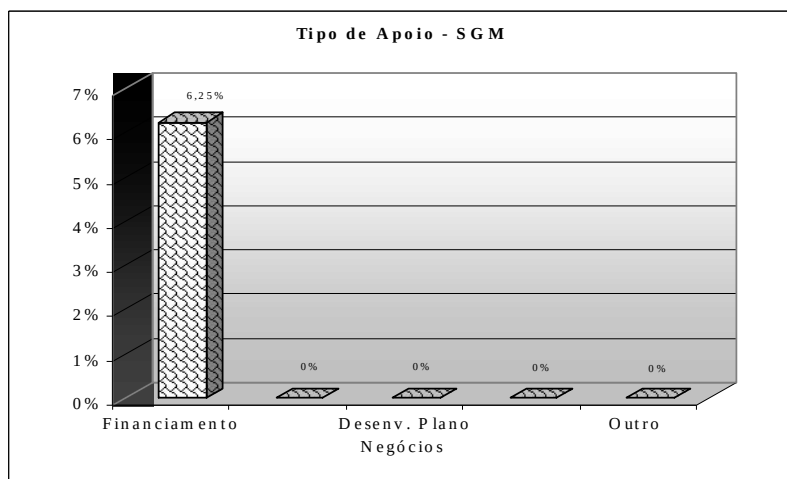
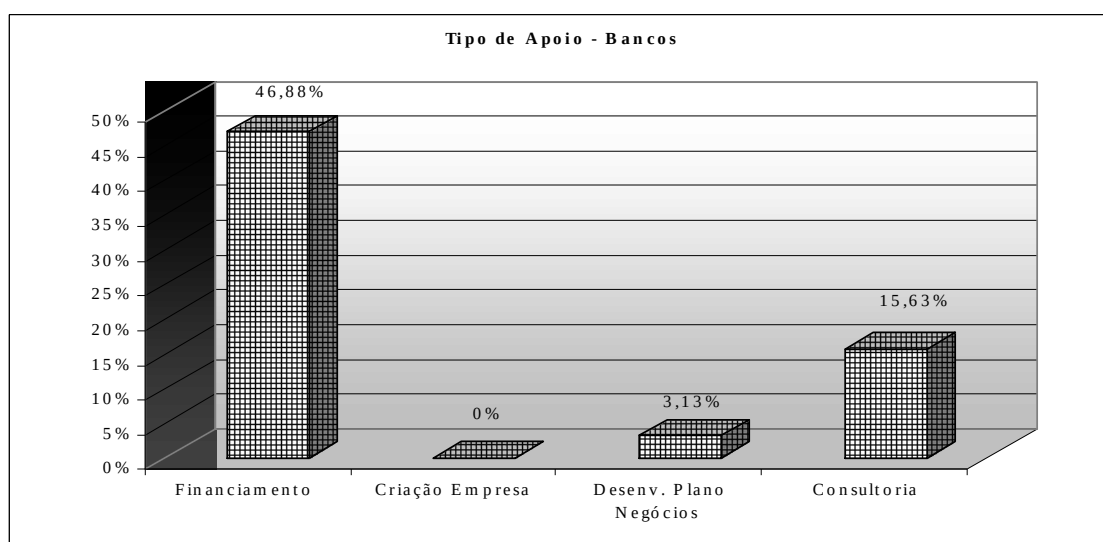


Figura 4.24 – Objectivo do Contacto com os SGM: Frequência Relativa (%)



Relativamente ao apoio procurado nas entidades bancárias (66% dos inquiridos contactaram estas entidades), este tem, como não poderia deixar de ser, como principais objectivos a procura de financiamento e a procura de apoio nas áreas de consultoria (Figura 4.25).

Figura 4.25 – Objectivo do Contacto com os Bancos: Frequência Relativa



Quando inquiridos sobre qual o grau de importância que atribuíam a cada um dos agentes para a criação da sua empresa (Quadro 4.22), cerca de 34% dos inquiridos atribuem uma classificação de *importante* ou *muito importante* aos BIC, sendo que apenas 9% atribui classificação idêntica aos Bancos e 6% aos Centros de Formalidades das Empresas e os Parques Tecnológicos.

Quadro 4.22 – Grau de Importância dos Agentes para a Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)

<i>Agentes de Apoio na Criação da Empresa</i>						
	<i>1 – Pouco Importante</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 – Muito Importante</i>
IAPMEI	96,88	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
ANJE	84,38	3,13	0,00	6,25	3,13	3,13
BIC	15,63	34,38	15,63	0,00	25,00	9,38
Centros de Incubação	71,88	9,38	15,63	0,00	0,00	3,13
Ninhos de Empresas (IPJ)	93,75	3,13	3,13	0,00	0,00	0,00
CACES (IEFP)	96,88	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Centros Tecnológicos	93,75	0,00	6,25	0,00	0,00	0,00
Parques Tecnológicos	93,75	0,00	0,00	0,00	6,25	0,00
Centros de Formalidades das Empresa	65,63	6,25	9,38	12,50	3,13	3,13
Sociedades de Capital de Risco	96,88	0,00	0,00	0,00	3,13	0,00
Business-Angels	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sociedades de Garantia Mútua	96,88	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Bancos	68,75	6,25	3,13	12,50	3,13	6,25
Micro - crédito	87,50	0,00	0,00	12,50	0,00	0,00
Outro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,25

4.2.5. Percepção Geral dos BIC

Os BIC promovem sistemas de serviços integrados, adaptados ao contexto local e com a flexibilidade necessária, permitindo prestar uma assistência profissional e qualificada aos empreendedores para que estes realizem os seus projectos (criação ou modernização de empresas). Têm também como objectivo dar orientação aos promotores na elaboração dos seus projectos ou no desenvolvimento de novas actividades. Assim, os BIC prestam um conjunto integrado de serviços que vão desde o amadurecimento da ideia, passando pelo apoio ao desenvolvimento do plano de negócios, pelo apoio na constituição jurídica da empresa e por último mas não menos importante pelo acompanhamento na realização/implementação dos projectos, sendo que transversalmente existe um acompanhamento personalizado constante.

Assim, e quando inquiridos sobre o tipo de serviços prestados pelos BIC que utilizaram no momento da criação da empresa (Quadro 4.23), podemos verificar, que 72% dos inquiridos tiveram um “Acompanhamento Personalizado”, 75% tiveram apoio na “Elaboração do Plano de Negócios”, 60% solicitou apoio na “Criação da Empresa”, 66% apoio no “Secretariado”, 94% utilizam as “Salas de Reuniões”, 69% as “Salas de Formação”, 84% utilizaram os “Serviços de Recepção” e 75% os “Serviços Partilhados” (fax, fotocopiadora, etc.).

Os inquiridos foram ainda instigados a definir o grau de satisfação que atribuíam a cada um dos serviços utilizados na criação da sua empresa (Quadro 4.23). Assim, 22% dos inquiridos classificou como elevado ou muito elevado o apoio à “Elaboração do Plano de Negócios”, enquanto que 34% classificou como importante ou muito importante a utilização das “Salas de Reuniões”, 38% a utilização das “Salas de Formação” e a “Possibilidade de Instalação da Empresa Chave na Mão” e 28% os “Serviços de Recepção” e os “Serviços Partilhados”.

