



Universidade dos Açores

Liliana Ferreira Martinho

A Criação e a Continuidade das Empresas Criadas no Âmbito de
Programas de Incentivo ao Empreendedorismo na Região Autónoma dos
Açores

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo
Internacional, sob orientação da Prof.^a Doutora Sandra Dias Faria

Ponta Delgada, Setembro 2015

Agradecimentos

À minha família, pelo apoio incondicional em todos os momentos da minha vida.

Aos meus amigos pelos momentos de descontração e alegria, na partilha de vivências que nos fazem sorrir nos dias mais difíceis.

À Professora Sandra Faria, pela compreensão, disponibilidade e orientação e, mais importante, pelas suas palavras de incentivo.

A todos os que contribuíram para a concretização de mais uma etapa!

The best way to predict the future is to create it.

Peter Drucker

Resumo

Este trabalho de investigação pretende contribuir para uma análise acerca do empreendedorismo e dos programas de incentivo à criação de empresas na Região Autónoma dos Açores, com particular enfoque na medida Empreende Jovem. Por forma a contextualizar a temática do empreendedorismo e todo o processo empreendedor, este estudo procura fundamentar-se nas teorias de base socio-económica e comportamental, tentando mostrar as suas origens, evolução e principais conceitos, ao mesmo tempo que tenta traçar um perfil do empreendedor de sucesso. Este trabalho incide sobre projectos candidatos a este programa no período de 2010-2014, reunindo uma amostra de 102 empresas constituídas com recurso ao incentivo regional ao empreendedorismo acima referido. Optou-se por uma metodologia quantitativa, em que o instrumento de recolha de dados foi o inquérito por questionário, não-presencial, procedendo-se, posteriormente à análise dos resultados. Como conclusões genéricas e com base nos resultados obtidos, podemos referir que o indivíduo empreendedor é na sua generalidade do género masculino, de um escalão etário jovem situado entre os 25 - 34 anos e com formação académica superior. No final do trabalho são apresentadas algumas limitações relativas ao presente estudo, bem como, um conjunto de recomendações de pesquisa futura.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Programas de incentivo, Inovação, Crescimento económico, Criação de empresas e Região Autónoma dos Açores.

Abstract

This research aims to contribute to an analysis of entrepreneurship and incentive programs for business creation in the Azores, with particular focus on programs focused on Young Entrepreneurship. In order to contextualize the theme of entrepreneurship and the entire entrepreneurial process, this study seeks to be based on the socio-economic and behavioral theories, searching to explain its origins, evolution and main concepts at the same time that tries to define a profile for a successful entrepreneur. This work focuses on projects applied to this program in the period of 2010-2014, bringing together a sample of 102 enterprises that were established using the regional incentive above mentioned. We chose a quantitative methodology based in a non-attendance questionnaire survey as instrument to collect all data, proceeding after this to a results analysis process. As general conclusion and based on our findings, we can say that, generally, the entrepreneur is a male individual, from a young age group situated between 25-34 years old and with a university degree. At the end of work are presented some limitations regarding this study, as well as a set of recommendations for future research.

Key Words: Entrepreneurship, Incentive programs, Innovation, Economic Growth, Business Creation and Azores Autonomic Region.

Índice Geral

Resumo	3
Abstract	4
Índice de Tabelas	7
Índice de Figuras	8
Índice de Gráficos	9
Lista de Abreviaturas	10
Capítulo 1. Introdução	11
1.1. Enquadramento do Tema de Investigação	11
1.2. Objetivos, Questões e Contributos da Investigação	13
1.3. Plano Geral da Investigação	15
Capítulo 2 – Revisão de Literatura	16
2.1. Origem e Evolução do Conceito de Empreendedorismo	17
2.2. A Relação entre Empreendedorismo, Inovação e Crescimento Económico	19
2.3. Os Recursos do Empreendedor	24
2.4. Os Açores no Panorama Europeu de Empreendedorismo	29
Capítulo 3 – Abordagem Metodológica	38
3.1. Caracterização do Programa de Incentivo: Empreende Jovem	38
3.2. Metodologia de Investigação	39
3.3. Universo e Amostra	42

Capítulo 4 – Análise e Discussão dos Resultados	49
4.1. Caracterização dos promotores	49
4.2. Limitações do estudo	59
Capítulo 5 – Conclusões e Investigação Futura	61
5.1. Principais conclusões do estudo	61
5.2. Recomendações para investigação futura	66
5.3. Sugestões de melhoria no processo de candidatura ao EJ	67
Bibliografia	71
Anexos	75
Anexo A – Questionário	

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Média da Taxa TAE por tipo de economia

Tabela 2 – Montantes de Investimento e Número Postos Trabalho, por área de actividade

Tabela 3 – Número total de projectos por ano de implementação e investimento (médio/projecto e global)

Índice de Figuras

Figura 1: Estrutura etária das empresas de micro e pequena dimensão (até 50 trabalhadores)

Figura 2: Taxa de start-up (empresas 0-2 anos)

Figura 3: Características de um empreendedor de sucesso

Figura 4 – Modelo GEM

Figura 5 – O processo empreendedor e as definições operacionais do GEM

Figura 6 – Taxa de Actividade Empreendedora Early-Stage (TAE)

Figura 7 – Taxa de Empreendedorismo Nascente e de Novos Negócios

Figura 8 – Distribuição da TAE por sectores

Figura 9: Actividade Empreendedora induzida pela oportunidade e pela não-oportunidade

Figura 10 – Número total de Candidaturas ao EJ no período de 2010 a 2014

Figura 11 – Número total de Candidaturas, por área de actividade

Figura 12 – Número total de projectos, discriminado por CAE

Figura 13 – Número total de projectos da Amostra, discriminado por CAE

Figura 14 - A Taxa TEA, por género, em cada país participante no GEM 2012. Para fins comparativos, são ainda apresentados os resultados para a RAA, no ano de 2010.

Figura 15 – Taxa TAE por faixa etária

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Caracterização dos promotores, por género

Gráfico 2: Caracterização dos promotores, por grupo etário

Gráfico 3: Caracterização dos promotores, por nível de habilitações literárias

Gráfico 4: Caracterização dos promotores: motivações pessoais e de negócio (Questão 17)

Gráfico 5: Caracterização dos promotores: motivações pessoais e de negócio (Questão 18)

Lista de Abreviaturas

CAE	Código das Actividades Económicas
CEE	Condições Estruturais do Empreendedorismo
DRAIC	Direcção Regional de Apoio ao Investimento e à Competitividade
EJ	Emprende Jovem
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
RAA	Região Autónoma dos Açores
TAE	Taxa de Actividade Empreendedora

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

I never perfected an invention that I did not think about in terms of the service it might give others... I find out what the world needs, then I proceed to invent.

Thomas Edison (inventor and scientist)

1.1 – Enquadramento do Tema de Investigação

Este trabalho de investigação aborda a temática do empreendedorismo, com especial enfoque na análise da sua relação com a criação de novas empresas promovida por jovens, no âmbito de programas de incentivo existentes, na Região Autónoma dos Açores (RAA).

Esta tese pretende estudar o fenómeno do empreendedorismo, o perfil do empreendedor, as características dos promotores de projectos de negócio e os incentivos existentes neste âmbito, com particular enfoque no sistema de incentivos Empreende Jovem (EJ), existente na RAA. Tem como objetivo examinar as relações existentes entre o empreendedorismo e o papel das políticas públicas direccionadas para o fomento do empreendedorismo na criação de empresas e negócios, no âmbito do programa de incentivos ao empreendedorismo. Pretende ainda analisar a continuidade destas empresas no mercado.

Este estudo incide sobre projetos abrangidos pelo EJ, no período de 2010-2014, na RAA. O domínio de análise identificado como relevante para a compreensão deste estudo centrou-se na caracterização dos projectos de negócio e dos promotores destes mesmos projectos. Esta caracterização iniciou-se com recurso a informação recolhida junto da Direção Regional de Apoio ao Investimento e Competitividade (DRAIC).

Foram analisadas características diversas, respeitantes tanto aos promotores do negócio, como das empresas, nomeadamente, características sociodemográficas dos promotores (idade, género, habilitações), e características da actividade empresarial, como sejam estratégias de mercado, sector de actividade e internacionalização.

Foram ainda sujeitas à avaliação dos participantes deste estudo, algumas sugestões de melhoria em termos de processo de candidatura ao incentivo analisado.

Este trabalho pretende ainda contribuir para uma melhor compreensão acerca de eficácia empresarial, através da análise de todo o processo inerente aos incentivos concedidos, tentando avaliar o seu impacto, nomeadamente, na perspectiva da criação de emprego sustentado e da utilização eficiente dos recursos públicos.

O comportamento empreendedor tem desempenhado um papel fundamental no desenvolvimento económico das sociedades. Actualmente, não só os especialistas como a sociedade em geral reconhecem a crucial importância do papel dos empreendedores nas economias das regiões e dos países. O crescimento económico das sociedades apresenta-se como um dos maiores desafios com que as entidades governamentais se deparam em todo o mundo. Esta problemática ocupa um lugar de destaque nas suas agendas, bem como na dos empresários e em vários segmentos sociais.

Contudo, os estudos sobre empreendedorismo são relativamente recentes e em quantidade diminuta, especialmente quando comparados com outros temas no sector económico. Isto faz com que existam poucos argumentos e orientações no que diz respeito à forma e níveis de intervenção por parte do Estado e de outras entidades, na promoção do empreendedorismo. Assim, os diferentes países e regiões do mundo têm adoptado diferentes estratégias, sem ser possível existir, até ao momento, uma concertação de políticas globais de estímulo e incentivo ao empreendedorismo, assim entendido como um fenómeno complexo e multifacetado.

Apesar disto, é de comum entendimento que as empresas desempenham uma missão essencial no desenvolvimento das sociedades, não só contribuindo em termos económicos como também ao nível do papel social, em termos de criação de oportunidades de emprego e formação. Nessa medida, a criação de novas empresas revela-se portanto, uma estratégia importante na actividade socioeconómica. Isto não quer dizer que seja o bastante, na medida em que, a sobrevivência de novas empresas nem sempre é um processo simples, verificando muitas vezes que estas se extinguem

durante o seu primeiro ano de vida. Aqui, importa acima de tudo garantir um saldo positivo, entre as empresas que são criadas e aquelas que encerram.

Ora, se por um lado, importa estudar o contributo do empreendedorismo no crescimento económico, por outro lado, interessa também analisar as características dos empreendedores e os seus recursos. Mais, é essencial compreender que características estão presentes em casos de sucesso de empresas recém-criadas, nomeadamente, nos casos em que as mesmas são apoiadas por incentivos por parte do Estado ou por qualquer entidade privada.

1.2 – Objetivos, Questões e Contributos da Investigação

Esta dissertação pretende estudar o fenómeno do empreendedorismo, o perfil do empreendedor, os incentivos existentes nesta área e os constrangimentos resultantes do meio envolvente e da sociedade.

Tem ainda por objetivo analisar a relação entre o empreendedorismo e o papel dos programas públicos direcionados para o fomento do empreendedorismo na criação de empresas, no âmbito da Medida de Incentivo – EJ. Nessa medida este trabalho pretende responder às seguintes questões de investigação:

(A) Qual o impacto das medidas de apoio ao empreendedorismo na criação de empresas na RAA?

(B) Quais as características dos empreendedores, promotores de projectos no âmbito destas medidas de apoio?

(C) Qual a atitude empreendedora dos promotores face aos projectos apresentados?

Em termos de Contributos da Investigação, podemos referir que o presente estudo pretende preencher uma lacuna ao nível da investigação nesta temática na região, na medida em que, actualmente, não existe registo de acompanhamento das empresas

criadas no âmbito dos incentivos ao empreendedorismo na RAA, nomeadamente, no que se refere à medida estudada – o EJ.

Não existe qualquer estudo ou trabalho de análise e acompanhamento acerca da implementação destas medidas de incentivo, pelo menos, que seja do domínio público. Do que foi possível apurar, a informação relativa a estes programas de fomento do empreendedorismo na RAA, baseia-se no número de empresas criadas e montantes globais atribuídos, seja por sector de actividade económica, seja por projecto apresentado e alvo de apoio.

As entidades oficiais gestoras destes programas, não fornecem nenhum outro tipo de informação, pelo que se desconhece se de facto existe esta ou outras análises, nomeadamente, se as empresas criadas neste âmbito, mantiveram ou mantêm actividade desde que receberam o apoio em questão e, caso se mantenham, se sofreram algum tipo de alteração desde essa altura.

O apoio ao desenvolvimento de uma actividade por conta própria constitui um dos instrumentos mais relevantes da política de emprego e de dinamização da economia, assim como, poderão ser muito úteis, quando dirigidas à (re)integração socioprofissional dos indivíduos que se encontram no desemprego ou de jovens à procura da primeira experiência profissional, a par com os apoios públicos que têm como objetivo estimular a criação de postos de trabalho.

A médio prazo este estudo poderá assumir alguma relevância nomeadamente, permitindo otimizar e introduzir melhorias no processo de candidatura ao referido incentivo, promovendo uma maior eficiência de recursos e potenciando os montantes concedidos. Poderá também constituir-se como o ponto de partida para uma análise mais aprofundada que permitirá não só consolidar informação para as entidades que gerem este tipo de incentivos ao empreendedorismo, como também futuramente, poderá servir de base a reformulações das políticas e instrumentos de apoio a projectos de empreendedorismo, dentro ou fora da RAA.

A importância deste trabalho de investigação é considerável na medida em que os programas de apoio continuam a ser promovidos pelo Governo Regional e, sendo uma das suas apostas fortes para o crescimento e desenvolvimento da economia regional e, no entanto, parece não existir qualquer estudo que comprove a eficácia destas medidas. Para além disso, seria importante, perceber alguns aspectos acerca do funcionamento do processo, por forma, a poderem ser introduzidas alterações no sentido de melhorar e otimizar o resultado final. É fundamental, potenciar o investimento que tem sido realizado nestas medidas, particularmente na determinação e selecção dos projectos em áreas estratégicas para a região.

1.3. Plano Geral da Investigação

A metodologia desenhada para o desenvolvimento do presente trabalho de investigação foi seleccionada em função das questões de investigação formuladas inicialmente. O plano geral da investigação estruturou-se com base numa metodologia quantitativa, através da aplicação de um inquérito por questionário, respondido de forma indirecta, por uma amostra de promotores de empresas criadas no âmbito do incentivo EJ.

Em termos de estrutura da investigação este trabalho é composto por cinco capítulos, sumariamente resumidos nos parágrafos seguintes. No primeiro capítulo, temos a Introdução, onde é feita uma breve descrição do tema em estudo, bem como dos propósitos que se pretendem alcançar com a realização do mesmo.

Ao longo do segundo capítulo, na Revisão de Literatura, são explanados alguns estudos e teorias na área do empreendedorismo, inovação, crescimento económico e criação de novos negócios, permitindo fazer um enquadramento teórico ao trabalho desenvolvido. O terceiro capítulo refere-se à Abordagem Metodológica, onde são explicitados os métodos e formas de trabalho que guiaram o trabalho de pesquisa, por forma a orientar o estudo e servir de base para a análise dos dados e respectivas conclusões. O quarto capítulo, dedicado à Análise e Discussão de Resultados - reúne os dados obtidos e o seu tratamento e análise, através dos quais se procuraram compreender os principais resultados do trabalho de investigação conduzido. Por fim, o quinto capítulo onde nos

concentramos nas Conclusões e Investigação Futura, ao longo do qual, são tecidas considerações acerca dos resultados e também são referidas recomendações que poderão ser tidas em conta na realização de futuros trabalhos de investigação acerca desta temática.

CAPÍTULO 2 – REVISÃO DA LITERATURA

The entrepreneur in us sees opportunities everywhere we look, but many people see only problems everywhere they look.

Michael Gerber (author and entrepreneur)

O empreendedorismo surge nas últimas décadas como um pilar da sustentabilidade da economia, quer através do investimento, quer pelo emprego criado, quer ainda, pela competitividade que lhe confere, concorrendo de forma clara para a criação de novos negócios ou de novas oportunidades de negócio, em empresas já existentes (Global Entrepreneurship Monitor Portugal – GEM, 2010).

Nesse sentido são diversos os autores que se têm dedicado ao estudo da temática do empreendedorismo, desde há já várias décadas. Neste trabalho de investigação são apresentadas algumas das principais perspectivas históricas de alguns dos autores mais reconhecidos, nomeadamente, Cantillon, Say, Schumpeter e Drucker.

Este trabalho de investigação centra-se no empreendedorismo relacionado com a criação de empresas, independentemente de existirem diversos tipos e formas de empreendedorismo, tal como iremos verificar ao longo deste capítulo.

No entanto, será importante sublinhar que de acordo com muitos autores desta área, a criação de uma empresa por si só não é suficiente para caracterizar essa iniciativa como sendo empreendedora, na medida em que o factor inovação deverá estar sempre presente quando se trata de empreendedorismo (Sarkar, 2007).

