



**Susana Paula Leitão
da Silva Martins**

**Indicadores para medir o empreendedorismo em
regiões Europeias**



**Susana Paula Leitão
da Silva Martins**

**Indicadores para medir o empreendedorismo em
regiões Europeias**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão da Ciência, Tecnologia e Inovação, realizada sob a orientação científica do Professor Catedrático Joaquim José Borges Gouveia, do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro e co-orientação científica do Professor Doutor Francisco José Restivo do Departamento de Engenharia Electrotécnica e de Computadores da Faculdade de Engenharia do Porto.

o júri

presidente

Doutor **Jorge de Carvalho Alves**, Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

vogais

Doutor **Joaquim José Borges Gouveia**, Professor Catedrático da Universidade de Aveiro (**Orientador**)

Doutor **João Pinto Guerreiro**, Professor Associado com Agregação da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve

Doutor **Francisco José de Oliveira Restivo**, Professor Associado da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto (**Co-orientador**)

agradecimentos

Apesar de esta dissertação (como todas de resto) ser fundamentalmente fruto de um trabalho individual, ela é também o resultado de uma série de apoios e incentivos que permitiram que o projecto fosse concluído da melhor maneira.

Assim gostaria de agradecer a todos os que, directa ou indirectamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao Professor Francisco Restivo e ao Professor Borges Gouveia, meus orientadores, pelo incentivo e pela confiança que depositaram nas minhas capacidades e por estimularem a minha “necessidade escondida” de pesquisa e de investigação, com o intuito de melhorar, sempre e cada vez mais, o meu trabalho.

Gostaria igualmente de agradecer a todos os meus colegas de trabalho na ADRIMAG, ao António Carlos, pelas sugestões e perguntas pertinentes que foi colocando ao longo da pesquisa e à Célia, pelo estímulo e força para não desistir do que pretendo.

Um agradecimento também a todos os que, sem me conhecerem, responderam às minhas solicitações feitas por e-mail e que me deram a oportunidade de apresentar parte deste trabalho no 4º Fórum Internacional do Empreendedorismo.

Um agradecimento final à minha família, em particular ao meu irmão, à minha mãe e ao meu pai, e aos meus amigos, que estiveram sempre comigo em horas difíceis e em horas felizes.

A todos, muito obrigada!

Susana Martins

palavras-chave

Empreendedorismo, empreendedorismo social, indicadores, território, desenvolvimento regional, painel

resumo

Os indicadores para medir e comparar o empreendedorismo entre regiões são instrumentos importantes para compreender o desenvolvimento económico e social e estruturar acções para melhorar a situação dos países e regiões menos desenvolvidas.

Os indicadores de empreendedorismo existentes são insuficientes para avaliar, medir e comparar o empreendedorismo em regiões, dado que não abrangem conjuntamente os aspectos económicos e sociais que contribuem para o desenvolvimento e competitividade regional.

Esta tese estrutura e define indicadores de empreendedorismo nas áreas empresarial e social. A partir da análise de indicadores do empreendedorismo existentes e de uma revisão da literatura na área do empreendedorismo económico e social, é efectuada, através do processo indutivo, uma selecção e definição de indicadores capazes de medir, de uma forma mais integrada e abrangente, o empreendedorismo a nível espacial, seja em cidades, regiões ou países.

Numa tentativa de categorização e conceptualização, foram agrupadas e testadas seis categorias de indicadores no que foi chamado “painel de indicadores de empreendedorismo”: empresas, recursos humanos, inovação, economia social, iniciativa e conhecimento definidas as vantagens a desvantagens da sua aplicação, precauções de interpretação, compatibilidade e complementaridade.

keywords

entrepreneurship, social entrepreneurship, indicators, territory, regional development, scoreboard

abstract

Benchmarking indicators to measure and compare entrepreneurship in regions are important tools to understand economic and social development and to design actions intending to improve the situation of the less developed ones.

The existent indicators are insufficient to evaluate measure and compare entrepreneurship in regions, because they don't relate the economic and social aspects that contribute to regional development and competitiveness.

This thesis tries to structure and define entrepreneurship indicators in economic and social areas. Through the analyses of existent entrepreneurship indicators and a literature review in the field of economic and social entrepreneurship, using an inductive process, it is made a selection and definition of indicators capable of measuring, in an integrated and global way, entrepreneurship at spatial level, in cities, regions and countries.

In an attempt of categorization and conceptualization, six categories of indicators were grouped and tested, in what we called "entrepreneurship scoreboard": enterprises, human resources, innovation, social economy, initiative and knowledge. In this document, those indicators will be defined, along with advantages and disadvantages of their application, precautions regarding their interpretation, compatibility and complementarity's.

INDICE

Lista de Figuras	3
Lista de Quadros	4
Lista de Gráficos	5
Capítulo 1	7
Introdução	7
Capítulo 2	9
Empreendedorismo: Uma Visão Actual	9
2.1. Empreendedorismo	9
2.2. Empreendedorismo Social	13
2.3. O Empreendedor e o Empreendedor Social	16
2.4. Empreendedorismo e Desenvolvimento	20
2.5. O empreendedorismo na economia baseada no Conhecimento	23
2.6. Determinantes do Empreendedorismo em Regiões	26
2.7. O empreendedorismo e a Competitividade e Inovação das Regiões	28
Capítulo 3	32
Empreendedorismo e a sua Contribuição para o Desenvolvimento Territorial - Estratégia e Modelos	32
3.1. Estratégia Europeia de Promoção do Empreendedorismo	32
3.1.1. Tratado de Amesterdão, “Luxembourg Process”, Estratégia Europeia para o emprego	32
3.1.2. Conselho Europeu de Lisboa	34
3.1.3. Promoção do espírito empresarial e competitividade	35
3.1.4. Programa Multi-anual para Empresas e Empreendedorismo	36
3.1.5. Carta Europeia de Pequenas e Médias Empresas	36
3.1.6. Livro Verde do Espírito Empresarial	37
3.1.7. Plano de Acção: Agenda Europeia para o espírito empresarial	38
3.2. Indicadores de Empreendedorismo – Modelos Existentes	39
3.2.1. Entrepreneurship barometer	41
3.2.2. GEM – Global Entrepreneurship Monitor	41
3.2.3. Comissão Europeia	44
3.2.4. Eurostat	47

3.2.5. OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico	47
3.2.6. Entrepreneurship Index	48
Capítulo 4	51
Modelo de Avaliação do Impacto do Empreendedorismo no Território	51
4.1. Categorização e Estudo Exploratório	51
4.2. Indicadores: categorização e Análise	52
4.2.1. Categorização dos Indicadores	53
4.2. 2. Identificação e análise dos Indicadores	54
I - Empresas	54
II - Recursos Humanos	58
III - Inovação	62
IV - Economia Social	68
V - Iniciativa	70
VI - Conhecimento	73
4.3. Proposta de Painel de Indicadores de Empreendedorismo	75
Capítulo 5	77
Aplicação dos indicadores em NUT III e II e Análise Comparativa Entre Regiões	77
5.1. Aplicação dos Indicadores e Leitura Comentada dos Resultados Obtidos	77
5.1. 1. Categoria EMPRESAS	78
5.2. Análise das Políticas de Promoção do Empreendedorismo e o seu Impacto nas Regiões	82
Capítulo 6	84
Conclusões	84
6.1. Contribuição	84
6.2. Perspectivas Futuras	86
Referências	88
Sites	95
Glossário	98
ANEXOS	101

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Framework of determinants of Entrepreneurship _____	27
Figura 2 – Criação de Empresas e o Processo de Mercado _____	30
Figura 3 – Modelo Conceptual do GEM _____	43
Figura 3 - Entrepreneurship Index model _____	49

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Características do Empreendedor e Empreendedor Social _____	19
Quadro 2 – Indicadores de Empreendedorismo DG Empresa e DG Emprego _____	44
Quadro 3 – Taxa de Nascimento de Empresas _____	56
Quadro 4 – Evolução das Empresas Criadas _____	57
Quadro 5 – Taxa de Sobrevivência de Empresas _____	58
Quadro 6 – Número de Pessoas Empregadas nas Empresas Criadas _____	60
Quadro 7 – Evolução do Número de Pessoas Empregadas _____	60
Quadro 8 – Número de Emprego Independente _____	61
Quadro 9 – Auto-emprego na Indústria e nos Serviços _____	61
Quadro 10 – Introdução de Novos Produtos e Serviços no Mercado _____	63
Quadro 11 – Introdução de Novos Processos nas Empresas _____	64
Quadro 12 – Registo de Patentes no EPO _____	65
Quadro 13 – Registo de Patentes no USPTO _____	66
Quadro 14 – Número de Parcerias de Cooperação Estratégicas _____	67
Quadro 15 – Taxa de Nascimento de Empresas de Economia Social _____	69
Quadro 16 – Evolução de Empresas de Economia Social _____	69
Quadro 17 – Taxa de Sobrevivência de Empresas de Economia Social _____	70
Quadro 18 – Número de Projectos e Actividades Desenvolvidas _____	71
Quadro 19 – Número de Parcerias de Cooperação Estabelecidas _____	72
Quadro 20 – Número de Entidades do Sistema de Inovação _____	74
Quadro 21 – Grau de Escolaridade dos Empresários/Empreendedores _____	75
Quadro 22 – Painel de Indicadores de Empreendedorismo _____	76
Quadro 23 – Municípios e NUT abrangidas _____	77
Quadro 24 - Taxa de Nascimento de Sociedades – 2002 _____	79
Quadro 25 - Taxa de Nascimento de Sociedades – 2002 _____	80
Quadro 26 - Evolução das Sociedades Criadas 2000/2003 _____	81

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Taxa de Nascimento de Sociedades – 2002 _____	79
Gráfico 2 - Evolução das Sociedades Criadas - 2000/2003 _____	81

CAPÍTULO 1

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é cada vez mais considerado como um fundamental para a performance económica, desempenhando um papel estrutural e dinâmico em todas as economias do mundo. Cada vez mais o empreendedorismo é 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.

A actividade empreendedora não é igual em todos os países, regiões e cidades: o empreendedorismo é condicionado por variadíssimos factores: assenta no comportamento, motivações e conhecimento do indivíduo, mas está dependente das oportunidades e recursos disponíveis e das condições do meio envolvente, nomeadamente, infra-estruturas locais e regionais, sociais, económicas, financeiras.

Para melhor compreender o desenvolvimento económico e social e estruturar as acções e políticas para promoção do empreendedorismo é importante analisar, avaliar e comparar as regiões e países, através de indicadores que sejam capazes de medir o empreendedorismo.

Medir o empreendedorismo que tem lugar num país é uma tarefa difícil de fazer, em parte porque não existe consenso sobre o que pode constituir um conjunto fidedigno e prático de indicadores (OECD, 1998). Por variadíssimas razões, algumas análises têm-se debruçado sobre as empresas criadas, as empresas de alta tecnologia e o número de empregos criados, mas nenhuma destas aproximações é capaz de estabelecer um quadro completo do estado do empreendedorismo: cada uma trata apenas de um aspecto do empreendedorismo.

Como é que se pode medir o empreendedorismo em regiões e países? Que tipo de indicadores existem para medir o empreendedorismo? São suficientemente abrangentes para medir o empreendedorismo de uma forma global e integrada, que abranja os diversos factores que contribuem para o desenvolvimento das regiões?

Apesar de já existirem indicadores que medem o empreendedorismo em alguns níveis, não existe uma categorização e organização dos indicadores por grandes grupos que permita uma análise estruturada e abrangente da actividade empreendedora, em termos económicos e sociais e que tenha em conta o significado do termo empreendedorismo.

De facto, se considerarmos o empreendedorismo como a *disposição de construir, de fazer surgir iniciativas e desenvolver acções, aproveitando as oportunidades e utilizando os recursos disponíveis*, não devemos limitar a medição da actividade empreendedora apenas às empresas e empregos criados, uma vez que contribui para uma visão redutora da actividade empreendedora de uma região ou país.

Esta tese propõe a definição de um painel de indicadores do empreendedorismo, organizados por seis categorias, capazes de medir o empreendedorismo em regiões, nos níveis económico e social, de uma forma comparativa.

Esta tese está organizada por capítulos. No capítulo 2 é efectuada uma abordagem sobre o empreendedorismo e o empreendedorismo social, o empreendedorismo e o desenvolvimento, as determinantes do empreendedorismo em regiões e o empreendedorismo e a competitividade das regiões.

No capítulo 3 pode-se encontrar a evolução da estratégia europeia de promoção do empreendedorismo e alguns modelos existentes que abordam a questão dos indicadores de empreendedorismo. No capítulo 4 é efectuada uma reflexão que leva à identificação e categorização de indicadores por seis grupos, é proposto um painel de indicadores de empreendedorismo e é feita uma análise dos mesmos através da sua definição, vantagens, desvantagens e precauções da sua utilização e compatibilidade e complementaridade com outros indicadores.

A aplicação para testar os indicadores é feita no capítulo 5, através de uma análise comparativa entre NUT II e III, nomeadamente, as sub-regiões de Entre Douro e Vouga e Tâmega, pertencentes à Região Norte e as sub-regiões de Baixo Vouga e Dão Lafões, pertencentes à Região Centro de Portugal.

As conclusões, contribuições e perspectivas futuras são apresentadas no capítulo 6.

2.1. EMPREENDEDORISMO

Em linguagem comum, ser empreendedor está associado com a criação de empresas, mas esta é uma aplicação muito vaga do termo que tem muito mais significado. A utilização pela primeira vez do termo Empreendedorismo remonta ao século XVII, estando ligado ao verbo francês “entreprendre”, que significa levar a cabo algum projecto ou actividade. Mais especificamente, pode ser usado para identificar indivíduos que estimulam o progresso económico, encontrando novas e melhores formas de fazer as coisas.

Richard Cantillon, economista francês, foi um dos primeiros autores a ligar o empreendedorismo a uma vertente económica, em 1730. Descreve o empreendedor como uma pessoa que paga um preço certo por um produto para o vender a um preço incerto, ou seja, uma pessoa que está disposta a correr riscos, na obtenção e no uso de recursos.

O economista francês que deu particular atenção e importância a este termo foi Jean Baptiste Say. Say diz que “o empreendedor muda os recursos económicos de uma área de pouca produtividade para uma área de grande produtividade e de mais valia”. Os empreendedores criam valor.

Em 1934, Joseph Schumpeter definiu o empreendedorismo como uma força de “destruição criativa” onde as maneiras estabelecidas de fazer as coisas são destruídas pela criação de novas e melhores maneiras, que criam mais riqueza económica. Em 1942, ao afirmar que as grandes organizações são resistentes à mudança e que os empreendedores são obrigados a criar novas empresas para continuar a sua actividade inovadora, liga o empreendedor à criação de empresas.

Para Schumpeter, um empreendedor é um inovador que implementa mudança nos mercados através da implementação de novas combinações, que podem assumir várias formas: a introdução de novos materiais; a introdução de novos métodos de produção; a abertura de um novo mercado; a conquista de novos recursos, novas matérias ou peças e o desenvolvimento da inovação organizacional na indústria. A noção de oportunidade tornou-se central em muitas definições de empreendedorismo. Os empreendedores têm um perfil que permite ver mais as possibilidades do que os problemas causados pela mudança.

As definições de Say e Schumpeter que identificam os empreendedores como inovadores atrás do progresso económico, serviu de fundação para o uso contemporâneo deste conceito.

Israel Kirzner, em 1979, tal como Schumpeter, refere 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 a novas oportunidades, baseada em erros passados e ao corrigir esses erros contribui para a equilíbrio do mercado.

Peter Drucker começa com a definição de Say, mas enfoca a oportunidade. Drucker não requer 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.”. Ele diz “isto define empreendedor e empreendedorismo – *o empreendedor procura sempre a mudança, responde a ela e explora-a como uma oportunidade*”.

Para Drucker (1985:21), criar uma empresa não é necessária nem suficiente para a empreendedorismo. “Nem todos os pequenos negócios são empreendedores ou representam empreendedorismo”. 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.

Howard Stevenson defende que o valor do empreendedorismo reside no “perseguir uma oportunidade para além dos recursos vulgarmente controlados”. Os empreendedores não seguem apenas as oportunidades que escapam aos gestores, eles não deixam que os seus iniciais recursos e qualidades limitem as suas opções. Os empreendedores estão em busca contínua de novas oportunidades e mobilizam os recursos necessários para atingir os seus objectivos empreendedores.

As ideias de Say, Schumpeter, Drucker e Stevenson demonstram que o empreendedorismo não está apenas associado à criação de empresas, mas pode ser facilmente aplicado a outros sectores: os empreendedores criam valor, são inovadores e implementam a mudança, através de novas aplicações na sociedade, exploram as oportunidades que surgem no mercado e na sociedade e mobilizam os recursos necessários à prossecução dos seus objectivos.

Assim sendo, consideramos que o empreendedorismo é muito mais do que a criação de empresas e a criação de emprego, termos muitas vezes associados à sua definição.

Empreendedorismo é a disposição de construir, de fazer surgir iniciativas e desenvolver acções, aproveitando as oportunidades surgidas e utilizando os recursos disponíveis.

Empreendedorismo e pequenas empresas estão relacionadas, mas estão longe de ser sinónimos (Carree e Thurik, 2005). Por um lado, a actividade empreendedora pode ocorrer tanto em pequenas como em grandes empresas e também fora do mundo empresarial. Por outro lado, as pequenas empresas podem ser um veículo para os empreendedores introduzirem novos produtos e processos que mudem a indústria ou simplesmente contribuïrem para a subsistência das pessoas que a criaram.

O Livro Verde de “Entrepreneurship in Europe” é traduzido para português como “Livro Verde do Espírito Empresarial na Europa”, apesar de considerar que o espírito empresarial é multifacetado e pode manifestar-se em contextos diversos e em todo o tipo de organismos (Comissão das Comunidades Europeias: 2003). Ao nível da estratégia europeia para a promoção do empreendedorismo, pensa-se muito mais na criação de

empresas e na importância das novas e pequenas empresas como motor de inovação, competitividade e crescimento, do que noutros organismos. O empreendedorismo está muito mais ligado ao “espírito empresarial” do que ao “espírito empreendedor”.

Jeffrey Timmons (1994) define empreendedorismo como a capacidade de criar e construir qualquer coisa do nada. É iniciar, fazer, conseguir e construir uma empresa ou organização, em vez de a ficar apenas a olhar, analisar ou descrever. É a capacidade de reconhecer uma oportunidade, onde outros vêem caos, contradição e confusão. É a habilidade de construir uma equipa com conhecimentos e talentos complementares. É saber encontrar, organizar e controlar recursos (a maior parte das vezes de outras pessoas) e fazer tudo para que o dinheiro não acabe quando for preciso. É a motivação para tomar riscos calculados, pessoais e financeiros, e fazer todo o possível para conseguir as oportunidades em seu favor.

David Audretsch (2002) entende que o empreendedorismo é sobre mudança, sobre o processo de mudança. Os empreendedores são agentes de mudança e de crescimento na economia de mercado e eles podem actuar para acelerar a geração, disseminação e a aplicação de ideias inovadoras. Para este autor, o empreendedorismo é complexo, porque é uma actividade que atravessa múltiplas formas organizacionais e está mergulhado no contexto local, o que significa que está sujeito a comparações entre as diversas formas onde está representado. O empreendedorismo atravessa vários níveis de análise: por um lado, envolve as decisões e acções de indivíduos, que podem actuar sozinhos ou em grupo; por outro, envolve unidades de análise ao nível empresarial, bem como ao nível espacial, como cidades, regiões e países.

A mudança, o crescimento e a inovação assumem um papel fundamental no empreendedorismo e nos empreendedores. A OECD (1998) entende que “empreendedores são agentes de mudança e crescimento na economia de mercado e podem actuar para acelerar a geração, disseminação e aplicação de ideias inovadoras... os empreendedores não procuram apenas identificar oportunidades lucrativas, mas também estão dispostos a tomar riscos para se certificarem que as suas intuições estão correctas.”

O empreendedorismo, segundo o GEM (Global Entrepreneurship Monitor) pode surgir de duas maneiras distintas: por necessidade e por oportunidade. Enquanto os

empreendedores “oportunidade” exploram as oportunidades e mudanças e mercado, os empreendedores por “necessidade” procuram o auto-emprego para assegurar sobrevivência económica deles próprios e da sua família. O empreendedorismo, em qualquer dos casos, só se torna uma opção se a pessoas tiverem características e aptidão empreendedoras e se as suas condições económicas permitirem a criação de um novo emprego.

O processo de criação de empresas está representado no processo do empreendedorismo, que envolve mais do que resolver um problema numa posição de gestão. Um empreendedor tem de encontrar, avaliar e desenvolver uma oportunidade através da conquista de forças que resistam à criação de algo novo (Hisrich e Peters, 1998). O processo tem quatro fases distintas: identificar e avaliar uma oportunidade, desenvolver o plano de negócios, determinar os recursos necessários e gerir a empresa criada.

Para Bygrave (1997), um empreendedor é alguém que percebe uma oportunidade e cria uma organização para a desenvolver, enquanto o processo de empreendedorismo envolve todas as funções, actividades e acções associadas à percepção de oportunidades e criação de organizações para as desenvolverem. Os factores críticos para a criação de uma empresa estão ligados a factores pessoais, sociais e ambientais.

2.2. EMPREENDEDORISMO SOCIAL

Se o empreendedorismo está ligado, em inúmeras definições à criação de empresas, não devemos limitar o empreendedorismo às empresas dado que existem outras organizações, nomeadamente as chamadas organizações da “economia social”, ou empresas sociais, que também são empreendedoras porque têm iniciativa, criam novos projectos e contribuem para a criação de emprego.