Quadro 4.23 – Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC na Criação da Empresa: Frequência Relativa (%)

<i>Serviços Prestados pelo BIC Utilizados na Criação da Empresa</i>							
		Grau de Satisfação (%)					
	%	1 – Muito Baixo	2	3	4	5	6 – Muito Elevado
	Utiliza						
Acompanhamento Personalizado	71,88	0,00	15,63	21,88	18,75	12,50	3,13
Apoio à Elaboração do Plano de Negócios	75,00	0,00	12,50	25,00	15,63	12,50	9,38
Apoio à Constituição Jurídica da Empresa	28,13	0,00	3,13	9,38	12,50	0,00	3,13
Apoio à Criação de Empresas	59,38	3,13	3,13	31,25	15,63	3,13	3,13
Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento	12,50	0,00	3,13	0,00	6,25	3,13	0,00
Apoio na Procura de Capital de Risco/Business Angels	3,13	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Realização de Projectos Técnicos	6,25	3,13	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Estudos de Viabilidade Económica e Financeira	21,88	0,00	0,00	9,38	6,25	3,13	3,13
Apoio na Área de Marketing	31,25	3,13	9,38	9,38	6,25	0,00	3,13
Apoio na Área Comercial	15,63	6,25	0,00	6,25	3,13	0,00	0,00
Apoio nas Áreas Técnicas e Tecnológicas	3,13	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00
Serviços de Contabilidade	28,13	3,13	6,25	3,13	3,13	12,50	0,00
Apoio de Secretariado	65,63	3,13	6,25	21,88	18,75	9,38	6,25
Formação à Medida	21,88	0,00	0,00	3,13	15,63	0,00	3,13
Realização de Eventos c/ V. à Promoção das Empresas	37,50	3,13	0,00	18,75	9,38	3,13	0,00
Apoio Participação de Proj. Nacion. e Internacionais	3,13	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Apoio na Realização de Eventos	18,75	0,00	0,00	12,50	3,13	3,13	0,00
Networking (acesso a redes de contactos)	31,25	0,00	0,00	9,38	9,38	9,38	3,13
Biblioteca Técnica	3,13	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00
Apoio ao Recrutamento	3,13	0,00	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00
Realização Auditorias (Marketing, tecnológica, etc.)	3,13	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Apoio à modernização de empresas	9,38	3,13	0,00	0,00	6,25	0,00	0,00
Identif. Desenvolv. Novas Oportunidades de Negócio	12,50	3,13	3,13	3,13	0,00	3,13	0,00
Serviços Cx Correio, c/ utilização de salas de reuniões	31,25	0,00	0,00	15,63	6,25	0,00	9,38
Salas de Reuniões	93,75	0,00	9,38	18,75	31,25	12,50	21,88
Sala Multiusos	6,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,25
Salas de Formação	68,75	0,00	0,00	9,38	21,88	21,88	15,63
Possibilidade Instalação da Empresa “ chave na mão”	68,75	0,00	0,00	9,38	21,88	21,88	15,63
Serviços de Recepção	84,38	0,00	12,50	12,50	31,25	18,75	9,38
Serviços de Secretariado Básico	46,88	0,00	12,50	15,63	6,25	6,25	6,25
Serviços Partilhados (fax, fotocopiadora, etc.)	75,00	0,00	12,50	21,88	12,50	15,63	12,50
Serviços de Condomínio Gerais	50,00	0,00	0,00	21,88	15,63	3,13	9,38
Acesso a Imprensa Generalista e Especializada	15,63	0,00	3,13	6,25	3,13	0,00	3,13
Bar	28,13	0,00	0,00	15,63	9,38	0,00	3,13
Limpeza	68,75	0,00	9,38	25,00	25,00	6,25	3,13
Segurança	71,88	0,00	9,38	25,00	12,50	18,75	6,25
Parque de Estacionamento	65,63	0,00	6,25	15,63	25,00	9,38	9,38

Interessou-nos também avaliar se as empresas criadas no âmbito dos BIC continuam a utilizar os seus serviços no desenvolvimento da sua actividade, e para além do apoio na criação da empresa (Quadro 4.24). Verificou-se assim que 22% dos inquiridos utiliza os “Serviços de Secretariado”, 34% as “Salas de Reuniões”, sendo que destes, 6% classifica este serviço com 5 ou 6 (onde o 6 significa muito elevado), 25% utiliza as “Salas de Reuniões”, 22% os “Serviços Partilhados” (fax, fotocopiadora, etc.), os “Serviços de Condomínio Gerais” e o “Bar”, 25% os “Serviços de Limpeza” e 28% os “Serviços de Segurança”, destes 13% classificam este serviço com 5 ou 6 (onde o 6 significa muito elevado).

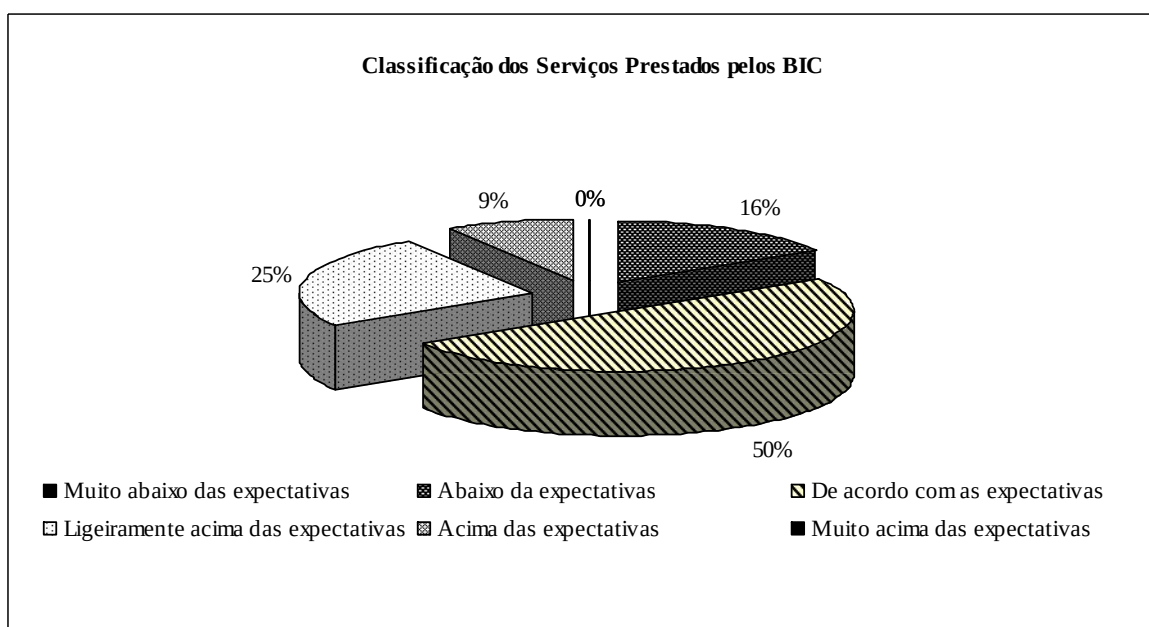
Quadro 4.24 – Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC no Desenvolvimento da Actividade da Empresa: Frequência Relativa

<i>Serviços Prestados pelo BIC no Desenvolvimento da Actividade da Empresa</i>							
	<i>Utiliza (%)</i>	<i>Grau de Satisfação (%)</i>					
		<i>1 – Muito Baixo</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6 – Muito Elevado</i>
Acompanhamento Personalizado	9,38	0,00	0,00	3,13	6,25	0,00	0,00
Apoio à Elaboração do Plano de Negócios	9,38	0,00	3,13	3,13	0,00	0,00	3,13
Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento	3,13	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Apoio na Procura de Capital de Risco/Business Angels	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Realização de Projectos Técnicos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Estudos de Viabilidade Económica e Financeira	3,13	0,00	0,00	0,00	0,00	3,13	0,00
Apoio na Área de Marketing	3,13	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Apoio na Área Comercial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Apoio nas Áreas Técnicas e Tecnológicas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Serviços de Contabilidade	9,38	0,00	0,00	6,25	0,00	0,00	3,13
Apoio de Secretariado	21,88	0,00	0,00	15,63	6,25	0,00	0,00
Formação à Medida	9,38	0,00	6,25	0,00	3,13	0,00	0,00
Realização Eventos c/ Vista à Promoção da Empresa	15,63	0,00	9,38	3,13	3,13	0,00	0,00
Apoio Part. Projectos Nacionais/Internacionais	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Apoio na Realização de Eventos	6,25	0,00	0,00	6,25	0,00	0,00	0,00
Networking (acesso a redes de contactos)	18,75	0,00	6,25	0,00	9,38	3,13	0,00
Biblioteca Técnica	3,13	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Acesso a Bases de Dados Actualizadas	3,13	0,00	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00
Apoio ao Recrutamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Realização Auditorias (Marketing, tecnológica, etc.)	3,13	0,00	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00
Apoio à modernização de empresas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Identificação e Desenvolv. de Novas Oport. Negócio	6,25	0,00	0,00	0,00	6,25	0,00	0,00
Serviços de Caixa de Correio (util. sala Reuniões)	12,50	0,00	0,00	6,25	0,00	3,13	3,13
Salas de Reuniões	34,38	0,00	0,00	18,75	9,38	3,13	3,13

Sala Multiusos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Salas de Formação	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Serviços de Recepção	25,00	0,00	0,00	12,50	9,38	0,00	3,13
Serviços de Secretariado Básico	18,75	0,00	3,13	9,38	3,13	0,00	3,13
Serviços Partilhados (fax, fotocopiadora, etc..)	21,88	0,00	3,13	12,50	0,00	6,25	0,00
Serviços de Condomínio Gerais,	21,88	0,00	0,00	15,63	6,25	0,00	0,00
Acesso a Imprensa Generalista e Especializada	3,13	0,00	0,00	3,13	0,00	0,00	0,00
Bar	21,88	0,00	0,00	6,25	12,50	3,13	0,00
Limpeza	25,00	0,00	0,00	6,25	12,50	6,25	0,00
Segurança	28,13	0,00	0,00	6,25	9,38	9,38	3,13

De uma forma geral 50% inquiridos classificam os serviços prestados pelos BIC (Figura 4.26) como sendo de acordo com as expectativas, 25% como ligeiramente acima das expectativas e 9% acima das expectativas. No entanto, 16% dos inquiridos classifica os serviços prestados pelos BIC como abaixo das expectativas.

