

“O PAPEL DOS *BUSINESS INNOVATION CENTERS* NA PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO: UM ESTUDO EM PORTUGAL CONTINENTAL”

Boguslawa Maria Barszczak Sardina

Luísa Margarida Cagica Carvalho

Instituto Politécnico de Setúbal

RESUMEN

Los Business Innovation Centers (BIC) constituyen un modelo de apoyo a la creación de empresas y a la innovación que está en vigor en toda la Unión Europea. La creación de empresas está fuertemente ligada al entrepreneurship que es, por su parte, un factor fundamental para el desarrollo económico de las naciones. Este trabajo, a través de un estudio efectuado en los 6 BIC existentes en Portugal Continental, pretende identificar la contribución de estos organismos a la creación de empleo, y establece una correlación entre el tipo de oferta formativa realizada y su contribución para sus objetivos estratégicos. Se identifican también algunas buenas prácticas evidenciadas en algunos BIC, así como un conjunto de estrategias de actuación en su campo de acción.

Palabras-clave: Entrepreneurship; BIC, formación; creación de empresas

ABSTRACT

The objective of Business Innovation Centers (BIC) is to support the formation of the companies and hold up the innovation capacities of existing and new companies. The national centers are inking to the e European Network of Business Innovation Centers. The entrepreneurship is strongly connected with economic growth. The goal of this paper is: troughs the analyses of 6 existing Portuguese BICs identify their contribute for the companies formation and for the job creations related to the available learning programs. We also intend to identify the good practices and strategies used by BICs in order to achieve their strategic objectives.

Key words: Entrepreneurship, BIC, learning, company's formation.

1. NOTA INTRODUTÓRIA

A promoção do empreendedorismo é um factor estratégico para as economias, decorrente da sua capacidade para gerar riqueza e emprego.

Este trabalho pretende estudar o contributo dos BIC de Portugal continental para a criação de empresas e para inovação, e ainda analisar a oferta formativa disponibilizada pelos BIC e seu contributo para a criação de empresas e para a inovação.

Para alcançar os objectivos propostos, recorreu-se a uma metodologia de estudo de caso, tendo sido entrevistados responsáveis técnicos dos 6 BIC existentes em Portugal continental no ano de 2005, e ainda, um conjunto de empresas apoiadas por esses BIC.

I. EMPREENDEDORISMO E CRIAÇÃO DE EMPRESAS

Empreendedorismo e crescimento económico são considerados hoje irmãos de armas. A percepção da importância do empreendedorismo para a criação de riqueza nas economias modernas tem sido apontada pelos políticos como uma mais valia (Comissão Europeia, 2003) e confirmada por alguns estudos académicos (Acs, 1996; Acs e Armigton, 2003; Audretsch e Fritsch, 2002; Bosma e Nieuwenhuijsen, 2000; Carree e Thurik, 1998). Em paralelo o seu contributo para a criação de emprego e para a coesão social das regiões são reconhecidos pelo Livro verde para o Espírito Empresarial na Europa (2003).

O empreendedorismo, enquanto área de investigação, é ainda recente. A juventude do tema e a sua multidisciplinaridade, com contributos recolhidos de áreas que vão desde a economia, a psicologia, a sociologia às áreas mais instrumentais como as finanças e o marketing, produziram um conjunto de definições do termo empreendedorismo que nem sempre são coincidentes e consensuais. Para Schumpeter (1934), empreendedorismo sobrepõe-se com inovação, tendo o empreendedor um papel fulcral no processo denominado de destruição criadora. Para McClelland (1961) o termo relaciona-se também com a figura do empreendedor, considerando-se que cada indivíduo possui um conjunto de características genéticas que o predispõem a ser empreendedor. Esta visão foi criticada por outros autores, que defendem não se nascer empreendedor, havendo uma influência decisiva do meio sobre a propensão para o indivíduo ser empreendedor.

Para Gartner (1989) o foco está não na figura do empreendedor mas sim na sua acção, isto é, no processo de criação de empresas.

A oportunidade é outro assunto referenciado em definições, de empreendedorismo, na década de setenta Kirzner (1973) alerta para um conjunto de pessoas que conseguem identificar oportunidades, persegui-las e obter lucros. Na década de noventa Shane e Venkataramann (2000) a importância da exploração de oportunidades.

Muitas outras definições de empreendedorismo e de empreendedor poderiam ser inventariadas, contudo não é esse o objectivo deste trabalho, por essa razão identificamos algumas das que nos parecem mais determinantes para a evolução deste conceito enquanto área de investigação.