A Economia Social é constituída por empresas – cooperativas, mútuas, associações e fundações – cujo objectivo principal é prestar serviços aos membros ou à colectividade. É cada vez mais reconhecida como fundamental para a economia e sociedade: são actores

económicos significativos e desempenham um papel muito importante no envolvimento dos seus membros e cidadãos na sociedade. As empresas sociais ajudam a encontrar respostas às mudanças que ocorrem na sociedade e são fontes muito importantes do empreendedorismo e emprego.

A Comissão Europeia divide as empresas de economia social em: cooperativas; sociedades mútuas, associações ou organizações voluntárias e fundações. São empresas que contribuem para uma eficiente competição nos mercados, oferecem um grande potencial para a criação de emprego e novas formas de empreendedorismo e emprego, são muito baseadas em actividades dos membros, vão ao encontro de novas necessidades e favorecem a participação dos cidadãos.

Drucker (1985) refere que criar uma empresa não é necessário nem suficiente para o empreendedorismo: nem todas as pequenas empresas são empreendedoras ou representam empreendedorismo. Para além disso, afirma que o empreendedorismo não requer um motivo de lucro; existem outras formas de empreendedorismo para além da criação de empresas e cujo fim vai muito para além do lucro.

A OECD (1998) também reconhece que as organizações não lucrativas disponibilizam um elevado número de serviços, em áreas como saúde, educação, formação, cultura, investigação científica e social, redes comunitárias de apoio, entre outros, e têm por fim atingir objectivos sociais em vez de maximização de lucros.

Recentemente o conceito de “empreendedorismo social” emergiu nos sectores públicos e privados não lucrativos. O empreendedorismo social surgiu como uma forma inovadora de lidar com as complexas necessidades sociais. E tal como o empreendedorismo, está ligado a um complexo quadro de mudanças políticas, sociais e económicas que ocorrem a nível local, regional, nacional e global.

Gregory Dees (1998) foi um dos primeiros autores a definir “empreendedorismo social”. Este autor conjuga as noções de criação de valor de Say, inovação e mudança de Schumpeter e prossecução de uma oportunidade de Drucker, os recursos de Stevenson e chega à seguinte definição:

“Empreendedores sociais assumem um papel de agentes de mudança no sector social através de:

- Adopção de uma missão para criar e manter um valor social
- Reconhecimento e prossecução de novas oportunidades para servir essa missão
- Empenhamiento num processo contínuo de inovação, adaptação e conhecimento
- Actuação ousada sem limitação dos recursos
- Exibição de um elevado senso de responsabilidade para com o público que servem e para os resultados criados”.

Para Dees, os empreendedores sociais diferem dos empreendedores ao nível da missão: eles adoptam uma missão social para criar valor aos seus clientes e encontrar os recursos necessários para promover os objectivos e actividades das suas organizações.

William Drayton, criador da primeira organização de promoção do empreendedorismo social: *Ashoka: innovators for the public*, defende que a essência de um empreendedor e de um empreendedor social é a mesma, ambos reconhecem quando uma parte da sociedade está com dificuldades e promovem novas formas para as superar. Cada tipo de empreendedor visualiza uma mudança sistémica, identifica os pontos *jiu-jitsu* que irão permitir mudar a sociedade numa nova conduta e depois persistem até conseguirem alcançar os seus objectivos.

Para Brinkerhoff (2000), os empreendedores sociais têm algumas características: estão constantemente a procurar novas formas para servir os seus utentes; estão dispostos a correr riscos para o bem das pessoas que as suas organizações apoiam; compreendem a diferença entre necessidade e desejo; compreendem que todos os recursos são realmente investimentos; medem sempre o retorno social e financeiro de cada um dos investimentos e apesar de manterem sempre a missão primeiro, reconhecem que sem dinheiro não há resultados na missão.

A motivação para assumir riscos é inerente à habilidade de inovar, crescer e providenciar serviços novos excelentes. Brinkerhoff aconselha os empreendedores sociais a adoptar as técnicas de desenvolvimento empresarial para avaliar os riscos e benefícios da variedade de novos projectos e actividades. Como um empreendedor comum, o empreendedor social deve criar novos produtos e serviços, expandir os produtos e

serviços que já desenvolvem, expandir as actividades para novos grupos de pessoas ou novas áreas geográficas, procurar negócios existentes e promover parcerias com outras organizações.

A definição social de empreendedorismo ultrapassa a definição de empreendedorismo porque maximiza o valor social relativamente ao valor privado ou lucro, os empreendedores sociais são defensores dos valores globais comuns e do interesse público.

2.3. O EMPREENDEDOR E O EMPREENDEDOR SOCIAL

Um empreendedor é uma pessoa que habitualmente cria e inova para construir algo de reconhecido valor, sobre as oportunidades percebidas (Thompson e Bale, 2003). A “pessoa” pode ser um grupo de pessoas ou uma equipa, mas com um líder empreendedor. Habitualmente, porque um empreendedor está constantemente à procura de novas oportunidades. O valor pode ser económico, social ou artístico e não está confinado a pequenas empresas ou negócios, uma vez que os empreendedores podem ser encontrados dentro de grandes organizações, nos sectores públicos e privados.

As pessoas aprendem a ser empreendedores com o tempo e com a vida, alguns mais depressa do que outros. As características empreendedoras podem não só ser aprendidas, como variam nos indivíduos, de acordo com características pessoais, percepções, valores, crenças, background e contexto.

As características e o background dos empreendedores têm sido estudados de diversas formas e algumas diferenciam as características dos empreendedores dos gestores. As áreas exploradas incluem ambiente familiar da infância, educação, valores pessoais, idade e história de trabalho. São estas algumas áreas que influenciam as características dos empreendedores e que os diferenciam.

No que respeita ao ambiente familiar na infância, os tópicos de pesquisa nesta área incluem ordem de nascença, ocupação dos pais e estatuto social e relacionamento com

os pais. Relativamente à ordem de nascença, os resultados existentes são divergentes: alguns estudos apontam para a importância de ser o primeiro a nascer, que desenvolve uma autoconfiança nas crianças, mas não existe consenso sobre essa matéria, pelo que é necessário efectuar mais investigação.

Em termos de ocupação dos pais, as evidências demonstram que os empreendedores tendem a ser filhos de pais com emprego próprio ou empreendedores. A natureza independente e a flexibilidade dos auto-empregadores são reforçadas.

O relacionamento entre pais e filhos é bastante importante, nomeadamente ao nível de apoio e encorajamento da independência, realização e responsabilidade. Esta relação tende a ser mais importante no caso de empreendedoras.

O nível de educação dos empreendedores também tem merecido atenção. Embora se pense que os empreendedores têm um nível de educação mais baixo do que a generalidade da população, a pesquisa demonstra o contrário: a educação é importante no empreendedor. Embora uma educação formal não seja necessária para criar um negócio, a verdade é que contribui para um bom background, principalmente ao nível empresarial. A habilidade de lidar com pessoas e de comunicar claramente, por escrito e oralmente também é importante para a actividade empreendedora.

Os valores pessoais dos empreendedores não se diferenciam muito bem dos gestores. Porque embora a capacidade de liderança, agressividade, benevolência, conformidade, veracidade e busca de recursos identifiquem um empreendedor, são também características de uma pessoa bem sucedida.

Os estudos demonstram que um empreendedor tem algumas atitudes diferentes sobre a natureza do processo de gestão e de negócios em geral. A natureza da empresa, oportunismo, instituição e individualidade do empreendedor diverge significativamente de uma organização burocrática e do planeamento e racionalidade dos gestores. Existem 5 características de consenso: qualidade superior dos produtos, qualidade de serviço aos clientes, flexibilidade – capacidade de adaptação às mudanças de mercado, gestão de alto calibre e honestidade e ética nas práticas de negócio. Um empreendedor de sucesso é frequentemente caracterizado como um vencedor.

A relação da idade com a carreira empreendedora também tem sido analisada. Assim, é necessário distinguir entre idade empreendedora (a idade do empreendedor reflectida na experiência) e idade cronológica.

Em termos cronológicos, a maioria dos empreendedores inicia a sua carreira os 22 e 45 anos. Geralmente os empreendedores tendem a iniciar o seu próprio negócio aos 30 anos, enquanto que as empreendedoras, a meio dos 30 anos.

Enquanto que a insatisfação com variadíssimos aspectos relacionados com o trabalho como falta de desafios, oportunidades de promoção, frustração e descontentamento, muitas vezes motiva a criação de uma nova empresa, a experiência anterior é bastante importante na decisão de criação de um negócio.

Que tipo de motivação leva um empreendedor a tomar riscos e lançar-se na criação de uma empresa? Embora haja várias pessoas interessadas em criar a própria empresa, possuindo recursos e meios financeiros para o fazer, poucos avançam com a criação do seu próprio negócio. Embora as motivações sejam muitas, a razão mais citada é a independência – não querer trabalhar para outra pessoa. O desejo de ser o seu próprio patrão é a razão que leva os empreendedores a aceitar tomar riscos sociais, psicológicos e financeiros e trabalhar longas horas, necessárias para criar e desenvolver um negócio de sucesso. Os outros factores divergem entre homens e mulheres e entre países: o dinheiro é a segunda razão para os homens, enquanto que satisfação no trabalho, realização, oportunidade e dinheiro são as razões indicadas pelas mulheres.

Um dos mais importantes factores de influência da carreira dos empreendedores é os modelos de referência. Os modelos de referência podem ser pais, irmãos ou irmãs, parentes ou outros empreendedores.

Os modelos de referência podem servir ainda como conselheiros durante e após a criação da empresa. Um empreendedor precisa de um forte sistema de apoio e aconselhamento em todas as fases de criação de empresas. Este apoio é mais importante na fase de start-up, providenciando informações, conselhos e apoio em matérias como estrutura organizacional, obtenção de recursos financeiros, marketing e segmentos de mercado. É muito importante que um empreendedor estabeleça contactos as estruturas e recursos de apoio, desde cedo na criação da empresa. O estabelecimento de uma rede de relações

(network) é crucial para o sucesso da empresa e do empreendedor, seja ao nível de apoio moral, seja ao nível de apoio profissional.

Todos estes factores influenciam e diferenciam as características dos empreendedores, sejam eles empreendedores na área empresarial ou social. Existem, no entanto algumas características que diferem os empreendedores dos empreendedores sociais. William Bygrave (1997) identificou 10 características dos empreendedores. Estas características foram posteriormente analisadas e adaptadas ao empreendedor social por Gregory Dees (2001). A distinção de algumas das características é mostrada no quadro seguinte.

QUADRO 1 – CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDOR E EMPREENDEDOR SOCIAL

EMPREENDEDOR	EMPREENDEDOR SOCIAL
DREAM (SONHADORES)	
Os empreendedores têm a noção do que o futuro lhes pode reservar e têm habilidade para implementar os seus sonhos	Os empreendedores sociais têm uma visão do que o futuro lhes pode reservar, às suas organizações e à sociedade.
DECISIVENESS (DECIDIDOS)	
Eles tomam decisões rapidamente, não adiam as decisões	
DOERS (ACTIVE PERSON) (ACTIVOS)	
Uma vez decidido o plano de acção, implementam-no o mais rapidamente possível	Depois de decidido o plano de acção, implementam-no o mais depressa possível, fazendo todos os ajustamentos necessários
DETERMINATION (DETERMINADOS)	
Eles implementam os seus negócios com total responsabilidade, raramente desistem, mesmo confrontados com obstáculos que parecem incontornáveis	
DEDICATION (DEDICADOS)	
São totalmente dedicados aos seus negócios, às vezes com custos consideráveis em relação à família e amigos	Trabalham incansavelmente. Trabalhar doze horas por dia, 7 dias por semana é comum quando um empreendedor social quer implementar uma nova actividade no terreno
DEVOTION (DEVOTADOS)	
Adoram o que fazem, o que torna a venda dos produtos e serviços mais facilitada	
DETAILS (MINUCIOSOS)	
O empreendedor tem de ter em atenção todos os detalhes, para minimizar os riscos	Diz-se que o diabo reside nos detalhes. Nada é mais verdade quando se inicia e desenvolve uma nova actividade. O empreendedor social deve estar em cima de todos os detalhes
DESTINY (DESTINADOS)	
Preferem estar à frente do seu destino do que serem dependentes de um patrão	

DOLLARS (DINHEIRO)
Tornar-se rico não é a primeira motivação de um empreendedor. O dinheiro é mais uma medida para o sucesso. Eles consideram que ser bem sucedido já é uma recompensa
DISTRIBUTE (PARTILHAR)
Os empreendedores distribuem o controlo da empresa com os seus empregados que são críticos para o sucesso do negócio

Os empreendedores de sucesso são indivíduos que trabalham arduamente e que são levados por um intenso compromisso e perseverança; eles vêem o copo meio cheio em vez de meio vazio; eles lutam pela integridade; estão insatisfeitos com o status quo e procuram oportunidades para melhorar quase todas as situações que encontram; usam a insucesso como uma ferramenta para aprender e evitam a perfeição em favor da eficiência e acreditam que pessoalmente podem fazer uma enorme diferença no resultado final das suas aventuras e nas suas vidas (Timmons, 2004). Os empreendedores possuem ainda um gosto pela criatividade e inovação mas também capacidades de gestão, conhecimento de negócio e contactos.

2.4. EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO

O empreendedorismo assume diversas dimensões territoriais: a natureza da actividade empreendedora varia entre regiões, que têm diferenças em níveis demográficos, saúde, educação, ocupação, infra-estruturas e outros factores. O empreendedorismo é fortemente afectado pelas condições locais e regionais, económicas, sociais e institucionais.

A OECD (1998) assume que o empreendedorismo é o resultado de três dimensões que trabalham em conjunto: condições estruturais conducentes, programas governamentais bem desenhados e atitudes culturais apoiadas. A OCDE (2004) considera ainda que o empreendedorismo e criação de empresas desempenham um papel estrutural e dinâmico em todas as economias e as áreas onde uma elevada actividade empreendedora pode contribuir para resultados específicos em termos de políticas são a criação de emprego, crescimento económico e inovação, diminuição da pobreza e oportunidades sociais e empowerment dos grupos desfavorecidos e sub-representados.

O GEM – Global Entrepreneurship Monitor – desenvolvido em 1998, para explorar em detalhe o papel do empreendedorismo na mudança desses processos – teve por objectivo perceber o impacto do empreendedorismo no crescimento económico nacional. Para os autores do estudo, o empreendedorismo está associado à adaptação ou mudança de sistemas económicos que muitas vezes contribuem para o crescimento económico. Existem três mecanismos que podem levar a estas mudanças: criação de novas empresas, reorientação de empresas existentes face a objectivos empreendedores ou o redireccionamento das infra-estruturas institucionais nacionais (Reynolds, Bygrave, Autio and others, 2004).

O empreendedorismo é cada vez mais encarado como uma área importante na política de desenvolvimento económico. Governos e organizações de desenvolvimento económico falam sobre a necessidade das economias se tornarem mais empreendedoras. O trabalho realizado pelo Global Entrepreneurship Monitor sugere que 30% da diferença entre a taxa de crescimento do PIB pode ser atribuído às diferenças de níveis de actividade empreendedora.

A actividade empresarial gera novos negócios, previne o declínio do emprego e leva ao crescimento económico (Reynolds, 1997). As economias de mercado são dinâmicas: as empresas nascem e morrem. Os empregos são criados e destruídos. A não ser que haja contínuas fontes de novos negócios, é pouco provável que uma região possa prosperar por muito tempo. As regiões desenvolvidas, no entanto, também encorajam a actividade empreendedora. Há uma evidente relação circular: o empreendedorismo provoca crescimento económico e o crescimento económico cria actividade empreendedora.

A existência de uma ambiente favorável não vai, por si só, assegurar uma actividade empreendedora – o objectivo de um país deve ser criar condições e facilidades para o desenvolvimento do empreendedorismo e de empreendedores (Burch, 1997). Para o empreendedorismo florescer é necessário que se ocorram uma série de condições, como existência de recursos financeiros, facilidades de educação e formação, infra-estruturas eficientes, regras limitadas e legislação comercial uniforme, igualdade de oportunidades, benefícios de impostos, livre circulação do comércio, apoio por parte de instituições de investigação e zonas industriais, parcerias público-privadas e apoio por parte da sociedade.

O empreendedorismo está também ligado com o comportamento das pessoas e com o conhecimento (Acs e Armington, 2004). A actividade empreendedora, ou a busca de uma oportunidade, leva-nos do nível individual para o nível empresarial – a criação de uma nova organização é resultado de um empreendedor que adquiriu conhecimento para reconhecer e desenvolver uma boa oportunidade de negócio. As oportunidades de mercado provêm da informação e do conhecimento acumulados em todas as sociedades. O crescimento local está dependente de externalidades, presentes na base de conhecimento regional – inputs de informações técnicas e não técnicas, conhecimento e capacidade de novas tecnologias e processos. Para este autores, o conhecimento não está uniformemente à disposição das pessoas e não há dois indivíduos que partilhem duas posições idênticas de informação e conhecimento sobre a economia. O conhecimento é adquirido através dos canais de cada indivíduo, incluindo emprego, relações sociais e vida quotidiana. É este conhecimento específico que pode levar a uma oportunidade vantajosa.

Jeffrey Timmons (1994) encontra três forças primárias que actuam para além da criação de empresas: os empreendedores, o reconhecimento de oportunidades e os recursos necessários. A experiência mostra que estas forças podem influenciar e contribuir para o aumento das possibilidades de sucesso.

O processo de desenvolvimento económico é complexo e envolve muitos actores, incluindo pequenas e grandes empresas, vários níveis de governo e combinação de todos os actores (Malecki, 1997). Nem todos os locais podem criar gerar novas empresas: as novas empresas não nascem em todo o tipo de indústria e existem variações o nível social, especialmente ao nível da educação. Os elementos da estrutura económica local e regional – trabalho, indústria e características sociais – explicam as variações geográficas em inovação e empreendedorismo.

O ambiente ideal para o empreendedorismo é um local onde as empresas tirem proveito da aglomeração ou proximidade para utilizar fontes de informação, trabalho qualificado, tecnologia e capital. Em contraste com este locais, estão locais mais típicos de zonas rurais, onde as redes ainda não estão desenvolvidas, onde a inovação e a tecnologia não são próprias da cultura e economia locais e onde as empresas lutam para se tornar competitivas. Para Malecki existe uma relação íntima entre o empreendedorismo e o

desenvolvimento económico e social: a inovação desenvolvida dentro das redes locais de empresas apoia as empresas existentes e apresenta novas oportunidades para os empreendedores iniciarem um novo negócio, de forma a servir novos mercados.

Porter (1990) na Vantagem Competitiva das Nações, desenhou um modelo que permite analisar porque é que algumas nações são mais competitivas do que outras. O modelo sugere que as políticas governamentais, implícitas ou explícitas, desempenham um enorme papel na definição dos factores, tamanho das empresas e base de competição. Identificou quatro factores que determinam a competitividade: factores de produção (recursos humanos, materiais, conhecimento, capital e infra-estruturas), ambiente empresarial, estratégia e concorrência e indústrias de suporte. O processo de crescimento e desenvolvimento económico não se desenvolve tanto com acções isoladas de indivíduos, mas antes com interacções de empresas com outras empresas, com instituições locais e com outros actores ao nível local, regional e nacional.

2.5. O EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA BASEADA NO CONHECIMENTO

O surgimento de uma nova economia baseada na informação e no conhecimento trouxe consigo alterações profundas na forma de conceber e desenvolver os processos, novas formas de organização da produção e do acesso ao conhecimento, novas formas de funcionamento da economia e conseqüentemente novas formas de cultura.

A informação e o conhecimento sempre foram componentes cruciais no crescimento económico, pelo que a generalização e o processamento estratégico da informação, converteram-se em factores essenciais da produtividade e competitividade na nova economia, que acarreta extraordinárias conseqüências nas políticas de desenvolvimento económico territorial (Castells, 1996).

Em décadas recentes, o mundo assistiu à emergência da economia global e do conhecimento. A evolução em anos recentes nas economias desenvolvidas foi acompanhada por uma mudança regional na actividade económica, longe das regiões industriais tradicionais, para novas aglomerações de alta tecnologia, criando uma

explosão de actividade empreendedora e criação de novas empresas. Em muitos países, podemos observar a transferência de uma economia industrial para uma economia da informação¹ e do conhecimento² (Karlsson e Johansson, 2004).

Os processos que tornam o conhecimento científico, tecnológico e empreendedor disponível a pessoas ou empresas, têm lugar em redes regionais de conhecimento. Estas redes funcionam em regiões funcionais, delimitadas com base na interacção espacial dos agentes económicos de um país. Uma região funcional é caracterizada pelo seu tamanho, densidade das actividades económicas, oportunidades sociais e opções de interacção e pela frequência de interacção espacial entre os actores da região.

A teoria NEG (New Economy Geography) – Nova Geografia Económica -, desenvolvida nos anos 90, para tentar perceber porque é que algumas regiões parecem atrair um nível desproporcionado de actividade económica, sugere que as actividades económicas não são igualmente distribuídas pelo espaço e que, por isso, as regiões urbanas funcionais são unidades naturais de análise económica e não os países (Paul KRUGMAN, Masahisa FUJITA e Anthony VENABLES).

Esta teoria explica porque é que as actividades económicas se concentram em certas regiões e não noutras, pelas inter-relações entre três variáveis: aumento dos lucros devido às economias de escala, custos de transporte e a procura de bens manufacturados (Head e Mayer, 2003).