Assim, é igualmente relevante distinguir um empresário de um empreendedor, visto que neste trabalho o termo utilizado é o de empreendedor e, sabendo que normalmente estes

dois termos são utilizados como sinónimos, ainda que conforme mencionado anteriormente, um empresário pode limitar-se apenas a criar e gerir um negócio e, o empreendedor alia a estes aspectos a inovação seja ao nível dos métodos, processos e/ou produtos.

Neste capítulo é feito um enquadramento teórico que incide fundamentalmente sobre o conceito de Empreendedorismo, como tem evoluído e quais são as suas definições mais actuais e consensuais. Naturalmente que associado a este conceito, surgem cada vez mais outros conceitos tão ou mais importantes na criação de empresas, como por exemplo, a criatividade, a inovação e o crescimento económico.

É ainda feita uma reflexão que incide sobre os próprios empreendedores, os impulsionadores dos negócios e, conseqüentemente das economias. Características, recursos, atitude e comportamentos empreendedores, são analisados e discutidos, ao mesmo tempo que se observam factores impulsionadores e principais constrangimentos à actividade empreendedora.

Quando se fala em criação de empresas e negócios, importa não esquecer a componente financeira, tantas vezes limitadora mas que também esta tem sofrido uma marcada evolução ao longo dos tempos, assistindo-se hoje em dia, a novos modelos de financiamento.

Por último, e não menos importante, é a análise da situação da RAA, no panorama Europeu, recorrendo aos resultados do GEM para uma compreensão mais global do ponto de situação da região comparativamente a outras regiões e países do Mundo, podendo daqui traçar um rumo a seguir e metas a alcançar.

2.1. Origem e Evolução Histórica do Conceito de Empreendedorismo

De acordo com os autores Hisrich e Peters (2004), a palavra *entrepreneur* é de origem francesa, e significa “aquele que está entre”.

Historicamente, o termo “empreendedorismo” surge em França, entre os séculos XVII e XVIII, pelo autor Richard Cantillon que procurava apelidar aqueles que ousavam criar diferentes formas de actuação no mercado, promovendo o desenvolvimento económico.

O conceito de empreendedorismo despertou, inicialmente, o interesse dos economistas que se concentraram neste, procurando descrevê-lo na medida em que consideram que os indivíduos empreendedores eram os principais agentes de mudança na economia.

No início do século XIX, Jean-Baptiste Say, economista francês, descreveu o empreendedor como sendo um indivíduo com a capacidade de deslocar recursos económicos de um sector com produtividade diminuta, para outro com maior produtividade e retorno.

Já no século XX (por volta dos anos 30), Joseph Schumpeter, define empreendedorismo com base num conceito que permanece até aos nossos dias, revelando ser de extrema importância e que é o papel da inovação. Inovação, num sentido mais lato, podendo ser ao nível de novos produtos, novos mercados ou até mesmo a novos métodos de produção. Schumpeter (1961) definiu o empreendedor como sendo alguém com a capacidade única para efetuar novas combinações, capazes de introduzir rupturas no equilíbrio do sistema económico e produzir inovação.

Para autores como Schumpeter (1992) o empreendedorismo é visto como um dos principais agentes causadores do crescimento económico de um país.

Peter Drucker, nos anos 80, amplia a definição proposta pelo francês Jean-Baptiste Say, definindo empreendedores como os indivíduos que promovem a mudança, alavancando-se na oportunidade. Drucker defende ainda que os verdadeiros empreendedores não devem limitar as suas acções empreendedoras, aos seus talentos pessoais e sim, procurar outros recursos, nomeadamente externos para alcançar os seus objetivos. (Drucker 1986). Henrekson (2002) identifica a importância atribuída ao empreendedorismo a três razões principais: a criação de emprego, a inovação e a criação de riqueza.

Para os autores Hisrich e Peters (2004) a definição de empreendedor evoluiu com o passar dos anos, à medida que a economia mundial se tornava mais complexa. “Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação e independência económica e pessoal” (Hisrich e Peters, 2004, p.29).

Gonthier (2010) define o empreendedor como alguém que consegue mover recursos económicos de uma área com baixa produtividade para outra com melhores possibilidades de retorno, à semelhança do já defendido por Say no séc. XIX. Inovar significa empreender, procurar alcançar bons resultados no seu negócio, valorização as oportunidades e a superação de obstáculos.

Na criação de um novo negócio é fundamental proceder a alguma inovação, ou seja, para empreender é essencial identificar uma oportunidade de negócio onde se pode implementar uma solução inovadora (Ferreira et al, 2008). É crucial estar atento às oportunidades, independentemente do tipo de negócio em questão, existem aspectos comuns a ter em conta, nomeadamente, no que concerne ao próprio processo, observando-se alterações estruturais no mercado, quando existem mudanças em termos demográficos ou por exemplo, quando surgem novos conhecimentos científicos (Campos, 2011).

Considerando os autores acima referidos, nomeadamente em termos das suas definições do conceito de empreendedorismo na perspectiva da criação de novas empresas, é possível perceber que os empreendedores conferem uma nova dinâmica às economias de cada país, caracterizando-se por serem uma nova forma de criação de riqueza.

Como é possível constatar a partir das publicações sobre este tema, por diversos autores, as definições dos conceitos de “empreendedorismo e de “empreendedor” continuam a ser questões em aberto, sobre as quais os investigadores ainda não chegaram a um consenso. O empreendedorismo é considerado um assunto complexo, de natureza interdisciplinar e/ou multidisciplinar e apesar dos inúmeros contributos de diferentes autores, o campo de investigação encontra-se ainda numa fase muito inicial.

2.2. A Relação entre Empreendedorismo, Inovação e Crescimento Económico

The best reason to start an organization is to make meaning - to create a product or service to make the world a better place.

Guy Kawasaki (entrepreneur, investor, author)

O fomento do empreendedorismo e do comportamento inovador não é mais uma opção é antes, uma necessidade crucial para a economia de qualquer região do globo. É fundamental, não só estudar as melhores práticas de países bem-sucedidos nesta área como também, conseguir potenciar a inovação e saber utilizá-la enquanto ferramenta estratégica no mundo dos negócios.

Inovar baseia-se em conseguir introduzir novos processos e/ou produtos e serviços no mercado, rompendo com os já existentes. Esta teoria já era defendida por Schumpeter (1961) aquando a caracterização da sua teoria da “destruição criativa”, resultado de diversos estudos acerca da inovação realizados nos Estados Unidos.

O crescimento económico é o objetivo maior de qualquer país e este assunto encontra-se no centro da agenda política económica e industrial. A capacidade que uma sociedade tem no aumento da riqueza e bem-estar ao longo do tempo está intrínsecamente ligada a diversos factores socioeconómicos que influenciam o crescimento económico e podem impulsionar efectivos acréscimos de produtividade a médio e longo prazo. Estima-se que uma proporção considerável da população mundial se encontre ligada ao empreendedorismo e que um em cada cinco adultos esteja, directa ou indirectamente, ligado à criação de negócios (Reynolds et al., 2005).

Um estudo recente realizado para o G20 menciona que a média dos 319 milhões de indivíduos no grupo destes 20 países, correspondendo a cerca de 12% da população ativa, entre os anos de 2006-2010 estiveram envolvidos numa atividade empreendedora, com destaque para um maior número de indivíduos de países como o Brasil, Rússia, Índia e China (McKinsey, 2011). Ambas as referências anteriores basearam-se na definição de empreendedorismo do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que

mede na população ativa a proporção de indivíduos envolvidos em negócios nascentes e na criação de novas empresas (com menos de 42 meses).

Em Portugal, a taxa de empreendedorismo só começou a ser tratada a partir de 2001 com a realização do primeiro estudo GEM para Portugal, tendo-se assistido a um elevado crescimento entre os anos de 2004 e 2007 (GEM, 2008).

2.2.1 O Empreendedorismo e o Desenvolvimento Económico

O papel do empreendedor sempre foi fundamental na sociedade, mas o momento actual pode ser apelidado de - a era do empreendedor -, na medida em que assistimos a diversas entidades e organizações, públicas e privadas, a desenvolver programas de apoio e incentivo ao empreendedorismo (Hisrich e Peters, 2004).

Os avanços tecnológicos, a economia competitiva e a elevada sofisticação dos meios de produção e serviços, são alguns dos aspectos que necessitam de um maior número de empreendedores. São os empreendedores que minimizam as barreiras comerciais e culturais, tornando globais os conceitos económicos, alterando-os e criando novas relações de trabalho e novas ofertas de emprego, mudando os paradigmas existentes e proporcionando novos bens e maior riqueza para as sociedades (Dornelas, 2005).

Os autores Hisrich e Peters (2004) referem que, no futuro, o empreendedorismo continuará a receber um forte apoio por parte da sociedade, na medida em que se revela essencial no sentido em que proporciona uma maior motivação e credibilidade em termos públicos. Actualmente, os empreendedores são elementos da sociedade muito valorizados por todos, nomeadamente empresas e entidades governamentais que vêm nestas pessoas, os agentes da mudança e do desenvolvimento económico.

Para Dornelas (2005), o empreendedorismo tem estado no centro das atenções das políticas públicas na maior parte dos países. Muitos dos novos projectos que surgem têm recebido apoios governamentais, e os programas de incentivos dos governos deverão ser cada vez mais reforçados e abrangentes no futuro, na medida em que a

percepção geral é que a criação de novas empresas gera mais empregos para a população e promove um maior crescimento económico nas regiões e nos países (Hisrich e Peters, 2004).

De acordo com Dornelas (2005), os Estados Unidos da América são o maior exemplo de compromisso com o empreendedorismo e o desenvolvimento económico. Não só o Governo, como diversas entidades privadas promovem centenas de iniciativas com o propósito de estimular e apoiar o empreendedorismo naquele país. Centenas de milhões de dólares são alocados, anualmente, a programas de apoio ao empreendedorismo neste país. O sucesso alcançado por estes programas motivou outros países a adoptar o mesmo modelo de acção. O Brasil é um desses países, que desencadeou através de diversas instituições, programas e incentivos económicos com vista à estimulação do empreendedorismo, nomeadamente nos mais jovens, não só ao nível da introdução de cursos nas universidades brasileiras como também, através de operações de crédito a projectos desenvolvidos por empreendedores em todo o país. O aparecimento de programas como o EMPRETEC e o Jovem Empreendedor do Sebrae são a prova do investimento na promoção ao empreendedorismo no Brasil (Dornelas, 2005).

2.2.2 O Empreendedorismo e a Criação de Novas Empresas

Actualmente nascem todos os dias novas empresas. Silva (2009) demonstra que empreender está directamente relacionado com a criação de novas empresas que demonstram um potencial de sucesso. Este sucesso é muitas vezes o resultado de pequenas transformações que vão sendo implementadas, ou através da introdução de inovações que correspondem a novas oportunidades de negócio e à criação de valor.

Neste sentido, o empreendedor pode ser definido como alguém que visualiza novas oportunidades, adequando-as à realidade e meio onde se insere. Este processo é contínuo, onde de forma estratégica e inovadora se constroem novas soluções.

De acordo com o estudo - *The Dynamics of Employment Growth: New Evidence from 18 Countries* – publicado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), no nosso país, cerca de um terço de micro e pequenas empresas são jovens (até 5 anos) e 45% ds empresas existem há mais de 10 anos. O perfil etário das, micro e pequenas empresas portuguesas é em tudo semelhante ao de países como a Suécia, o Canadá, a Noruega e dos Estados Unidos da América.

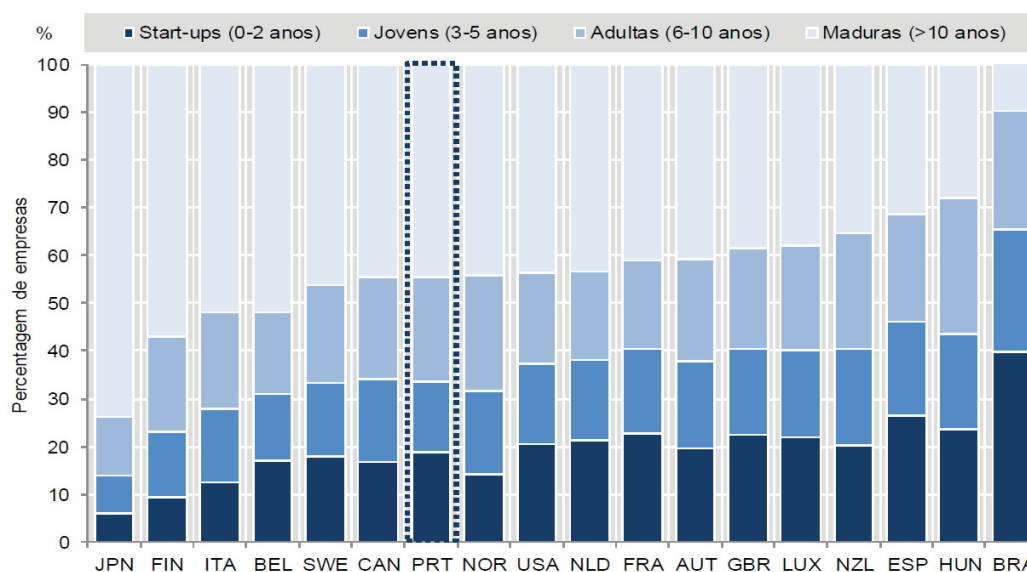


Figura 1: Estrutura etária das empresas de micro e pequena dimensão (até 50 trabalhadores)

Fonte: *The Dynamics of Employment Growth: New Evidence from 18 Countries*

No conjunto das empresas jovens, observe-se o caso específico das start-ups, normalmente, utilizadas como indicador da capacidade de empreendedorismo das economias dos países. Este estudo (DynEmp) demonstra que o peso das start-ups (empresas com menos de 2 anos) é bastante relevante em economias como por exemplo o Brasil (39,8%), Espanha (26,3%), França (22,8%) ou Reino Unido (22,4%).

Estes dados contrastam com os encontrados para o mesmo segmento de empresas em países como a Itália (12,5%), Finlândia (9,4%) ou Japão (5,9%). Apesar de não se encontrar numa posição de destaque como a do Brasil, em Portugal, as start-ups

representam cerca de 19% das, micro e pequenas empresas, número muito semelhante ao dos E.U.A. (20,5%).

Dos resultados obtidos neste estudo e relativamente à dimensão temporal, é possível perceber que na maior parte dos países estudados, o peso das empresas start-up tem vindo progressivamente a diminuir, tendo sido isto observado antes do início da crise.

Nesta dimensão, Portugal tem demonstrado um comportamento diferente da maioria dos restantes países, tendo-se inclusivamente verificado um ligeiro aumento no peso das start-ups entre os anos 2004 e 2009, registando-se uma diminuição mais recentemente no período de 2010 e 2011.

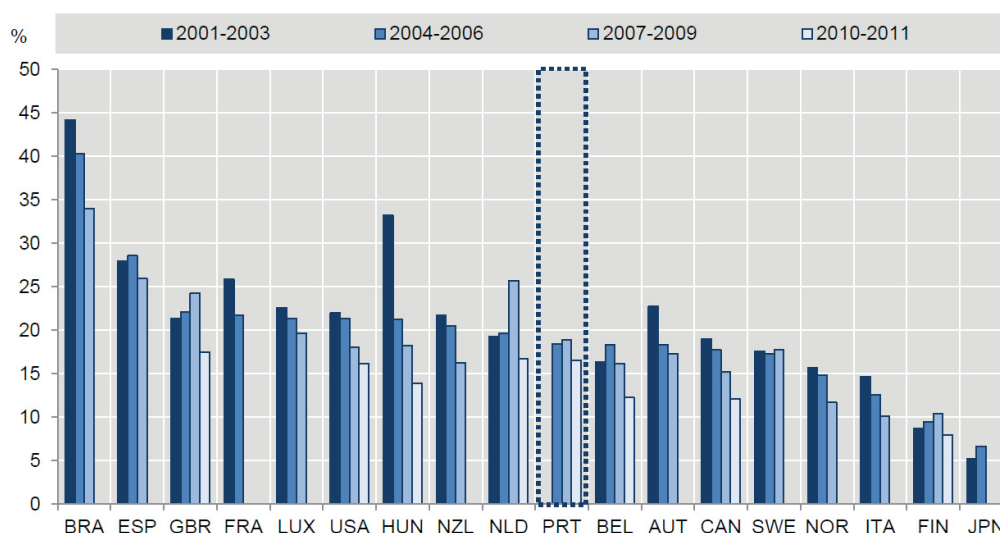


Figura 2: Taxa de *start-up* (empresas 0-2 anos)

Fonte: *The Dynamics of Employment Growth: New Evidence from 18 Countries*”

2.3. Os Recursos do Empreendedor

O homem lúcido adapta-se ao mundo; o homem errante persiste em tentar adaptar o mundo a si próprio. Portanto, todo o progresso depende do homem errante.