Figura 4.26 – Classificação Geral dos Serviços prestados pelo BIC (%)



Quando testamos a associação entre o grau de satisfação dos serviços prestados pelo BIC na criação da empresa e a apreciação geral dos serviços prestados pelos BIC (Quadro 4.25), verificamos que essa associação se verifica relativamente a alguns serviços. Concretamente, a apreciação geral do BIC está relacionada com os serviços de

“Acompanhamento Personalizado”, com o “Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento”, na “Realização de Projectos Técnicos”, no “Apoio na Área de Marketing”, no “Apoio na Participação em Projectos Nacionais e Internacionais”, na “Realização de Auditorias”, no “Apoio à Modernização de Empresas”, na “Identificação e Desenvolvimento de Novas Oportunidades de Negócio” e nos “Serviços de Limpeza”.

Quadro 4.25 – Associação Entre o Grau de Satisfação dos Serviços Prestados pelos BIC na Criação da Empresa e a Classificação Geral dos BIC

<i>Associação entre o Grau de Satisfação dos Serviços Prestados na Criação da Empresa e a Classificação Geral do BIC</i>			
	χ^2	<i>Graus de Liberdade</i>	<i>p-value</i>
Acompanhamento Personalizado	45,21	15	0,0000709
Apoio à Elaboração do Plano de Negócios	17,49	15	0,29
Apoio à Constituição Jurídica da Empresa	17,93	12	0,12
Apoio à Criação de Empresas	23,82	18	0,16
Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento	20,65	9	0,014
Apoio na Procura de Capital de Risco/Business Angels	3,10	3	0,37
Realização de Projectos Técnicos	15,50	6	0,017
Estudos de Viabilidade Económica e Financeira	–	–	–
Apoio na Área de Marketing	30,73	15	0,009
Apoio na Área Comercial	8,68	9	0,46
Apoio nas Áreas Técnicas e Tecnológicas	1,03	3	0,79
Serviços de Contabilidade	15,17	15	0,44
Apoio de Secretariado	19,46	15	0,19
Formação à Medida	7,9	9	0,54
Realização de Eventos com Vista à Promoção das Empresas	10,77	12	0,55
Apoio na Participação de Projectos Nacionais e Internacionais	9,97	3	0,018
Apoio na Realização de Eventos	12,57	9	0,18
Networking (acesso a redes de contactos)	22,8	12	0,29
Biblioteca Técnica	5,57	3	0,13
Apoio ao Recrutamento	6,54	6	0,36
Realização de Auditorias (Marketing, tecnológica, etc.)	9,97	3	0,01
Apoio à modernização de empresas	26,11	6	0,00021
Identificação e Desenvolv. de Novas Oportunidades de Negócio	29,057	12	0,0039
Serviços Caixa de Correio, com utilização de salas de reuniões	11,22	9	0,26
Salas de Reuniões	28,77	15	0,17
Sala Multiusos	5,68	3	0,12
Salas de Formação	10,62	12	0,56
Possibilidade de Instalação da Empresa “ chave na mão”	15,61	15	0,40

Serviços de Recepção	13,66	15	0,55
Serviços de Secretariado Básico	19,53	15	0,19
Serviços Partilhados (fax, fotocopiadora, etc..)	16,98	12	0,15
Serviços de Condomínio Gerais	15,95	12	0,19
Acesso a Imprensa Generalista e Especializada	12,62	15	0,63
Bar	16,72	9	0,053
Limpeza	25,71	15	0,04
Segurança	15,67	15	0,40
Parque de Estacionamento	12,62	15	0,63

4.2.6. Comentários Finais

O estudo incidiu sobre uma amostra de empresas que não corresponde, contudo, à generalidade das empresas criadas em Portugal. No entanto, a sua selecção permitiu-nos avaliar a importância de factores institucionais, e, em particular, os BIC, na dinâmica empreendedora. Daí que as empresas inquiridas apresentem características muito particulares, nomeadamente, o sector de actividade em que estão inseridas, revelando uma predominância de empresas de base tecnológica. Constatase ainda que o nível médio de qualificação dos empresários inquiridos, avaliado pelo nível de habilitações, é claramente superior à tipologia do empresário português. Daí que a importância atribuída às relações com universidades e centros de investigação seja ampliada neste estudo.

Este trabalho revelou ainda que a dinâmica das empresas criadas no âmbito dos BIC apresenta semelhanças com a generalidade do tecido empresarial português. Em particular, a endogeneidade da função empresarial é bem visível, dado que os promotores inquiridos revelaram uma ligação significativa à actividade profissional anterior e ao meio envolvente.

À semelhança de outros estudos realizados em Portugal (DEEP/MSST, 2003; IAPMEI, 2007), esta investigação permitiu evidenciar que a maioria dos inquiridos era trabalhador por conta de outrem, sendo o desejo de autonomização a principal motivação para a criação das empresas, verificando-se ainda que a realização pessoal é também uma motivação muito importante. Permitiu ainda verificar que existe uma

associação com a experiência empresarial familiar, o que permite concluir que existe aqui um factor incentivador da dinâmica empreendedora.

Relativamente ao financiamento, verificou-se que tal como a maioria das *start-ups* portuguesas, também o auto financiamento e os empréstimos bancários são a forma mais utilizada pelos empreendedores para financiarem a sua actividade empresarial.

No que diz respeito à amostra auscultada nesta investigação, podemos concluir que grande parte das empresas inquiridas consideram importante ou muito importante o apoio institucional de algumas entidades, nomeadamente os BIC, os Bancos, os CFE – Centros de Formalidades das Empresas, bem como os Parques Tecnológicos. O apoio dos BIC é valorizado sobretudo em áreas como o “desenvolvimento do plano de negócios” (peça fundamental na criação de qualquer empresa), no “apoio de secretariado” (que permite que as empresas na fase de arranque não tenham que contratar pessoal não técnico), salientado ainda a “utilização das salas de reuniões”, os “serviços de recepção”, os “serviços partilhados” e a “possibilidade de instalação da empresa chave na mão”. Por seu lado, nos Bancos estas empresas procuram fundamentalmente financiamento, sendo que os CFE aparecem aqui como um instrumento muito valorizado no apoio à constituição jurídica da empresa.

Dada a tipologia das empresas inquiridas, algumas entidades aparecem subavaliadas, como é o caso dos Business Angels, as Sociedades de Capital de Risco, as Sociedade de Garantia Mútua e Micro Crédito, motivo este que pode estar relacionado com o facto de estarmos a falar de micro-empresas, que utilizam como meio primordial de financiamento o auto-financiamento, não dependendo desta forma de entidades terceiras.

No que respeita ao apoio prestado pelos BIC, a grande maioria das empresas inquiridas refere que os serviços prestados pelos BIC estão de acordo ou acima das expectativas, sendo esta avaliação atribuída fundamentalmente ao apoio e acompanhamento personalizado a cada empresa/empreendedor.

Cruzando o grau de satisfação dos serviços prestados pelo BIC na criação da empresa com a apreciação geral dos serviços prestados pelos BIC, constatamos que a apreciação geral do BIC está relacionada com os serviços de “acompanhamento personalizado”, “apoio no acesso a fontes de financiamento”, na “realização de projectos técnicos”, no “apoio na área de marketing”, no “apoio na participação em projectos nacionais e

internacionais”, na “realização de auditorias”, no “apoio à modernização de empresas”, na “identificação e desenvolvimento de novas oportunidades de negócio” e nos “serviços de limpeza”.