O modelo sugere que depois do processo de cluster se ter iniciado, terá tendência para se reforçar através de atracção de mais empresas. A razão é que a aglomeração devido a economias externas resulta em condições de oferta e procura que são melhores num cluster do que numa região e por isso promove o crescimento de empresas e a atracção de novas empresas. Implicitamente, o modelo NEG assume que as regiões têm uma quantidade suficiente de oferta de potenciais empreendedores que irão estabelecer novas cadeias de produtos e novas empresa.

¹ Informação – dados que podem ser facilmente codificados e por isso, transmitidos, recebidos, transferidos ou armazenados com custos reduzidos, o que implica que possa ser acedida e disseminada electronicamente, por exemplo via Internet.

² Conhecimento – informação organizada e estruturada que é difícil de codificar e interpretar, geralmente devido à sua intrínseca indivisibilidade. Como consequência, o conhecimento é difícil de transferir sem uma interacção face-a-face.

Para este modelo, os elementos centrais do processo de inovação são regionais e não nacionais. A inovação é um processo localizado e os sistemas de inovação tendem a ser maiores dentro de regiões funcionais: a troca de conhecimento complexo exige uma interacção directa e essa interacção intensiva e frequente tem lugar em regiões funcionais, uma vez que as pessoas interagem mais com pessoas com quem trabalham ou com quem vivem em relativa proximidade física e com as pessoas com quem partilham interesses e com proximidade social.

A inovação é a aplicação de conhecimento empreendedor na transformação de invenções, isto é, conhecimento tecnológico, em produtos e processos economicamente úteis e rentáveis e o desenvolvimento da inovação nas regiões é extremamente influenciado por redes de relações entre as empresas e os actores sociais: redes de configurações variadas e interligadas que contribuem para uma performance inovadora.

Para que ocorra um evento empreendedor, devem convergir dois factores: por um lado, o potencial empreendedor deve perceber a oportunidade num segmento particular ou nicho de mercado da economia regional e ter incentivos suficientes para criar a empresa – a rede de conhecimento; por outro lado, o empreendedor tem de encontrar os recursos necessários para explorar a oportunidade: capital, trabalho qualificado e conhecimento – a rede de recursos, de relações sociais. Ou seja, a introdução de novos produtos e processos no mercado, encontra-se favorecida pela rede de relações sociais e pela rede de conhecimento existentes numa determinada região e ao qual o potencial empreendedor está ligado.

A Investigação e Desenvolvimento são consideradas a maior fonte geradora da economia do conhecimento. Pouca inovação está associada a países menos desenvolvidos e as indústrias mais inovadoras tendem a ser caracterizadas por consideráveis investimentos em I&D e a economia do conhecimento (Audtresh, 1995). O conhecimento tende a gerar mais conhecimento. A proximidade geográfica é necessária para transmitir o conhecimento, especialmente conhecimento tácito, por isso os transmissores do conhecimento tendem a estar localizados numa determinada região.

Uma das formas de transmitir o conhecimento é através de pequenas empresas empreendedoras. O aumento no papel da actividade empreendedora pode facilitar a transmissão do conhecimento e conseqüentemente o crescimento. O empreendedorismo

gera conhecimento porque serve como veículo de inovação e mudança e por isso, conduz à transmissão de conhecimento (Audtresh e Thurik, 2001).

2.6. DETERMINANTES DO EMPREENDEDORISMO EM REGIÕES

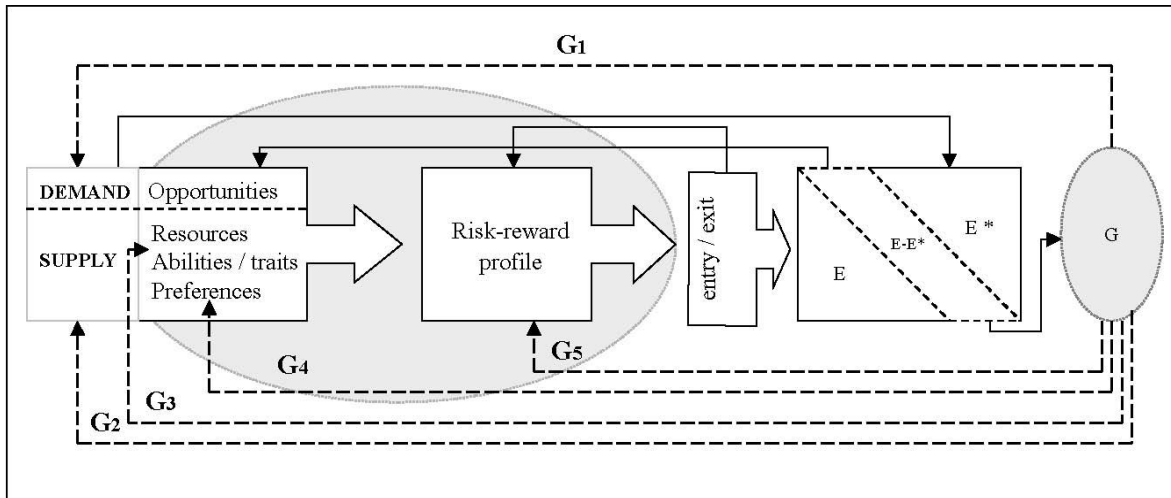
Perceber os factores que estimulam a criação de empresas é crucial para o desenvolvimento económico regional, uma vez que um elevado nível de novas empresas contribui significativamente para a vitalidade económica regional e é sinal de uma economia dinâmica. A literatura sugere que variados factores como o desemprego, densidade/crescimento populacional, estrutura industrial, capital humano, disponibilidade de recursos e características empreendedoras influenciam a variação regional nas taxas de criação de empresas.

O empreendedorismo não é inato a certas pessoas ou sociedades, nem a um evento casual ou uma oportunidade (Morris, 1998). É antes determinado por condições ambientais que operam em diversos níveis, condições essas que inibem ou facilitam o empreendedorismo. Morris apresenta um modelo integrado do empreendedorismo com inputs e outputs no contexto de um determinado território. Os inputs, pré-requisitos decisivos para o sucesso do empreendedorismo, são as oportunidades da envolvente, o empreendedor, o contexto organizacional, os conceitos únicos de negócio e os recursos. Sem os inputs, o mais provável é que os resultados inerentes ao processo empreendedor resultem em fiasco ou pouco positivos. Os resultados finais do processo podem incluir criação de empresas, criação de valor, novos produtos e serviços, processos, tecnologias, lucros e benefícios pessoais, emprego, recursos e crescimento económico. Os resultados vão depender ainda da Intensidade Empreendedora - frequência e intensidade de comportamentos empreendedores, que é condicionada por variáveis que se encontram na sociedade: as infra-estruturas que caracterizam a sociedade, o nível de turbulência do meio presente nas sociedades e as experiências de vida pessoais dos membros da sociedade.

Para Verheul, Wennekers, Audretsch e Thurik (2001) existem vários factores que determinam o nível de empreendedorismo e que podem ser categorizados de acordo com

uma abordagem disciplinar, o nível de análise, a discriminação entre os factores de procura e oferta e a distinção entre as influências actuais e equilíbrio do empreendedorismo a longo prazo.

FIGURA 1 - FRAMEWORK OF DETERMINANTS OF ENTREPRENEURSHIP³



Retirado de Verheul, Wennekers, Audretsch e Thurik (2001)

Neste modelo, o nível de empreendedorismo num país pode ser explicado através da procura e da oferta de empreendedorismo, que criam condições para as decisões empreendedoras feitas a nível individual.

O lado da procura representa as oportunidades do empreendedorismo e pode ser visto na perspectiva das empresas e do consumidor. O lado da procura cria oportunidades empreendedoras através da procura de mercado por produtos e serviços, onde a oferta proporciona empreendedores potenciais que podem actuar face às oportunidades. A procura é determinada por um conjunto de factores, incluindo o nível de desenvolvimento económico, globalização e o estado do desenvolvimento tecnológico. Estes factores influenciam a estrutura industrial e a diversidade da procura de mercado que leva às oportunidades para o empreendedorismo.

³ Estrutura de determinantes do empreendedorismo

A oferta do empreendedorismo é dominada por características da população, isto é, composição demográfica. Os elementos chave são os recursos e capacidades dos indivíduos e as suas atitudes e preferências do empreendedorismo. O ambiente cultural e institucional influencia o lado da oferta do empreendedorismo. Estes factores influenciam as decisões do indivíduo relativamente a tornarem-se ou não empreendedores, quer ao nível das características e oportunidades individuais, que ao nível do perfil de risco e recompensa, face à escolha entre ser assalariado ou proprietário de um negócio.

Lee, Florida e Acs (2004), têm uma visão inovadora do empreendedorismo ligado a factores sociais e psicológicos. Entendem que o empreendedorismo está positivamente associado com ambientes regionais que promovam a diversidade e a criatividade: as características sociais de uma região estão associadas ao empreendedorismo e à criação de empresas. Apesar da dificuldade na medição e definição da criatividade e diversidades, estes autores entendem que a criatividade, a diversidade e o capital humano têm uma significativa relação com a inovação regional. A criatividade é medida através do “Bohemian Index” – a proporção de “boémios” e outras pessoas artisticamente criativas – que mede a abertura de uma região à criatividade não relacionada com inovações tecnológicas e empresariais, ou seja, a criatividade artística e dinamismo intelectual de uma região. A diversidade é medida por dois indicadores: o “Melting Pot Index” .- percentagem de pessoas estrangeiras na região e o “Diversity Index” que mede a concentração de parceiros não casados do mesmo sexo e é usado para estimar o nível de tolerância e abertura dos “não conformistas” e dos avançados (newcomers).

2.7. O EMPREENDEDORISMO E A COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO DAS REGIÕES

“Entrepreneurs are the economic DNA which we need to build competitiveness and innovation in Europe.”

Enterprise and Industry Commissioner Gunter Verheugen (2004-...)

Cada vez mais os governos e instituições se preocupam com a competitividade e inovação das regiões, encarando o espírito empresarial como motor de inovação, de competitividade e do crescimento.

A Comissão Europeia entende que o desenvolvimento do empreendedorismo tem benefícios importantes, quer económicos quer sociais. O empreendedorismo não é apenas um motor para a criação de emprego, competitividade e crescimento, mas também contribui para a valorização pessoal e para a obtenção de objectivos sociais. Além disso, numerosos factores desempenham um importante papel na decisão de criar uma empresa, por exemplo, a existência de oportunidades, complexidades administrativas, bem como obstáculos financeiros e capacidade e aptidões. Por isso mesmo, a União Europeia considera que deve encorajar as iniciativas empreendedoras e abrir o potencial de crescimento das empresas e cidadãos.

A OCDE (2004) considera que o empreendedorismo e criação de empresas desempenham um papel estrutural e dinâmico em todas as economias e podem contribuir para a criação de emprego, crescimento económico e inovação, diminuição da pobreza e oportunidades sociais e empowerment dos grupos desfavorecidos e sub-representados.

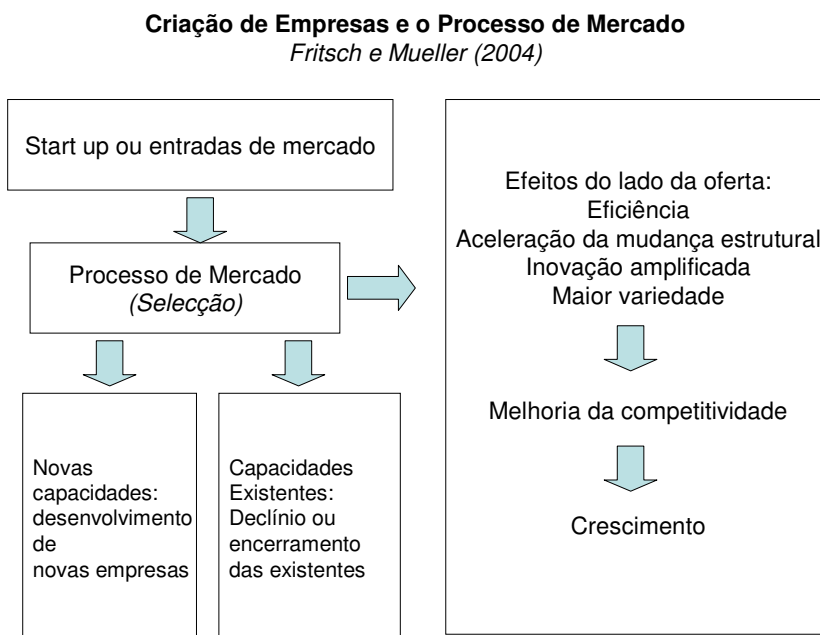
A crescente importância da actividade inovadora nos países desenvolvidos trouxe de volta a importância das pequenas empresas empreendedoras como locomotiva de competitividade, inovação e conhecimento. O aumento nas empresas de conhecimento, capaz de gerar inovação e mudança, pode facilitar a transmissão de conhecimento e consequentemente o crescimento e competitividade.

No entanto, a relação entre novas empresas e o desenvolvimento económico é bastante complexa. Analisar esta relação requer uma perspectiva que deve incluir mais do que o desenvolvimento do emprego e deve ter em conta a oferta (Fritsch e Mueller, 2004). Os novos negócios representam directamente uma entrada de novas capacidades no mercado e por isso constituem um elemento essencial no processo de mercado.

Os efeitos do lado da oferta no processo de criação de novas empresas aumenta o conhecimento regional e pode levar a significativas melhorias de competitividade numa economia, indústria ou região e pode, indirectamente, estimular o crescimento económico. Os efeitos indirectos da criação de empresas podem trazer melhorias consideráveis no

mercado para além do que os empregos criados. A figura seguinte demonstra os diferentes tipos de impacto que a criação de empresas pode ter no desenvolvimento económico.

FIGURA 2 – CRIAÇÃO DE EMPRESAS E O PROCESSO DE MERCADO



Adaptado de Fritsch e Mueller (2004)

Os novos negócios representam uma entrada de novas capacidades no mercado e por isso são um elemento essencial no processo de mercado. Os efeitos indirectos da criação de empresas estão ligados com eficiência para alcançar as posições de mercado; aceleração da mudança estrutural, através da entrada de novas empresas e saídas das existentes; ampliação da inovação, através da criação de novos mercados e uma maior variedade de produtos e soluções surgidas das inovações

Os efeitos da oferta de criação e novas empresas podem levar a significantes melhorias na competitividade de um país, região ou indústria, estimulando o crescimento económico e o emprego (Baptista, Escária e Madruga, 2005). No entanto, os efeitos positivos no crescimento de emprego levam tempo a ocorrer. Em Portugal, um estudo elaborado sobre

empreendedorismo, desenvolvimento regional e criação de emprego revelou que os efeitos positivos relativos ao aumento da competitividade, estímulo do crescimento e emprego registam-se depois de 9 a 10 anos das empresas serem criadas, variando de acordo com o tipo de empresas.

**EMPREENDEDORISMO E A SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL -
ESTRATÉGIA E MODELOS**

3.1. ESTRATÉGIA EUROPEIA DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

Desde cedo que a União Europeia se tem vindo a preocupar com a competitividade e inovação das regiões, encarando o espírito empresarial como motor de inovação, de competitividade e do crescimento.

A União Europeia está empenhada em promover o espírito empresarial no quadro da sua estratégia para a reforma estrutural da economia, definida no Conselho Europeu de Lisboa em Março de 2000 e que tem vindo a ser confirmada em várias reuniões do Conselho Europeu.

3.1.1. TRATADO DE AMESTERDÃO, “LUXEMBOURG PROCESS”, ESTRATÉGIA EUROPEIA PARA O EMPREGO

Embora todos os Estados-Membro sejam responsáveis pelo desenvolvimento e implementação das políticas de emprego, existe uma necessidade clara de coordenação e elaboração de objectivos comuns e troca de informação a nível da União. Por essa razão, foi lançada a Estratégia Europeia de Emprego no Tratado de Amesterdão em 1997, com prioridade nas medidas para o mercado de trabalho. A sua componente mais visível é o “Luxembourg Process”, cujas linhas de emprego, adoptadas pelo Conselho todos os anos, são transpostas para os Planos de Acção nacionais em cada Estado-membro.

O “Luxembourg Process” é baseado em 4 pilares operacionais fundamentais:

- Empregabilidade da força de trabalho
- Desenvolvimento do empreendedorismo
- Adaptabilidade das empresas e dos trabalhadores
- Apoio à igualdade de oportunidades

O Processo de Luxemburgo assente na elaboração de orientações de emprego ao nível da Comunidade e na sua transposição para Planos Nacionais para o Emprego, permitiu à Europa reduzir substancialmente o desemprego.

Em Julho de 2003, o Jornal Oficial das Comunidades Europeias⁴ publicou novas orientações para as políticas de emprego dos Estados-Membro, em prol do pleno emprego e melhores postos de trabalho para todos.

Para a prossecução dos três objectivos identificados: visar o pleno emprego, melhorar a qualidade e a produtividade do trabalho e reforçar a coesão e inclusão sociais, foram identificadas 10 prioridades de acção:

1. Medidas activas e preventivas dirigidas aos desempregados e aos inactivos
2. Criação de emprego e espírito empresarial
3. Fazer face à mudança e promover a adaptabilidade e a mobilidade no mercado de trabalho
4. Fomento do desenvolvimento do capital humano e da aprendizagem ao longo da vida
5. Aumentar a oferta de mão-de-obra e promover o envelhecimento em actividade
6. Igualdade entre homens e mulheres
7. Promover a inserção no mercado de trabalho de pessoas desfavorecidas e combater a discriminação de que são alvo

⁴ Jornal Oficial da União Europeia, L197, páginas 13-21 de 5 de Agosto de 2003

8. Tornar o trabalho compensador através de incentivos para aumentar o seu carácter atractivo
9. Transformar o trabalho não declarado em emprego regular
10. Eliminar as disparidades regionais em matéria de emprego

Ao nível da prioridade 2 “Criação de Emprego e Espírito Empresarial”, a Comissão entende que os Estados-Membro devem incentivar a criação de mais e melhores empregos, fomentando o espírito empresarial, a inovação, a capacidade de investimento e uma envolvente favorável a todas as empresas, nomeadamente através da simplificação e redução dos encargos administrativos e regulamentares para as empresas em arranque e as PME para o recrutamento de efectivos, facilitando o acesso a capital e da promoção do ensino e da formação em competências empresariais e de gestão e fornecimento de apoios para tornar o espírito empresarial uma opção de carreira para todos.

3.1.2. CONSELHO EUROPEU DE LISBOA

O Conselho Europeu de Lisboa realizado em 23 e 24 de Março de 2000, estabeleceu um objectivo estratégico “tornar-se no espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e com maior coesão social”.

Para a preparação da transição para uma economia competitiva, dinâmica e baseada no conhecimento, a União propunha implementar a constituição de uma Sociedade de Informação para todos, a criação de em Espaço Europeu de Investigação e de Inovação, a criação de ambiente favorável ao lançamento e desenvolvimento de empresa inovadoras, especialmente PME's, reformas económicas com vista a um mercado interno completo e plenamente operacional, mercados financeiros e integrados, coordenação das

políticas macroeconómicas: consolidação orçamental, qualidade e estabilidade das finanças públicas.

No que respeita ao espírito empresarial, é entendido que é necessário propiciar um clima regulamentar que estimule a competitividade e o dinamismo das empresas, que são assumidas como um dos principais motores para a criação de emprego na Europa. Para tal propunha-se a apresentação de uma comunicação sobre uma Europa empreendedora, inovadora e aberta, juntamente com o Programa Plurianual em favor das empresas e do espírito empresarial (2001-2005) e uma Carta Europeia para as pequenas empresas.

3.1.3. PROMOÇÃO DO ESPÍRITO EMPRESARIAL E COMPETITIVIDADE

A Comissão Europeia está empenhada em prosseguir com uma política que promova o espírito empresarial como elemento fundamental para melhorar a competitividades, estimular o crescimento e criar emprego. O Plano de Acção para promover o espírito empresarial e competitividade, presente num documento de trabalho da Comissão define os seguintes domínios de acção prioritários:

- Educação para uma sociedade com espírito empresarial
- Formação
- Acesso ao financiamento
- Acesso à investigação e à inovação
- Adaptação dos programas de investigação e desenvolvimento tecnológico comunitários, às necessidades das PME's
- Melhor utilização das patentes pelas PME's
- Melhoria da visibilidade dos serviços de apoio
- Melhoria da administração pública

- Melhoria do emprego e das condições de trabalho

3.1.4. PROGRAMA MULTI-ANUAL PARA EMPRESAS E EMPREENDEDORISMO

O Programa Multi-anual para as Empresas e o Empreendedorismo é um quadro de acção de actividades que têm por objectivo:

- Promoção do crescimento e competitividade das empresas na economia internacional baseada no conhecimento
- Promoção do empreendedorismo;
- Simplificação e melhoria do quadro regulamentar e administrativo das empresas, para que a investigação, inovação e criação de empresas, em particular, possam florescer.
- Melhoria do ambiente financeiro para as empresas, especialmente PME
- Concessão às empresas de um acesso facilitado aos serviços de apoio, programas e redes comunitárias e melhoria da coordenação desses serviços

3.1.5. CARTA EUROPEIA DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

A Carta Europeia das Pequenas e Médias empresas foi aprovada pelos líderes europeus no Conselho Europeu da Feira em Junho de 200. A Carta incentiva os Estados Membro e a Comissão a promoverem acções para apoiar e encorajar as pequenas empresas em 10 áreas chave:

- Educação e formação para o desenvolvimento do espírito empresarial

- Um arranque mais barato e mais rápido
- Melhor legislação e regulamentação
- Disponibilização de competências
- Melhoria do acesso on line
- Beneficiar mais do Mercado Único
- Fiscalidade e questões financeiras
- Reforço da capacidade tecnológica das pequenas empresas
- Modelos de comércio electrónico bem sucedidos e apoios de primeira classe às pequenas empresas
- Representação mais forte e eficaz dos interesses das empresas a nível da União a nível nacional

A Carta demonstra o comprometimento da União Europeia em equipar pequenas empresas – a forma mais promissora de criar novos empregos, inovação, dinamismo económico e melhor inclusão social – de forma a tirarem partido da economia digital.