George Bernard Shaw

2.3.1. O Papel dos Empreendedores

Até ao momento este trabalho tem-se debruçado essencialmente acerca do empreendedorismo, nomeadamente, como tem evoluído o seu conceito e qual a sua importância em termos socioeconómicos. Neste capítulo iremos abordar de forma breve, o conceito de empreendedor, nomeadamente qual o seu papel em todo o processo, que características o definem e como tipicamente se comportam.

O termo “empreendedor” é habitualmente aplicado às pessoas que concretizam oportunidades de negócio, resultantes de ideias viáveis, independentemente dos recursos financeiros que têm ao seu dispor. No entanto e, à semelhança do que se passa com a definição de empreendedorismo, não existe uma aceitação consensual quanto à definição de empreendedor. Nessa medida, encontramos na literatura diversas definições, algumas das quais iremos fazer referência.

Em 1986, Baumol faz a distinção entre dois tipos de empreendedor. Um deles, organiza, cria e desenvolve uma instituição e o outro tipo, dedica-se a transformar ideias inovadoras em negócios viáveis, criando ou não uma empresa. Já Lowrey (2003) caracteriza o empreendedor como sendo um agente fundamental para o desempenho económico.

Em 2006, Mariotti, identifica o empreendedor como sendo alguém que consegue ver uma oportunidade de negócio, onde outros não viram. Seguindo este mesmo raciocínio, Timmons (2015), refere que “um empreendedor hábil é capaz de transformar e criar uma oportunidade onde os outros vêm pouco ou nada – ou se vêm é demasiado cedo ou tarde”.

Genericamente, um empreendedor é alguém que identifica oportunidades e que as concretiza em negócios que geram lucro, assumindo todos os riscos do processo, motivando pela procura da sua independência.

2.3.2. Características dos Empreendedores

Os desafios do mundo empresarial são tão exigentes que requerem um elevado nível de dedicação, rigor e profissionalismo a todos aqueles que querem fazer parte do mesmo (Gupta, 2008). Nesse sentido, para se ser empreendedor é extremamente necessário estar dotado de determinadas competências e possuir um perfil que se adeque às exigências e necessidades do mercado. Para além de um conjunto de valores e atitudes coesas, o empreendedor deverá reunir qualidades como a criatividade e o interesse pela aprendizagem constante.

Nogueira (2009) defende que o empreendedorismo revela as características do empreendedor. Ser capaz de assumir os riscos para concretizar os seus objectivos, estar orientado para acções motivadoras, por forma a alcançar o sucesso, alicerçado nas suas capacidades e na sua competência para avaliar as oportunidades de negócio. O empreendedor deverá ainda ter uma visão do mundo diferente, planear de forma meticulosa cada etapa do projecto de negócio até alcançar o seu objectivo final, assumindo os riscos calculados inicialmente.

De acordo com Santos (2009) o empreendedor que assume riscos enfrenta mais desafios nos seus negócios, criando valor para a sociedade onde se insere, nomeadamente em termos de criação do emprego, dinamização da economia e promoção da competitividade, sempre à procura de soluções inovadoras que introduzam melhorias nas condições de vida das pessoas. Um empreendedor distingue-se pela sua capacidade de desempenhar um papel activo nas alterações no sector económico, utilizando para tal, recursos materiais e tecnológicos na concepção de novos produtos e/ou serviços que ofereçam um verdadeiro potencial de rentabilidade para as organizações.

Os empreendedores são reconhecidos pelos seus valores e aspirações profissionais vincados, pela sua capacidade de trabalho e dedicação ao mesmo e pelo seu estilo dominante. Tipicamente são apaixonados por aquilo que fazem e portanto, a sua dedicação à organização é extrema, procurando de todas as formas a sua continuidade e subsistência no mercado (Hisrich e Peters 2004, p. 37).

Dornelas (2005) enumera as principais características de empreendedores de sucesso, nomeadamente, a capacidade visionária e de implementação de projectos, a forma como tomam decisões incluindo situações complexas, o modo como conseguem acrescentar valor aos serviços e produtos que disponibilizam no mercado, à forma como identificam oportunidades, através da sua constante curiosidade e dando atenção a todas as informações relevantes. Gostam de aprender continuamente e, reconhecem que quanto mais conhecerem do ramo de negócios onde se inserem, mais sucesso conseguirão alcançar. São pessoas determinadas e dinâmicas; dedicadas, rigorosas e trabalhadoras; optimistas e apaixonados pelos seus projectos; prezam muito a sua independência, possuem um talento nato para liderar e gerir equipas, demonstrando uma forte capacidade de relacionamento interpessoal e excelente capacidade de organização e planeamento. Calculam e gerem riscos, criando sempre valor para a sociedade e gerando empregos o que terá um impacto positivo não só na qualidade de vida das pessoas como também irá contribuir para um maior desenvolvimento da economia da região ou país.

De acordo com os autores Hisrich e Peters (2004) o motivo mais referido para um indivíduo se tornar empreendedor é vontade de conquistar a sua independência. O desejo em se tornar o seu próprio patrão motiva estas pessoas a enfrentar todos os riscos envolvidos, sejam sociais, psicológicos e/ou financeiros, para além da dedicação em termos de tempo e, de muita coragem para superar frustrações e as adversidades que poderão surgir pelo caminho.

Não se pode dizer que exista um perfil ideal para ser um empreendedor de sucesso, na medida em que os empreendedores podem ter experiências profissionais e níveis de escolaridade diferentes, assim como, a idade e outras características pessoais, emocionais e psicológicas distintas. Contudo, existe um conjunto de características que parecem ser comuns em empreendedores de sucesso.

Visionário	<ul style="list-style-type: none"> • Têm capacidade para implementar os seus sonhos; • Possuem visão de futuro para o seu negócio e a sua vida.
Responsável	<ul style="list-style-type: none"> • São seguros e tomam decisões na hora certa; • Aceita as responsabilidades pelas suas acções.
Dinâmico	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra energia em todo o processo; • Implementa as suas ideias e compromete-se com elas.
Optimista	<ul style="list-style-type: none"> • Adoram o que fazem; • Acreditam no sucesso do seu produto ou serviço.
Criativo	<ul style="list-style-type: none"> • Transformam algo de difícil definição em conceitos concretos; • Acrescentam valor com a introdução de inovações.
Persistente	<ul style="list-style-type: none"> • Dedicam-se totalmente ao negócio; • São trabalhadores exemplares mesmo perante adversidades.

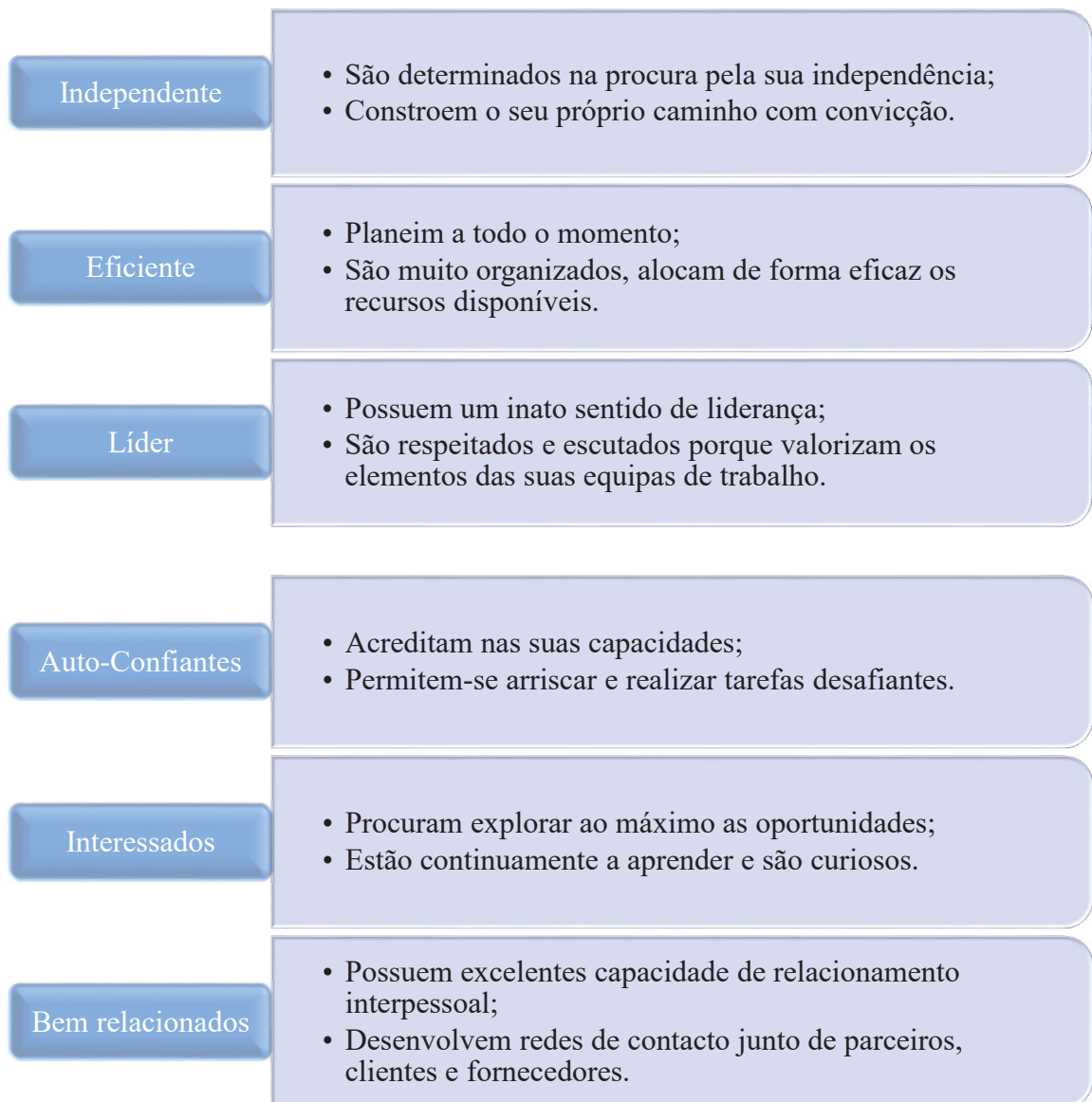


Figura 3: Características de um empreendedor de sucesso

Fonte: Elaboração Própria

O empreendedorismo, para além de estar muitas vezes associado à criação do auto-emprego, é muito importante para outros indivíduos, na medida em que proporciona o aparecimento de novas oportunidades de trabalho. Mais do que isso, promove a competitividade e fomenta a criação de riqueza, o que é crucial para as economias e para o desenvolvimento global.

2.4. Os Açores no Panorama Europeu de Empreendedorismo

Nos últimos anos o Governo Regional dos Açores tem feito uma forte aposta em iniciativas que fomentam o empreendedorismo na região, reforçando assim a importância que as ações empreendedoras têm no estímulo à inovação e criatividade. O Concurso Regional de Empreendedorismo, a Rede de Gabinetes do Empreendedor e o Plano Estratégico para o Fomento do Empreendedorismo na Região Autónoma dos Açores, são exemplos de algumas das iniciativas que mostram bem o compromisso do Governo Regional para com esta temática.

A participação da RAA no estudo internacional – Global Entrepreneurship Monitor – desde 2010, permite que possam ser analisados e avaliados diversos indicadores, utilizados como referência aquando da definição de programas, políticas e estratégias relativamente ao empreendedorismo.

O estudo Global Entrepreneurship Monitor¹ caracteriza-se por ser uma avaliação realizada, anualmente, num conjunto amplo de Países e Regiões do Mundo, acerca de ações empreendedoras, ambições e obstáculos de determinados indivíduos. “Atualmente, o GEM é o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras no mundo, tendo como objetivo determinar as condições que estimulam e travam o panorama empreendedor de cada país/região participante.” Em 1999, na sua primeira edição, o GEM teve 10 países participantes e, desde essa data que este estudo tem vindo a crescer, contabilizando 69 países em 2012.

Os Países participantes no GEM 2012 foram classificados de acordo com a fase de desenvolvimento económico em que cada um se encontra, nomeadamente sendo caracterizados como países pertencentes a economias orientadas: por factores de produção; para a eficiência ou para a inovação. Portugal foi classificado como sendo uma Economia Orientada para a Inovação.

¹ GEM – www.gemconsortium.org

Em 2012, o GEM incluiu a análise da RAA, tendo por base o estudo de 9 condições estruturantes para a estimulação do empreendedorismo, nomeadamente: Apoio Financeiro, Políticas Governamentais, Educação e Formação, Transferência de Resultados de Investigação & Desenvolvimento, Infra-estrutura Comercial e Profissional, Abertura do Mercado Interno, Acesso a Infra-estruturas Físicas e Normas Sociais e Culturais.

Estas Condições Estruturais do Empreendedorismo (CEE) servem de indicadores de potencial empreendedor que podem ser utilizados por determinada Região/País por forma a promover o empreendedorismo. São ainda utilizadas no sentido de adquirir uma maior compreensão acerca dos factores impulsionadores, nível e constrangimentos do empreendedorismo numa Região/País.

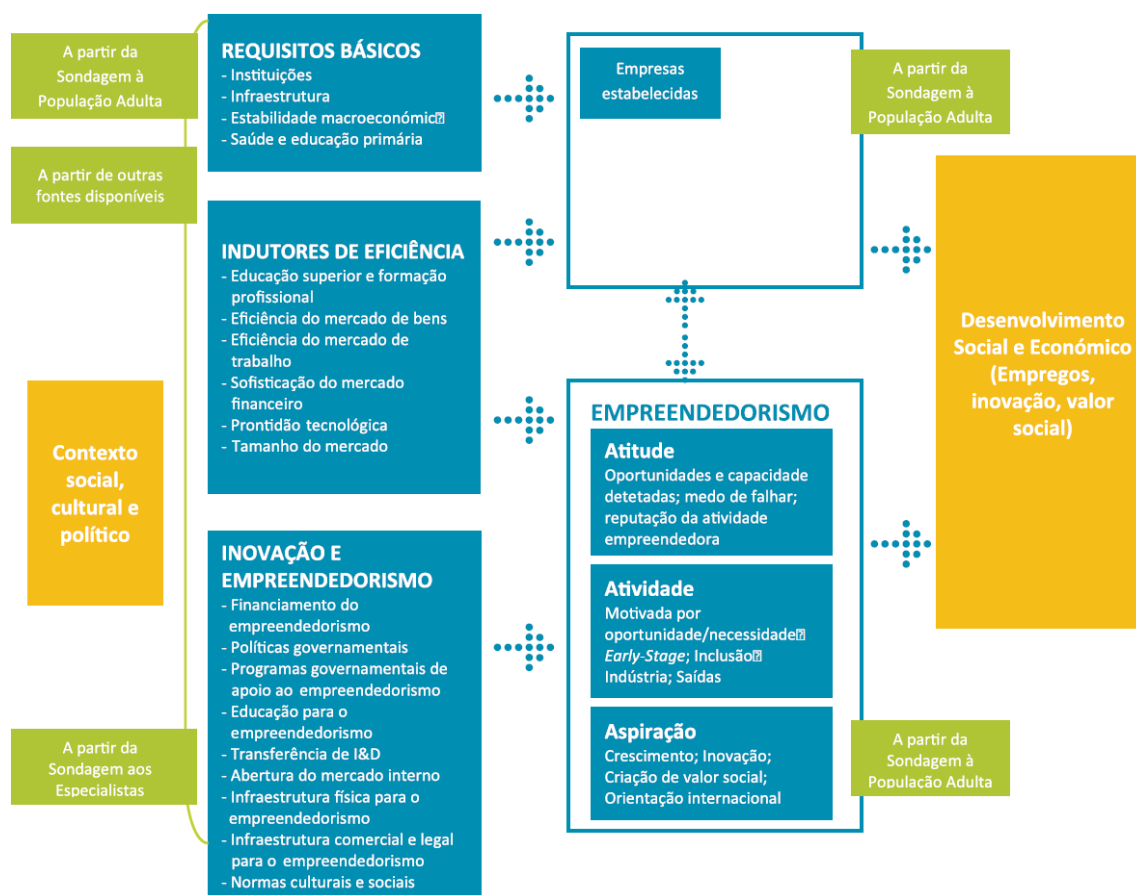


Figura 4 – Modelo GEM

Fonte: GERA, GEM Global Report, 2012

No que se refere à metodologia de recolha de dados, este estudo teve por base a aplicação de 1.000 questionários a indivíduos adultos residentes na RAA, a realização de entrevistas a diversos especialistas na área do empreendedorismo na RAA e a pesquisa de informação em fontes internacionais, como por exemplo, do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional, da OCDE e das Nações Unidas.