Neste estudo interessou-nos ainda avaliar se as empresas criadas no âmbito dos BIC continuam a utilizar os serviços prestados pelos BIC no desenvolvimento da sua actividade. Assim, constatou-se que grande parte dos inquiridos continua a usufruir dos serviços prestados por estas entidades, nomeadamente serviços relacionados com a utilização dos serviços de secretariado, das salas de reuniões, dos serviços dos serviços de condomínio gerais, dos serviços de limpeza e dos serviços de segurança, salientando-se ainda uma referência aos serviços de bar, justificada pela interacção e partilha de experiências e projectos que este espaço permite.

Conclusão

Este estudo pretende avaliar a importância de factores de natureza psico-socio-económicos na criação de empresas, dando-se particular ênfase ao papel dos determinantes institucionais. A realização deste trabalho teve como objectivo principal perceber e avaliar qual o papel dos BIC (Business and Innovation Centres) no apoio à criação de empresas, analisando a importância do apoio e serviços prestados por estas entidades.

O ponto de partida desta investigação correspondeu à análise e revisão de literatura sobre a evolução do conceito de empreendedorismo, debruçando-nos em seguida sobre a importância das políticas de empreendedorismo para o desenvolvimento dos países e regiões.

A literatura evidencia que a propensão para a criação de empresas depende de um conjunto alargado de factores. Alguns destes factores estão associados às características do empreendedor, outros dependem do ambiente em que está inserido. Recentemente, alguns autores têm chamado a atenção para os factores de natureza institucional, nomeadamente a existência de políticas específicas de apoio, bem como a disponibilidade de financiamento.

O estudo permitiu concluir que a criação de novas empresas se encontra particularmente concentrada nas regiões de Lisboa e do Norte, enquanto que nas outras regiões do País

parece existir menor dinâmica empreendedora. Esta é uma conclusão preocupante, face à importância que o empreendedorismo assume nas economias do século XXI, dado que a importância do empreendedorismo no desenvolvimento e no bem-estar das sociedades é inequívoca e a necessidade de aumentar o ritmo gerador de novas empresas é o motor essencial para o avanço num desenvolvimento sustentado.

Para a prossecução do nosso objectivo, procedeu-se à recolha de informação primária, obtida através de um questionário realizado junto das empresas criadas no âmbito dos BIC em Portugal. Pretendia-se assim estudar exaustivamente um conjunto de empresas com características particulares e distintivas da empresa típica portuguesa, nomeadamente, o sector de actividade, revelando uma predominância de empresas de base tecnológica. Constatou-se ainda que o nível médio de qualificação dos empresários inquiridos, avaliado pelo nível de habilitações, é claramente superior à tipologia do empresário português. Daí que a importância atribuída às relações com universidades e centros de investigação seja ampliada neste estudo.

Este trabalho revelou ainda que a dinâmica das empresas criadas no âmbito dos BIC apresenta algumas semelhanças com a generalidade do tecido empresarial português. Em particular, a endogeneidade da função empresarial, dado que os promotores inquiridos revelaram uma ligação significativa à actividade profissional anterior e ao meio envolvente.

Por outro lado, e à semelhança de outros estudos realizados, os inquiridos eram na sua maioria trabalhadores por conta de outrem, apresentado como principal motivação para a criação da empresa o desejo de autonomia, bem como o desejo de realização pessoal. Foi ainda possível determinar a existência de uma associação entre a experiência empresarial familiar e a dinâmica de empreendedorismo. Verificou-se ainda que estes empreendedores recorrem principalmente a capitais próprios e ao financiamento bancário para financiar a sua actividade, a exemplo da generalidade das empresas em Portugal.

As empresas inquiridas referem ainda existir a necessidade de maiores incentivos fiscais à actividade da empresa, nomeadamente na fase de arranque (primeiros 3 anos), altura em que este tipo de empresas necessita de maior apoio, tanto a nível financeiro, como ao nível de acompanhamento personalizado.

No que diz respeito aos serviços prestados pelos BIC, foi possível concluir que as empresas avaliadas valorizam fundamentalmente o apoio à criação da empresa e o

acompanhamento personalizado do empreendedor. De uma forma geral, os inquiridos classificam os serviços prestados pelos BIC como estando de acordo com as expectativas ou acima das expectativas, havendo, contudo, lugar para melhorar e potenciar os serviços prestados por esta entidade. Constatou-se ainda que a maioria dos inquiridos continua a usufruir dos serviços prestados pelos BIC no desenvolvimento da sua actividade.

A investigação sobre a temática do empreendedorismo e, em particular, sobre os determinantes institucionais do empreendedorismo, não está, naturalmente, esgotada. Uma possível linha de investigação seria avaliar a importância dos BIC's na educação para o empreendedorismo, em particular, ao nível do ensino básico e secundário. Um outro tópico interessante seria avaliar o intra-empreendedorismo em Portugal, identificando os factores promotores desse comportamento.

Referências

- Alípio, S. (2007), *Políticas de Promoção do Espírito Empresarial: Levantamento e Análise*, Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro
- Audretsch, D. B. (2002), *Entrepreneurship: A survey of the Literature*, Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General, Institute for Development Strategies, Indiana University & Centre for Economic Policy Research (CEPR), London
- Audretsch, D.B. e M. Fritsch (2002), “Growth regimes over time and space”, *Regional Studies*, 36, 113-124.
- Bartelsman, E., S. Scarpetta and F. Shivardi (2003), “Comparative analysis of firms demographics and survival: micro level evidence for the OECD Countries”, *Economic Working papers* n°. 348, Paris: <http://www.oecd.org/eco/>.
- Bass, B. M. (1981), *Stogdill's Handbook of Leadership*. New York: Free Press.
- Baumol, W. (1993), “Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds”, *Journal of Business Venturing*, n° 8, pp. 197-210.
- Baumol, W. J. (1968), “Entrepreneurship in Economic Theory”, *The American Economic Review*, n° 58, p.64-71
- BIC Observatory (2007), *EC-BICs – Business and Innovation Centres - Report on the BIC Network's results in 2006*, EBN (European BIC network)
- Birch, D. (1979), “The job generation process”, *Unpublished report*, Massachusetts Institute of Technology (MIT) Program on Neighbourhood and Regional Change, Prepared for the Economic Development Administration, Washington, DC
- Burgelman, R. A. (1983), “Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study”, *Management Science*, n° 29, 1349- 1364.
- Bygrave, W. D. (1993), “Theory Building in the Entrepreneurship Paradigm”, *Journal of Business Venturing*, vol.8, no.3, p.255-280.
- Cantillon, R. (1755). *Essay on the nature of Commerce*, traduzido por H. Higgs, 1931, London: Macmillan

- Carree, M. A., A. van Stel, R. Thurik e S. Wennekers (2002), “Economic Development and Business Ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996”, *Small Business Economics*, nº 19, pp. 271-290
- Carton, R.B., C.W. Hofer, M.D. Meeks (1998), “The entrepreneur and the entrepreneurship – operational definitions of their role in society”, *Annual International Council for Business Conference*, Singapore:
- Comissão das Comunidades Europeias (2003), *Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa*. Documento elaborado com base em COM (2003) 27 Final Europa, Bruxelas
- Comissão das Comunidades Europeias (2004), *Plano de Acção: A Agenda Europeia Para o Espírito Empresarial*. Comunicação da Comissão ao Conselho ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, COM (2004) 70 Final, Bruxelas
- Comissão Europeia (1995), *Livro verde sobre a inovação*, Bruxelas: [http://europa.eu.int/comm/off/pdf/COMM\(95\)688.pdf](http://europa.eu.int/comm/off/pdf/COMM(95)688.pdf)
- Comissão Europeia (2000c), *THE European Business and Innovation Centres (BICs) – an instrument to assist regional development*, Office for official publications of the European Communities, Luxembourg
- Conselho da União Europeia (2000a), *Decisão do Conselho, de 20 de Dezembro de 2000, relativa a um Programa Plurianual para a Empresa e o Espírito Empresarial, em especial para as Pequenas e Médias Empresas (PME) (2001-2005)*, p. 84-91: <http://europa.eu/scadplus/leg/pt/lvb/n26006.htm>
- Conselho da União Europeia (2000b), *Carta das Pequenas Empresas*, adoptada em 13.6.00 pelo Conselho “Assuntos Gerais”, aprovada no Conselho Europeu de Santa Maria da Feira de 19-20 de Junho de 2000
- Conselho Europeu de Lisboa (2000), *Estratégia de Lisboa*, Conclusões da Presidência
- Cunningham, J. B. e J. Lischeron (1991), “Defining entrepreneurship”, *Journal of Small Business Management*, Vol.29, p.45-61
- DEEP/MSST (2003), *Indicadores de Empreendedorismo e Inovação – Relatório Final*, Colecção Cogitum, Centro de Informação e Documentação (CID/DEEP), Lisboa