3.1.6. LIVRO VERDE DO ESPÍRITO EMPRESARIAL

O Conselho Europeu de Barcelona, em 2002, registou a intenção manifestada pela Comissão de apresentar um livro verde sobre o espírito empresarial. A importância do espírito empresarial foi reafirmada no relatório da Comissão da Primavera de 2002, colocando uma tónica especial ao aumento do investimento, postos de trabalho e crescimento através do conhecimento, inovação e dinâmica empresarial.

O Livro Verde “Espírito Empresarial na Europa” foi apresentado pela Comissão em 21 de Janeiro de 2003 e esboça o panorama da União Europeia ao nível do espírito empresarial, focando a importância do espírito empresarial, as lacunas do tecido empresarial da União Europeia e o seu potencial, as opções políticas para o espírito empresarial e orientações para tornar uma sociedade mais empreendedora.

No Livro Verde são definidos três pilares de acção no sentido de uma sociedade mais empreendedora:

- Eliminar os obstáculos o desenvolvimento e ao crescimento das empresas
- Pesar os riscos e as recompensas o espírito empresarial
- Uma sociedade que valoriza o espírito empresarial

3.1.7. PLANO DE ACÇÃO: AGENDA EUROPEIA PARA O ESPÍRITO EMPRESARIAL

O Plano de Acção para o Espírito Empresarial identifica medidas em cinco áreas estratégicas para a promoção do dinamismo empreendedora na União Europeia:

- Dinamizar a cultura empresarial
- Suscitar mais vocações empresariais
- Orientar os empresários para o crescimento e competitividade
- Melhorar os fluxos de financiamento
- Criar um quadro administrativo e regulamentar mais favorável para as PME

Os objectivos a serem alcançados pela UE e pelos Estados Membro que estão indicados no Plano de Acção são:

1. Mais pessoas serão informadas sobre o espírito empresaria e terão a oportunidade de adquirir competências empresariais através de actividades pedagógicas e de promoção.
2. Um ambiente adequado para a tomada de riscos e a ausência de barreiras injustas para os novos empresários que criam ou adquirem uma empresa.

3. Garantir um apoio de elevado nível especificamente para o comércio transfronteiras e a inovação a favor dos empresários de todas as proveniências e de todos os sectores.
4. Financiamentos e garantias suficientes para financiar todas as iniciativas empresariais viáveis, igualmente nos termos de enquadramento relativo à adequação de capital “Basileia II” e uma maior neutralidade no tratamento fiscal das diversas opções de financiamento.
5. Uma redução substancial dos procedimentos regulamentares e administrativos e uma melhor tomada de decisão em consideração das necessidades das PME no que se refere à decisão política.

As propostas para acções chave relativas a 2006 e aos anos seguintes englobam as seguintes actividades: realizar de campanhas a favor do espírito empresarial, promover a criação de empresas de crescimento acelerado (gazelas), promover o espírito empresarial nos sectores sociais, permitir que as micro empresas recrutem pessoal graças à redução da complexidade da regulamentação, facilitar o acesso das PME aos contratos públicos.

3.2. INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO – MODELOS EXISTENTES

A construção de indicadores constitui um ganho para a União Europeia, mas também para as autoridades nacionais que tendem a descentralizar a execução das políticas públicas e para as autoridades regionais e locais implicadas na definição e desenho ou execução de estratégias territoriais de desenvolvimento do empreendedorismo. A construção de indicadores vai permitir medir e comparar a performance, os esforços e os resultados globais obtidos em matéria de empreendedorismo.

Embora se considere que o empreendedorismo é difícil de medir (OECD, Comissão Europeia, Audretsch, entre outros), vários estudos e relatórios já identificaram indicadores capazes de medir alguns aspectos do empreendedorismo, quer numa perspectiva

estática, quer numa perspectiva dinâmica (Verheul, Wennekers, Audretsch and Thurik, 2001).

Apesar de alguma variação nos termos utilizados, existe uma predominância de indicadores na área da criação de empresas, sobrevivência das empresas, número de empregos criados, criação do próprio emprego.

Existe ainda a menção de indicadores ligados à inovação e que podem ser considerados como indicadores de empreendedorismo, uma vez que estão relacionados com o número total de patentes e o número de patentes de alta tecnologia. Estes indicadores são igualmente reconhecidos por Audretsch (1995: 27). Para além do número de invenções patenteadas e do número de inputs colocados no processo de inovação, como as despesas em I&D e a percentagem de trabalhadores envolvidos em actividades de I&D, Audretsch identifica a introdução de novos produtos no mercado como indicador de inovação, mas que por estar relacionada com a construção e o surgimento de novas acções, iniciativas e resultados, podem ser considerados indicadores de empreendedorismo. Este autor considera que o número de empresas criadas é um indicador limitado e que importa igualmente estudar a criação de emprego resultante da criação de novas empresas, a sua sobrevivência e crescimento e a variação do número de empresas entre os vários tipos de indústrias.

Audretsch, num documento preparado para a Comissão Europeia - Entrepreneurship: a Survey of Literature, em 2002, identifica ainda uma série de indicadores utilizados por diversos autores para medir o empreendedorismo: taxa de auto-emprego, taxa de proprietários de empresas, criação de novas empresas, bem como turbulência (turnover) ou número de nascimentos e encerramentos de empresas. Considera ainda que a nova visão do empreendedorismo, assente no papel de mudança na economia baseada no conhecimento, implica que uma performance económica positiva seja ligada à actividade empreendedora. As medidas de performance podem ser aplicadas ao nível do indivíduo, ao nível da empresa e ao nível de uma região ou país.

3.2.1. ENTREPRENEURSHIP BAROMETER

O “Entrepreneurship Barometer” é um estudo desenvolvido para a Comissão Europeia e pela DG Empresas, baseado numa investigação feita através de questionários por telefone, a indivíduos residentes nos países da Comissão Europeia, USA, Noruega, Islândia e Liechtenstein.

Os indicadores mencionados no Eurobarómetro do “Espírito Empresarial”⁵ são difíceis de aplicar uma vez que são aplicados a indivíduos, através de inquéritos, e não a unidades de espaço, tipo região ou país. Sendo muito orientado para motivações pessoais, não iremos considerar estes indicadores como possíveis de medir o empreendedorismo em regiões. No entanto, referenciamos alguns dos indicadores mencionados no estudo:

- Percentagem de pessoas que prefere ser empregado ou patrão
- Número de pessoas que já pensaram em avançar com um negócio
- Número de pessoas que já criaram uma empresa
- Número de pessoas que estão a pensar ou estão a criar uma empresa
- Melhor local para aprender a gerir um negócio
- Dificuldades de criação de empresas

3.2.2. GEM – GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

O Global Entrepreneurship Monitor cujo objectivo é perceber o impacto do empreendedorismo no crescimento económico nacional, identifica alguns indicadores passíveis de medir a actividade empreendedora de uma região ou país: o TEA -Total Entrepreneurship Activity – determina o número de pessoas em idade activa que iniciam

⁵ Flash-Eurobarometer

um negócio e o FEA - Firm Entrepreneurial Activity – indicador da actividade empreendedora dentro de empresas já existentes.

O índice de FEA foi desenvolvido no relatório apresentado em 2003. Determina informação numa nova dimensão reflectindo a inovação e o crescimento dentro de empresas estabelecidas, providenciando uma melhor caracterização do empreendedorismo nacional. Os autores consideram que o empreendedorismo de empresas existentes pode ser medido através da introdução de novos produtos ou serviços no mercado. Um país com uma grande proporção desta actividade pode ser considerado um país com mais actividade empreendedora.

A investigação do GEM questiona o número de sócios da empresa, o número de empregos actuais, o número de empregos a serem criados em 5 anos e questões para ajudar a identificar se a empresa está a desenvolver novos produtos ou serviços para o mercado.

O GEM envolve quatro grandes tipos de compilação de informação:

- Total Entrepreneurship Activity
- Firm Entrepreneurial Activity
- Preenchimento de um questionário por parte de peritos que estabelece uma medida estandardizada das suas opiniões
- Dados nacionais de organizações internacionais dedicadas à investigação

O programa de investigação do GEM derivou de definição de um modelo conceptual que sumariava as maiores causas que afectavam o crescimento económico.

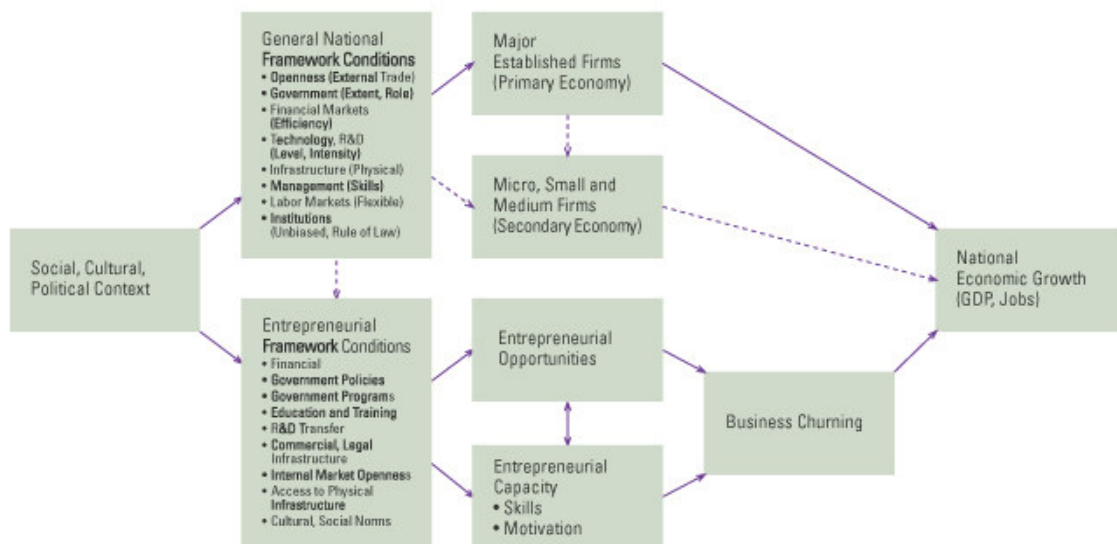
O modelo tem três princípios primários. Primeiro é inteiramente focado na explicação de porque é que algumas economias nacionais crescem mais do que outras. Em segundo lugar, assume que o processo económico toma lugar num local com relativo e estável contexto político, social e histórico. Finalmente, e provavelmente o mais único no GEM, são considerados dois mecanismos como primeiros recursos para o progresso económico nacional. O primeiro reflecte o papel das grandes empresas existentes que promovem a

representação nacional no mercado internacional. O outro mecanismo enfatiza o papel do empreendedorismo na criação e crescimento de novas empresas e está relacionado com um conjunto de factores contextuais referidos como condições empreendedoras. Para além disso, são especificados dois princípios críticos no processo de empreendedorismo: a emergência ou presença de oportunidades de mercado e a capacidade das pessoas criarem empresas para prosseguirem essas oportunidades.

O modelo é apresentado no esquema seguinte:

FIGURA 3 – MODELO CONCEPTUAL DO GEM

FIGURE A-1: THE GEM CONCEPTUAL MODEL



Retirado de: GEM – Global Entrepreneurship Monitor

Mais recentemente, em 2004, o GEM desenvolveu no Reino Unido, um outro indicador, denominado SEA – Social Entrepreneurship Activity Índice (Harding e Cowling, 2004). Este indicador é baseado numa definição mais alargada de empreendedorismo social, derivado da definição de empreendedorismo do GEM: qualquer tentativa de criação de

novos negócios ou empresas, com auto-emprego, criação de uma nova organização ou a expansão de um negócio existente, por um indivíduo ou grupo de indivíduos, ou o estabelecimento de negócios com objectivos sociais ou comunitários.

Para distinguir os empreendedores de empreendedores sociais, foi definido que constituíam o grupo de empreendedores sociais, os indivíduos que respondessem positivamente a uma das duas seguintes questões:

- Está a pensar criar alguma empresa, serviço ou iniciativa de carácter social, voluntário ou comunitário
- Está a gerir alguma empresa, serviço ou iniciativa de carácter social, voluntário ou comunitário

3.2.3. COMISSÃO EUROPEIA

Em estudos e trabalhos elaborados pela Comissão Europeia, quer pela DG Empresa, quer pela DG Emprego são identificados os seguintes indicadores:

QUADRO 2 – INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO DG EMPRESA E DG EMPREGO

INDICADOR	DESCRIÇÃO	ONDE
EMPRESAS CRIADAS	Empresas criadas sobre as empresas já existentes	Comissão Europeia – DG Emprego e Assuntos Sociais
CRESCIMENTO DE EMPREGO	Mudança anual no número total de pessoas empregadas, no total e por sector	Comissão Europeia – DG Emprego e Assuntos Sociais
TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS CRIADAS RECENTEMENTE	Empresas criadas no ano n que ainda existem no ano n-3	Comissão Europeia – DG Emprego e

		Assuntos Sociais
EMPREGO CRIADO NAS NOVAS EMPRESAS ESTABELECIDAS	Número de pessoas empregadas em novas empresas (ano n) e nas empresas sobreviventes (n-3, n-2, n-1) em relação ao número de pessoas empregadas em todas as empresas em actividade (no ano n)	Comissão Europeia – DG Emprego e Assuntos Sociais
TAXA DE EMPREGO NOS SERVIÇOS	Número de pessoas empregadas a trabalhar no sector de serviços (como principal emprego) com idade compreendida entre os 15 e 64 anos, como percentagem de população total do mesmo grupos etário (por género)	Comissão Europeia – DG Emprego e Assuntos Sociais
PREFERÊNCIA PELO AUTO-EMPREGO	Comparação entre número de pessoas que preferem trabalhar por conta de outrem e por conta própria	Comissão Europeia – DG Empresa
ENVOLVIMENTO NA INICIATIVA EMPRESARIAL	Indivíduos que pretendem vir a criar uma empresa Incidência de empresários (proprietários e trabalhadores por conta própria) /actividade empresarial	Comissão Europeia – DG Empresa
DINAMISMO EMPRESARIAL	Taxas de entrada e de saída das empresas Expansão das empresas e do emprego nas empresas Propensão para o risco / medo de falhar	Comissão Europeia – DG Empresa
CRIAÇÃO DE EMPREGO	Taxa de criação de empresas Número de empregos criados	Comissão Europeia – DG Empresa
DEMOGRAFIA EMPRESARIAL	Número de empresas “nascidas” Número de empresas “mortas” Diferença entre as duas – net change Soma das duas – volatility (degree of enterprise churning) (dinamismo empresarial)	Comissão Europeia – DG Empresa
AUTO-EMPREGO E EMPREENDEDORISMO FEMININO		Comissão Europeia – DG

NA INDÚSTRIA E SERVIÇOS		Empresa
PROPENSÃO PARA O EMPREENDEDORISMO	Propensão para o Empreendedorismo Preferência pelo auto-emprego como uma opção profissional (baseado no Flash-Eurobarometer)	Comissão Europeia – DG Empresa

Existem igualmente indicadores no “Painel da Política Empresarial”, da Direcção Geral Empresa. Este instrumento de monitoria apresenta indicadores relacionados com o ambiente empresarial nos países da União Europeia. Estes indicadores apresentam informações sobre a performance dos países em áreas específicas e foram seleccionados de acordo com a importância e a disponibilidade. O painel define 21 indicadores em 8 áreas diferentes:

- Acesso a Financiamento
- Ambiente Regulador e Administrativo
- Mercado Aberto
- Empreendedorismo
- Recursos Humanos
- Difusão de Inovação e Conhecimento
- Tecnologias da Informação e Comunicação
- Desenvolvimento Sustentável

Dois indicadores estão na área do empreendedorismo: taxa de criação de empresas (demografia empresarial) e auto-emprego feminino na indústria e nos serviços.

O “Painel Europeu da Inovação” incide na inovação em alta tecnologia e identifica “17 indicadores principais, seleccionados para resumir as principais forças motrizes e os resultados mais importantes das inovações” (CCE, 2002: 6), repartidos por quatro grupos: recursos humanos na inovação, criação de novos conhecimentos, transmissão e aplicação de conhecimentos e financiamento, resultados e mercados de inovação. Na criação de novos conhecimentos encontram-se dois indicadores também usados por Audretsch, e que dizem respeito ao registo de patentes de alta tecnologia registados no

EPO (European Patent Office) e no USPTO (United States Patent and Trade Mark Office). No grupo de “financiamento, resultados e mercados de inovação” encontra-se a introdução de novos produtos no mercado. Um produto “novo no mercado” inclui os produtos que são vendidos pela primeira vez num mercado geográfico e que são uma inovação a nível mundial.

3.2.4. EUROSTAT

O Eurostat tem indicadores dos países da Comissão Europeia em três grandes linhas de acção: indicadores estruturais, euro-indicadores e indicadores de longo termo. Dentro dos indicadores de longo termo, encontram-se as seguintes categorias: pessoas na Europa, Economia e Ecologia e Actividades Empresariais⁶.

Na categoria de “actividades empresariais” encontram-se indicadores como estruturas empresariais, nas várias áreas de actividade; sectores de actividade empresariais; ciência e tecnologia; agricultura, floresta e pescas.

3.2.5. OCDE – ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO

Ao nível de indicadores do empreendedorismo, a OCDE tem vindo a desenvolver um projecto intitulado “Benchmarking Business Policies” onde o empreendedorismo está enquadrado. Para além da criação de empresas e empreendedorismo, são igualmente analisados o potencial da inovação e da difusão tecnológica e os benefícios das tecnologias da informação e comunicação⁷.

Este projecto está baseado em três tipos de indicadores: indicadores de performance, indicadores de segundo nível e indicadores de política. Com este projecto pretende-se

⁶ People in Europe, Economy and Ecology e Entrepreneurial Activities

⁷ OECD (2002): *The Roadmap for Benchmarking Business Policies*. DSTI. www.oecd.org

identificar indicadores para que seja possível medir as políticas empresariais com um indicador ou com um conjunto de indicadores integrados num “Composite Index”, uma combinação de vários indicadores.

No que respeita aos dados existentes, a disponibilidade varia entre os vários “motores” da política empresarial. Por exemplo, o Scoreboard de 2001 do DSTI (Departamento de Ciência, Tecnologia e Indústria) tem 18 indicadores relacionados com as tecnologias da informação e comunicação, 12 indicadores relacionados com a inovação e apenas um indicador relacionado com a criação de empresas e empreendedorismo. O estímulo da criação de empresas e empreendedorismo – fostering firm creation and entrepreneurship – é o menos desenvolvido no que respeita a indicadores.

Os domínios que devem ser analisados no motor de crescimento “fostering firm creation and entrepreneurship” podem ser agrupados em quatro áreas principais: aumentar o acesso ao financiamento, facilitar a entrada e saída, avaliação de programas de governo, encorajar o espírito empresarial.

Para o OCDE, a integração, análise e comparação dos dados ao nível do empreendedorismo é uma tarefa difícil, uma vez que ainda é necessário efectuar um inventário das estatísticas de empreendedorismo existentes e posteriormente trabalhar no sentido de melhorar e aumentar a comparação dos dados internacionais.

3.2.6. ENTREPRENEURSHIP INDEX

O “Entrepreneurship Index” é um projecto-piloto desenvolvido pelo Ministério de Economia e dos Assuntos Económicos da Dinamarca, Agência Nacional para as Empresas, FORA e Grupo Monitor focado no empreendedorismo⁸.

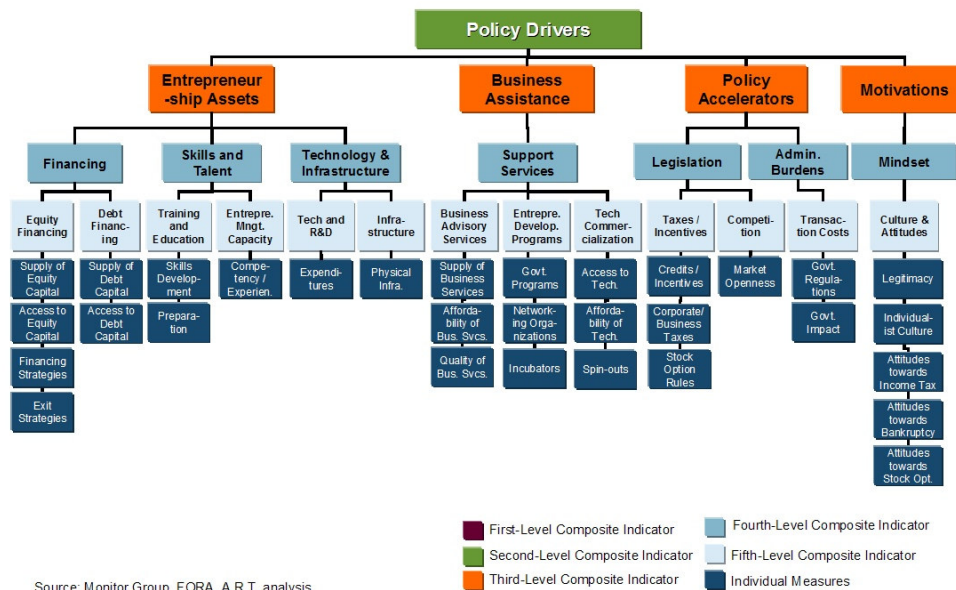
O objectivo do projecto é desenvolver um modelo de benchmarking compreensivo, relevante e dinâmico, que identifique várias medidas relacionadas com o empreendedorismo, incluindo indicadores de performance e indicadores de políticas.