De acordo com o GEM, a definição de empreendedorismo baseia-se em “qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou nova iniciativa, tal como emprego próprio, uma nova organização empresarial ou a expansão de um negócio existente, por parte de um indivíduo, de uma equipa de indivíduos, ou de negócios estabelecidos”.

O relatório GEM Açores 2012 recorre à Taxa TAE como indicador principal na mediação da actividade empreendedora e enquanto elemento de comparação entre indicadores económicos. Esta taxa destina-se a medir a proporção de indivíduos adultos (idades compreendidas entre os 18 e os 64 anos) que se estão directamente envolvidos com projectos nascentes ou em novos negócios.



Figura 5 – O processo empreendedor e as definições operacionais do GEM

Fonte: GERA, GEM Global Report, 2012

A distinção entre os conceitos de “negócios nascentes” e “novos negócios” é feita de acordo com a idade do negócio, ou seja, quando um negócio proporciona o pagamento de um salário durante mais de 3 meses a qualquer pessoa (pode incluir o proprietário) é considerado como marco do nascimento de um negócio (“negócios nascentes”). Quando o negócio proporciona uma remuneração por um período superior a 3 meses e inferior a 3,5 anos é considerado um novo negócio (“novos negócios”).

As taxas de prevalência de ambas as categorias de negócio são portanto indicativas do grau de empreendedorismo em determinada região/país, na medida em que representam o dinamismo na criação de novas empresas. Ainda que os empreendedores responsáveis por negócios nascentes não consigam ser bem-sucedidos e alcancem o patamar de novo negócio, as suas acções são ainda assim, fundamentais para a economia, tendo mesmo, efeitos muito positivos sobre a mesma.

Focando-nos na RAA e, no que concerne à Actividade Empreendedora Early-Stage Total, observa-se que a RAA registou no ano de 2012 uma taxa de 4,9%, significando que por cada 100 indivíduos na população adulta, existem cerca de 5 empreendedores *early-stage* (indivíduos ligados a start-ups ou à gestão de novos negócios). Esta taxa representa a quinta posição no Universo GEM 2102 e a terceira mais baixa dentro da categoria das economias orientadas para a inovação. Todavia, o resultado obtido em 2012, quando comparado com o encontrado no estudo realizado em 2010 é bastante mais positivo na medida em que se apresenta com mais 1,4 pontos percentuais.

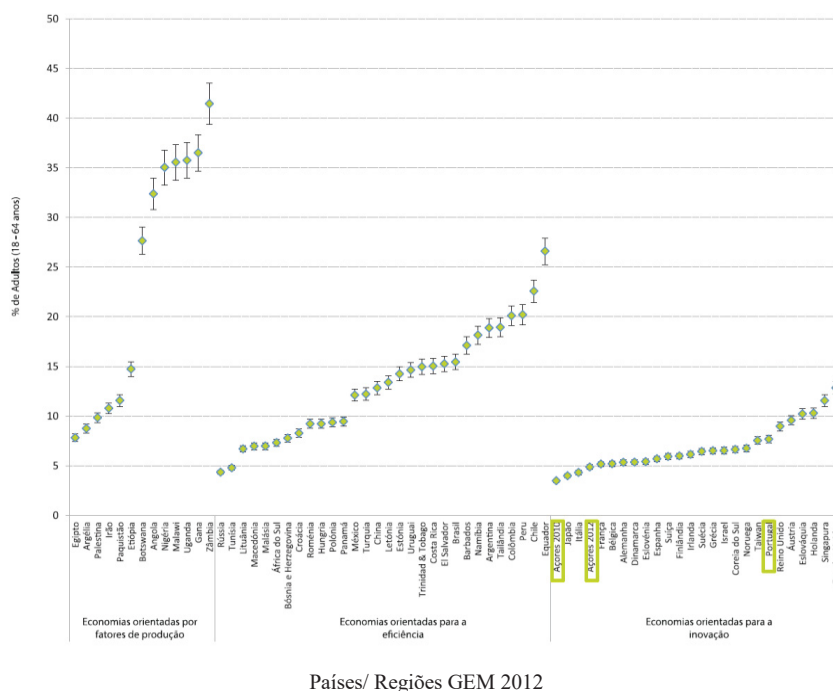


Figura 6 – Taxa de Actividade Empreendedora *Early-Stage* (TAE)²

Fonte: Sondagem à População Adulta 2012

² Os dados dizem respeito à taxa TAE e reflectem um intervalo de confiança de 95%.

Na tabela seguinte, são apresentados os valores da TAE média nos três tipos de economia em análise, por forma a poderem ser estabelecidas comparações.

Tabela 1 – Média da Taxa TAE por tipo de economia

Tipos de economia	Média da Taxa TEA
Orientadas por fatores de produção	23,7%
Orientadas para a eficiência	13,1%
Orientadas para a inovação	7,0%

Fonte: Sondagem à População Adulta 2012

De acordo com os valores da tabela anterior, podemos perceber que a RAA apresenta um valor inferior à média de cerca de 2,1 pontos percentuais (semelhante ao obtido em 2010).

Sob outra perspectiva de análise, podemos ainda verificar e, comparativamente com os dados de 2010 que a subida de TAE mais acentuada foi para as economias orientadas para a inovação o que facilmente se explica com a crise económica que assombra muitas destas economias, o que leva a elevados níveis de desemprego e portanto a uma maior necessidade de encontrar soluções inovadoras, mediante através da criação de auto-emprego, surgindo assim vários empreendedores a procurar oportunidades e a correr riscos, investindo em novos projectos procurando gerar emprego e riqueza.

A figura seguinte representa a Taxa TAE especificada nas suas duas componentes, designadamente a taxa de empreendedorismo de negócios nascentes e a taxa de empreendedorismo de novos negócios. São ainda apresentados os resultados de 2010 para fins de comparação.

Paises GEM 2012

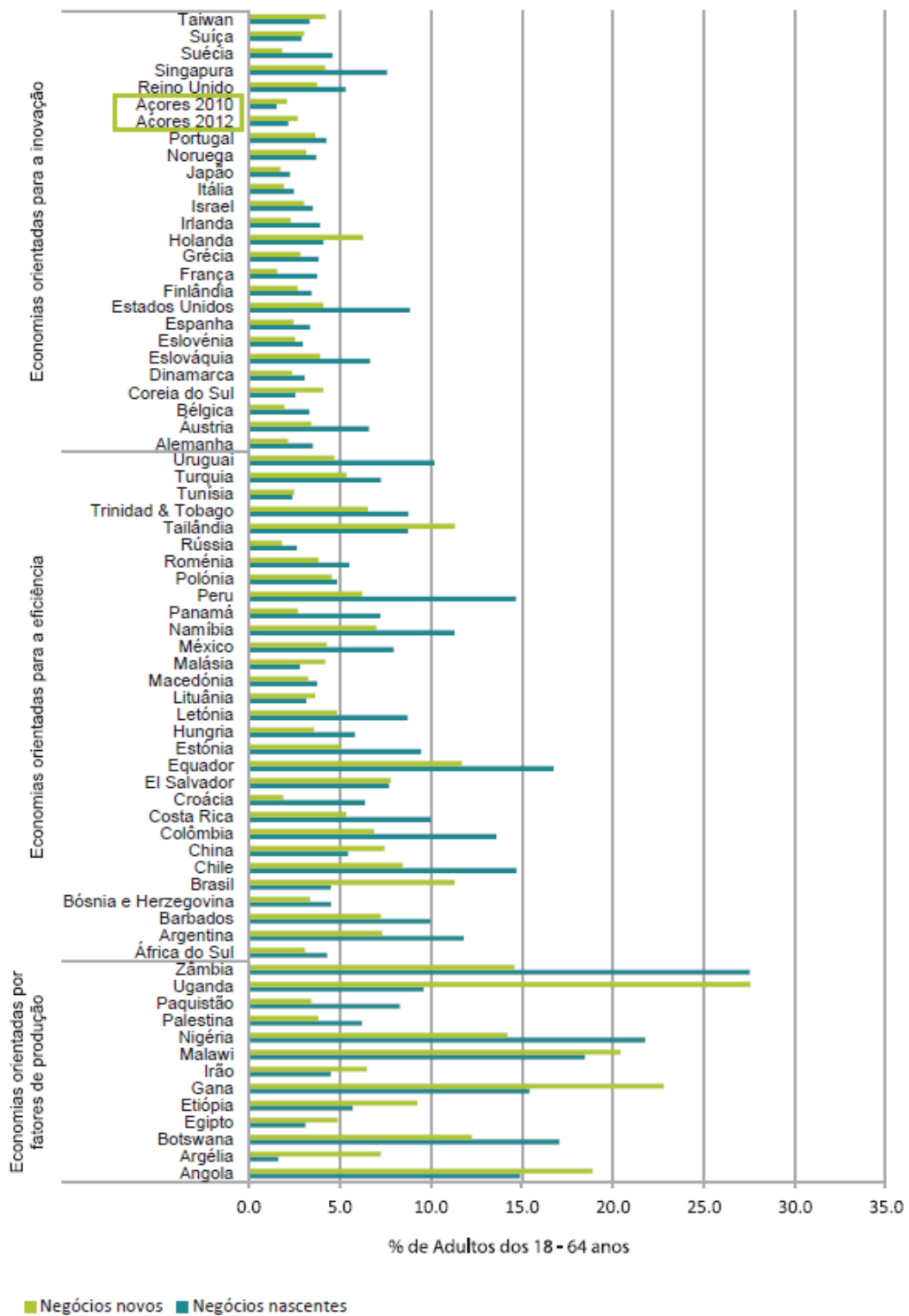


Figura 7 – Taxa de Empreendedorismo Nascente e de Novos Negócios

Fonte: Sondagem à População Adulta

A partir da análise desta figura é possível concluir que cerca de 70% do total de Países/Regiões participantes neste estudo demonstram ter uma Taxa de Empreendedorismo Nascente superior à Taxa de Empreendedorismo de Novos Negócios. Interessante é também verificar que a RAA não acompanha esta tendência, revelando precisamente o contrário, ainda que de forma pouco expressiva. Isto significa que a RAA tem empreendedores com negócios que conseguem ultrapassar a fase de negócios nascentes.

No que se refere ao sector de actividade dos negócios, os mesmos encontram-se organizados da seguinte forma neste estudo GEM: sector extrativo, sector da transformação, sector orientado ao cliente organizacional e sector orientado ao consumidor. A figura abaixo representa a proporção da actividade empreendedora *early-stage* na União Europeia, Portugal Continental e RAA em cada um dos tipos de economia e por cada sector da actividade referido anteriormente.

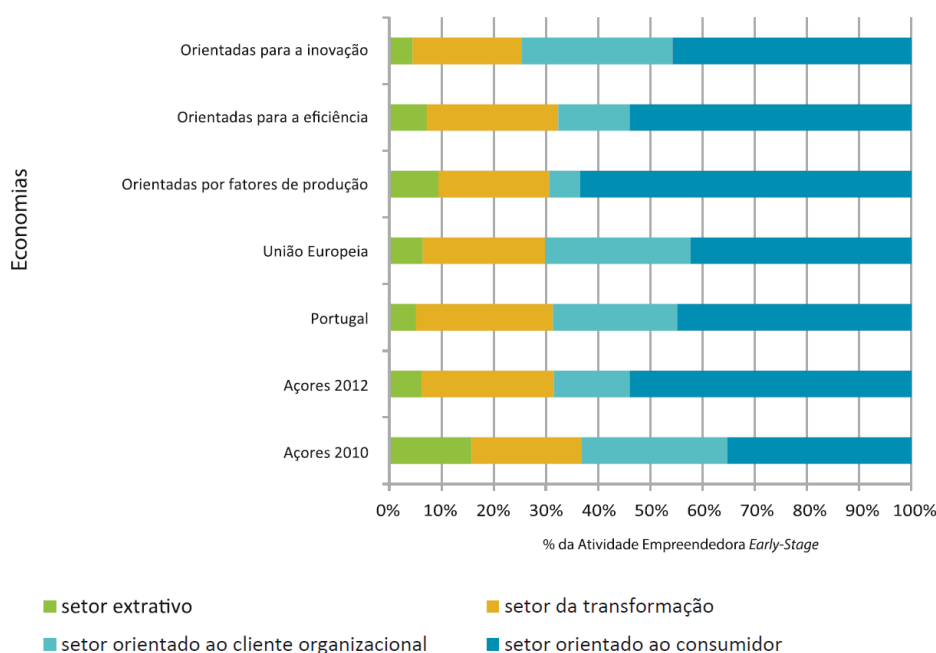


Figura 8 – Distribuição da TAE por sectores

Fonte: Sondagem à População Adulta

A partir da leitura da Figura 8 é possível perceber que a RAA é a região onde se verifica maior actividade empreendedora *early-stage* no sector orientado ao consumidor com uma percentagem de cerca de 54,0%.

A realidade açoriana apresenta-se muito semelhante à realidade observada em Portugal Continental e da União Europeia, excepção feita ao sector orientado para o cliente organizacional, na medida em que este sofreu uma redução significativa na RAA do ano 2010 para o ano 2012, diferenciando-se assim em maior grau. Da mesma forma, que se observa esta diferença entre a região e o tipo de economia em que se encontra inserida (orientada para a inovação).

Estas análises permitem-nos assim contextualizar de forma breve, a realidade em que nos iremos focar neste trabalho de investigação e acerca do qual pretendemos retirar conclusões e tecer algumas recomendações de melhoria de processos, nomeadamente no que diz respeito a iniciativas de apoio e promoção ao empreendedorismo na RAA.

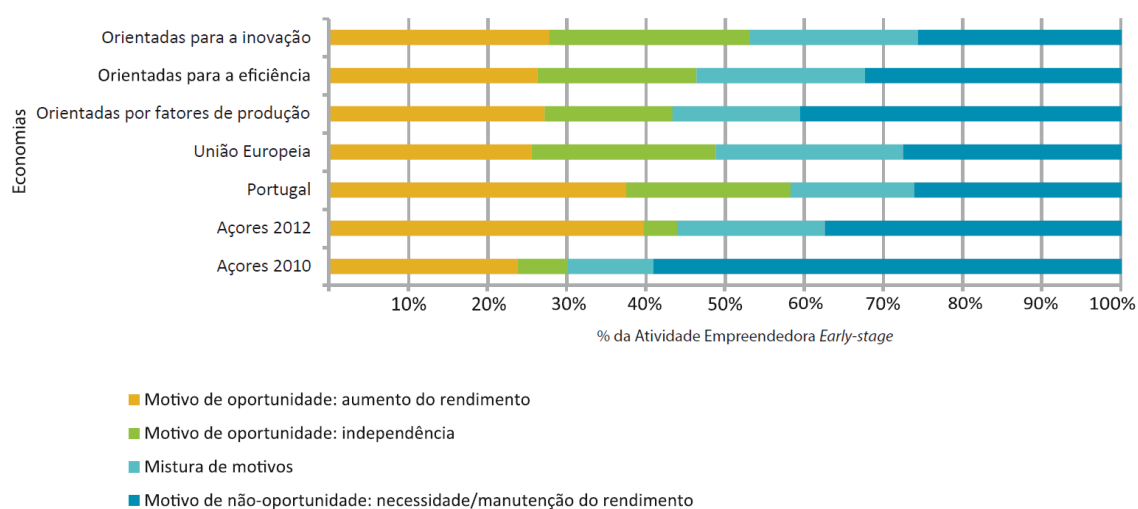


Figura 9: Actividade Empreendedora induzida pela oportunidade e pela não-oportunidade

Fonte: Sondagem à População Adulta 2010 e 2012

CAPITULO 3 – ABORDAGEM METODOLÓGICA

Toute la science de l'observation se réduit pour moi à deux points: écouter les riches et faire parler les pauvres.

Joseph-Étienne Jouy, 1815

Actualmente, os únicos dados conhecidos relativamente a este tema, centram-se essencialmente no número de empresas criadas e respectivos sectores de actividade, valor do apoio concedido e número de postos de trabalho a criar discriminado por género do promotor.

Desta forma, torna-se fundamental aprofundar um pouco mais o conhecimento e realizar o acompanhamento das empresas criadas neste âmbito, por forma a compreender as características que à partida poderão ser determinantes no sucesso futuro das mesmas.

3.1 – Caracterização do Programa de Incentivo: Empreende Jovem

O Empreende Jovem (EJ) é uma das iniciativas que integra o sistema de incentivos ao empreendedorismo na RAA e que se encontra regulado pelos seguintes documentos:

- Decreto Legislativo Regional nº 27/2006/A de 31 de Julho. (D.R. 1ª série, Nº146, 31-07-2006)
- Decreto Legislativo Regional nº 25/2010/A de 22 de Julho. (D.R. 1ª série, Nº141, 22-07-2010). Altera e revoga o Decreto Legislativo Regional n.º 26/2006/A de 31 de julho

Este sistema de incentivos é gerido pela DRAIC e pretende promover o espírito empreendedor nos jovens, contribuindo para o aparecimento de novas empresas, favorecendo sempre as vertentes criativas e inovadoras dos projectos, com o intuito último de estimular a diversificação e a renovação do tecido empresarial da RAA.