- Dolabela, F. (1999), *Oficina do Empreendedor*, São Paulo: Cultura Editores
- Drucker, P. F. (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, Heinemann, London
- Druker, P. F. (1992), *Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século*, São Paulo: Editora Pioneira
- EBN (2006), *European Business and Innovation Centre Network*
- Eliasson, G. (1990), “The firm as a competent team”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 13, pp. 275–298.
- European Commission (1999), *The Structural Funds and their coordination with the Cohesion Fund: Guidelines for programmes in the period 2000-06*, COM (1999) 344 final - Official Journal C 267 of 22.09.1999
- Fayol, H. (1950), *Administration Industrielle et Générale*, Paris: Dunod. (First published 1916.)
- Fiedler, F. E. (1967), *A Theory of Leadership Effectiveness*, New York: McGraw-Hill
- Filion, L. J (1997), *From Entrepreneurship to Entreprenology*, HEC - The University of Montreal Business School, Montreal, Quebec.
- Filion, L. J.(1999), “Empreendedorismo: Empreendedores e Proprietários-Gerentes de Pequenos Negócios”. Trad.: Maria Letícia Galizzi e Paulo Luz Moreira. *Revista de Administração*. V. 34, nº. 2, Abril/Junho 1999, p. 05-28
- Follett, M. P. (1942), “Dynamic Administration”, in Metcalf and Urwick (ed.), *The Collected Papers of Mary Parker Follett*, New York: Harper and Row.
- Garfield, C. (1986), *Peak Performers: The New Heroes of American Business*, New York: Avon Books.
- Gartner, W. B. (1985), “A Conceptual Framework for Describing the Phenomena of New Venture Creation”, *Academy of Management Review*, 10, 696-706
- Gartner, W. B. (2001), “Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25, 4, p. 27-39.
- Gartner. W.B. (1988), “Who is an entrepreneur? Is the wrong question”, *Americam Journal of Small Business*, 12(4), pp. 11-32

- GEM (1999), *Global Entrepreneurship Monitor, 1999 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and the London Business School.
- GEM (2001), *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*, London Business School and Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- GEM (2004), *The global Entrepreneurship Monitor – Projecto GEM Portugal 2004*
- Guimarães, R. C. e J. A. Sarsfield Cabral (1997), *Estatística*, McGraw-Hill de Portugal, Amadora
- Gulick, L. H. (1937), “Notes on the Theory of Organization”, in Gulick and Urwick (ed.), *Papers on the Science of Administration*, New York: Columbia University Press.
- Hatten, T.S., S.K. Ruhland (1995), “Student Attitude Towards Entrepreneurship as Affected by Participating in an SBI Program”, *Journal of Education for Business*, vol. 70, n.º 4 pp. 224-227
- Hemphill, J. K. (1959), “Job Descriptions for Executives”, *Harvard Business Review*, 37 (Sept.), 55-67
- Hisrich, R.D. (2000), *Entrepreneurial dimensions: the relationship of individual, venture, and environmental factors to success. Entrepreneurship Theory and Practice*
- Hisrich, R.D., M.P. Peters, D.A. Shepherd (2005), *Entrepreneurship*, 6th edition, New York, McGraw-Hill Irwin
- <http://www.sbaer.uca.edu/Research/1998/ICSB/k004.htm>
- Hughes, J. R. T. (1986), *The Vital Few: American Economic Progress and Its Protagonists*. New York: Oxford University Press
- Iacocca (1984), L. *Iacocca: An autobiography*, New York: Bantam Books
- IAPMEI (2007), *Observatório da Criação de Empresas – Resultados do Inquérito 2006*, Direcção de Planeamento e Estudos, Lisboa.
- INE (2007a), *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2006*, Lisboa
- INE (2007b), *Anuário Estatístico da Região Algarve 2006*, Lisboa

- INE (2007c), *Anuário Estatístico da Região Centro 2006*, Lisboa
- INE (2007d), *Anuário Estatístico da Região Lisboa 2006*, Lisboa
- INE (2007e), *Anuário Estatístico da Região Norte 2006*, Lisboa
- INETI (1996), *Primeiro Encontro Nacional de Infra-estruturas Tecnológicas*, Ministério da Economia
- Kantis, H. (2002). *Entrepreneurship in Emerging Economies: The creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia*, Washington, DC: Inter-American Development Bank.
- Kao, R. W. Y. (1989), *Entrepreneurship and Enterprise Development*, Toronto: Holt, Rinehart and Winston of Canada, Limited
- Kirzner, I.M. (1973), *Competition and entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago
- Knight, F.H. (1921), *Risk, uncertainty and profit*, University of Chicago Press, Chicago
- Knight, R. M. (1988), "Spin-off Entrepreneurs: How Corporations Really Create Entrepreneurs", *Frontiers of Entrepreneurial Research*, pp. 566-577
- Kyrö, P. (1996), "The points of transition in reforming the understanding and meaning of entrepreneurship", *Academy of Entrepreneurship*, European Edition, vol. 2, n. 1, pp. 70-93.
- Lachman, R. (1980), "Toward Measurement of Entrepreneurial Tendencies", *Management International Review*, 20 (2), 108-116
- Leibenstein, H. (1968), "Entrepreneurship and Development", *The American Economic Review*, 58, nº. 2, p.72
- Low, M.B., I.C.MacMillan (1988), "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges", *Journal of Management*, Vol. 14, No. 2, 139-161 (1988)
- Lowrey, Y.(2003). *The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach*, Presented at the ASSA Annual Meeting, 5 January, Washington, DC: Office of Advocacy, Small Business Administration.
- Lundström, A. (2003), *Towards an entrepreneurship Policy - A Nordic Perspective*, (ed.), Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.

- Lundström, A. and L. Stevenson (2002), *On the Road to Entrepreneurship Policy*, Stockholm, Swedish Foundation for Small Business Research.
- Lundström, A., L.A. Stevenson (2001), *Entrepreneurship Policy for the Future*, Special Edition for the SME Forum, Vaxjö, Sweden. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.
- Lundström, A., L.A. Stevenson (2005), *Entrepreneurship policy: theory and practice*. Springer Science & Business Media Inc.
- McClelland, D. C. (1961), *The Achieving Society*, Princeton, N. J
- McClelland, D. C. (1965), “Achievement Motivation Can Be Developed”, *Harvard Business Review*, 43 (Nov.-Dec.), 6-25.
- McClelland, D. C. (1971), *Entrepreneurship and Achievement Motivation: Approaches to the Science of Socioeconomic Development*, in Lengyel, P. (ed.) Paris: UNESCO.
- Menger, C. (1871), *Principles of Economics*, Institute for Humane Studies
- Mooney, J. D., e A. C. Reiley (1931), *Onward Industry*, New York: Harper and Row.
- National Commission on Entrepreneurship (2002), *American Formula for Growth: Federal Policy & the Entrepreneurial Economy, 1958-1998*, Washington, DC: NCOE
- Nielsen, R. P., M. P. Peters and R. D. Hisrich (1985), “Entrepreneurship Strategy for Internal Markets – Corporate, Non-profit, and Government Institution Cases”, *Strategic Management Journal* 6, 181- 189
- OECD (2002), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*, Paris: OECD
- Penrose, E. T. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, New York, John Wiley & Sons, Inc.
- Pereira, A. (1999), *SPSS – Guia prático de utilização. Análise de dados para Ciências Sociais e Psicologia*, Edições Sílabo, Lisboa
- Peterson, R. (1985), “Raising Risk-takers”, *Metropolitan Toronto Business Journal*, 75 (7), 30-34.
- Reis, E., P. Melo, R. Andrade e T. Calapez (1996), *Estatística Aplicada*, Edições Sílabo, Lisboa