⁸ Danish Ministry of Economic and Business Affairs, National Agency for Enterprise and Housing, FORA e Monitor Group

O precursor de “Entrepreneurship Index” é um projecto da OCDE intitulado “Micro drivers of Growth and Productivity”. O “Entrepreneurship Index” é baseado num modelo de benchmarking que planeia implementar mudanças na performance empreendedora e nos relevantes motores políticos dos países participantes, numa base anual.

No que diz respeito a políticas, este modelo tem quatro categorias: recursos empreendedores, assistência empresarial, políticas aceleradoras e motivações⁹.

FIGURA 3 - ENTREPRENEURSHIP INDEX MODEL



Retirado de Monitor Group, FORA – www.ebst.dk

Nos recursos empreendedores estão incluídos três indicadores: financiamento (acesso a capital estratégias de financiamento e estratégias de saída), capacidade e talento (formação e educação, capacidade de gestão empreendedora) e tecnologias e infra-

⁹ “Entrepreneurship Assets, Business Assistance, Policy Accelerators and Motivations”

estruturas (infra-estruturas de tecnologia e Investigação e Desenvolvimento, gastos relacionados com I&D e infra-estruturas físicas).

Na assistência empresarial existe um indicador relacionado com os serviços de apoio, em domínios como serviços empresariais de suporte, programas de desenvolvimento do empreendedorismo e comercialização de tecnologia, bem como, a oferta de serviços às empresas, a concessão e a qualidade desses serviços, programas governamentais, organizações em rede, incubadoras, acesso e concessão de tecnologia e spin outs.

No que respeita às políticas aceleradoras estão incluídos dois indicadores: legislação (taxas/incentivos e competição) e taxas administrativas (custos de transacção e regulamentos e impactos governamentais).

Na motivação foi identificado um indicador relacionado com a mentalidade: cultura e atitudes, legitimidade, cultura individualista, atitudes perante os impostos e a falência e perante opção de usos de stock.

MODELO DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO EMPREENDEDORISMO NO TERRITÓRIO

4.1. CATEGORIZAÇÃO E ESTUDO EXPLORATÓRIO

A recolha de informação para a elaboração deste documento foi efectuada através de fontes documentais, nomeadamente websites, papers, documentos e livros na área do empreendedorismo. O tratamento da informação foi baseado na análise bibliográfica, em particular pela análise contextual e pelo uso de um processo indutivo que, por operações de categorização e conceptualização, procura avançar no sentido da produção de um conhecimento teórico.

A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente por reagrupamento segundo o género (analogia) com os critérios previamente definidos. As categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um conjunto de elementos, sob um título genérico. A categorização tem como primeiro objectivo (da mesma maneira que a análise documental) fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos resultados brutos.

A análise documental efectuada permitiu identificar a presença de termos comuns quando se aborda a questão do empreendedorismo, nomeadamente ao nível de determinantes e factores que contribuem para o estímulo do empreendedorismo e alcance dos seus resultados. Permitiu ainda que fossem identificados indicadores, que de alguma forma pudessem contribuir para a medição do empreendedorismo a nível espacial, ou seja, em regiões e países.

Estes indicadores foram agrupados em categorias, de acordo com as especificidades e características comuns de forma a simplificar a informação, organizada por classes para melhor tratamento dos dados.

Para a categorização dos indicadores do empreendedorismo foi utilizada a seguinte metodologia: foi realizada uma revisão da literatura ao nível do empreendedorismo e

foram identificados indicadores existentes ao nível regional e nacional em estudos já elaborados. A partir dos dados colectados, através de um processo indutivo, foram identificadas categorias de indicadores que de alguma forma pudessem contribuir para analisar o empreendedorismo em regiões e países. Assim foram identificadas seis categorias, que comportam dezanove indicadores que, de uma forma mais global e integrada possibilitam a medição do empreendedorismo, que tenha em conta, para além dos factores que determinam o empreendedorismo, os resultados atingidos com o empreendedorismo em regiões, ao nível empresarial e social.

Para testar os indicadores identificados foi efectuada uma recolha de dados estatísticos no Instituto Nacional de Estatística. Os indicadores que foram testados são os que estão disponíveis para consulta no INE.

4.2. INDICADORES: CATEGORIZAÇÃO E ANÁLISE

Os indicadores são um instrumento fundamental que permite acompanhar a performance de vários processos, definir áreas de actuação e medidas correctivas, tomar decisões estratégicas, definir os objectivos a atingir e acompanhar a implementação de medidas de melhoria.

Os indicadores do empreendedorismo vão servir para analisar e verificar o desempenho empreendedor das cidades, regiões e países, para que seja possível identificar oportunidades de melhoria ao nível da actividade empreendedora e estabelecer planos de melhoria e novos objectivos e implementar novas políticas e estratégias de actuação, que permitam melhorar o desenvolvimento económico e social dos países menos desenvolvidos e menos empreendedores.

Os indicadores identificados vão ser alvo de análise, de forma a permitir uma melhor aplicação e utilização. Assim, são analisadas as vantagens e desvantagens da sua aplicação, as precauções de interpretação, a compatibilidade e complementaridade dos indicadores.

4.2.1. CATEGORIZAÇÃO DOS INDICADORES

O empreendedorismo não deve ser limitado apenas à criação de empresas (Drucker, Dee, UE, OECD), dado que é um fenómeno muito abrangente e pode manifestar-se em contextos diversos e em todo o tipos de organismos. Assim sendo, a criação de empresas e de empregos não é suficiente para medir o empreendedorismo nas regiões, uma vez que existem outros aspectos que devem ser tidos em conta, quando se fala de “ambiente empreendedor” ou de “intensidade empreendedora”.

A intensidade ou actividade empreendedora de uma região pode ser determinada por vários factores e condições que inibem ou facilitam o empreendedorismo e que derivam em resultados que podem incluir criação de empresas, criação de valor, novos produtos e serviços, processos, tecnologias, lucros e benefícios pessoais, emprego, recursos e crescimento económico. Os factores que influenciam o empreendedorismo são as oportunidades, os recursos, o contexto cultural e institucional e o empreendedor, com as suas capacidades e conhecimento.

Para medir a intensidade empreendedora de uma região é necessário ter em conta uma série de variáveis que integrem o contexto regional e que possam, para além de medir os resultados, medir igualmente parte dos factores que influenciam o empreendedorismo, com o intuito de analisar a relação entre os indicadores, para poder actuar sobre as variáveis que mais contribuem para o incentivo do empreendedorismo.

O empreendedorismo ao criar valor, aproveitando as oportunidades existentes, utilizando os recursos disponíveis, com o intenção de fazer surgir acções e iniciativas deve abranger não apenas variáveis ligadas ao meio empresarial, como a criação de empresas e a inovação, mas também variáveis ligadas ao meio social e à iniciativa fomentada pelas entidades que têm um objectivo que vai para além do lucro e que ambicionam, fundamentalmente, satisfazer as complexas necessidades sociais.

Com o impacto que as empresas sociais têm vindo a criar ao nível regional, quer em termos de emprego, quer em termos de projectos e iniciativas desenvolvidas em prol da

comunidade, é essencial encarar o empreendedorismo das entidades sociais como fundamental para a promoção da mudança e inovação, que tal como as empresas, utilizam cada vez mais a informação, o conhecimento e as técnicas de gestão para avaliar os riscos e os benefícios dos projectos e actividades que implementam regionalmente.

Foi visto que, para alguns autores, a informação e o conhecimento que permitem aos indivíduos perceberem as oportunidades que o levam a avançar com a criação de uma empresa ou com o desenvolvimento de uma iniciativa, para satisfazer as necessidades da sociedade, são adquiridos através de redes regionais de conhecimento, ou seja, pelas interacções entre os diversos agentes económico e sociais que contribuem para a inovação.

São os agentes que compõem o sistema de inovação de uma região que contribuem para a transmissão e divulgação de conhecimento. A proximidade geográfica favorece e é necessária para transmitir o conhecimento e trocar informação, por isso, os transmissores de conhecimento tendem a estar localizados numa determinada região.

Muito do conhecimento regional é transmitido pelas pequenas empresas e instituições empreendedoras que geram conhecimento e servem de motor de inovação e mudança. É como que um ciclo: a existência de empresas promove o crescimento das empresas existentes e a atracção de novas empresas que surgem do conhecimento e que por sua vez vão gerar mais conhecimento, inovação e mudança. É claro que a transmissão e aplicação de conhecimento só é possível com as pessoas, pelo que quer as instituições regionais de inovação, quer os próprios empreendedores contribuem com o seu conhecimento para o surgimento do empreendedorismo.

4.2. 2. IDENTIFICAÇÃO E ANÁLISE DOS INDICADORES

I - EMPRESAS

A criação de empresas é o resultado mais tangível e visível do empreendedorismo. Se as empresas contribuem para satisfazer as necessidades dos seus clientes através do desenvolvimento de produtos e serviços, as **empresas** são uma categoria essencial para agrupar indicadores que permitam medir o empreendedorismo.

As empresas são a “espinha dorsal” da economia europeia, constituindo uma fonte significativa de emprego e um terreno fértil para o surgimento de ideias empreendedoras. As empresas devem ser consideradas como um dos principais motores de inovação, do emprego e da integração social e local. As empresas e os empresários desempenham um papel essencial na economia da União Europeia. É indubitável a existência de uma relação positiva e estreita entre o espírito empresarial e os resultados económicos em termos de crescimento, de sobrevivência, de inovação, de criação de emprego, de mudança tecnológica, de aumento da produtividade e de exportação (Audretsch, 2002).

No entanto, muitas dessas empresas não sobrevivem ao longo dos anos, uma vez que no início de actividade enfrentam diversas barreiras e dificuldades que dificultam o seu crescimento e sobrevivência. A União Europeia está a desenvolver algumas iniciativas, mencionadas no capítulo anterior, para melhorar a situação das empresas e desenvolver o espírito empresarial e contribuir para um reforço da inovação e iniciativa, conjugando esforços no sentido de reduzir os custos da actividade empresarial e de suprimir a burocracia desnecessária. Também a OCDE através do “Bologna Process”, resultado de uma conferência ministerial realizada em Bolonha, em Junho de 2000, se comprometeu em estimular a empreendedorismo e a competitividade das empresas a nível global, sendo um dos principais objectivos deste processo ajudar os governos a facilitar aos empreendedores e pequenas e médias empresas os benefícios dos desafios da globalização.

A criação de empresas e a sua sobrevivência e o número de pessoas que preferem o auto-emprego, são indicadores sempre assumidos por diversos autores como capazes de medir o empreendedorismo, por isso na categoria “empresas” entendemos que devem estar encaixados os seguintes indicadores:

- Taxa de nascimento de empresas – novas empresas criadas sobre as empresas existentes e novas empresas criadas sobre a população em idade activa

- Evolução das empresas criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
- Taxa de sobrevivência das empresas – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n

QUADRO 3 – TAXA DE NASCIMENTO DE EMPRESAS

EMPRESAS	Definição	Número de empresas constituídas num determinado ano e região sobre o número total de empresas registadas no mesmo local e sobre o número de pessoas em idade activa.
	Vantagens	<p>A taxa de empresas criadas vai permitir analisar quantas empresas foram criadas numa região ou país, num determinado espaço de tempo.</p> <p>Este indicador é muito comum, de fácil disponibilidade, associado com muita frequência ao empreendedorismo.</p> <p>Indicado em muitas circunstâncias como um indicador para medir o empreendedorismo.</p>
	Desvantagens	Pode ser limitado, uma vez que a taxa de empresas criadas num determinado espaço de tempo é um indicador redutor para analisar o nível de empreendedorismo de uma região ou país, que deve ter em atenção muitas mais variáveis.
	Precauções de Utilização	<p>Deve ser considerada também a evolução das empresas criadas, uma vez que o número de empresas criadas num ano de referência pode não demonstrar a capacidade empreendedora de uma região ou país, que devido a alguns factores e determinantes possa ter registado uma aumento ou diminuição brusca do número de empresas criadas.</p> <p>Para além disso, também se deve ter em conta o número de pessoas em idade activa, residentes na região em causa, de forma a medir a taxa de iniciativa das pessoas na área de criação de empresas.</p>

Compatibilidade e Complementaridade	Este indicador deve ser complementado com o indicador “Evolução das empresas Criadas”
-------------------------------------	---

QUADRO 4 – EVOLUÇÃO DAS EMPRESAS CRIADAS

EMPRESAS	Definição	N.º de empresas criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3 numa determinada região: crescimento de empresas de ano para ano.
	Vantagens	A evolução do número de empresas permite a análise do número de empresas criadas em cada ano e ver se o número de empresas aumentou ou diminuiu numa determinada região ou país. Indicador dinâmico que permite comparar o número de empresas por ano e verificar se a taxa de crescimento é constante ou se se verificou um aumento ou diminuição drástica.
	Desvantagens	–
	Precauções de Utilização	–
	Compatibilidade e Complementaridade	Este indicador complementa o anterior, uma vez que permite ter uma visão mais abrangente e evolutiva sobre a criação de empresas numa determinada região ou país. Seria oportuno analisar os picos, altos e baixos, de criação de empresas e correlacionar com factores que podem determinar a sua expansão ou decréscimo: as oportunidade que surgem do lado da procura, determinadas pelas infra-estruturas industriais, globalização, desenvolvimento económico, desenvolvimento tecnológico e políticas e projectos governamentais e as características da população, nomeadamente, os recursos, habilidades e capacidades dos indivíduos do lado da oferta.

QUADRO 5 – TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DE EMPRESAS

.EMPRESAS	Definição	Taxa de sobrevivência das empresas – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n. Empresas que sobrevivem após três anos de serem criadas.
	Vantagens	A taxa de sobrevivência de novas empresas é um indicador importante para medir a actividade empreendedora de uma nova empresa porque muitas das empresas criadas têm dificuldades em sobreviver ao longo dos primeiros anos de actividade.
	Desvantagens	Este indicador não está disponível para consulta no INE. Para utilização deste indicador é necessário verificar o nome da empresa criada, a data de criação da empresa e verificar se essa empresa existe depois de 3 anos de actividade.
	Precauções de Utilização	—
	Compatibilidade e Complementaridade	Analisar o número de pessoas nas empresas sobreviventes, com o sentido de ver a evolução do emprego nas empresas.

II - RECURSOS HUMANOS

É também assumido, por todos os autores analisados, que os indivíduos são fundamentais no desenvolvimento do processo empreendedor: sem as pessoas, sem os empreendedores, todo o processo de empreendedorismo estaria condenado ao fracasso. São as pessoas que ao adquirirem conhecimento, identificarem oportunidades de negócio e as desenvolverem, contribuem para a criação de novas empresas, novas iniciativas, acções e projectos, resultados da actividade empreendedora.

Muitas vezes, os indivíduos não criam apenas o seu próprio emprego, mas também contribuem para a criação de novos empregos. Um dos resultados indiscutíveis da criação de empresas é o emprego, uma vez que pelo menos o empreendedor cria o seu posto de trabalho.

A preferência entre o auto-emprego ou pelo emprego por conta de outrem é determinado pela expectativa de recompensas comparada com o risco de falhar, pelos impostos do salário e dos lucros, pela segurança social e pela carga de trabalho.

Os empreendedores podem estar enquadrados em três categorias distintas (NAEC, 2004), que contribuem para a criação de apenas o próprio emprego ou de mais empregos:

- O free lancer – tipicamente gere um negócio próprio e não tem ambição de contratar mais pessoal;
- O empreendedor independente – gere o seu negócio baseado num plano de negócios muito bem elaborado e conhecido ou num produto que é promovido por outras empresas
- O empreendedor Inovador – tem o potencial e a ambição de criar uma empresa global e líder de mercado baseada na inovação.

Os recursos humanos são um elemento fundamental no processo de empreendedorismo: o empreendedor, com as suas atitudes, motivação, comprometimento e competências de gestão, é um dos três motores fundamentais do empreendedorismo, juntamente com o reconhecimento de uma oportunidade e os recursos disponíveis (Timmons, 1994).

Os “**recursos humanos**” são uma categoria que deve ser considerada quando pretendemos medir o empreendedorismo e deve incluir os seguintes indicadores:

- Número de pessoas empregadas nas empresas
- Evolução do número de pessoas empregadas – n.º de pessoas empregadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
- Número de emprego independente/emprego total
- Auto-emprego na indústria e nos serviços, por género

QUADRO 6 – NÚMERO DE PESSOAS EMPREGADAS NAS EMPRESAS CRIADAS

RECURSOS HUMANOS	Definição	Número de pessoas empregadas nas empresas criadas
	Vantagens	Analisar se as empresas criadas contribuíram para a criação de empregos; verificar se as empresas criaram mais do que um posto de trabalho.
	Desvantagens	Muitas vezes a contribuição da criação de empresas para o crescimento do emprego não é visível nos primeiros anos. Existem um tempo de espera (lag) até que as empresas comecem a produzir reflexos em termos de criação de emprego, muitas vezes seis a nove anos, dependendo do tipo de empresas e da região onde estão inseridas.
	Compatibilidade e Complementaridade	Ver a relação entre as empresas criadas e o número de pessoas nas empresas: analisar se as empresas criaram mais do que o posto do trabalho do empreendedor.

QUADRO 7 – EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE PESSOAS EMPREGADAS

RECURSOS HUMANOS	Definição	Evolução do número de pessoas empregadas no ano n, n-1, n-2 e n-3. Mudança anual no número total de pessoas empregadas.
	Vantagens	Com este indicador podemos analisar a evolução do emprego criado pelas empresas. A evolução do número de empregos pode mostrar se as empresas tiveram necessidade de empregar ou contratar novas pessoas para o desenvolvimento de novos produtos e serviços.
	Desvantagens	Com este indicador não dá para verificar a diferença entre os empregos criados pelas empresas novas e existentes, uma vez que relaciona apenas o número de empregos criados pelas empresas na totalidade.
	Compatibilidade e	Comparar o número de pessoas a trabalhar nas empresas no

RECURSOS HUMANOS	Complementaridade	<p>ano n-3 e ano n.</p> <p>Comparar o número de pessoas empregadas com o número de empresas criadas.</p>
------------------	-------------------	--

QUADRO 8 – NÚMERO DE EMPREGO INDEPENDENTE

RECURSOS HUMANOS	Definição	Taxa de emprego independente: número de pessoas com trabalho independente, ou que criaram o seu próprio emprego, sobre o emprego total.
	Vantagens	O número de emprego independente pode demonstrar um nível de empreendedorismo de indivíduos e pode representar simultaneamente a criação de emprego e empresa.
	Desvantagens	<p>Em alguns países este indicador pode ser sinal de pessoas que trabalham para empresas, com condições mais precárias do que os trabalhadores que estão com contrato de trabalho a termo ou sem termo.</p> <p>O que se pretende analisar neste indicador são as pessoas que promoveram a criação do seu próprio emprego.</p>
	Compatibilidade e Complementaridade	Comparar a taxa de emprego independente com a taxa de criação de empresas.

QUADRO 9 – AUTO-EMPREGO NA INDÚSTRIA E NOS SERVIÇOS

RECURSOS HUMANOS	Definição	Número de pessoas com auto-emprego na indústria e nos serviços, por género, ou seja pessoas que trabalham por conta própria.
	Vantagens	O número de auto-emprego na indústria e nos serviços demonstra a percentagem de pessoas que prefere trabalhar por conta própria em vez de trabalhar por conta de outrem; pessoas que têm iniciativa e ideias para criar e desenvolver serviços ou produtos.

	Este indicador permite analisar a distinção entre homens e mulheres.
Desvantagens	—
Compatibilidade e Complementaridade	Comparar o auto-emprego masculino e feminino, verificar em qual dos sectores, indústria e serviços, existem mais homens e mulheres

Todos estes indicadores já estavam identificados em variadíssimos estudos e por diversos autores. No entanto, optou-se por integrá-los em categorias, que vão contribuir para analisar o empreendedorismo de uma maneira mais global e integrada.

III - INOVAÇÃO

A inovação foi assumida por Schumpeter como fundamental ao processo empreendedor, ao definir o empreendedor como um inovador que implementa mudança nos mercados através da introdução de novas combinações, que podem assumir várias formas, quer seja a introdução de novos materiais ou métodos de produção, a abertura de um novo mercado, ou ainda a conquista de novos recursos, materiais ou peças ou o desenvolvimento da inovação organizacional.

A inovação e a mudança são igualmente encaradas por Audretsch como resultado da actuação dos empreendedores.

Ao definir como objectivo estratégico “tornar-se no espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e com maior coesão social”, o Conselho Europeu de Lisboa realizado em 23 e 24 de Março de 2000, abriu caminho a realização de vários estudos que pretendiam contribuir para uma Europa empreendedora, inovadora e aberta. O “Painel Europeu da Inovação” é um instrumento para seguimento dessa estratégia e permite avaliar o desempenho inovador da EU.

Dos indicadores constantes no painel, três podem ser utilizados para medir o empreendedorismo: a introdução de novos produtos no mercado, uma vez que resulta da construção e do desenvolvimento de acções e o número de registo de patentes no EPO e no USPTO, que resulta da aplicação do conhecimento dos indivíduos, a oportunidades que surgem no mercado.