Genericamente, os projectos poderão ser elegíveis ao abrigo deste programa caso se constituam como investimentos que estimulem a criação de empresas detidas maioritariamente por jovens empreendedores e que se enquadrem em áreas de negócio como o turismo, comércio, indústria, educação, saúde, apoio social e outras especificadas no programa de incentivo em questão.

No EJ o investimento deverá situar-se entre os €15.000 e os €300.000, sabendo que se trata de um subsídio não reembolsável, com uma taxa de concessão que varia consoante a ilha onde o investimento será realizado e que poderá ser acrescida de majorações de 5% cada, caso os projectos cumpram algumas características devidamente explicitadas no decreto que regulamenta o programa de incentivo.

Os promotores deverão ser jovens com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos e que possuam a escolaridade mínima obrigatória.

Os projectos apresentados poderão assumir várias tipologias de empresa, ou até mesmo, candidatar-se a nível individual sob compromisso de honra de constituir empresa caso assinem o contrato de incentivo atribuído.

3.2 – Metodologia de Investigação

Por forma a concretizar a abordagem metodológica deste estudo, definiu-se que a recolha de informações se iria processar através de duas vias distintas.

Primeiramente procedeu-se à recolha de informações, junto da entidade promotora do programa de incentivo ao empreendedorismo em foco neste estudo – EJ e também sobre o SIDER - nomeadamente, acerca das empresas criadas ao abrigo dos mesmos, desde o ano de 2006 até Junho de 2014.

Apresentam-se abaixo as informações solicitadas, acerca de ambos os programas de incentivo, à referida entidade:

- Número de candidaturas, por programa;
- Número de candidaturas aprovadas por programa;
- Das candidaturas aprovadas, número de empresas constituídas;

Relativamente ao EJ, programa de incentivo em que este trabalho de investigação se irá focar, foram solicitadas informações mais detalhadas, nomeadamente:

- Áreas de atividade (âmbito) de cada candidatura;
- Montante de investimento, por área de atividade;
- Montante de apoio concedido, por área de atividade;
- Número de postos de trabalho criados, por área de actividade;
- Características dos promotores (idade, sexo, nível de escolaridade/formação, situação perante o trabalho e outras possíveis de disponibilizar);
- Mercado a que se dirige o negócio/empresa (nacional/ internacional);
- Contacto do promotor responsável ou designação do negócio/empresa.

Num segundo momento de recolha de informação e, após tratamento dos dados relativos ao EJ e selecção das empresas a contactar, procedeu-se à aplicação de inquéritos por questionário, através do seu envio por correio electrónico, aos promotores responsáveis dos projectos criados ao abrigo do incentivo referido.

A selecção do método de recolha de informação foi determinada com base nas vantagens do mesmo. O inquérito por questionário traduz-se na recolha sistemática de dados, com o objectivo de dar resposta a um determinado problema, através de um conjunto de perguntas, destinadas a uma amostra representativa do grupo que se pretende analisar.

Considerando as vantagens e desvantagens de cada tipo questões, foi concebido um questionário de tipo misto, por forma a minimizar as desvantagens de cada um dos tipos de questão (abertas e fechadas), dando ainda assim maior preponderância às questões fechadas.

Os dados recolhidos são tipicamente de fácil tratamento visto que as respostas, maioritariamente fechadas, permitem a recolha de informações sobre um maior número de indivíduos; a possibilidade de fazer comparações precisas entre as respostas; a maior facilidade de análise e sistematização dos resultados e, a sua aplicação tem um custo muito reduzido ou praticamente nulo.

Como desvantagens podemos referir a superficialidade da informação recolhida, a reduzida possibilidade em captar diferenças de opinião, e o facto de na sua concepção ser necessária uma atenção em vários parâmetros, nomeadamente, sobre a amostra a utilizar, o tipo de questões a incluir e o tipo de respostas que se pretende obter.

Para além do referido, muitas vezes, a taxa de não-respostas é elevada, o que poderá ser consequência de várias situações, como sejam, clareza das perguntas; natureza da pesquisa; habilitações literárias dos inquiridos, entre outras.

Questões de Investigação

Ao planearmos este trabalho de investigação, pretendíamos obter respostas a duas hipóteses de partida:

Questão 1. Em que medida, as características dos promotores são determinantes para o sucesso e continuidade das empresas?

Questão 2. De que forma os programas de incentivo ao empreendedorismo podem estimular a criação de empresas estáveis e com continuidade?

Neste contexto, estabeleceram-se as hipóteses de estudo, através das quais, procuraremos alcançar a resposta às questões de investigação.

H1: A propensão para o empreendedorismo, na criação da própria empresa, depende das características sociodemográficas:

X1: Género

X2: Grupo etário

H2: A propensão para o empreendedorismo, na criação da própria empresa, depende das seguintes características contextuais (ambientais e de formação):

X3: Nível de habilitações literárias

X4: Programas de incentivo ao empreendedorismo

3.3 – Universo e Amostra

Relativamente ao Universo deste trabalho de investigação, este consiste no número total de projetos submetidos a candidatura ao programa de incentivo EJ, na RAA, no período de 2010 a 2014, perfazendo um total de 764 projectos, de acordo com os dados fornecidos pela DRAIC.

A DRAIC forneceu uma listagem com os seguintes dados:

- N° de projecto
- Promotor
- Descrição
- Data candidatura
- CAE Rev3
- Tipo
- Investimento

Esta listagem no entanto não continha a totalidade de projectos apresentados, ou seja, dos 764 projectos candidatos, apenas existia um total de 265 com os dados referidos. Dos restantes 499 desconhecemos toda e qualquer informação.

3.3.1 Caracterização do Universo (projetos candidatos ao Programa de Incentivo EJ)

No período em análise, de 2010 até 30 de Junho de 2014, foram registadas 764 candidaturas à medida de incentivo Empreende Jovem (EJ), conforme apresentado na Figura 10.

Deste total e, de acordo com a informação disponibilizada pela DRAIC, foram aprovadas 377 e destas, efectivamente, constituíram-se 326 empresas com o apoio do EJ.

Não foi disponibilizada informação mais específica, nomeadamente acerca dos projectos que foram efectivamente aprovados nem aqueles que levaram à criação de novas empresas, apenas os valores globais.

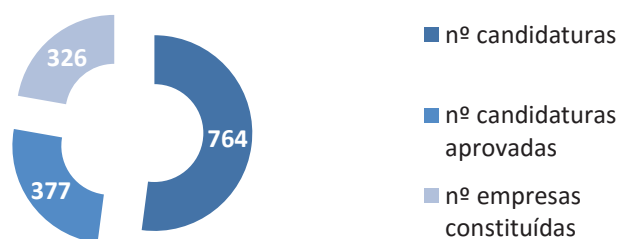


Figura 10 – Número total de Candidaturas ao EJ no período de 2010 a 2014

Fonte: Elaboração Própria com base nos dados disponibilizados pela DRAIC

Quando se observa o nível de aprovação dos projectos, verifica-se que este se situa em cerca de 49%. Em termos de efectividade, na criação de empresas após aprovação da candidatura o número desce ligeiramente, situando-se nos 43%.

Considerando o número total de projectos por área de actividade (a soma dos projectos por sector de actividade, conforme indicado pela DRAIC, totaliza 709 candidaturas e não 764 quando se refere a valores totais), podemos verificar que a área dos serviços é a que ocupa o lugar de destaque com 63% dos projectos apresentados, seguida da área do Turismo com 30%, a área da Indústria com 6% e uma percentagem mínima para a Restauração com apenas 1% dos projectos (ver Figura 11).

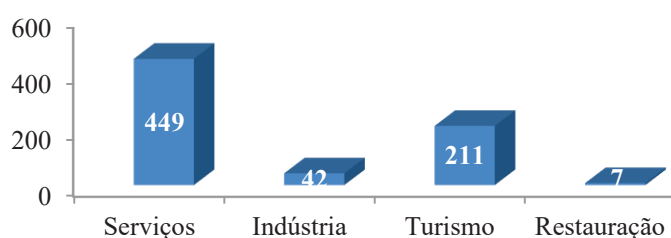


Figura 11 – Número total de Candidaturas, por área de actividade

Fonte: Elaboração Própria com base nos dados disponibilizados pela DRAIC

Abaixo e, com base na listagem fornecida pela DRAIC encontra-se uma figura resumo das empresas candidatas ao apoio organizadas por ano de candidatura e por CAE do projecto.

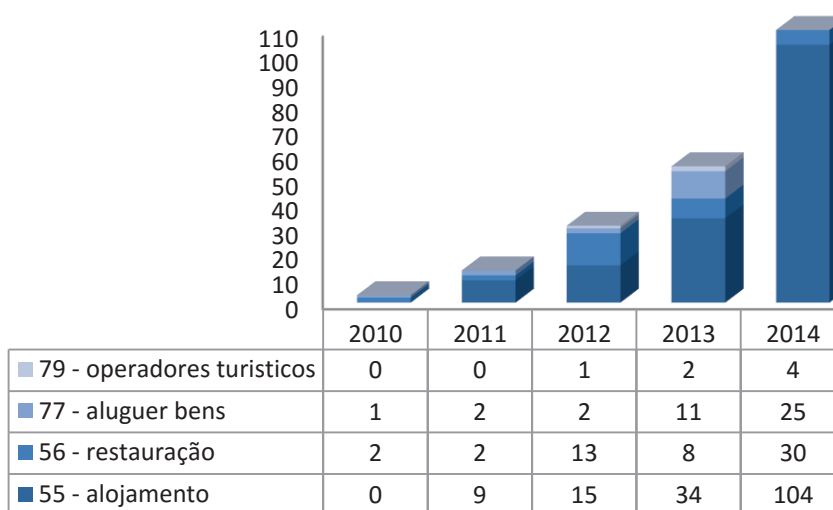


Figura 12 – Número total de projectos, discriminado por CAE

Fonte: Elaboração Própria com base nos dados disponibilizados pela DRAIC

Tabela 2 – Montantes de Investimento e Número Postos Trabalho, por área de actividade

Áreas de actividade		Serviços	Indústria	Turismo	Restauração
Montante de investimento		82.896.893,88€	9.479.427.03€	50.148.744,66€	10.924.558,24€
por área de actividade:					
Montante de	Total	68.661.794.08€	8.304.993,49	23.051.611,57€	7.914.707,50€
apoio/ área	previsto				
de actividade:	Valor pago	48.001.082.78€	5.078.794,31€	21.323.651,17	5.851.112,07€
Número de postos de					
trabalho criados (projetos		661	55	140	12
aprovados):					

Fonte: Elaboração Própria com base nos dados disponibilizados pela DRAIC

Relativamente às características dos promotores, sabemos apenas que cerca de 317 são do sexo masculino, contrastando com 264 do sexo feminino. Esta informação é incongruente, na medida em que se somarmos ambos os números disponibilizados, iremos obter um total inferior ao total de candidaturas o que não é de todo possível, visto que cada candidatura tem obrigatoriamente pelo menos 1 promotor.

Aos restantes itens solicitados, como sejam, as habilitações literárias dos promotores, a resposta obtida por parte da DRAIC foi a de que não disponham de informação acerca dos mesmos, como tal, não será possível caracterizar o Universo com base nestas características.

Quando questionados acerca do mercado a que se destina o negócio/empresa a criar, a resposta foi um pouco intuitiva, referindo que “de acordo com a área do projeto, podemos deduzir que 63.33% dos projetos destinam-se ao mercado local e sobre os restantes 36.67% não conseguimos apurar o mercado a que se destina, sendo provável que também possa ser para o mercado externo (turismo, restauração, tecnologias de informação, etc)”.

À semelhança do ponto anterior também aqui não será possível fazer uma caracterização em termos de mercado-alvo dos projectos apresentados.

3.3.2 *Caracterização da Amostra*

Deste universo foram seleccionados inicialmente 47 projectos para constituírem a amostra desta pesquisa. Esta escolha teve como critério de selecção, o aspecto temporal, por forma a ser possível estudar a continuidade da empresa. Nesse sentido, foram seleccionadas empresas constituídas entre os anos de 2010 e 2012.

Contudo e, perante a dificuldade de encontrar os contactos dos promotores/ empresas a constituir, decidiu-se alargar a amostra aos projectos submetidos já em 2013 por forma a conseguir um maior conjunto de dados. Com este aumento, sabemos desde logo que o carácter de continuidade vai ser difícil de analisar, no entanto, esperamos conseguir retirar algumas conclusões acerca da criação de empresas no âmbito destes programas de incentivo ao empreendedorismo.

Assim sendo, das 47 candidaturas iniciais, passámos para um total de 102, das quais 55 foi possível conseguir o seu contacto por forma a enviar o link de resposta ao questionário e foram obtidas 37 respostas ao mesmo, verificando-se assim uma percentagem de respostas na ordem dos 67%.

Foram também pesquisadas outras informações para complementar a caracterização da amostra, como por exemplo, a ilha relativa a cada projecto, nem sempre com sucesso, na medida em que alguns dos projectos não tinham qualquer indicação do local na sua designação e eram empresários em nome individual (ENI), a constituir empresa posteriormente. Nesse sentido procedeu-se à análise de alguns dos dados relativos à sua candidatura por forma a caracterizar esta amostra e perceber a sua representatividade.

Em termos de CAE o sector “Alojamento” é o que demonstra um maior crescimento, sendo acompanhado de perto pelo sector da “Restauração”.

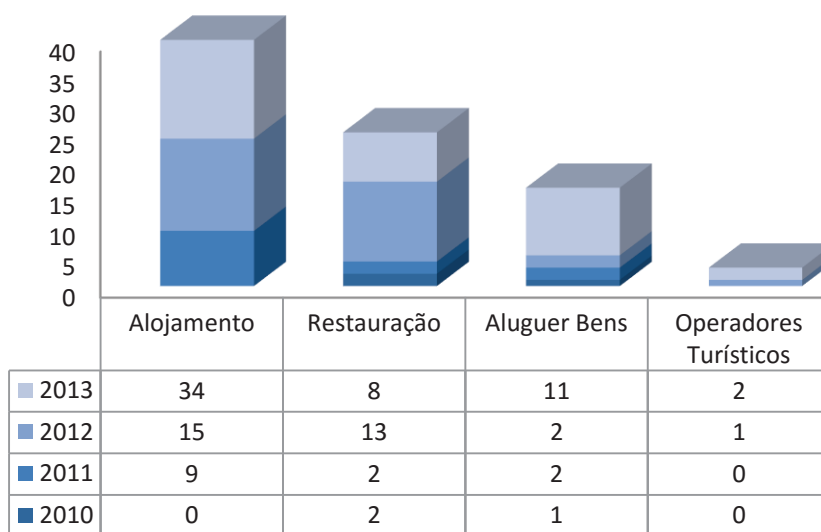


Figura 13 – Número total de projectos da Amostra, discriminado por CAE

Fonte: Elaboração Própria com base nos dados disponibilizados pela DRAIC

No que se refere ao número de projectos por ano de existência da medida de apoio, verificamos que nesta amostra por exemplo, nos anos iniciais da medida EJ (2010 e 2011), a mesma não produziu grandes resultados visto que apenas 16 projectos foram submetidos e desconhecemos quantos foram aprovados e consequentemente, originado a criação de novas empresas.

A partir de 2012 (inclusive), assiste-se a um crescimento mais acentuado do interesse nesta medida, observando-se já um número bastante interessante em termos de número de candidaturas de projectos ao EJ.

O maior destaque é para o sector do alojamento que duplica o número de projectos candidatos à medida de 2012 para 2013 e triplica no ano de 2014 (apenas como termo de comparação de crescimento, visto que 2014 que já não pertence à amostra em estudo).

O ano de 2014 é o que engloba o maior número de projectos, o que pode ser facilmente explicado com base no facto do quadro comunitário que regulamentava o incentivo se aproximar do fim a 30 de Junho desse ano, sendo portanto, a “última” oportunidade para alguns projectos serem submetidos.

Sublinhamos o facto de alguns dos dados apresentados poderem não corresponder à realidade absoluta na medida em que as informações prestadas pela DRAIC carecem, como já vimos anteriormente, de muitas incongruências e omissões.

Tabela 3 – Número total de projectos por ano de implementação investimento (médio/projecto e global)

CAE	Total Projectos (2010-2014)	Investimento médio / projecto	Investimento global
55 - Alojamento	162	246.000,00 €	39.847.103,28 €
56 - Restauração	55	189.000,00 €	10.412.741,04 €
77 - Aluguer bens	41	271.000,00 €	11.117.257,96 €
79 - Operadores turísticos	7	125.000,00 €	872.863,80 €

Fonte: Elaboração Própria

CAPITULO 4 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

A análise tem por objetivo, organizar e resumir os dados de modo a que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema de investigação proposto inicialmente.