- Roscoe, James (1973), "Can Entrepreneurship Be Taught?", *MBA Magazine* (June-July).
- Sardina, B e L. Carvalho (2007), "O papel dos Business Innovations Centers na promoção do empreendedorismo: Um estudo em Portugal continental", Documento de trabalho, Grupo de investigação FEDRA
- Sarkar, S. (2007), *Empreendedorismo e Inovação*, Escolar Editora, Lisboa
- Say, J.B. (1816), *England and the English People*, 2nd edition (1816), trans. by John Richter, London: Sherwood, Neely et Jones
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1942), *Capitalism, Socialism, and Democracy*, New York: Harper and Brothers
- Shane, S. and S. Venkataraman (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, 25, 217-226
- Silver, D. A. (1985), *Entrepreneurial Megabucks: The 100 Greatest Entrepreneurs of the Last Twenty-five Years*. New York: John Wiley and Sons.
- Smith, A. (1776), "An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations", New York: Modern Library.
- Stevenson, H. H. (1988), "General Management and Entrepreneurship," in *Frontiers of Entrepreneurial Research*, Bruce A. Kirchoff, Wayne A. Long, W. Ed McMullan, Karl H. Vesper, William E. Wetzel, Jr. (ed.), Wellesley, Mass.: Babson College, 667-668.
- Stevenson, L. e A. Lundström, (2002), *Beyond the Rhetoric: Defining Entrepreneurship Policy and its Best Practice Components*, Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.
- Stogdill, R. M. (1974), *Handbook of Leadership*. New York: Free Press
- Stuart-Mill, J. (1848), *The principles of Political Economy: with some of their applications to social philosophy*, London, Parker.
- Taylor, F. W. (1911), *The Principles of Scientific Management*. New York: Harper and Row.

- Timmons, J.A (1989), *The Entrepreneurial Mind*, Andover Massachusetts: Brick House Publishing Company.
- União Europeia (2001), *Relatório Conjunto sobre a Protecção Social*, Conselho da União Europeia, 15223/01, 12.12.2001.
- Urwick, L. (1933), *Management of Tomorrow*. New York: Nisbet.
- Verheul, I, S. Wennekers, D. Audretsch e R. Thurik (2001), “An electric theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture”, *EIM Research Report* 0012/E, Zoetermeer: EIM Business & Policy Research
- Weber, M. (1930), *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, trans. T. Parsons. New York: Scribner’s Sons.
- Wennekers, S. e R. Thurik (1999), “Linking entrepreneurship and economic growth”, *Small Business Economics*, n.º 13, pp.27-55

Sites Consultados

- ANJE (2008): <http://www.anje.pt>
- APBA (2008): <http://www.apba.pt/>
- BICs (2008): <http://www.bics.pt/>
- CFE (2008): <http://www.cfe.iapmei.pt/>
- EBN (2006): <http://www.ebn.be>
- Fundação da Juventude (2008): <http://www.fjuventude.pt/>
- IAPMEI (2008): <http://www.iapmei.pt/>
- IAPMEI (2008): <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=508>
- Norgarante (2008): <http://www.norgarante.pt/>
- Portal do Cidadão (2008): <http://www.portaldocidadao.pt/>
- QREN (2008), <http://www.qren.pt/>

Anexos

Anexo A: Lista de Empresas Inquiridas

NOME DA EMPRESA	LOCALIDADE
CIEBI - BIC da Beira Interior	
ARTE DE FLOR SECA	Canhoso
Atelier Cristina Quinaz	Covilhã
BABY STYLE, LDA.	Guarda
BI Eventos	Fundão
Claudia Cristina Duarte Vinagre	Canhoso
DOMINIO VIRTUAL, Lda.	Covilhã
Espaço Aventura, Lda.	Fundão
EXTRA AULAS, Centro de explicações e ocupação de tempos livres, Lda.	Fundão
Guida Francês, Atelier de Pinturas e Artes Plásticas	Covilhã
Licinia Costa, Serviços de Consultoria de Gestão	Covilhã
MATALGUARDA, LDA.	Guarda
Ventos da Europa, Lda.	Porto da Carne
VIF - Vidreira Ideal do Fundão, Lda.	Fundão
ZIMBRO, Licores Serrano, Lda.	Tortosendo
CPIN - Bic de Lisboa	
Biopremier	Lisboa
Biblioteca	Lisboa
CCBS	Lisboa
Deltasensor	Barreiro
Devnet	Porto Salvo
Dimensão Global	Porto Salvo
Firefly	Porto Salvo
Laque	Lisboa
Mobiscriptum	Lisboa
Observit	Lisboa
Reverse Engineering	Lisboa
Webbase	Oeiras
WS-Energia	Oeiras
NET - BIC do Porto	
Amplitude NET	Porto
PVA	Porto
MakeSense	Porto
Edifícios Saudáveis	Porto
Muroplás	Trofa
Setdi	Vila Nova de Gaia
Serviterme	Maia
Netserv	Póvoa do Varzim
OureDreams	Porto
IdeaVity	Porto
Protosys	Porto
Norcam	Porto
Segin	Porto
Uloan	Porto

Joint Action	Porto
TRY	Porto
Esoterica	Porto/Lx
Digital Partners	Matosinhos
S.I.A.	Matosinhos
Multimapa	Matosinhos
Absorsor	Maia
Alto	S. Mamede
Factor Segurança	Porto
BEM	Porto
at_people	Porto
Multimapa	Porto
Semanticaudiolabs	Aveiro
OIF	Porto
Sanissimo	Porto
Oficina da Inovação - BIC Minho	
About Words	Braga
Acesso Ilimitado	Braga
Arménio Belo - Foto Uni. , Lda	Viana do Castelo
Bem Ke Te Levo	Braga
Biotempo	Braga
Bragacom	Braga
Conjuntipontos - Serviços Agro-florestais	Viana do Castelo
Edigma.Com (Go Future)	Braga
FootSteps	Braga
Homens e Métodos	Braga
ISQ- Instituto de Soldadura e Qualidade	Braga
IVV Automação	Braga
Lacticínios das Marinhas	Esposende
Lincis	Braga
LiveLearning - Consultadoria Informática, Lda.	Guimarães
Micropolis	Braga
MinhoLivre - Desporto e Aventura, Unipessoal, Lda.	Viana do Castelo
MMA - Consultoria	Porto
Natura e Usos	Braga
Ritmos d`Aventura	Viana do Castelo
Run Time	Marco de Canaveses
Simbiente - Engenharia e Gestão Ambiental, Lda.	Braga
TeenWorld	Braga
Windblown	Espinho

Anexo B: Questionário

QUESTIONÁRIO

OBJECTIVO DO QUESTIONÁRIO

Com este questionário pretende analisar-se os determinantes da criação de empresas, dando-se particular ênfase ao papel dos factores de natureza institucional. O estudo centrar-se-á nas empresas criadas no âmbito dos Business and Innovation Centres (BIC's/CEEI's), avaliando a importância do apoio e serviços prestados por estes.

O objectivo é avaliar as condições que facilitem ou dificultem a criação de empresas e produzir recomendações que contribuam para uma definição de práticas e políticas adequadas à promoção do empreendedorismo.

Neste sentido, a sua experiência será de grande utilidade. **As suas respostas são confidenciais e anónimas, sendo objecto de tratamento agregado e utilizadas apenas para fins de investigação.**

Para qualquer esclarecimento, por favor contacte Rosa Duarte, rosaduart@gmail.com , ou pelo telefone: 962339849

QUESTIONÁRIO

I - CARACTERIZAÇÃO GERAL DA EMPRESA

Esta secção tem como objectivo realizar uma caracterização genérica da sua empresa.

1.1. - Qual o ano de constituição da sua empresa?

Ano _____

1.2 - Qual a forma jurídica da sua empresa?

- | | |
|--|--------------------------|
| Empresário em Nome Individual | ☐ |
| Sociedade Unipessoal por Quotas | ☐ |
| Sociedade por Quotas | ☐ |
| Sociedade Anónima | ☐ |
| Sociedade de Capitais públicos/empresa pública | ☐ |
| Outra | ☐ |

Qual? _____

1.3 - Qual a CAE (Classificação Portuguesa das Actividades Económicas – REV.2.1) da sua empresa? (Poderá consultar a Lista de CAE que se encontra em anexo).