Para além da introdução de novos produtos e serviços no mercado, a inovação pode ser igualmente a introdução de novos processos dentro das empresas e instituições, que exigem o desenvolvimento de novas acções e iniciativas, aproveitando as oportunidades e utilizando os recursos disponíveis.

Um outro aspecto que consideramos importante para avaliar a inovação e empreendedorismo das empresas está relacionado com o novo índice identificado pelo GEM: o FEA Firm Entrepreneurial Activity – indicador da actividade empreendedora dentro e empresas já existentes. Para além da evolução do número de trabalhadores e da introdução de novos produtos no mercado, pensamos que seria pertinente analisar o estabelecimento de parcerias estratégicas utilizado pelas empresas para partilhar conhecimento, de forma a conseguir uma maior flexibilidade, uma maior eficiência na satisfação de uma oportunidade e o incremento da capacidade produtiva.

A “**inovação**” surge como uma categoria importante na medição do empreendedorismo, com os seguintes indicadores:

- Introdução de novos produtos e/ou serviços no mercado
- Introdução de novos processos nas empresas e instituições
- Registo de patentes no EPO (European Patent Office)
- Registo de patentes no USPTO (United States Patent and Trade Mark Office)
- Número de parcerias de cooperação estratégicas estabelecidas

QUADRO 10 – INTRODUÇÃO DE NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS NO MERCADO

INOV	Definição	Número de produtos e serviços novos para a empresa ou novos para o mercado sobre a totalidade de produtos ou
-------------	-----------	--

	serviços vendidos pela empresa.
Vantagens	Este indicador vai permitir verificar a capacidade empreendedora e inovadora das empresas, através da análise da introdução de novos produtos e serviços no mercado. O termo produto é utilizado para designar bens e serviços. A inovação tecnológica do produto pode ser de dois tipos: produtos tecnologicamente novos e produtos tecnologicamente melhorados.
Desvantagens	O indicador é acessível através Inquérito Comunitário à Inovação. No entanto, o inquérito é realizado por amostragem e apenas a empresas com pelo menos 10 trabalhadores no caso de serviços e 20 trabalhadores no caso da indústria, o que pode não demonstrar uma amostra suficiente para extrapolar resultados. A principal desvantagem deste indicador diz respeito à ambiguidade do termo “novo produto no mercado”. Pequenas empresas e empresas de países menos desenvolvidos podem incluir inovações que já foram introduzidas no mercado noutra local.
Compatibilidade e Complementaridade	Complementar com os indicadores dos pedidos de registos de patentes e ainda com os acordos de cooperação estabelecidos.

QUADRO 11 – INTRODUÇÃO DE NOVOS PROCESSOS NAS EMPRESAS

INOVAÇÃO	Definição	Número de processos novos introduzidos nas empresas
	Vantagens	Tal como a introdução de novos produtos e serviços no mercado indica uma forma de empreendedorismo, também a introdução de novos processos na cadeia de abastecimento deve ser encarada como empreendedorismo. A inovação tecnológica de processo é a adopção de métodos de produção novos ou significativamente melhorados, incluindo

	métodos de distribuição de produtos.
Desvantagens	Este indicador também é acessível através Inquérito Comunitário à Inovação. No entanto, o inquérito é realizado por amostragem e apenas a empresas com pelo menos 10 trabalhadores no caso de serviços e 20 trabalhadores no caso da indústria.
Precauções de Utilização	Dever ter-se em atenção a ambiguidade do termo “novo processo nas empresas”. Pequenas empresas e empresas de países menos desenvolvidos podem incluir métodos de produção que não sejam novos ou impliquem melhorias significativas.
Compatibilidade e Complementaridade	Complementar com os indicadores dos pedidos de registos de patentes, com os acordos de cooperação estabelecidos e com a introdução de novos produtos no mercado.

QUADRO 12 – REGISTO DE PATENTES NO EPO

INOVAÇÃO	Definição	Número de pedidos de patentes registadas no EPO
	Vantagens	<p>Este indicador vai permitir analisar as novas invenções e conhecimento criado em regiões e países. Este indicador não deve ser aplicado apenas a alta tecnologia, mas em outras classes de patentes, com discriminação das classes, para ver as áreas mais empreendedoras e determinar a actividade inventiva, especialização e inovação de certas regiões ou países.</p> <p>Quando um número muito baixo de percentagem invenções são patenteadas, as patentes podem reflectir as diferenças na apropriação de estratégica das empresas, em vez das diferenças ao nível da actividade inventiva.</p>
	Desvantagens	O uso de patentes para medir a inovação nas empresas acarreta algumas desvantagens: as patentes variam

	enormemente em qualidade, muitas patentes nunca são exploradas comercialmente, e as diferenças nacionais no uso da estratégia de patentes pode distorcer comparações internacionais.
Precauções de Utilização	Este indicador pode ser redutor, uma vez que muitas invenções e inovações não são registadas pelos produtores, dado que os processos de registo de patentes são muito onerosos. Pode ainda ser limitado uma vez que as empresas com um maior crescimento ao nível da ciência e tecnologia poderão ser as que mais apresentam inovações patenteadas.
Compatibilidade e Complementaridade	Este indicador acompanhado pelos indicadores anteriores completa mais a análise da inovação nas empresas.

QUADRO 13 – REGISTO DE PATENTES NO USPTO

INOVAÇÃO	Definição	Número de pedidos de patentes registadas no USPTO
	Vantagens	Este indicador vai permitir a análise de novas invenções e conhecimento criado em regiões e países. Este indicador não deve ser aplicado apenas a alta tecnologia, mas em outras classes de patentes, com discriminação das classes, para ver as áreas mais empreendedoras e determinara actividade inventiva, especialização e inovação de certas regiões ou países.
	Desvantagens	O uso de patentes para medir a inovação nas empresas acarreta algumas desvantagens: as patentes variam enormemente em qualidade, muitas patentes nunca são exploradas comercialmente, e as diferenças nacionais no uso da estratégia de patentes pode distorcer comparações internacionais.
	Precauções de Utilização	Este indicador pode ser redutor, uma vez que muitas invenções e inovações não são registadas pelos produtores, uma vez que os processos de registo de patentes são muito

	onerosos.
Compatibilidade e Complementaridade	Este indicador acompanhado pelos indicadores anteriores completa mais a análise da inovação nas empresas.

QUADRO 14 – NÚMERO DE PARCERIAS DE COOPERAÇÃO ESTRATÉGICAS

INOVAÇÃO	Definição	Número de empresas que estabeleceram parcerias de cooperação estratégicas para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, com outras entidades e empresas, a nível nacional e transnacional e número de acordos estabelecidos, por cada empresa.
	Vantagens	É um indicador muito fácil de aplicar porque exige uma resposta de sim ou não por parte das empresas. Este indicador, ao nível da inovação, ou seja, acordos de cooperação na área de inovação e ainda tipo de parceiros, está disponível através do Inquérito Comunitário à Inovação.
	Desvantagens	–
	Precauções de Utilização	Seria conveniente que alargasse a questão de número de parcerias de cooperação estratégica estabelecidas para além da inovação, de forma a constituir um indicador mais abrangente.
	Compatibilidade e Complementaridade	Relacionar este indicador com a introdução de novos produtos e processos introduzidos e desenvolvidos pelas empresas.

IV - ECONOMIA SOCIAL

Foi visto que o empreendedorismo, não é apenas a criação de empresas, mas é um fenómeno muito mais abrangente que contribui para a criação de emprego, crescimento económico e inovação e que depende da motivação, disposição e conhecimento dos indivíduos que constroem e fazem surgir iniciativas, desenvolvendo acções e aproveitando as oportunidades e recursos disponíveis.

Verificou-se também que apesar das organizações sem fins lucrativos necessitarem de dinheiro para prosseguir a sua missão, também criam valor, mas numa perspectiva social e não económica. Também estas organizações, muitas vezes chamadas de economia social ou o terceiro sector identificam oportunidades e angariam recursos para seguir a sua missão e atingir os objectivos a que se propõem.

Para o desenvolvimento da sua missão, estas organizações criam novos produtos e serviços, expandem as suas actividades a novos grupos de pessoas ou a novas áreas geográficas e promovem parcerias com outras organizações.

O crescimento e evolução das empresas de “**economia social**”¹⁰ deve, tal como as empresas, constituir um indicador do empreendedorismo, uma vez que também contribuem para a criação de valor, para criação de emprego, prossecução de iniciativas e projectos inovadores e que promovem a mudança na sociedade.

Assim, entendemos que os indicadores apresentados de seguida devem ser considerados úteis para a avaliação do empreendedorismo nas localidades, regiões e países:

- Taxa de nascimento de empresas de economia social – novas empresas criadas sobre as empresas existentes
- Evolução das empresas de economia social criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
- Taxa de sobrevivência das empresas de economia social – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n

¹⁰ Entende-se por empresas de economia social, as cooperativas, as sociedades mútuas, as associações ou organizações voluntárias e as fundações

QUADRO15 – TAXA DE NASCIMENTO DE EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL

ECONOMIA SOCIAL	Definição	Número de empresas de economia social criadas, nomeadamente, associações, fundações, cooperativas e mútuas, sobre as empresas sociais existentes.
	Vantagens	A taxa de empresas de economia social criadas vai permitir verificar quantas empresas da área social são criadas numa região ou país. Com esta informação podemos ver a taxa de novas empresas sobre as empresas existentes. Vai permitir distinguir o empreendedorismo social do empresarial.
	Desvantagens	Os dados referentes às empresas de economia social, não estão disponíveis para consulta no INE, têm de ser solicitados, uma vez que as rubricas disponíveis que existem ao nível do sector empresarial não correspondem ao CAE que se pretende.
	Compatibilidade e Complementaridade	Comparar as empresas sociais criadas com as empresas criadas: analisar as diferenças percentuais entre o empreendedorismo e o empreendedorismo social

QUADRO16 – EVOLUÇÃO DE EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL

ECONOMIA SOCIAL	Definição	N.º de empresas de economia social criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3 numa determinada região: crescimento de empresas de ano para ano.
	Vantagens	A evolução do número de empresas de economia social permite verificar se houve aumento ou redução das empresas criadas ao longo dos anos. Indicador dinâmico que permite comparar o número de empresas por ano e verificar se a taxa de crescimento é constante ou se se verificou um aumento ou diminuição drástica.

	Desvantagens	–
	Compatibilidade e Complementaridade	Comparar este indicador na área do social com o indicador similar na área empresarial. Tirar ilações sobre a evolução das empresas sociais e restantes empresas.

QUADRO17 – TAXA DE SOBREVIVÊNCIA DE EMPRESAS DE ECONOMIA SOCIAL

ECONOMIA SOCIAL	Definição	Taxa de sobrevivência das empresas de economia social – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n. Empresas sociais que existem 3 anos depois de terem sido criadas.
	Desvantagens	Este indicador não está disponível para consulta no INE. Para utilização deste indicador é necessário verificar o nome da empresa criada, a data de criação da empresa e verificar se essa empresa existe depois de 3 anos de actividade.
	Compatibilidade e Complementaridade	Comparar a sobrevivência das empresas e das empresas sociais: analisar qual dos dois tipos de empresas tem uma taxa maior de sobrevivência.

V - INICIATIVA

As instituições de economia social e terceiro sector, para conseguir atingir a sua missão, têm de reconhecer novas oportunidades, encontrar recursos para servir essa missão, prosseguir um processo contínuo de inovação, adaptação e conhecimento, para ir ao encontro das necessidades dos seus públicos.

Os empreendedores sociais têm necessidade de adoptar as técnicas empresariais para assumir riscos e os benefícios das actividades e projectos que desenvolvem e devem criar novos produtos ou serviços, expandir e diversificar as suas actividades para novos

grupos-alvo e novos territórios e promover parcerias com outras organizações, para prosseguir com a sua missão, ou correm o risco de não conseguir atingir os seus objectivos e seguir estratégia de actuação definida. Também os empreendedores sociais têm de inovar, procurar constantemente novas oportunidades e desenvolver novas iniciativas e projectos para fazer face às mudanças que ocorrem na economia e sociedade.

Assim, pensamos que a “**iniciativa**”¹¹, a inovação e o empreendedorismo das entidades de economia social pode ser verificada pelo número de projectos e actividades que promovem e pela sua evolução ao longo do tempo. O estabelecimento de parcerias, nacionais e transnacionais para o desenvolvimento de projectos deve também ser encarado como um indicador de empreendedorismo porque denota iniciativa e abertura para o desenvolvimento de projectos de cooperação, que permitem uma abordagem mais integrada e multidisciplinar da envolvente económica, do território e da sociedade.

- N.º de projectos e actividades desenvolvidas
- Número de parcerias de cooperação estabelecidas¹²

QUADRO18 – NÚMERO DE PROJECTOS E ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS

INICIATIVA	Definição	Número de projectos, actividades e serviços desenvolvidos pelas empresas de economia social e que são disponibilizadas aos seus utilizadores.
	Vantagens	Permite analisar o empreendedorismo e iniciativa das empresas de economia social, uma vez que são os projectos e actividades que desenvolvem, que permitem a estas instituições contribuir para atingir a sua missão e os seus resultados e continuar a sua actividade.
	Desvantagens	Existe a necessidade de criar este indicador, uma vez que ainda não está disponível.

¹¹ A iniciativa das empresas de economia social pretende ser uma categoria idêntica, mas utilizada para distinguir a inovação das empresas, uma vez que os indicadores para medir a iniciativa das empresas sociais correspondem aos indicadores de introdução de produtos e processos nas empresas e ao estabelecimento de parcerias estratégicas.

¹² Devem ser consideradas as parcerias que tenham por objectivo o desenvolvimento de novas actividades, serviços ou projectos, parcerias que criem algum valor económico ou social

	À semelhança do Inquérito Comunitário à Inovação, que permite identificar os novos produtos e processos introduzidos no mercado e desenvolvido pelas empresas, poderia ser desenvolvido em questionário orientado para o empreendedorismo social.
Compatibilidade e Complementaridade	Comparar o número de projectos e actividades desenvolvidas com o número de empresas de economia social existentes de forma a verificar a iniciativa das empresas.

QUADRO 19 – NÚMERO DE PARCERIAS DE COOPERAÇÃO ESTABELECIDAS

INICIATIVA	Definição	Número de empresas de economia social que estabeleceram acordos ou parcerias de cooperação para desenvolver novas actividades, serviços ou projectos, a nível nacional e transnacional e o número de acordos estabelecidos por cada empresa. A transferência de tecnologia e informação entre instituições e países pode ser verificada por este indicador.
	Vantagens	Este indicador demonstra a capacidade de cooperação e de iniciativa para o desenvolvimento conjunto de projectos que tenham por objectivo a criação de valor económico ou social.
	Desvantagens	Este indicador não está ainda disponível. Será necessário criar o indicador a nível nacional, ou no caso de se pretender fazer uma investigação a nível regional, questionar as empresas de economia social sobre o número de acordos ou parcerias de cooperação estabelecidas que contribuam como uma mais valia para a região.
	Precauções de Utilização	Se empreendedorismo deve acrescentar algo de novo, deve ter-se em atenção os resultados do estabelecimento das parcerias.
	Compatibilidade e	Este indicador está relacionado com o número de empresas

Complementaridade	de economia social criadas e com o número de actividade e projectos desenvolvidos pelas mesmas. Pode ainda servir para complementar os dados ligados à categoria “empresas”.
-------------------	---

VI - CONHECIMENTO

A informação e o conhecimento são fundamentais no crescimento económico, produtividade e competitividade da nova economia global e do conhecimento. A criação de uma nova organização é resultado de um empreendedor que adquiriu conhecimento para reconhecer e desenvolver uma boa oportunidade de negócio. As oportunidades de mercado provêm da informação e do conhecimento acumulados em todas as sociedades. O conhecimento que não está disponível de forma uniforme às pessoas: é adquirido através dos canais de cada indivíduo, incluindo emprego, relações sociais e vida quotidiana.

Também foi visto que o ambiente ideal para o empreendedorismo é um local onde as empresas tirem proveito da aglomeração ou proximidade para utilizar fontes de informação, trabalho qualificado, tecnologia e capital.

O sistema de inovação de um país/região é composto por empresas, por entidades que compõem o Sistema Financeiro, Instituições de Apoio e Assistência Empresarial, entidades do Sistema de Ensino, de Formação e de Investigação e Desenvolvimento e por instituições públicas¹³.

Assim, parece-nos importante que o “**conhecimento**” e as fontes de informação e conhecimento existentes numa determinada região sejam considerados como variáveis que influenciam o empreendedorismo e podem contribuir para a actividade empreendedora nas regiões.

¹³ PROINOV – Programa Integrado de Apoio à Inovação

Se o conhecimento é adquirido através dos canais e fontes de informação do indivíduo, nomeadamente das redes de proximidade e de conhecimento onde está integrado, o número de entidades que compõem o sistema de inovação e que promovem e transmitem o conhecimento, devem ser encaradas como um indicador que pode influenciar positivamente o empreendedorismo numa determinada região.

Também o conhecimento, medido através do grau de escolaridade dos empreendedores deve ser um indicador que possibilite relacionar o grau de escolaridade dos criadores de empresas. Foi visto que um empreendedor “não nasce feito”. As pessoas aprendem a ser empreendedores com o tempo e com a vida, de acordo com as suas características pessoais, percepções, valores, crenças e contexto envolvente.

Assim, propõem-se os seguintes indicadores na categoria de conhecimento:

- Número de entidades que compõem o sistema de inovação
- Grau de escolaridade dos empresários/criadores de empresas

QUADRO 20 – NÚMERO DE ENTIDADES DO SISTEMA DE INOVAÇÃO

CONHECIMENTO	Definição	Número de entidades que pertencem aos sistema de inovação de uma região ou país: entidades que compõem o Sistema Financeiro, Instituições de Apoio e Assistência Empresarial, entidades do Sistema de Ensino, de Formação e de Investigação e Desenvolvimento e por instituições públicas.
	Vantagens	Este indicador está bastante acessível no INE, se em substituição do Sistema Financeiro, utilizarmos as empresas do sector “Actividades Financeiras”, se em substituição das Instituições de Apoio e Assistência Empresarial for utilizado as empresas do sector de “Actividades Imobiliárias, Alugueres e Serviços Prestados às empresas” e no caso das restantes instituições forem utilizadas as empresas dos seguintes sectores de actividade: Administração Pública, Defesa e Segurança Social Obrigatória Saúde e Acção Social Outras

		Actividades de Serviços Colectivos, Sociais e Pessoais Organismos Internacionais e Outras Instituições Territoriais.
	Desvantagens	Ao utilizar as variáveis do INE, corre-se o risco de ter mais entidades do que aquelas que compõem o sistema de inovação. Para uma melhor aplicação deste indicador, é necessário solicitar por informação específica e mais discriminada, que permita verificar este indicador.
	Compatibilidade e Complementaridade	Relacionar o número de empresas criadas com o número de entidades que compõem o sistema de informação. Verificar se existe correlação entre os dois indicadores.

QUADRO 21 – GRAU DE ESCOLARIDADE DOS EMPRESÁRIOS/EMPREENDEDORES

CONHECIMENTO	Definição	Analisar o grau de escolaridade dos criadores de empresas, com o intuito de verificar se o grau de escolaridade tem influência na criação de empresas.
	Vantagens	Perceber se o grau de escolaridade tem alguma influência para criar uma empresa.
	Desvantagens	Este indicador não está disponível no INE, as variáveis que existem ao nível da qualificação das pessoas residentes não permitem relacionar com as pessoas que criaram empresas.

4.3. PROPOSTA DE PAINEL DE INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO

Na sequência do exposto, propomos o seguinte Painel de Indicadores de Empreendedorismo:

QUADRO 22 – PAINEL DE INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO

PAINEL DE INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO	
EMPRESAS	Taxa de nascimento de empresas– novas empresas criadas sobre as empresas existentes e novas empresas criadas sobre população residente
	Evolução das empresas criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Taxa de sobrevivência das empresas – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n
RECURSOS HUMANOS	Número de pessoas empregadas nas empresas criadas
	Evolução do número de pessoas empregadas – n.º de pessoas empregadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Número de emprego independente/emprego total
	Auto-emprego na indústria e nos serviços, por género
INOVAÇÃO	Introdução de novos produtos e/ou serviços no mercado
	Introdução de novos processos nas empresas e instituições
	Registo de patentes no EPO
	Registo de patentes no USPTO
	Número de parcerias de cooperação estratégicas estabelecidas
ECONOMIA SOCIAL	Taxa de nascimento de empresas de economia social – novas empresas criadas sobre as empresas existentes
	Evolução das empresas de economia social criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Taxa de sobrevivência das empresas de economia social – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n
INICIATIVA	N.º de projectos e actividades desenvolvidas
	Número de parcerias de cooperação estabelecidas
CONHECIMENTO	Número de entidades que compõem o sistema de inovação
	Grau de escolaridade dos empresários/criadores de empresas

APLICAÇÃO DOS INDICADORES EM NUT III E II E ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE REGIÕES

5.1. APLICAÇÃO DOS INDICADORES E LEITURA COMENTADA DOS RESULTADOS OBTIDOS

Os indicadores serão aplicados por NUT (Nomenclatura de Unidade Territorial)¹⁴ por serem uma unidade estatística uniforme que irá permitir a comparação entre regiões e países. Optou-se por analisar as NUT III do Entre Douro, Baixo Vouga, Dão Lafões e Tâmega e as NUT II do Norte e Centro, pela proximidade geográfica e pelo facto de possibilitar uma comparação entre o litoral e o interior e entre as Regiões Norte e Centro¹⁵.

Os municípios que integram as NUT em análise encontram-se discriminados no quadro em baixo.