Os resultados apresentados referem-se às análises estatísticas dos dados recolhidos, organizados no sentido de dar resposta às questões de investigação e testar as hipóteses de partida formuladas.

Os resultados apresentados são consequência dos dados estatísticos recolhidos através da aplicação do questionário aos promotores dos projectos seleccionados para a amostra deste trabalho, tendo sido analisados e tratados de acordo com a finalidade do mesmo.

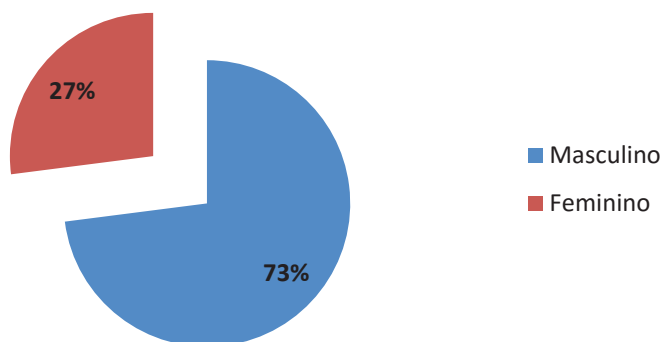
4.1 Caraterização dos promotores ao programa de apoio ao empreendedorismo EJ

Um dos objetivos deste trabalho era caracterizar o perfil dos promotores, nomeadamente, através de caraterísticas sociodemográficas e de formação, como sejam, o género, grupo etário e o nível de habilitações literárias.

De acordo com os dados apresentados no gráfico 1, os projetos analisados nesta amostra, tiveram como seus promotores indivíduos maioritariamente do género masculino, representado uma larga maioria de 73%, comparativamente com os 27% de promotores do género feminino.

Esta diferença evidencia uma maior propensão dos indivíduos do género masculino para criarem a sua própria empresa, a partir do apoio disponibilizado pela medida de incentivo ao empreendedorismo EJ.

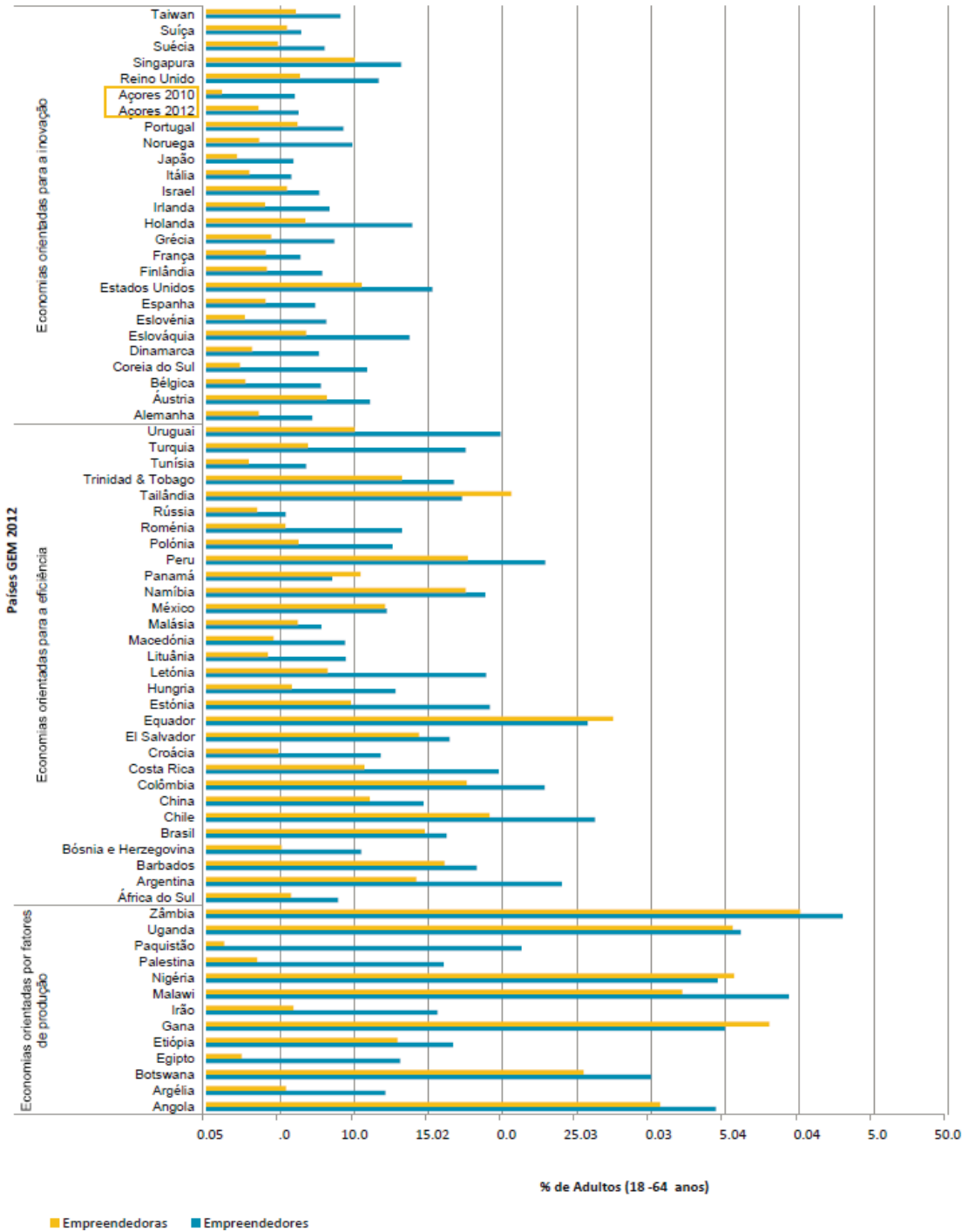
Gráfico 1 – Caracterização dos promotores, por género.



Fonte: Própria, adaptada de acordo com dados fornecidos pelos promotores dos projectos em estudo.

Estes dados reforçam assim os resultados obtidos no GEM, tanto em 2010 como em 2012, para a RAA, conforme se pode constatar na Figura 14.

Figura 14 - A Taxa TEA, por género, em cada país participante no GEM 2012. Para fins comparativos, são ainda apresentados os resultados para a RAA, no ano de 2010.

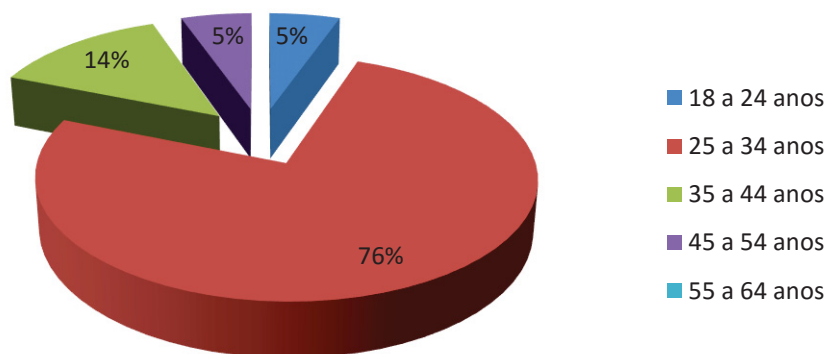


Fonte: Sondagem à População Adulta 2010 e 2012

No que diz respeito à idade, verifica-se que os promotores no âmbito da medida EJ, no período em análise, pertencem maioritariamente a indivíduos no escalão dos “25 aos 34 anos”, representando 76% do total da amostra em estudo.

Tendo em conta o tipo de programa de incentivo estudado seria de esperar este resultado, na medida em que existe de certa forma, uma limitação em termos etários, visto que os projectos para serem elegíveis terão que ter obrigatoriamente 75% dos promotores com idade inferior a 35 anos. Logo de seguida, com uma representação de 14% está o escalão etário imediatamente acima, dos “35-44 anos”. Com pesos iguais surgem os grupos etários “45 a 54 anos” e “18 a 24 anos”.

Gráfico 2 – Caracterização dos promotores, por grupo etário.



Fonte: Própria, adaptada de acordo com dados fornecidos pelos promotores dos projectos em estudo.

Constata-se que o predomínio do grupo etário dos 25-34 anos dos promotores, derivado dos dados recolhidos junto dos próprios, acompanha a tendência nacional do grupo etário, de acordo com os dados do GEM (2010 e 2012). Podemos assim afirmar que a idade do indivíduo é um factor que influencia a propensão para o empreendedorismo na criação da própria empresa.

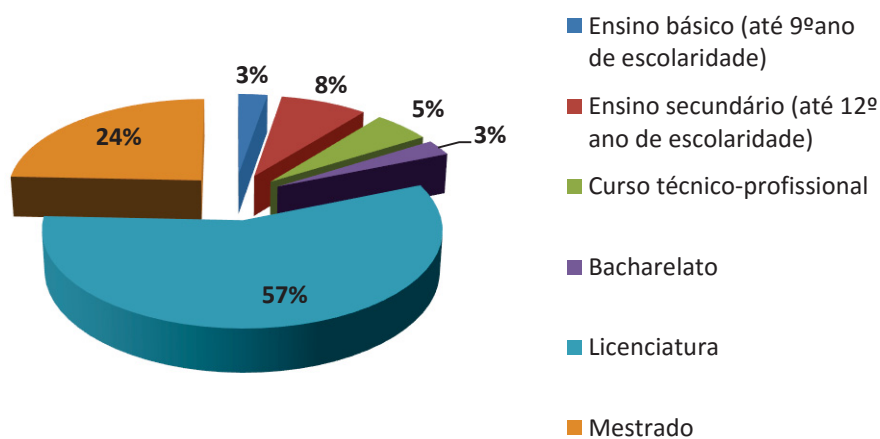
Figura 15 – Taxa TAE por faixa etária

Faixa etária	Taxa TEA por faixa etária nas várias economias						
	Açores 2010	Açores 2012	Portugal Continental	UE	Fatores de produção	Eficiência	Inovação
18 a 24 anos	4,9%	3,0%	6,4%	6,5%	20,0%	11,1%	5,0%
25 a 34 anos	4,8%	7,9%	10,6%	10,8%	29,1%	17,3%	8,9%
35 a 44 anos	2,5%	5,9%	8,1%	9,0%	25,5%	15,0%	8,6%
45 a 54 anos	3,2%	4,5%	7,2%	7,1%	20,9%	11,8%	7,0%
55 a 64 anos	0,9%	0,8%	4,6%	3,7%	15,9%	7,7%	4,2%

Fonte: Sondagem à População Adulta 2010 e 2012

Quanto ao nível de habilitações literárias, verifica-se que o grupo mais significativo dos promotores de projectos candidatos à medida EJ é o grupo que possui “licenciatura”, representando 57%, seguido dos promotores que possuem “mestrado”, representando 24%. Os restantes níveis de habilitações surgem com pesos muito equiparados situando-se entre os 3 e os 8% da amostra.

Gráfico 3 – Caracterização dos promotores, por nível de habilitações literárias



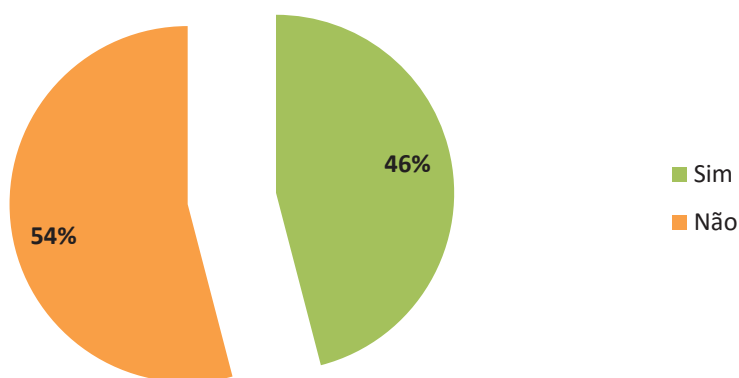
Fonte: Própria, adaptada de acordo com dados fornecidos pelos promotores dos projectos em estudo.

A partir deste gráfico é possível observar que existe uma maior apetência no recurso à medida de incentivo por parte de indivíduos com níveis de escolaridade mais elevados. Podemos portanto afirmar que, o nível de habilitações literárias influencia a propensão para o empreendedorismo, na criação da própria empresa.

Outra das características que se procurou medir dizia respeito à influência da própria medida de incentivo na concretização da criação da empresa, ou seja, perceber até que ponto o ambiente do indivíduo o levava à criação da sua própria empresa.

De facto, e ao colocarmos a questão: “Caso não tivesse sido atribuído nenhum incentivo ao seu negócio, iria à mesma constituir a empresa?” Verifica-se, ainda que de forma pouco expressiva, que a existência do incentivo é determinante na medida em que uma maioria de 54% dos promotores respondeu que “Não” a esta questão.

Gráfico 4 – Caracterização dos promotores: motivações pessoais e de negócio (Questão 17: Caso não tivesse sido atribuído nenhum incentivo ao seu negócio, iria à mesma constituir a empresa?)

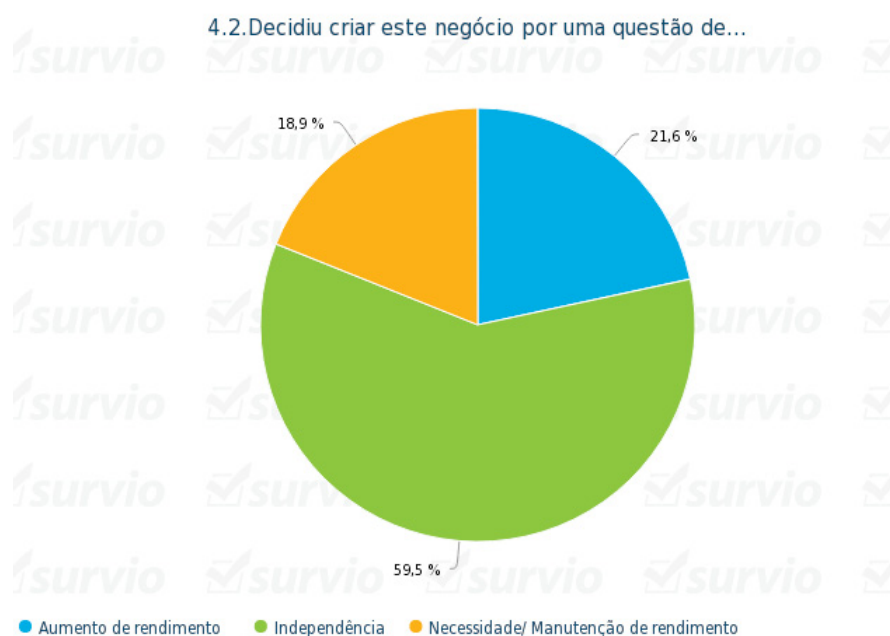


Fonte: Própria, adaptada de acordo com dados fornecidos pelos promotores dos projectos em estudo.

Daqui podemos inferir que o ambiente, isto é, as condições proporcionadas pelas medidas de fomento ao empreendedorismo na RAA, especificamente, a medida EJ, influenciam a criação de empresas por parte dos jovens empreendedores.

O gráfico seguinte, mostra que as motivações dos promotores ao EJ seguem a tendência já registada pelo GEM na RAA relativamente aos motivos para o empreendedorismo, surgindo o factor “Independência” como o principal motor impulsionador. Neste estudo a motivação para ser independente surge com um peso de 59,5%.