CAE – N.º _____ Designação: _____

1.4. - Qual a localização da sede da sua empresa?

Região

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| Norte | ☐ |
| Centro | ☐ |
| Lisboa e Vale do Tejo | ☐ |
| Alentejo | ☐ |
| Algarve | ☐ |

Código Postal - Localidade: _____

1.5. - Qual o nº de sócios e de trabalhadores da sua empresa?

	Ano de Criação	Actualmente
N.º Sócios	_____	_____
N.º Trabalhadores	_____	_____

1.6. - Qual o capital social da empresa?

	Ano de Criação	Actualmente
Capital Social (€ /EUROS)	_____	_____
% de Capital Estrangeiro	_____	_____

1.7. - Qual a facturação da sua empresa no último ano (milhares de Euros)?

- | | |
|----------|--------------------------|
| < 25 | ☐ |
| 26-50 | ☐ |
| 51-100 | ☐ |
| 101-250 | ☐ |
| 251- 500 | ☐ |
| 501-1000 | ☐ |
| > 1001 | ☐ |
| NS/NR | ☐ |

1.8. - Quem exerce funções de Gestão (Gestor(es) / Administrador(es)) na empresa?

Sócios:

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| O inquirido | ☐ |
| O inquirido e outro (s) sócio(s) | ☐ |
| Outro (s) Sócios (s) | ☐ |

Não Sócios

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Familiar | ☐ |
| Profissional Contratado | ☐ |
| Outro· | ☐ |

II - MOTIVAÇÕES PARA A CRIAÇÃO DA EMPRESA

Esta secção tem como objectivo perceber quais os motivos que o levaram à criação da sua empresa.

2.1. - Até que ponto cada um dos seguintes motivos o levaram a criar a sua própria empresa? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa que “não se aplica” e 6 que se “aplica-se totalmente”)

	1=Não se aplica 6=Aplica-se totalmente
	1 2 3 4 5 6
Interesse em aplicar as minhas economias	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Aproveitar uma boa oportunidade	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Iniciar uma actividade empresarial diferente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Criar emprego para mim e para os meus familiares	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Gosto pelo risco	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Aumentar o rendimento pessoal	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Demonstrar a minha capacidade	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Prazer em trabalhar para mim e ser o meu próprio patrão	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Aumentar o prestígio e o reconhecimento social	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Contribuir para o bem-estar da comunidade onde vivo	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Descontentamento com a situação profissional anterior	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Aproveitar os incentivos públicos existentes	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Tradição familiar	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ausência de alternativas de emprego	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Sucesso Pessoal	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outra: Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2.2. - Os seguintes motivos foram ou não importantes, no que diz respeito à escolha da área de negócio da sua empresa? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “sem importância” e 6 “muito importante”)

	1=Sem importância 6=Muito Importante
	1 2 3 4 5 6
Experiência profissional/conhecimentos anteriores	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Equipamentos que já possuía anteriormente	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Pessoas conhecidas com experiência profissional/conhecimentos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Actividade em expansão	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Actividade tradicional na região	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Uma nova actividade necessária na região	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Uma actividade onde se aplicam as capacidades locais	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Actividade para a qual existem muitos incentivos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Formação nesta área	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro: Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2.3. - Considera ou não importante, que um empresário tenha cada uma das seguintes qualidades ou competências? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa "Pouco verdadeiro" e 6 significa "verdade absoluta")

	1=Pouco Verdadeiro 6=Verdade Absoluta
	1 2 3 4 5 6
Conhecimentos económicos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Conhecimentos jurídicos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Experiência na área produtiva	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Experiência na área comercial	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Capacidade de trabalho em equipa	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Capacidade de liderança	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Capacidade de impor disciplina e respeito	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Capacidade de delegar decisões	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro: Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2.4. -Ser empresário para si significa? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa "sem importância" e 6 significa "muito importante")

	1=Sem importância 6=Muito Importante
	1 2 3 4 5 6
Ter um melhor rendimento para mim para a minha família	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Dar continuidade e valorizar o património familiar	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Garantir emprego para aqueles que comigo trabalham	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ser inovador, ter iniciativa e arriscar	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Exercer o poder e obter obediência e disciplina dos subordinados	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Coordenar uma equipa que trabalha num projecto comum	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro: Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

2.5. - Para cada uma das seguintes frases, diga até que ponto a localização da sua empresa se prende com cada um dos seguintes motivos? (Classifique

utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “sem importância” e 6 significa “muito importante”)

	1=Sem importância 6=Muito Importante
	1 2 3 4 5 6
Proximidade do local de residência	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ligação afectiva à região	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Facilidade de transportes	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Disponibilidade e custo das instalações	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Disponibilidade e custo da mão-de-obra	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Proximidade das matérias-primas	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Proximidade dos fornecedores	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Proximidade do mercado de venda	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Qualidade de vida e ambiente da região	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio das autoridades locais	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

III - DETERMINANTES PSICO-SÓCIO-CULTURAIS

Esta secção tem como objectivo traçar o perfil do empreendedor/empresário.

3.1. - Sexo

Masculino	☐
Feminino	☐

3.2. – Idade

_____Anos

3.3. – Viveu durante vários anos num país diferente do seu País de origem?

Sim ☐ Qual? _____

Não ☐

3.4. - Qual o Concelho onde reside actualmente?

Concelho: _____

3.5. - Qual o seu estado civil?

- Solteiro (a) ☐
- Casado (a)/ União de Facto ☐
- Divorciado (a) / separado ☐
- Viúvo (a) ☐

3.6. - Contando consigo, por quantas pessoas é constituído o seu agregado familiar?

N.º de Pessoas do Agregado familiar _____

3.7. - Qual o seu nível de instrução? E o dos seus pais?

	Próprio	Pai	Mãe
Analfabeto	☐	☐	☐
Instrução primária	☐	☐	☐
Ciclo preparatório	☐	☐	☐
9.º Ano	☐	☐	☐
12.º Ano	☐	☐	☐
Bacharelato	☐	☐	☐
Licenciatura	☐	☐	☐
Mestrado	☐	☐	☐
Doutoramento	☐	☐	☐
NS/NR	☐	☐	☐

3.8. - Com que idade começou a trabalhar?

_____Anos

3.9. - Qual era a sua condição perante o trabalho antes de criar a sua empresa? E qual era a situação profissional do seu pai? E da sua mãe?

	Próprio	Pai	Mãe
Estudante	☐	☐	☐
Trabalhador por conta de outrem	☐	☐	☐
Empresário	☐	☐	☐
Ocupava-se com tarefas domésticas	☐	☐	☐
À procura do primeiro emprego	☐	☐	☐
Desempregado	☐	☐	☐
Reformado	☐	☐	☐
Outra situação	☐	☐	☐

Qual? _____	☐	☐	☐
-------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

3.10. - Já estava ligado ao ramo de actividade da sua empresa antes de a criar?

Sim ☐

Não ☐

3. 11 - Já tinha criado alguma empresa ou trabalhado por conta própria, antes da situação que tem actualmente?

Sim ☐

Não ☐

3.12. - Das seguintes áreas, em qual exercia funções (actividade principal) antes de criara a sua própria empresa?

Gestão ☐

Administrativa ☐

Comercial ☐

Produção ☐

Logística ☐

Outra ☐ Qual? _____

3.13. - Qual a importância relativa de cada um dos seguintes factores no desenvolvimento da ideia que deu origem à empresa? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “sem importância” e 6 significa “muito importante”)

	1=Sem importância 6=Muito Importante
	1 2 3 4 5 6
Conhecimentos e competências dos promotores	
Experiência profissional anterior	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Conhecimentos adquiridos na Universidade	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Leitura de jornais, revistas e literatura especializada	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Recurso à transferência de tecnologia	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Relações Pessoais	
Relações com amigos ou familiares	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Relações formais ou informais com a universidade	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Relações formais ou informais com centros de investigação	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Relações com potenciais clientes	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Relações com centros de apoio à criação de empresas e/ou incubadoras	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro:	

Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
-------------	---

3.14. - Das fontes de financiamento que conhece, indique quais as que utiliza na sua empresa habitualmente? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “nunca utilizou” e 6 significa “utiliza muito”)

	1=Nunca utilizou 6=Utiliza Muito
	1 2 3 4 5 6
Auto financiamento	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Aumento de capital	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Capital de Risco	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Business Angels	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Empréstimos de sócios curto prazo (suprimentos)	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Empréstimos de sócios longo prazo (suprimentos)	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Empréstimos de familiares e amigos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Empréstimos bancários de curto prazo	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Empréstimos bancários de longo prazo	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Contas correntes caucionadas	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Descontos de letras e livranças	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Crédito de fornecedores e Clientes	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Leasing	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Factoring	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Subsídios e Incentivos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outra? Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

IV - DETERMINANTES INSTITUCIONAIS

Esta secção tem como objectivo perceber qual a tipologia de relações que a sua empresa mantém habitualmente a nível institucional.