QUADRO 23 – MUNICÍPIOS E NUT ABRANGIDAS

NUT III	Baixo Vouga	Dão Lafões	Tâmega	Entre Douro e Vouga
MUNICÍPIOS	Águeda	Aguiar da Beira	Amarante	Arouca
	Albergaria-a-Velha	Carregal do Sal	Cabeceiras de Basto	Oliveira de Azeméis
	Anadia	Castro Daire	Castelo de Paiva	Santa Maria da Feira
	Aveiro	Mangualde	Celorico de Basto	São João da Madeira
	Estarreja	Mortágua	Cinfães	Vale de Cambra
	Ilhavo	Nelas	Felgueiras	
	Mealhada	Olveira de Frades	Lousada	
	Murtosa	Penalva do Castelo	Marco de Canaveses	
	Oliveira do Bairro	Santa Comba Dão	Mondim de Basto	
	Ovar	São Pedro do Sul	Paços de Ferreira	
	Sever do Vouga	Sátão	Paredes	
	Vagos	Tondela	Penafiel	
		Vila Nova de Paiva	Resende	
		Viseu	Ribeira de Pena	
		Vouzela		

Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte 2003 e Anuário Estatístico da Região Centro 2003

¹⁴ As NUT – Nomenclatura de Unidade Territorial para fins Estatísticos foram criadas pelo Eurostat, de forma a permitir criar uma estrutura coerente e única da distribuição territorial.

¹⁵ Ver em anexo o mapa de Portugal com a regiões em análise

Como foi visto na descrição pormenorizada dos indicadores, a maior parte dos indicadores propostos no Painel de Indicadores de Empreendedorismo não estão disponíveis ou não existem tratados de uma forma que permita analisar a informação.

Ou seja, certos dados necessários para o painel de indicadores proposto:

- não estão disponíveis para consulta,
- são confidenciais,
- existem, mas necessitam de ser tratados e
- não existem, pelo que necessitam de ser criados.

Uma vez que apenas estão disponíveis indicadores na categoria “empresas”, serão apenas testados os indicadores pertencentes a esta categoria. Serão aplicados os indicadores disponíveis em Portugal, nomeadamente no Instituto Nacional de Estatística¹⁶.

5.1. 1. CATEGORIA EMPRESAS

Ao nível da categoria empresas, estão disponíveis no INE, alguns indicadores sugeridos no Painel de Indicadores de Empreendedorismo. Alguns dos indicadores estão publicados, nomeadamente o número de sociedades criadas e o número total de sociedades. No entanto, o número de sociedades criadas é um indicador redutor uma vez que não engloba os empresários em nome individual, que só estão disponíveis, em publicações, por NUT II.

Assim, e ao nível das sociedades criadas no ano 2002, podemos verificar pelo quadro e gráfico em baixo, que a taxa de nascimento das sociedade nas NUT em análise é, com excepção da NUT de Entre Douro e Vouga, superior à taxa de nascimento/criação de empresas registada a nível nacional. Em todas as NUT, excepto a Região Centro, a taxa

¹⁶ Ver em anexo os indicadores publicados do INE disponíveis para consulta

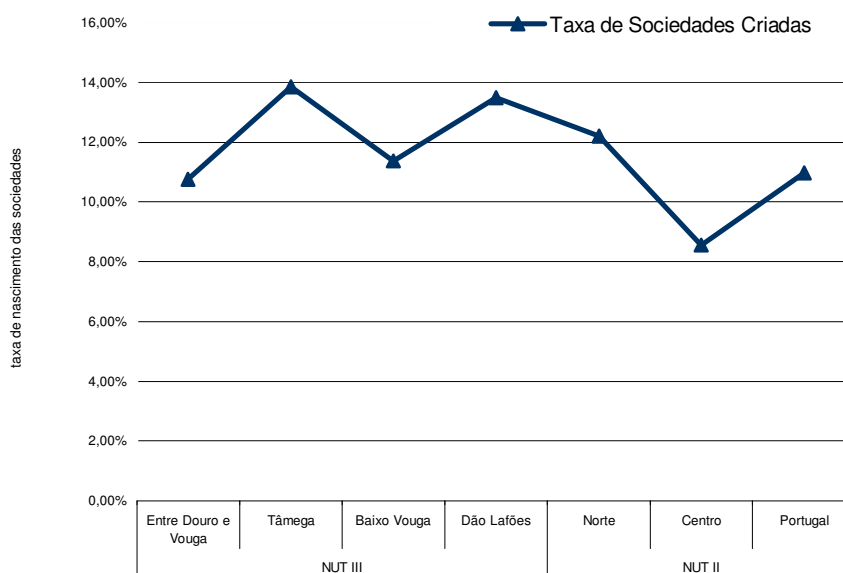
de criação de empresas à superior a 10%. As NUT III que registam uma taxa maior de criação de empresas são o Tâmega, pertencente à Região Norte e o Dão Lafões pertencente à Região Centro.

QUADRO 24 - TAXA DE NASCIMENTO DE SOCIEDADES – 2002

(Número de Sociedades Criadas/Número Total de Sociedades)		N.º sociedades criadas	N.º total sociedades	Taxa de Nascimento de Sociedades
NUT III	Entre Douro e Vouga	898	8346	10,76%
	Tâmega	1.539	11110	13,85%
	Baixo Vouga	1.194	10508	11,36%
	Dão Lafões	818	6070	13,48%
NUT II	Norte	11.698	95885	12,20%
	Centro	5.282	61799	8,55%
Portugal		34.182	312000	10,96%

Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte 2003 e Anuário Estatístico da Região Centro 2003

GRÁFICO 1 - TAXA DE NASCIMENTO DE SOCIEDADES – 2002



Analisando o número de sociedades criadas com a população activa residente, ou seja, dos 15 aos 64 anos, o que se verifica é que as diferenças na taxa de criação de sociedades entre as NUT em análise já não é tão significativa, e que o Entre Douro e Vouga, passa a ser região com uma taxa de nascimento de empresas maior, logo seguido do Baixo Vouga. Ou seja, verifica-se o oposto dos resultados anteriores.

QUADRO 25 - TAXA DE NASCIMENTO DE SOCIEDADES – 2002

<i>(Número de Sociedades Criadas/Número de População em Idade Activa)</i>		Taxa de Nascimento de Sociedades		
		N.º sociedades criadas	População em idade activa	
	Entre Douro e Vouga	898	194.058	0,46%
	Tâmega	1.539	374.653	0,41%
	Baixo Vouga	1.194	263.008	0,45%
NUT III	Dão Lafões	818	186.132	0,44%

Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte 2003 e Anuário Estatístico da Região Centro 2003

No respeitante à evolução das sociedades criadas e tendo em conta os anos 2000 a 2003, o que se verifica é que a evolução das sociedades criadas é positiva na maioria das NUT, com uma evolução mais positiva no Tâmega, em Dão Lafões e no Entre Douro e Vouga.

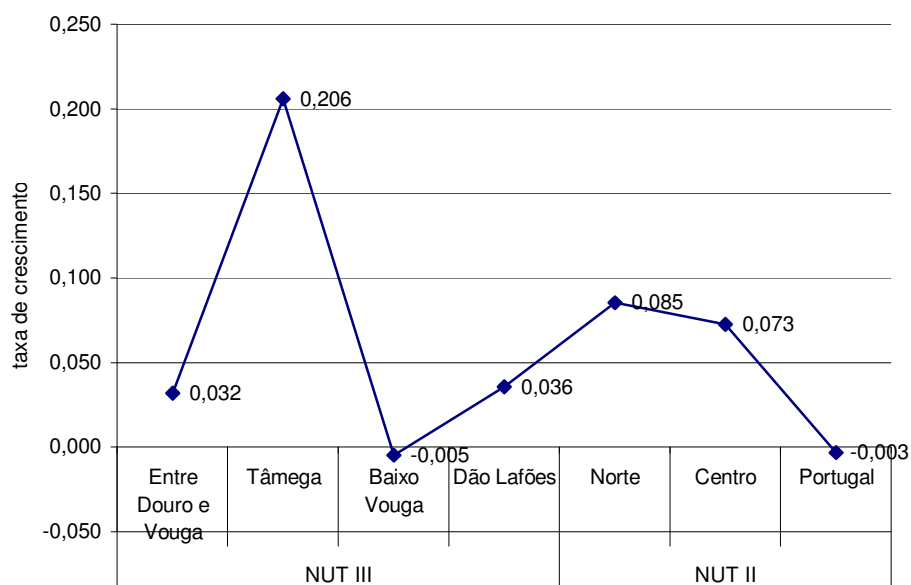
Analisando os dados por anos, nota-se que o ano com mais empresas criadas foi 2001, em todas as NUT, logo seguido do ano 2002. Em 2003, houve uma redução ao nível das sociedades criadas em todas as regiões em análise, registando inclusivamente quase na totalidade dos casos (com excepção na região Centro), um número de sociedade criadas, inferior às criadas em 2000.

QUADRO 26 - EVOLUÇÃO DAS SOCIEDADES CRIADAS 2000/2003

(Empresas criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3)		2000	2001	2002	2003	Evolução 2000/2003
NUT III	Entre Douro e Vouga	705	1 209	898	573	0,032
	Tâmega	1 144	2 826	1.539	928	0,206
	Baixo Vouga	1 013	1 533	1.194	828	-0,005
	Dão Lafões	606	902	818	582	0,036
NUT II	Norte	9 098	17 246	11.698	7.981	0,085
	Centro	4 376	6 610	5.282	4.796	0,073
	Portugal	30 325	46 152	34.182	24.890	-0,003

Fonte: INE, Anuário Estatístico da Região Norte 2000,2001, 2002 e 2003 e Anuário Estatístico da Região Centro 2000,2001, 2002 e 2003

GRÁFICO 2 - EVOLUÇÃO DAS SOCIEDADES CRIADAS - 2000/2003



5.2. ANÁLISE DAS POLÍTICAS DE PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO E O SEU IMPACTO NAS REGIÕES

Uma série de determinantes explica o nível de empreendedorismo, incluindo determinantes económicos e sociais. Para além disso, é aceite que as medidas políticas podem influenciar o nível de empreendedorismo, através da aplicação de medidas específicas aplicadas directamente ou de medidas genéricas aplicadas de forma indirecta (Verheul, Wennekers, Audretsch e Thurik, 2001).

As intervenções políticas no processo empreendedor deve ter em conta as condições ambientais e as características individuais e podem exercer influência sobre diferentes componentes do processo:

- As medidas políticas e instituições podem influenciar os determinantes fundamentais na decisão do indivíduo e indirectamente determinar a criação de empresas;
- As políticas governamentais que lidam com a regulamentação de entrada e privatização ou colectivização de serviços influenciam as oportunidades de criar uma empresa;
- A oferta de futuros empreendedores e as suas características pode ser influenciado por um política de imigração;
- Os recursos e a capacidade, nomeadamente, aptidões e conhecimento, dos indivíduos, podem ser influenciados pela educação e formação, promovendo a disponibilidade de capital e providenciando informação, através de consultoria e aconselhamento;
- As preferências individuais são mais difíceis de influenciar, mas podem ser inculcadas pela promoção de cultura empreendedora, usando o sistema de educação e de formação e os media;
- Os incentivos fiscais, subsídios, regulação do mercado e legislação de falências também determinam as recompensas e os riscos das oportunidades.

Existem muitas barreiras ao empreendedorismo e criação de empresas que podem ser eliminadas ou diminuídas através de intervenções por parte dos governos e entidades estatais ou regionais. Se o empreendedorismo é cada vez mais encarado como um motor de inovação, competitividade e crescimento, devem criar-se condições para o estímulo de uma cultura empreendedora que permita aumentar a intensidade empreendedora das regiões.

O estabelecimento de um quadro de condições favoráveis é essencial para promover o empreendedorismo e contribuir para aumentar o nível de competitividade de um determinado mercado, ampliar o número de oportunidades de negócio e ajudar a responder aos desafios das mudanças rápidas que ocorrem na economia globalizada.

As políticas de promoção do empreendedorismo devem abranger diversas áreas e podem envolver uma considerável complexidade e diferenças significativas entre regiões e países, de acordo com as especificidades institucionais e as políticas económicas em desenvolvimento. O seu impacto nas regiões pode ser extremamente positivo em termos de crescimento, competitividade e inovação e pode contribuir definitivamente para que a Europa se venha a tornar “no espaço económico mais dinâmico e competitivo do mundo baseado no conhecimento e capaz de garantir um crescimento económico sustentável, com mais e melhores empregos e com maior coesão social”.

6.1. CONTRIBUIÇÃO

Os indicadores de empreendedorismo são instrumentos muito importantes para avaliar e comparar a intensidade empreendedora de um local, região ou país. A medição do empreendedorismo está longe de ser consensual: medir o empreendedorismo que tem lugar num país é uma tarefa difícil de fazer, em parte porque não existe um consenso sobre a definição do termo empreendedorismo, que se apresenta como multifacetado, nem sobre o que pode constituir um conjunto fidedigno e prático de indicadores, que sejam capazes de medir e comparar regiões e países.

A medição do empreendedorismo tem-se debruçado essencialmente sobre a criação de empresas e de empregos. No entanto, a medição do empreendedorismo deve ir para além da criação de empresas e de empregos, porque o empreendedorismo ultrapassa essas questões: é a disposição de criar, de desenvolver iniciativas e acções, tirando partido das oportunidades e usando os recursos disponíveis. Por isso mesmo, entendemos que o empreendedorismo deve ser medido, não só tendo em atenção as empresas e os recursos humanos, mas também tendo em conta outros aspectos, como as empresas de economia social, a inovação, a iniciativa e o conhecimento.

A reflexão efectuada permitiu categorizar indicadores do empreendedorismo e propor um painel ou *scoreboard*, agrupado em seis categorias: empresas, recursos humanos, inovação, economia social, iniciativa e conhecimento, que, em conjunto, podem possibilitar a medição do empreendedorismo no território, de uma forma mais global e integrada. Em cada categoria encontram-se entre 2 a 5 indicadores, dependendo das características de cada categoria e do número de variáveis que possibilitam a sua medição.

A categoria empresas compreende três tipos de indicadores: a taxa de nascimento de empresas, a evolução das empresas criadas e a taxa de sobrevivência de empresas.

Com estes indicadores pode ser possível medir o empreendedorismo na sua vertente empresarial e analisar a intensidade empresarial de uma determinada região, já que as empresas criadas são o resultado mais visível do empreendedorismo.

Os recursos humanos são fundamentais no processo de empreendedorismo, sem eles não é possível criar uma empresa. Também os recursos humanos são uma categoria fundamental para medir o empreendedorismo, uma vez que um dos resultados da criação de empresas, quer na área empresarial, quer na área social, são os empregos criados para que seja possível atingirem os seus objectivos, sejam eles o lucro, ou a melhoria das condições de vida da população. Assim, o número de pessoas empregadas nas empresas criadas, a evolução do número de pessoas empregadas, o número de emprego independente e o auto-emprego na indústria e nos serviços são indicadores que devem ser considerados para analisar o nível de empreendedorismo e inovação das regiões. Dependendo do tipo de empreendedor, podemos ter mais ou menos empregos.

A inovação está muito ligada com o empreendedorismo, sendo encarada por muitos autores como o resultado da actuação dos empreendedores. Sendo a inovação, a criação e a introdução de novos produtos no mercado e processos nas empresas (o que vai encontro da definição de empreendedorismo), com a disposição de criar novas iniciativas e actividades, indo ao encontro das necessidades e mudanças ocorridas na sociedade, encaramos a inovação como uma categoria passível de medir o empreendedorismo através da introdução de novos produtos no mercado, introdução de novos processos nas empresas e instituições, mas também através do número de pedidos de registo de patentes quer no European Patent Office, quer no United States and Trade Mark Office. O estabelecimento de parcerias de cooperação estratégica assume igualmente uma importância na avaliação do empreendedorismo, tendo em conta a inovação.

Sendo o empreendedorismo mais do que a criação de empresas orientadas para o lucro, e tendo em conta o crescimento das empresas de economia social e o seu contributo para a criação de emprego e para o aumento da competitividade dos territórios, a economia social e as suas empresas devem ser igualmente consideradas como uma categoria para medir a performance empreendedora das regiões. Assim, nesta categoria, devemos considerar os mesmos indicadores incluídos na categoria empresas, mas englobando

apenas as empresas do terceiro sector, nomeadamente as associações, as fundações, as cooperativas e as mútuas.

Para distinguir da categoria que mede a inovação nas empresas, foi identificada uma categoria que pudesse medir a inovação e a iniciativa das empresas de economia social. Se as empresas desenvolvem produtos e serviços e introduzem novos processos nas suas organizações, as empresas de economia social desenvolvem actividades, projectos e iniciativas que contribuem para atingir a sua missão e objectivos. E tal, como as empresas, as entidades de economia social desenvolvem parcerias de cooperação estratégicas para promover as suas actividades e iniciativas, pelo que este indicador deve igualmente ser integrado na categoria iniciativa.

Também o conhecimento é assumido como fundamental no processo de empreendedorismo, quer através do conhecimento transmitido pelas entidades que compõem o sistema de inovação, quer pelo conhecimento tácito e tecnológico detido pelos próprios empreendedores e que influenciam positivamente o empreendedorismo. Os indicadores referentes ao número de entidades que pertencem ao sistema de inovação e ao grau de escolaridade dos empreendedores devem também ser encarados como passíveis de influenciar o nível de empreendedorismo nas regiões.

Os indicadores de empreendedorismo vão servir para determinar a performance empreendedora ao nível de espaço/território e com a análise dos resultados, as organizações e os governos poderão definir medidas e objectivos, tomar decisões estratégicas e implementar novas políticas para estimular e mudar o nível de empreendedorismo em cidades, regiões e países, de forma a tornarem-se mais dinâmicas, competitivas e inovadoras e conseqüentemente mais sustentadas em termos de desenvolvimento, com mais e melhores empregos e maior coesão social.

6.2. PERSPECTIVAS FUTURAS

Conforme foi visto, ainda há muito a fazer no que respeita a indicadores de empreendedorismo. Muitos dos indicadores utilizados actualmente para medir o

empreendedorismo são resultado de questionários e inquéritos efectuados a empresas ou pessoas que pretendem criar ou que já criaram uma empresas, com o intuito de analisar a taxa de actividade empreendedora.

Alguns dos indicadores propostos ainda não existem e é necessário criá-los para que se possa medir o empreendedorismo, de um modo mais integrado. Outros, ainda, não estão tratados, ou não estão disponíveis para consulta ou são considerados confidenciais.

Existem estudos e projectos, já mencionados e explicados no capítulo 3, que estão a trabalhar no sentido de aprofundar o conhecimento dos indicadores e analisar a sua disponibilidade e que pretendem criar alguns indicadores que no momento ainda não estão disponíveis, mas que possam contribuir para medir e comparar a actividade empreendedora, e permitir que seja possível efectuar uma comparação entre países, através da generalização de indicadores ao nível dos países.

No entanto, reconhece-se que ainda há muito a fazer para chegar a um consenso sobre o que pode constituir um conjunto de indicadores susceptível de medir o empreendedorismo. Apesar de se estarem a fazer esforços nesse sentido, a tarefa não é fácil e exige que haja uma ligação entre os vários projectos e estudos desenvolvidos pelas várias entidades e pelos vários autores que investigam a área do empreendedorismo e, mais especificamente, dos indicadores de empreendedorismo, de forma a integrar todas as condicionantes do empreendedorismo.

De futuro, seria interessante e bastante útil para instituições e governos, que se fizesse uma análise relativa ao impacto que as políticas de promoção do empreendedorismo implementadas a nível europeu, nacional, regional e local; têm sobre o nível do empreendedorismo. Será que a implementação e desenvolvimento de uma medida que favoreça o aparecimento de empresas, como por exemplo, a diminuição de impostos municipais nas empresas, em termos de licenciamento, ou a execução de um projecto de formação ou apoio personalizado que estimule a cultura empreendedora, implica um aumento da intensidade empreendedora de uma determinada região ou local?

REFERÊNCIAS

ACS, Zoltan and AUDRETSCH, David B. (1990): Small Firms in the 1990s. In *The Economics and Small Firms – a European Challenge*. eds. ACS, Zoltan and AUDRETSCH, David B. 1-22.

ACS, Zoltan; AUDRETSCH, David B.; BRAUNERHJELM Pontus and CARLSSON, Bo (2003): *The missing Link: the knowledge Filter and Endogenous Growth*. DRUID Summer Conference 2003. Copenhagen.

ACS, Zoltan and ARMINGTON, Catherine. (2004): *Employment Growth and Entrepreneurial Activity in Cities*. University of Baltimore

AUDRETSCH, David B. (1995): *Innovation and Industry Revolution*. MIT Press

AUDRETSCH, David B. (2002): *Entrepreneurship: a Survey of the Literature*. European Commission Enterprise Directorate General.