Gráfico 5 – Caracterização dos promotores: motivações pessoais e de negócio (Questão 18)



Aplicando o Modelo Linear Generalizado, pretendeu-se testar as seguintes hipóteses:

Efeito de Interação:

H0: O efeito combinado dos factores “Atribuição de incentivo” e “Nível de habilitações literárias” não gera diferenças no nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa**. (*Não há efeito de interação*)

Ha: O efeito combinado dos factores “Atribuição de incentivo” e “Nível de habilitações literárias” gera diferenças no nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa**. (*Há efeito de interação*)

Efeito principal “Atribuição de incentivo”:

H0: O nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa** é igual, seja na situação de atribuição de incentivo ou na falta deste. (*Não há efeito de interação*)

Ha: O nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa** é diferente, consoante seja ou não atribuído o incentivo. (*Há efeito de interação*)

Efeito principal “Nível de Habilitações”:

H0: O nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa** é igual, em todos os níveis de habilitações literárias. (*Não há efeito de interação*)

Ha: O nível médio de **Propensão empreendedorismo na criação da própria empresa** é diferente, em pelo menos um dos níveis de habilitações literárias. (*Há efeito de interação*)

Fatores entre sujeitos

		N
Atribuição de Incentivo	Não	20
	Sim	17
Nível de habilitações literárias	Bacharelato	1
	Curso técnico-profissional	2
	Ensino Básico (até 9ºano de escolaridade)	1
	Ensino Secundário (até 12ºano de escolaridade)	3
	Licenciatura	21
	Mestrado	9

Estatísticas Descritivas

Variável dependente: Propensão empreendedorismo na criação própria empresa

Atribuição de Incentivo	Nível de habilitações literárias	Média	Erro Desvio	N
Não	Bacharelato	32,000	.	1
	Curso técnico-profissional	36,000	.	1
	Ensino Básico (até 9ºano de escolaridade)	17,000	.	1
	Licenciatura	23,267	12,1271	15
	Mestrado	31,500	3,5355	2
	Total	24,850	11,3196	20
Sim	Curso técnico-profissional	31,000	.	1
	Ensino Secundário (até 12ºano de escolaridade)	9,333	11,1505	3
	Licenciatura	15,167	6,6156	6
	Mestrado	15,143	9,0816	7
	Total	15,059	9,0655	17
Total	Bacharelato	32,000	.	1
	Curso técnico-profissional	33,500	3,5355	2
	Ensino Básico (até 9ºano de escolaridade)	17,000	.	1
	Ensino Secundário (até 12ºano de escolaridade)	9,333	11,1505	3
	Licenciatura	20,952	11,3114	21
	Mestrado	18,778	10,7445	9
	Total	20,351	11,3412	37

Teste de igualdade de variâncias do erro de Levene^a

Variável dependente: Propensão empreendedorismo na criação própria empresa

F	gl1	gl2	Sig.
1,507	8	28	,199

Testa a hipótese nula de que a variância do erro da variável dependente é igual entre grupos.

a. Design: Intercepto + Atribuição de Incentivo + Nível de habilitações literárias + Atribuição de Incentivo * Nível de habilitações literárias

Análise dos pressupostos:

- Considerando o valor de sig ($> 0,05$), podemos afirmar que se verifica o pressuposto da homogeneidade de variâncias;
- Tendo em conta que a amostra é superior a 30, não é necessário aplicar nenhum teste à normalidade.

Testes de efeitos entre sujeitos

Variável dependente: Propensão empreendedorismo na criação própria empresa

Origem	Tipo III Soma dos Quadrados	gl	Quadrado Médio	F	Sig.
Modelo corrigido	1596,642 ^a	8	199,580	1,842	,111
Intercepto	6944,772	1	6944,772	64,096	,000
Atribuição de Incentivo	301,692	1	301,692	2,784	,106
Nível de habilitações literárias	651,188	5	130,238	1,202	,334
Atribuição de Incentivo * Nível de habilitações literárias	90,747	2	45,373	,419	,662
Erro	3033,790	28	108,350		
Total	19955,000	37			
Total corrigido	4630,432	36			

a. R Quadrado = ,345 (R Quadrado Ajustado = ,158)

Da interpretação dos quadros com a análise estatística apresentada, temos o seguinte:

- Efeito de interacção: não se rejeita a hipótese nula ($p=0,662$);

- Efeito principal “Atribuição de incentivo”: não se rejeita a hipótese nula ($p=0,106$);
- Efeito principal “Nível de habilitações”: não se rejeita a hipótese nula ($p=0,334$).

4.2 – Limitações do Estudo

O empreendedorismo é actualmente um tema muito em voga nos mais variados quadrantes da sociedade, seja em contexto político, económico ou social. A sua alavancagem em termos de programas de incentivo ao empreendedorismo e, com especial atenção, para aqueles destinados a jovens é crucial para qualquer país ou região do globo.

Este trabalho de investigação procurou perceber de que forma um destes programas de apoio tem sido de facto eficiente na RAA, tentando verificar as características necessárias por parte do empreendedor (sociodemográficas, de formação e ambientais) e da empresa criada (grau de inovação, mercado-alvo e concorrência) por forma a serem bem-sucedidos e terem continuidade no actual mercado, dinâmico e competitivo.

Este estudo esteve desde o seu início, muito limitado pela fraca e incongruente informação estatística disponível. O facto da entidade gestora responsável pelo programa de incentivo analisado, não possuir dados fiáveis, muito menos completos, referentes, não só no que diz respeito a características sociodemográficas e de formação, dos promotores dos projectos, como também acerca dos próprios projectos, limitou desde logo e de forma determinante, a caracterização do universo do estudo, consequentemente afectou a representatividade da amostra e a recolha dos dados juntos dos promotores de alguns dos projectos apoiados por esta medida.

Os contactos dos promotores que foram possíveis de obter diziam apenas respeito a projectos implementados, muito recentemente (alguns ainda em fase de implementação), tendo portanto pouco tempo de actividade no mercado, pelo que não foi possível retirar conclusões acerca dos motivos de insucesso de projectos iniciados no âmbito do apoio em estudo.

Esta limitação poderia ser ultrapassada caso a entidade gestora do incentivo, disponibilizasse informações mais completas acerca dos promotores que candidatam projectos aos apoios. Apenas desta forma seria possível chegar a negócios iniciados mas que não vingaram no mercado, perceber as causas por forma a conseguir delinear novas estratégias que conduzissem a melhores resultados finais.

Em termos de metodologia de investigação, considera-se que a aplicação do questionário, embora seja um processo objectivo em que é relativamente fácil de obter uma vasta quantidade de informação, revela-se porém, uma técnica limitada em termos de riqueza de conteúdo. Apesar do questionário elaborado e aplicado incluir questões de resposta aberta, isso não significou que as mesmas fossem respondidas de forma completa e pormenorizada.

Nesse sentido, caso os dados tivessem sido recolhidos através de uma técnica diferente da utilizada, como por exemplo, a entrevista individual presencial, muito provavelmente, a informação obtida seria possivelmente mais interessante na discussão dos resultados encontrados. Mais, o facto de o questionário ter sido respondido através de um link enviado por correio electrónico, nem sequer foi possível verificar quais os promotores que responderam, por forma a tentar obter o máximo de respostas possível, o que se veio a verificar com cerca de 67% de respostas conseguidas.

CAPÍTULO 5 – CONCLUSÕES E INVESTIGAÇÃO FUTURA

In preparing for battle I have always found that plans are useless, but planning is indispensable.

Dwight D. Eisenhower (U.S. President)

O objetivo geral deste trabalho de investigação foi o de analisar a influência que as medidas de incentivo ao empreendedorismo podem ter na efectiva criação de novas empresas e a sua continuidade no mercado, bem como, caracterizar o perfil dos promotores dos projectos candidatos a essas mesmas medidas.

O EJ é uma iniciativa que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo e a iniciativa empresarial nos mais jovens, contribuindo assim para a dinamização da economia na RAA.

No que diz respeito aos principais objetivos da investigação, pode dizer-se que os mesmos foram cumpridos na obtenção dos seguintes resultados: verificar quais os determinantes que influenciam os promotores de medidas de incentivo ao empreendedorismo na RAA, a criar a sua própria empresa.

O aspecto relativo à continuidade das empresas criadas no âmbito dos programas de incentivo não foi possível analisar, visto que os contactos que foram possíveis de estabelecer incluem maioritariamente, empresas muito recentes.

5.1 – Principais conclusões do estudo

Relativamente às variáveis analisadas, concluímos que temos como principais determinantes na criação de novas empresas ao abrigo da medida EJ, as seguintes:

1. Género;
2. Grupo etário;
3. Nível de habilitações literárias;
4. Programas de incentivo ao empreendedorismo;

Partindo daqui, podemos então proceder à análise das hipóteses de estudo.

H1: A propensão para o empreendedorismo, na criação da própria empresa, depende das características sociodemográficas:

X1: Género: verifica-se que os promotores do EJ, no período de 2010-2013, são caracterizados por serem maioritariamente do sexo masculino, tendo portanto implícito, uma participação desigual em função do género.

X2: Grupo etário: O grupo etário dos 25 - 34 anos de idade é o que predomina entre os promotores do EJ. Verifica-se uma participação expressiva por parte dos jovens, na criação da própria empresa, o que seria expectável na medida em que este apoio se dirige, fundamentalmente, a indivíduos entre os 18 e os 35.

H2: A propensão para o empreendedorismo, na criação da própria empresa, depende das seguintes características contextuais (ambientais e de formação):

X3: Nível de habilitações literárias: verifica-se que a maioria dos promotores possui níveis de escolaridade superiores, possuindo na sua generalidade, o nível de licenciatura.

X4: Programas de incentivo ao empreendedorismo: quanto aos recursos públicos, observa-se uma participação activa por parte dos jovens, procurando através desta medida alcançar a sua independência profissional e financeira.

Ao planear este trabalho de investigação, pretendíamos obter respostas a duas hipóteses de partida que relembramos e comentamos, seguidamente:

Questão 1. Em que medida, as características dos promotores são determinantes para o sucesso e continuidade das empresas?

Concluiu-se assim, que o género é uma característica que tem influência na decisão de criar a sua própria empresa, tal como, o grupo etário e as habilitações literárias dos promotores.

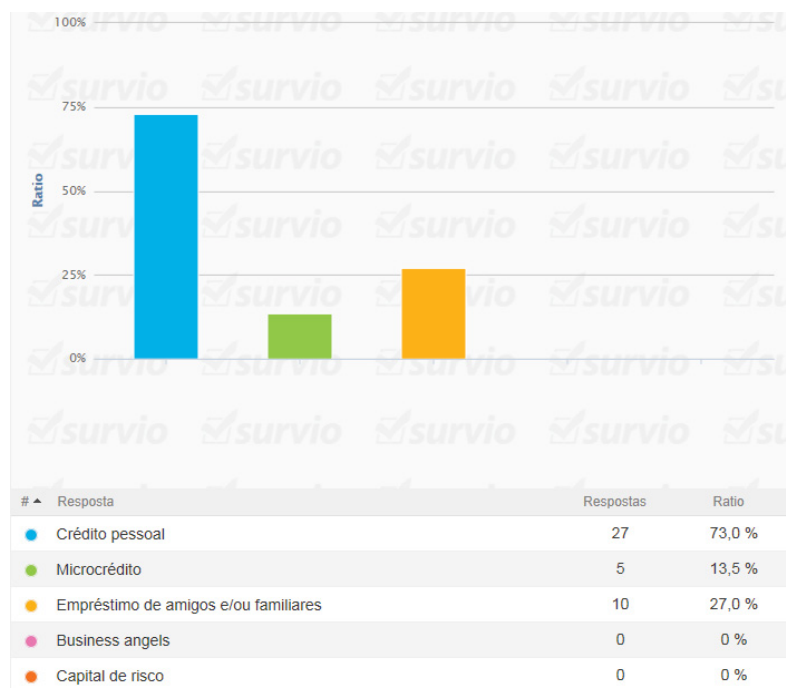
A questão ligada à continuidade das empresas, conforme referido anteriormente, não foi possível de analisar, na medida em que os contactos estabelecidos foram com empresas com 1 e 2 anos de actividade. Ainda assim e, de acordo com dados do GEM já mencionados neste documento, a RAA possui uma “taxa de novos negócios”, superior à “taxa de negócios nascentes”, o que significa que muitos empreendedores conseguem ultrapassar a fase inicial na criação de novas empresas.

Questão 2. De que forma os programas de incentivo ao empreendedorismo podem estimular a criação de empresas estáveis e com continuidade?

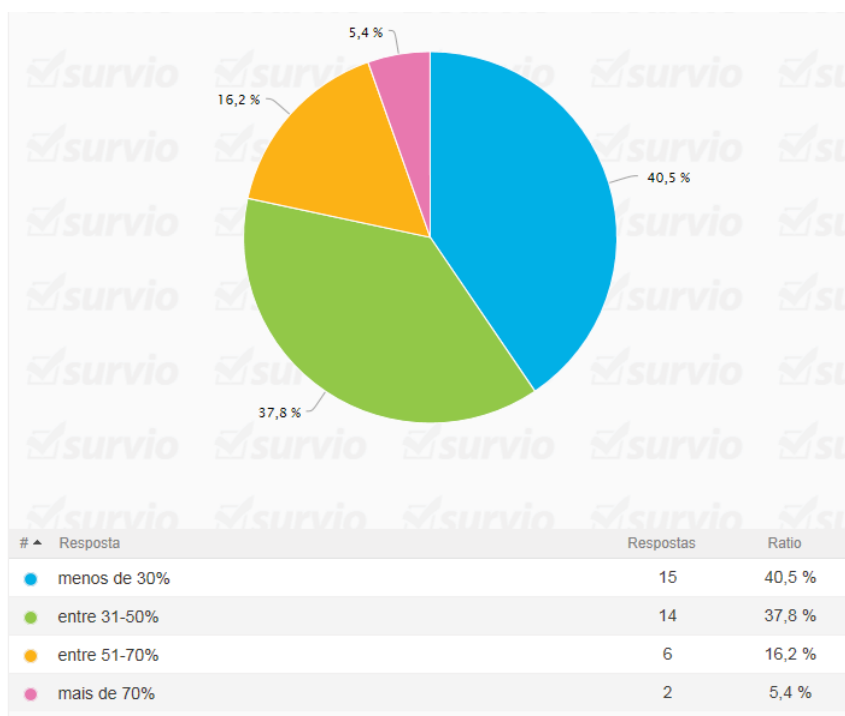
Relativamente ao impacto que as medidas de incentivo podem ter na criação de novas empresas, este trabalho também permitiu verificar que sem os apoios (neste caso recursos financeiros sob a forma de subsídio não reembolsável), a maioria não iria avançar com o projecto.

Como já mencionado anteriormente no capítulo relativo à análise de resultados, os promotores quando confrontados com a questão “Caso não tivesse sido atribuído nenhum incentivo ao seu negócio, iria à mesma constituir a empresa?”, respondem de forma generalizada que “Não”, o que demonstra claramente a importância exercida pela medida de incentivo na criação da empresa.

Isto é ainda possível de verificar, quando analisamos a questão relativa ao “financiamento” e através das respostas, podemos perceber que de uma forma geral, os promotores necessitaram de: Em termos de fontes de financiamento recorrer maioritariamente a “crédito pessoal” com 73% de respostas;



E, no que diz respeito ao montante global de investimento financiado, este situou-se “menos de 30%” com cerca de 40% dos promotores a escolher esta opção, seguida da opção “31-50%”, com cerca de 37% de respostas.



Daqui se conclui que sem o subsídio conseguido através da medida de incentivo, seria muito mais difícil de concretizar o projecto.

Após a revisão do enquadramento teórico e contrastando o mesmo com os objectivos do incentivo analisado no presente trabalho, percebe-se que o termo "empreendedorismo" é actualmente utilizado de forma muito lata e generalista. Isto significa que em termos teóricos e de base de entendimento comum às várias abordagens existentes, a definição de empreendedorismo implica sempre a componente de inovação, associada invariavelmente a um crescimento económico. Ora, assim sendo, e observando os objectivos dos incentivos, percebe-se que neste contexto, a questão da inovação não assume essa mesma relevância, é basicamente, desde que seja criada uma nova empresa, isso significa que estamos perante uma situação de empreendedorismo.

Possivelmente a componente inovação de cada projecto poderá ter maior ou menos pontuação na atribuição do incentivo, no entanto, esse sistema de critérios de avaliação não é do conhecimento dos promotores aquando a elaboração e submissão de candidatura e, muito menos, do público em geral.

Na análise do questionário e com base nos resultados obtidos no GEM Açores 2012, é fácil compreender as dificuldades que muitas das empresas enfrentam nos primeiros anos de vida e em alguns casos, são mesmo dificuldades permanentes. Desde logo, a preparação dos seus promotores para o negócio a criar, muitas vezes diminuta ou mesmo inexistente, aliada a uma possível desadequação de formação académica ou insuficientes qualificações profissionais em determinada área de negócio.

No caso da amostra estudada, os promotores maioritariamente possuíam habilitações superiores, o que não significa necessariamente que detenham as competências e conhecimentos necessários para o desenvolvimento do projecto apresentado, no que se refere à área de actividade do mesmo.

Um dos aspectos mais importantes de analisar é o mercado a que o negócio se dirige, maioritariamente, nacional ou apenas regional. Este factor parece-nos ser mesmo a maior entrave a uma das componentes do empreendedorismo que procura sempre promover o crescimento económico de uma região ou país. Naturalmente que a satisfação do mercado local é importante, no entanto, e devido à reduzida dimensão da região autónoma dos açores e da sua própria localização geográfica, as ilhas açorianas, enfrentam desafios muito exigentes que se revelam, a médio e longo prazo, determinantes na continuidade e estabilidade das empresas locais. Assim sendo, é cada vez mais primordial, privilegiar e desenvolver projectos que possam ter a capacidade de se tornarem globais, atingindo um público-alvo abrangente e universal.