4.1. – Antes de iniciar a actividade da sua empresa, qual o nível de relacionamento que mantinha com as seguintes entidades (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “sem relacionamento” e 6 significa “muito relacionamento”)

	1=Sem Relacionamento 6=Muito Relacionamento
	1 2 3 4 5 6

Clientes do meu actual negócio	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Fornecedores do meu actual negócio	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Entidades financeiras	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Associações empresariais	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Associações sectoriais	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Administração pública	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

4.2. - Na sua opinião e segundo a informação existente, como avalia a política do actual Governo no apoio à criação de empresas, nas seguintes áreas?

	Discordo	Indiferente	Concordo	Ns / Nr
Fiscalidade	☐	☐	☐	☐
Pensões	☐	☐	☐	☐
Despesa Pública	☐	☐	☐	☐
Saúde	☐	☐	☐	☐
Educação e formação profissional	☐	☐	☐	☐
Negociação União Europeia	☐	☐	☐	☐
Construção de infra-estruturas	☐	☐	☐	☐
Segurança Social	☐	☐	☐	☐
Fomento das exportações	☐	☐	☐	☐
Fomentar a cooperação entre empresas	☐	☐	☐	☐
Desregulamentação sectorial	☐	☐	☐	☐
Liberalização do mercado laboral	☐	☐	☐	☐
Privatização de empresas públicas	☐	☐	☐	☐
Desburocratização	☐	☐	☐	☐
Reforma da Administração Pública	☐	☐	☐	☐

4.3. - Já estabeleceu contacto com algum dos seguintes agentes? Solicitou algum tipo de apoio? Discrimine.

	Contacto		Tipo de Apoio				
	Sim	Não	Financia- mento	Criação Empresa	Desenvolvimento do Plano de Negócios	Consultoria	Outro
IAPMEI	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ANJE	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
BIC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Centros de Incubação	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ninhos de	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Empresas (IPJ)							
CACES (IEFP)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Centros Tecnológicos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Parques Tecnológicos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Centros de Formalidades das Empresa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sociedades de Capital de Risco	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Business Angels	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sociedades de Garantia Mútua	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bancos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Micro - crédito	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Outro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qual?	_____						

4.4. – Qual a importância de cada um dos seguintes agentes para a criação da sua empresa ? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “pouco importante” e 6 significa “muito importante ”)

	1=Pouco Importante 6=Muito Importante
	1 2 3 4 5 6
IAPMEI	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
ANJE	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
BIC	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Centros de Incubação	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ninhos de Empresas (IPJ)	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
CACES (IEFP)	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Centros Tecnológicos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Parques Tecnológicos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Centros de Formalidades das Empresa	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Sociedades de Capital de Risco	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Business Angels	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Sociedades de Garantia Mútua	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Bancos	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Micro - crédito	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outro:	

Qual? _____	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
-------------	---

V - PERCEPÇÃO GERAL DO BIC (CEEI)

Esta secção tem por objectivo avaliar a importância dos serviços prestados pelos BIC, no âmbito da criação da sua empresa.

5.1. - No que diz respeito à criação da sua empresa quais os serviços prestados pelo BIC que utilizou? Como os classifica? *(Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “muito baixo” e 6 significa “muito elevado”)*

	Utilizou		1= Muito Baixo 6=Muito Elevado					
	Sim	Não	1	2	3	4	5	6
Acompanhamento Personalizado	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio à Elaboração do Plano de Negócios.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio à Constituição Jurídica da Empresa	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio à Criação de Empresas.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Procura de Capital de Risco/Business Angels	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Realização de Projectos Técnicos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estudos de Viabilidade Económica e Financeira	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Área de Marketing	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Área Comercial	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio nas Áreas Técnicas e Tecnológicas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Serviços de Contabilidade	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio de Secretariado	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Formação à Medida	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Realização de Eventos com Vista à Promoção das Empresas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Participação de Projectos Nacionais e Internacionais	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Realização de Eventos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Networking (acesso a redes de contactos)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Biblioteca Técnica	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio ao Recrutamento	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Realização de Auditorias (Marketing, tecnológica, etc.)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio à modernização de empresas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Identificação e Desenvolv.de Novas Oportunidades de Negócio	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Caixa de Correio (espaço virtual), com utilização de salas de reuniões.	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Salas de Reuniões	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Sala Multiusos	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Salas de Formação	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Possibilidade de Instalação da Empresa “ chave na mão” (mobiliário, energia, água, iluminação, aquecimento, arrefecimento, redes de comunicações)	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Recepção (expedição e recepção de correspondência, recepção e encaminhamento de pessoas e chamadas,...),	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Secretariado Básico (apoio ao desenvolvimento de pequenas tarefas de secretariado),	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços Partilhados (fax, fotocopiadora, etc..)	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Condomínio Gerais,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Acesso a Imprensa Generalista e a Imprensa Especializada em Diversos Sectores,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Bar,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Limpeza,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Segurança,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Parque de Estacionamento.	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outros?	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
_____	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
_____	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
_____	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5.2. - Actualmente, quais os serviços prestados pelo BIC no desenvolvimento da actividade da sua empresa que utiliza? Como os classifica? (Classifique utilizando uma escala de 1 a 6, onde 1 significa “muito baixo” e 6 significa “muito elevado ”)

	Utiliza		1=Muito Baixo 6=Muito Elevado					
	Sim	Não	1	2	3	4	5	6
Acompanhamento Personalizado	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio à Elaboração do Plano de Negócios.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio no Acesso a Fontes de Financiamento.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Apoio na Procura de Capital de Risco/Business Angels	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Realização de Projectos Técnicos	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Estudos de Viabilidade Económica e Financeira	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Apoio na Área de Marketing	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio na Área Comercial	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio nas Áreas Técnicas e Tecnológicas	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Contabilidade	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio de Secretariado	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Formação à Medida	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Realização de Eventos com Vista à Promoção da Empresa	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio na Participação de Projectos Nacionais e Internacionais	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio na Realização de Eventos	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Networking (acesso a redes de contactos)	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Biblioteca Técnica	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Acesso a Bases de Dados Actualizadas	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio ao Recrutamento	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Realização de Auditorias (Marketing, tecnológica, etc.)	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Apoio à modernização de empresas	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Identificação e Desenvolv. de Novas Oportunidades de Negócio	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Caixa de Correio (espaço virtual), com utilização de salas de reuniões.	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Salas de Reuniões	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Sala Multiusos	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Salas de Formação	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Recepção (expedição e recepção de correspondência, recepção e encaminhamento de pessoas e chamadas,...),	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Secretariado Básico (apoio ao desenvolvimento de pequenas tarefas de secretariado),	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços Partilhados (fax, fotocopiadora, etc..)	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Serviços de Condomínio Gerais,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Acesso a Imprensa Generalista e a Imprensa Especializada em Diversos Sectores,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Bar,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Limpeza,	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Segurança.	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Outros?	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

_____	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
_____	☐	☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

5.3. - De uma forma geral como classifica os serviços prestados pelo BIC?

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Muito abaixo das expectativas | ☐ |
| Abaixo da expectativas | ☐ |
| De acordo com as expectativas | ☐ |
| Ligeiramente acima das expectativas | ☐ |
| Acima das expectativas | ☐ |
| Muito acima das expectativas | ☐ |

VI – CAMPO DE PREENCHIMENTO FACULTATIVO

Nome da empresa: _____

Nome do responsável pelo preenchimento do questionário: _____

Contacto Telefónico: _____

E-mail: _____

Muito Obrigada pela Colaboração!