AUDRETSCH, David B and FELDMAN, Maryann. (2003): *Knowledge Spillovers and the Geography Innovation*. Prepared for the Handbook of Urban and Regional Economics Volume 4

AUDRETSCH, David B. and THURIK, Roy. (2001): *Linking Entrepreneurship to Growth*. STI Working Papers. OECD

BAPTISTA, Rui; ESCÁRIA, Vitor e MADRUGA, Paulo (2005): *Entrepreneurship, Regional Development and Job Creation: the case of Portugal*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy

BOETTKE, Peter J.; COYNE, Christopher J. (n.a.): *Entrepreneurship and Development: Cause or Consequence?*. Mercatus Center – George Mason University

BRINCKERHOFF, Peter C. (2000): *Social Entrepreneurship – the art of mission based venture development*. Willey Nonprofit Series. New York

BULL, Ivan; THOMAS Howard and WILLARD, Gary (1995): *Entrepreneurship – perspectives on theory building*. Pergamon

BURCH, John G. (1986): *Entrepreneurship*. John Wiley & Sons: New York

BYGRAVE, William D. (1997): *The portable MBA in Entrepreneurship*. John Wiley & Sons

CARREE, Martin and THURIK, Roy (2005): *Understanding the role of entrepreneurship for economic growth*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy

CASTELLS, Manuel. (1996). *La era de la información - Economía, sociedad y cultura – Vol. 1 – La sociedad red*. Alianza Editorial: Madrid

Comissão das Comunidades Europeias. (2003): *Livro Verde Espírito Empresarial na Europa*. Publicações da DG Empresas. Bruxelas

Comissão das Comunidades Europeias. (2001): *Painel da Inovação 2001 – documento de trabalho dos serviços da Comissão*. Bruxelas

Comissão das Comunidades Europeias. (1999): *Sobre a acção concertada com os Estados-membros em matéria de política empresarial*. Bruxelas

Commission of the European Communities. (2003): *Creating an entrepreneurial Europe – The activities of the European Union for small and medium-sized enterprises*. Brussels

Commission of the European Communities. (2003): *Benchmarking Enterprise Policy: results from the 2003 Scoreboard* – Commission Staff Working Document. Brussels.

Commission of the European Communities. (2004): *Action Plan: The European agenda for Entrepreneurship*. Brussels

Comissão Europeia (2002): *Relatório Final de Grupo de Peritos Projecto sobre Educação e Formação para o Desenvolvimento do Espírito Empresarial no âmbito do “Procedimento Best”*. DG Empresas. Bruxelas

Comissão Europeia (1998): *Promover o espírito empresarial e a competitividade – Resposta da Comissão ao Relatório e às recomendações da Task Force BEST*. Bruxelas

DAHAN, Jacques; DUELL, Nicola; MARIN, Françoise; SINGER, Veronique. (2003) : *Renforcer la dimension locale de la strategie europeenne pour l'emploi : Etude de faisabilite sur les indicateurs destines aux niveaux regional et local et a l'economie sociale*. Groupe Bernard Brunhes Consultants. Paris

DAVIS, Susan (2002): *Social Entrepreneurship: towards an entrepreneurial culture for social and economic development*. Ashoka: Innovators for the Public www.ashoka.org

DEES, Gregory J. (1998): *The meaning of "Social Entrepreneurship"*. The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Stanford University

DEES, Gregory J., EMERSON, Jed and ECONOMY, Peter (2001): *Enterprising Nonprofits – a toolkit for social entrepreneurs*. Willey Nonprofit Series. New York

DEPP/MSST (2003): *Avaliação do Impacto da Estratégia Europeia para o emprego em Portugal – Criação de emprego e reconversão do tecido empresarial*. Lisboa

Department of Trade and Industry (2004): *A government action plan for small business – making the UK the best place in the world to start and grow a business*. DTI - UK

Department of Trade and Industry (2003): *A strategic framework for women's enterprise – Sharing a vision: a collaborative approach to increasing female entrepreneurship*. DTI - UK

DRUCKER, Peter F. (1985): *Innovation and Entrepreneurship*. HarperBusiness. New York

Employment Committee. (2004): *Conclusions of the Employment Committee on the Indicators Group's report on the indicators to be used in the Joint Employment Report*. <http://europa.eu.int/>

EOS GALUP EUROPE (2004): *Entrepreneurship Flash Barometer 146*. DG Enterprise

European Commission. (2003): *Indicators for monitoring the 2003 Employment Guidelines*. Employment and Social Affairs DG. Brussels

European Commission (2003): *A Pocket of Enterprise Policy Indicators 2003 Edition*. Enterprise Directorate-General: Brussels

European Commission (2002): *Evaluating Actions and Measures Promoting Female Entrepreneurship – a Guide*. Austrian Institute for Small Business Report. Vienna

European Commission (2002): *Support Services for Micro, Small and Sole Proprietor's Businesses*, Enterprise Directorate General. Vienna

European Commission (2001): *Entrepreneurship for the future – final report*. Enterprise Directorate-General

European Commission (2001): *Unity, solidarity, diversity for Europe, its people and its territory – Second report on economic and social cohesion*. DG Regio. Brussels

FRITSCH, Michael e MUELLER, Pamela (2004): *The Effects of New Business Formation on Regional Development over Time*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems

GALLUP EUROPE (2002): *Flash Eurobarometer 134 "Entrepreneurship"*. DG Empresas.

GRILO, Isabel e THURIK, Roy (2004): *Determinants of Entrepreneurship in Europe*. Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy. Max Planck Institute for Research into Economic Systems

GUNDERSON, Gerald (1990): Thinking About Entrepreneurs: Models, Assumptions, and Evidence. In *Entrepreneurship Education – Current Developments, Future Directions*. eds. KENT, Calvin A., 41-52. Quorum Books. New York

HARDING, Rebecca e COWLING, Mark (2004). *Social Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2004*. GEM. London

HEAD, Keith and MAYER, Thierry (2003): *The Empirics of Agglomeration and Trade*. Prepared for the Handbook of Urban and Regional Economics Volume 4

HIGGINS, Benjamin and SAVOIE, Donald J. (1988): *Regional Economic Development – Essays in Honour of François Perroux*. UNWIN HYMAN. Boston

HIRSCH, Robert D. and PETERS, Michael P. (1998): *Entrepreneurship*. Mc Graw-Hill

JONHNSON, Sherrill (2000): *Literature Review on Social Entrepreneurship*. Canadian Centre for Social Entrepreneurship.

KATZ, Jerome A. e BROKHAUS, Robert H., SR, eds (1995): *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Jay Press Inc. London.

KARLSSON, Charlie; FRIIS, Christian and PAULSSON, Thomas (2004): *Relating Entrepreneurship to Economic Growth*. CESIS - Center for Excellence for studies in Science and Innovation. <http://infra.kth.se/cesis/research/publications/workingpapers>

KARLSSON, Charlie and JOHANSSON, Borje. (2004): *Towards a Dynamic Theory for Spatial Knowledge Economy*. CESIS - Center for Excellence for studies in Science and Innovation. <http://infra.kth.se/cesis/research/publications/workingpapers>

KIRCHHOFF, Bruce A. (1990): Creative Destruction among industrial firms in the United States. In *The Economics and Small Firms – a European Challenge*. eds. ACS, Zoltan and AUDRETSCH, David B. 101-118. Kluwer Academic Publishers

LEE, Sam Youl; FLORIDA, Richard and ACS, Zoltan (2004): *Creativity and Entrepreneurship: a regional analysis of New Firm Formation*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy.

LUNDSTROM, A. and L. STEVENSON (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future*. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.

LUNDSTROM, A. and L. STEVENSON (2002). *On the Road to Entrepreneurship Policy*. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.

MARKUSEN, Ann R. (1987): *Regions – the economics and politics of territory*. Rowman & Littlefield Publishers

MASKELL, Peter; ESKELINEN Heikki; HANNIBALSSON Ingjaldur; MALMBERG, Anders and VATRE Eirik (1998): *Competitiveness, localized learning and regional development – specialization and prosperity in small open economies*. Routledge. London

MORRIS, H. Michael (1998): *Entrepreneurial Intensity – Sustainable Advantages for individuals, Organizations and Societies*. Quorum Books: New York

NATIONAL AGENCY FOR ENTERPRISE AND CONSTRUCTION (2004):
Entrepreneurship Index – entrepreneurship conditions in Denmark. NAEC: Denmark.
www.ebst.dk

OECD. (1998): *Fostering Entrepreneurship*. OECD. Paris

OECD (2001): *The roadmap for benchmarking business policies*. OECD. Paris

OECD (2001): *Workshop on Firm-level statistics: issues paper*. OECD. Paris

OECD (2001): *The new economy beyond the hype – the OECD growth project*. OECD.
Paris.

OECD. (2001): *Science, Technology and Industry Outlook - Drivers of Growth: Information
Technology, Innovation and Entrepreneurship*. OECD. Paris

OECD. (2003): *Entrepreneurship and Local Economic Development – Programme and
Policy Recommendations*. OECD. Paris

PILAT, Dirk (2002): *Factors of Success and Entrepreneurship – Strategies for Statistical
Development*. DSTI OECD

REYNOLDS, Paul D. (1992): Predicting new firm births: interactions of organizational and
human populations. In *The state of art of Entrepreneurship*, eds. SEXTON, Donald N. and
KASARDA, John D, 268-297. PWS-Kent Publishing Company: Boston

REYNOLDS, Paul D. and WHITE, Sammis B. (1997): *The entrepreneurial process –
economic growth, men women and minorities*. Quorum Books. London

REYNOLDS, Paul D.; BYGRAVE, William D.; AUTIO, Erko; and others. (2004): *Global
Entrepreneurship Monitor – 2003 Executive Report*. GEM

REYNOLDS, Paul D.; CAMP, S. Michael; BYGRAVE, William D.; AUTIO, Erko; HAY,
Michael. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor – 2001 Executive Report*. GEM.

SCHUYLER, Gwyer. (1998): *Social Entrepreneurship: Profit as a Means, Not an End*.
www.celcee.edu November 30, 1998 Digest Number 98-7

STEL, André van; CARREE, Martin e THURIK, Roy (2004): *The effect of entrepreneurship on national economic growth: an analyses using the GEM database*. Max Planck Institute for Research into Economic Systems

STEL, André van and STOREY, David (2002): *The relationship between Firm Births and Job Creation*. Tinbergen Institute. Amsterdam

SEXTON, Donald N. and KASARDA, John D. (1992): *The state of art of Entrepreneurship*. PWS-Kent Publishing Company. Boston

THOMPSON, John L. and BALE, Roger M. (2003): *The facets of the entrepreneur – Identifying entrepreneurial potential*. International Council for Small Business 48th World Conference 15-18th June 2003. Northern Ireland

TIMMONS, Jeffry A. (1994): *New Venture Creation – entrepreneurship for the 21th century (fourth edition)*. IRWIN

VERHEUL, Ingrid; WENNEKERS, Sander; AUDRETSCH, David e THURIK, Roy (2001): *An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture*. Tinbergen Institute www.tinbergen.nl

OECD – Organization for Economic Co-operation and Development

www.oecd.org

Comissão Europeia – DG Empresas

www.europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm

Babson College

www.babson.edu/entre

Ewing Marion Foundation

www.emkf.org

A world of Resources for Entrepreneurs

www.entreworld.org

Max Planck Institute for Research into Economic Systems

www.mpiew-jena.mpg.de/english/research/index.html

Tinbergen Institute of economic research of the Erasmus Universiteit Rotterdam (EUR)

www.tinbergen.nl/

National Commission on Entrepreneurship

www.ncoe.org

Entrepreneur.com

www.entrepreneur.com

Young Entrepreneur's Organization

www.yeo.org

MIT – Entrepreneurship Center

<http://entrepreneurship.mit.edu/index.php>

Agence pour la création d'entreprises

www.apce.com

Flemish Institute for independent entrepreneurship

www.vizo.be

Empreendedorismo em Espanha

www.emprendiendo.com

Center for Entrepreneurial Leadership

www.celcee.edu

Agência para o Empreendedorismo em Portugal

www.agep.pt

Eurostat

http://epp.eurostat.ec.eu.int/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_30298591&_dad=portal&_schema=PORTAL

INE

www.ine.pt

Observatório da Ciência e do Ensino Superior

www.oces.mctes.pt

EMPRENDEDORISMO SOCIAL

Ashoka: Innovators for the Public

www.ashoka.org

The institute for social entrepreneurs

www.socialent.org

The national center for social entrepreneurs

www.socialentrepreneurs.org

Management Assistance Program for Nonprofits

[http://www.mapnp.org/library/soc entr/soc entr.htm](http://www.mapnp.org/library/soc_entr/soc_entr.htm)

The Schwab Foundation For Social Entrepreneurship

<http://www.schwabfound.org>

The Skoll Foundation

<http://www.skollfoundation.org/aboutsocialentrepreneurship/index.asp>

Internet Nonprofit Center

<http://www.nonprofits.org/npofaq/17/92.html>

Benchmarking

Benchmarking consiste na pesquisa dos melhores métodos utilizados em diferentes processos e funções empresariais e sociais de índole territorial, com especial ênfase naqueles cujo impacto, no desempenho, permite assegurar e sustentar vantagens competitivas, exigindo para isso, uma atitude pró-activa, uma abordagem sistemática e estruturada e um processo contínuo e dinâmico de mudança e melhoria, através do domínio, adaptação e incorporação de melhores práticas.

Conhecimento

Informação organizada e estruturada que é difícil de codificar e interpretar, geralmente devido à sua intrínseca indivisibilidade. Como consequência, o conhecimento é difícil de transferir sem uma interacção face-a-face.

Desenvolvimento Regional

O desenvolvimento regional pode ser visto como um processo holístico onde os recursos naturais, ambientais, económicos, sociais e culturais de uma região são postos ao serviço da melhoria de condições de vida das pessoas, reflectindo a vantagem comparativa oferecida pelas características inerentes e diferentes de uma área geográfica.

Empreender

Levar a cabo algum projecto, actividade ou iniciativa.

Empreendedor

Alguém que percebe uma oportunidade e identifica os recursos necessários para transformar essa oportunidade numa acção ou iniciativa.

Empreendedorismo

Empreendedorismo é a disposição de construir, de fazer surgir iniciativas e desenvolver acções, aproveitando as oportunidades e utilizando os recursos disponíveis.

Empreendedorismo social

Empreendedorismo social é uma forma inovadora, utilizada por instituições públicas e privadas sem fins lucrativos, de lidar com as oportunidades sociais, surgidas de mudanças políticas, sociais e económicas que ocorrem a nível local, regional, nacional e global, satisfazendo as necessidades dos seus beneficiários.

Inovação

A inovação é o processo de transformar boas ideias em novos produtos ou serviços, de implementar novos processos ou introduzir novas alterações nas organizações.

Indicadores

Os indicadores são um instrumento que permite acompanhar a performance de vários processos, definir áreas de actuação e medidas correctivas, tomar decisões estratégicas, definir os objectivos a atingir e acompanhar a implementação de medidas de melhoria.

Medição

Medição é a determinação do tamanho ou magnitude de alguma coisa.

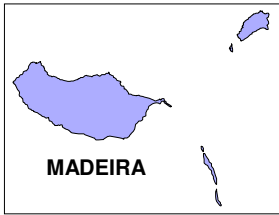
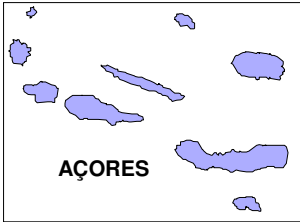
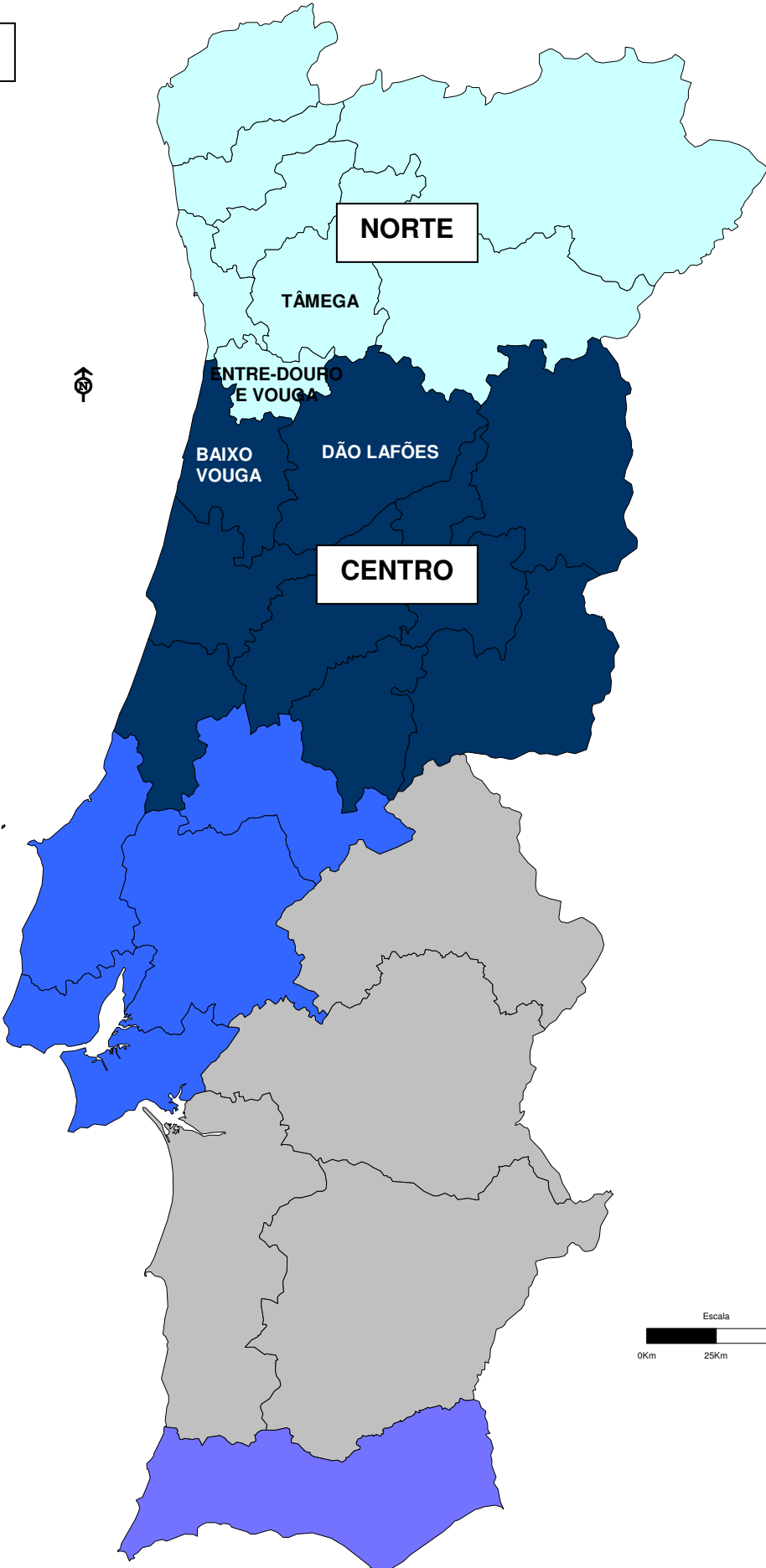
Performance

Resultados de actividades de uma organização ou instrumento durante um determinado período de tempo.

Território

Território é uma área definida (incluindo terra e água), normalmente considerada posse de uma organização ou instituição. Em termos políticos é uma área de terra sob a jurisdição de uma autoridade governamental.

PORTUGAL



Dados Estatísticos disponíveis no INE publicados

Ao nível de Empresas

Dados disponíveis por município:

Empresas com sede na região, segundo CAE

Empresas com sede na Região, segundo CAE, Indústria Transformadora

Sociedades com Sede na Região, segundo CAE

Sociedades com Sede na Região, segundo CAE, Indústria Transformadora

Pessoal ao serviço nas Sociedades, segundo CAE

Pessoal ao serviço nas Sociedades, segundo CAE, Indústria Transformadora

Volume de Vendas nas Sociedades, com Sede na Região, segundo CAE

Volume de Vendas nas Sociedades, com Sede na Região, segundo CAE, Indústria Transformadora

Sociedades Constituídas, segundo CAE

Sociedades Constituídas, segundo CAE, Indústria Transformadora

Dados disponíveis por NUT II

Indicadores Gerais de Empresas com Sede na Região e Portugal

O número de pessoas empregadas nas empresas está disponível apenas para sociedades uma vez que ao nível de Empresários em Nome Individual os dados são considerados “segredo estatístico”.

Ao nível do Emprego

Dados disponíveis por NUT II

População Total, Activa, Inactiva, Empregada e Desempregada por Grupos Etários e Sexo

Taxas de Actividade e Desemprego, por Grupos Etários e Sexo

População Activa Por Nível de Instrução

População Empregada por Profissão

População Empregada por Situação na profissão e Sexo

População Empregada por Ramo de Actividade Económica e Sexo

Estrutura da população Inactiva por categoria e sexo

Estrutura da População desempregada por tipos de desemprego

PAINEL DE INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO

EMPRESAS	Taxa de nascimento de empresas– novas empresas criadas sobre as empresas existentes e novas empresas criadas sobre população residente
	Evolução das empresas criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Taxa de sobrevivência das empresas – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n
RECURSOS HUMANOS	Número de pessoas empregadas nas empresas criadas
	Evolução do número de pessoas empregadas – n.º de pessoas empregadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Número de emprego independente/emprego total
	Auto-emprego na indústria e nos serviços, por género
INOVAÇÃO	Introdução de novos produtos e/ou serviços no mercado
	Introdução de novos processos nas empresas e instituições
	Registo de patentes no EPO
	Registo de patentes no USPTO
	Número de parcerias de cooperação estratégicas estabelecidas
ECONOMIA SOCIAL	Taxa de nascimento de empresas de economia social – novas empresas criadas sobre as empresas existentes
	Evolução das empresas de economia social criadas no ano n, n-1, n-2 e n-3
	Taxa de sobrevivência das empresas de economia social – empresas criadas no ano n-3 que ainda existem no ano n
INICIATIVA	N.º de projectos e actividades desenvolvidas
	Número de parcerias de cooperação estabelecidas
CONHECIMENTO	Número de entidades que compõem o sistema de inovação
	Grau de escolaridade dos empresários/criadores de empresas