5.2 – Recomendações para futuras pesquisas

A informação obtida através dos dados recolhidos, e as limitações do presente estudo, permitem e até incentivam à continuação desta investigação. Neste sentido podem ser feitas as seguintes propostas de investigação futura:

- Aumentar a amostra de estudo, procurando obter mais contactos dos promotores responsáveis pelos projectos que obtiveram a sua candidatura aprovada no âmbito do programa de incentivo;
- Aplicar uma metodologia de investigação diferente, passando por exemplo, para o método de entrevista individual, procurando compreender de forma mais aprofundada as motivações pessoais e de negócio dos promotores, assim como, os constrangimentos encontrados no processo de criação da empresa;
- Aperfeiçoar o modelo conceptual proposto, com base nos resultados obtidos, nomeadamente explorando mais em pormenor os relacionamentos a experiência profissional dos promotores e/ou as suas habilitações vs. o tipo de atividade implementada na criação da nova empresa.

- Procurar explorar as áreas de actividade dos projectos apoiados, tentando por um lado avaliar as possíveis diferenças existentes entre empresas de áreas de negócio diversas, assim como, o tipo de produto e/ou serviço que oferecem e mercados onde actuam e, por outro, compreender quais as áreas de negócio e/ou mercado com maior potencial de crescimento e consequente, maior sucesso empresarial.

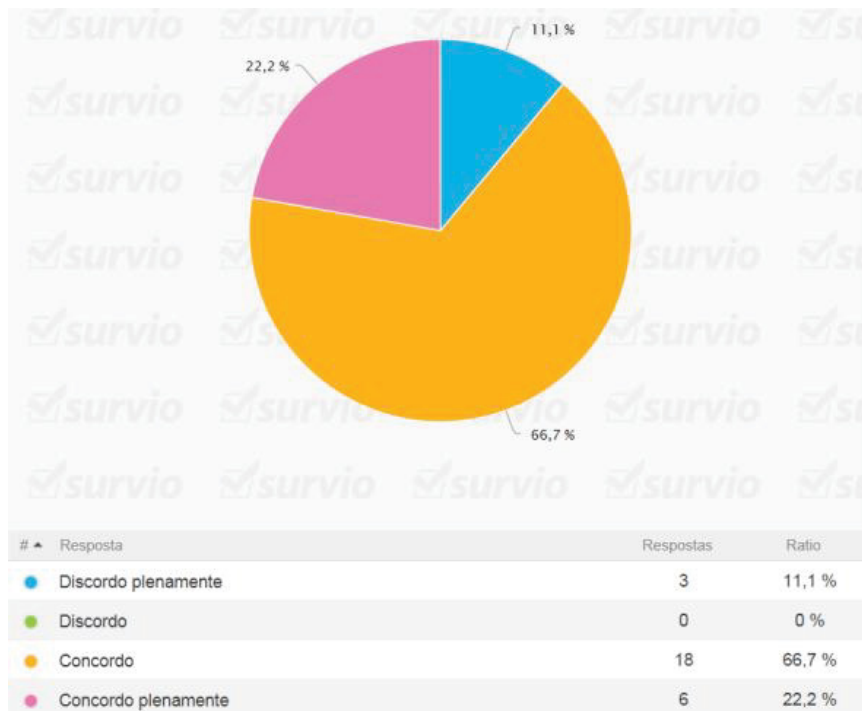
5.3 – Sugestões de melhoria no processo de candidatura ao EJ

No presente trabalho, foi analisado o programa de incentivo ao empreendedorismo n RAA - EJ - dirigido essencialmente a jovens, como o próprio nome indica, mas que permite que os projectos possuam promotores de outras faixas etárias.

O questionário utilizado na recolha de informação acerca dos promotores candidatos a este programa de incentivo incluía na sua parte final, um conjunto de questões acerca do processo de candidatura no sentido de compreender a perspectiva do lado de quem se candidata, nomeadamente, aspectos que podiam ser melhorados.

Nesse sentido, as sugestões de melhoria são aqui referidas, com vista à potenciação dos recursos envolvidos, nomeadamente monetários, tendo como objectivo último, a implementação de projectos dotados verdadeiramente de características empreendedoras, capazes de vingar em qualquer mercado e conducentes a um maior crescimento da economia.

Quando questionados acerca da possibilidade de existir um momento de entrevista, onde os promotores seriam convidados a falar sobre o seu projecto, a maioria dos promotores concorda com a introdução desta fase no processo de candidatura.



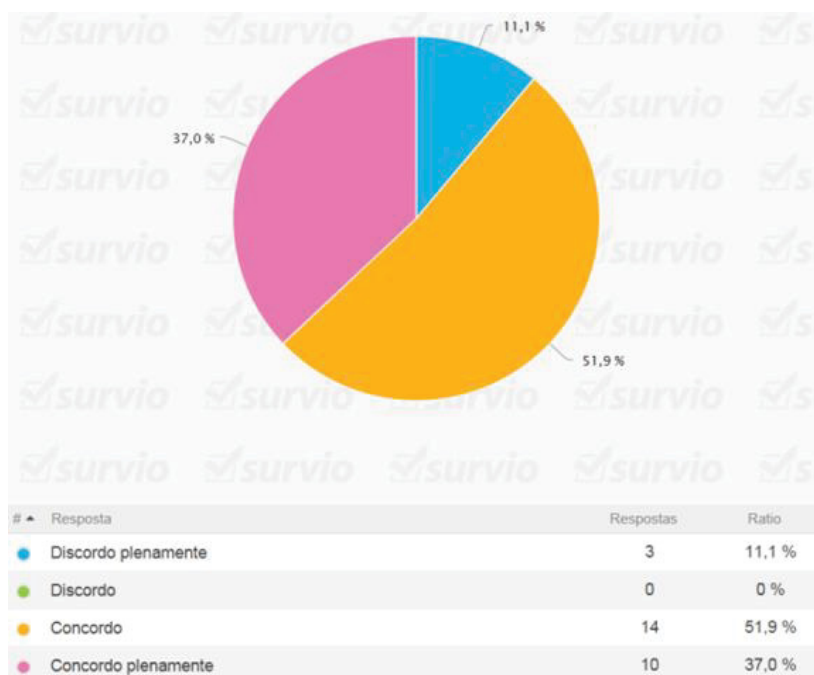
Poderia ser de facto interessante, proporcionar um momento do género, entrevista ou apresentação, onde os promotores pudessem falar sobre objectivos e âmbito geral dos seus projectos e no mesmo momento, os técnicos que analisam as candidaturas poderiam tirar dúvidas existentes, decorrentes da análise das mesmas.

A inclusão deste momento poderia constituir-se como bastante benéfico (em termos de eficiência na análise e aprovação das candidaturas) para ambas as partes, bem como, tornar-se mais um critério de avaliação na candidatura do projecto.

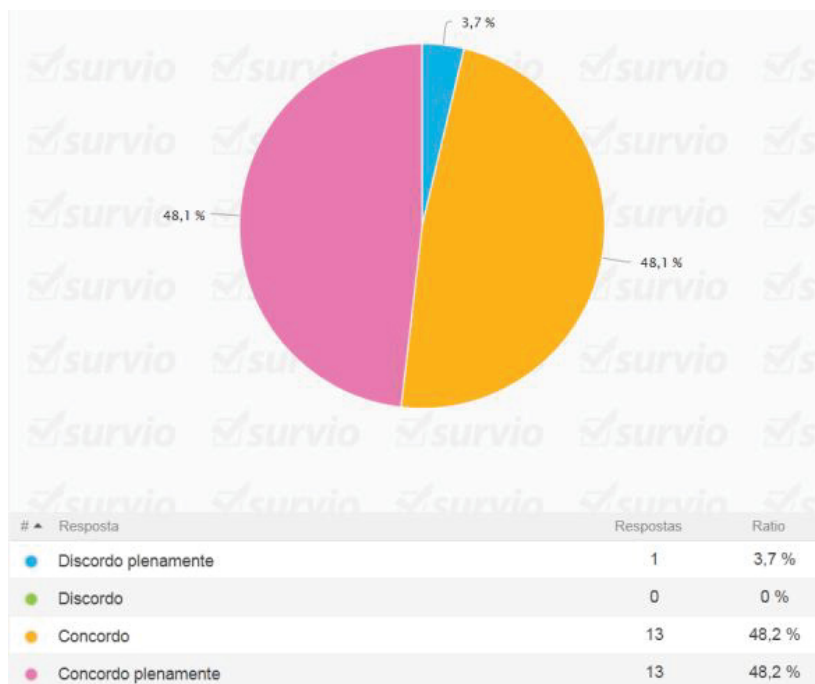
Permitia para além disso, que os promotores se deparassem com algumas situações que poderiam não ter considerado, dando até hipótese de reverem algum aspecto do projecto que poderia estar menos bem estruturado ou sequer considerado.

Aqui seria também muito fácil perceber o tipo de envolvimento e conhecimento que cada promotor tem com o projecto em causa, antevendo desde logo, alguma necessidade de aquisição de competências, qualificações e, inclusive, algum reforço em termos de recursos humanos, da equipa de projecto.

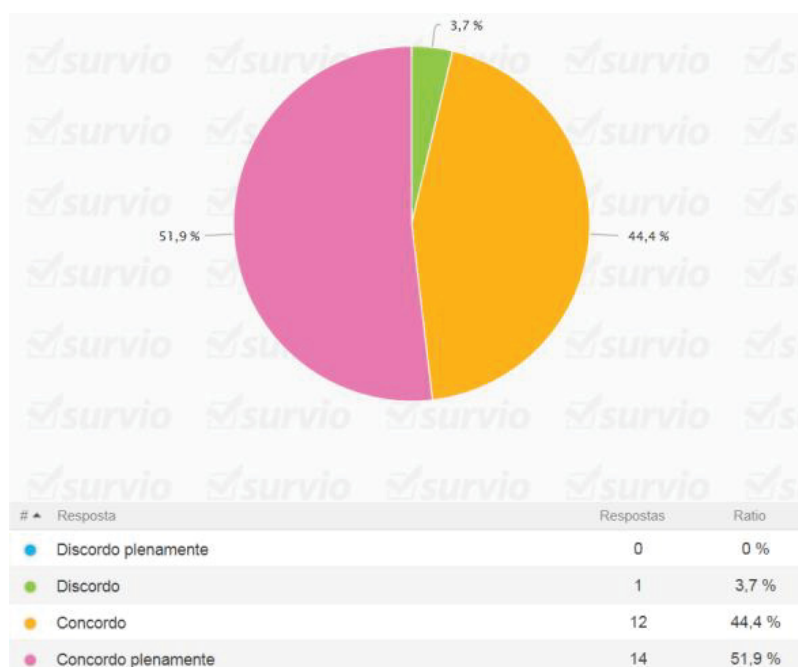
A questão acerca da possibilidade de atribuição de um “gestor de projecto” foi unanimemente bem recebida, provavelmente e, com base nas respostas obtidas em questões anteriores, devido ao facto dos promotores sentirem que receberam pouco acompanhamento por parte da entidade gestora do incentivo. Nessa medida, o facto de terem alguém disponível e que conhece o seu projecto, transmite uma maior confiança e abertura para tirar dúvidas e aceitar sugestões.



No que concerne à fase inicial de projecto e aos custos envolvidos desde logo, os promotores consideram que poderia ser interessante, dispor de uma “bolsa” que os ajudasse nas despesas iniciais como o apoio na elaboração de projectos e documentação necessários para a apresentação de candidatura. Visto que algumas destas rubricas, nomeadamente, a elaboração do plano de negócios, os projectos de arquitectura (em alguns projectos) entre outras possíveis, são elegíveis como despesas de investimento, esta bolsa, funcionaria como um adiantamento do valor a conceder ao projecto.



Ao falar de critérios de avaliação e do seu conhecimento prévio, a maioria dos promotores considera que seria importante deterem esta informação na sua fase de candidatura.



Bibliografia

Baumol, W. J. (1986). *Entrepreneurship and a century of growth. Journal of Business Venturing*, vol. 1, no. 2, p. 141-145.

Couto, G., Faias, C., Borges, C., Machado, C., Crispim, J., Banha, J.L., et al. (2010). *Empreendedorismo, Gestão e Espírito Empresarial*. Coingra, Lda.

Chiavenato, I. (2006). *Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor*. São Paulo: Ed. Saraiva.

Degen, R. J. (1989). *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill.

Dornelas, J. A. (2005). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios*. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier.

Druker, P. (1986). *Inovação e Espírito Empreendedor*, Editora Pioneira, 2ª edição.

Drucker, P. (1970). *Entrepreneurship in Business Enterprise, Journal of Business Policy*, vol 1.

Fayolle, A., Kyro, P, Ulijn, J. (2005). *Entrepreneurship Research in Europe – Outcomes and Perspectives*. Edward Elgar Publishing Inc.

Ferreira, M. P., Santos, J. C. e Serra, F. R. (2008). *Ser empreendedor. Pensar, Criar e Moldar a sua empresa*. Lisboa: edições Sílabo.

Gaspar, F. (2009). *O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa: Sílabo.

Gerber, M. E. (1996). *O mito do empreendedor: como fazer de seu empreendimento um negócio bem-sucedido*. São Paulo: Saraiva.

Gerber, M. E. (2004). *Empreender fazendo a diferença*. São Paulo: Fundamento Educaional.

- Gonthier, A. (2010). Empreendedorismo, Editora Atlas: S. Paulo.
- Gupta, P. (2008). Inovação Empresarial no século XXI, Vida Económica.
- Hisrich, R. D. & Peters, M. P. (2004). Empreendedorismo. 5ª Edição. Porto Alegre: Bookman.
- Lee, S. Y., Florida, R., Zoltan, J. A. C. S. (2004). *Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. Regional Studies*, vol. 38, nº. 8, p. 879-891.
- Lowery, Y. (2003). *The Entrepreneur and Entrepreneurship: A Neoclassical Approach*.
- Mariotti, S. (2009). *Entrepreneurship: Owning Your Future. Prentice Hall*.
- Mariotti, S. & Glackdin, C. (2010). *Entrepreneurship and Small Business Management. Prentice Hall*.
- Mariotti, S. & Glackdin, C. (2011). *Entrepreneurship: Starting and Operating a Small Business. Prentice Hall*.
- Porter, M. E. (1996). *Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 7ª Edição. Rio de Janeiro: Campus*.
- Sarkar, S. (2007), *Empreendedorismo e Inovação, Lisboa, Portugal: Escolar Editora*.
- Schoar, A. & Lerner, J., (editors) *International Differences in Entrepreneurship (2010)*. Klapper, L., Amit, R., Guillén, M.F. (authors), *chapter: Entrepreneurship and Firm Formation across Countries. University of Chicago Press*.
- Shepherd, D. A. & Wiklund, J. (2005). *Entrepreneurial Small Business – A Resource-Based Perspective. Edward Edgar Publishing Inc*.
- Schumpeter, J. A (1992) *Teoria do Desenvolvimento Económico 2ª. Edição: Rio de Janeiro*.

Silva, A.S. & Pinto, J.M. (orgs.) (2003). Metodologia das Ciências Sociais. Porto: Edições Afrontamento.

Spinelli, S., Adams, R., Timmons, J.A. (2015). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century 10th Revised edition* Publisher: McGraw-Hill Higher Education.

Estudos, Teses e outros documentos consultados

Caetano, A. & Santos, S.C. (2014). Journal of Entrepreneurship: Entrepreneurship Selection Methodology for Entrepreneurship Promotion Programmes. Sage Publications.

Global Entrepreneurship Monitor (Acs, et al., 2008).

Global Entrepreneurship Monitor Açores 2010 e 2012. Estudo sobre o empreendedorismo.

Mata, J., & Machado, J. A. F. (1996). Firm start-up size: A conditional quantile approach. *European Economic Review*, 40(6), 1305-1323.

Mata, J., & Portugal, P. (1994). Life duration of new firms. *The Journal of Industrial Economics*, 227-245.

Mata, J., Portugal, P., & Guimarães, P. (1995). The survival of new plants: Start-up conditions and post-entry evolution. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 459-481.

Monteiro, R. & Paixão, M. (2014). Dinâmicas de Crescimento Empresarial e de Criação de Emprego.

Plano Estratégico para o Fomento do Empreendedorismo na Região Autónoma dos Açores 2013-2016.

Sarmiento, E., & Nunes, A. (2010). Business creation in Portugal: comparison between the world bank data and quadros de pesoal. GEE papers. Lisboa, Portugal. ISSN, 1647-6212.

Slevin, D. P., & Covin, J. G. (1997). Time, growth, complexity, and transitions: Entrepreneurial challenges for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22, 53-68.

Conteúdos pesquisados na internet

http://archive.treasury.gov.au/documents/1352/PDF/02_Entrepreneurship.pdf (acedido a 10 de Agosto de 2015)

http://www.cheaprevolution.com/the_cheap_revolution/2007/11/top-20-entrepre.html?partner=rss (acedido a 17 de Agosto de 2015)

<http://cdp.portodigital.pt/empreendedorismo/uma-alternativa-laboral/caracteristicas-commumente-associadas-ao-empendedor> (acedido a 17 de Agosto de 2015)

ANEXOS

Anexo A – Questionário