O trabalho desenvolvido ao longo deste ensaio, tenta de alguma forma conciliar duas visões algo antagónicas de empreendedorismo, a de Schumpeter de associação de empreendedorismo a inovação, isto é assumir, que a missão dos BIC não se limita à criação de empresas indiferenciadamente, mas sim à criação de empresas inovadoras, o que pressupõe uma noção de produtos ou serviços novos, pelo menos para um mercado e com aceitação pelo mercado, introduzindo-se uma noção de sustentabilidade, associada à noção de inovação. Porém, o trabalho de campo nem sempre nos forneceu todas as pistas e características que permitissem caracterizar as empresas como inovadoras ou não inovadoras, por esse motivo para efeitos empíricos a noção de Gartner de criação de empresas, tornou-se num indicador objectivo e fácil de recolher, sobretudo porque este estudo tem uma duração limitada o que não permite recolher dados sobre as mesmas empresas em diversos períodos fazendo o *follow up* essencial a uma caracterização consistente das empresas.

II. METODOLOGIA

Este trabalho seguiu uma metodologia de estudo de caso. Realizaram-se diversos estudos de caso entre Janeiro e Junho de 2005, nos 6 Business Innovation Centers existentes em Portugal Continental.

Foram realizadas entrevistas semidirigidas a 9 empresas criadas com apoio dos 6 BIC e 6 entrevistas aos respectivos responsáveis técnicos de cada um dos BIC. (Guião em anexo)

III. ESTUDOS DE CASO: OS BUSINESS INOVATION CENTERS EM PORTUGAL CONTINENTAL CRIAÇÃO DE EMPREGO E OFERTA FORMATIVA

O conceito de BIC foi desenvolvido no início dos anos oitenta pela Comissão Europeia (DGXVI) como instrumento de Política Regional, cujo principal objectivo é a promoção do desenvolvimento regional.

Os BIC's – "*Business Innovation Centre*" representam um modelo de apoio à criação de empresas e à inovação que vigora em toda a União Europeia. São coordenados por EBN (*European Business Network*), existindo actualmente cerca de 160 BIC de 21 países para além de 70 organizações associados com objectivos idênticos.

Os BIC's tem como objectivo apoiar ideias inovadoras e promovem o desenvolvimento das PME'S. A sua principal tarefa é a de criarem novas gerações de PME's inovadoras e de modernizarem as PME's já existentes. Como consultores, aconselham as empresas na qualidade de "*risk-advisers*", tendo um papel fundamental nas regiões mais desfavorecidas.

A missão dos BIC's é a de contribuir para o reforço do tecido empresarial e para a qualificação do emprego na sua região de actuação através do fomento e apoio à criação e ao desenvolvimento sustentado de empresas inovadoras e/ou de base tecnológica.

Actuando no espaço regional é da sua responsabilidade garantir um leque de serviços para as empresas e investidores, assim como, outras entidades de desenvolvimento local, permitindo a modernização das suas estruturas ou do seu negócio.

Os BIC's são centros de inovação regional com o objectivo de promoção do desenvolvimento económico regional. Para tal, devem garantir todas actividades e serviços necessários para a criação de empresas, e para o apoio à inovação e internacionalização de empresas existentes. Em Portugal, no ano de 2004¹, faziam oficialmente parte da EBN oito BICs (Ideias & Negócios, 2004) localizados em: Braga - Oficina de Inovação; Porto - NET; Covilhã - CIEBI; Santarém - DET; Lisboa - CPIN; Setúbal - CEISET; Algarve - CPINAL e Funchal - CEIM. O BIC de Setúbal entrou em processo de liquidação em 2005, prevendo-se o seu encerramento a breve trecho; o BIC de Santarém² perdeu a marca europeia BIC.

Caracterizando os BIC's atendendo à oferta formativa (que em muitos casos são um conjunto de serviços oferecidos, que podem ir desde o apoio à elaboração do plano de negócio até à incubação e acompanhamento das empresas nos 3

¹ Foram inventariados outros três BICs, que entretanto encerraram ou se transformaram em associações empresariais, perdendo a marca BIC, localizados em Évora (CIEA), Viseu (NIT) e em Lisboa (AITEC).

² Esta informação foi recolhida através de contactos efectuados com outros BICs, pois tendo sido tentado o contacto com o DET através de diversas formas, e, várias vezes, as tentativas resultaram infrutíferas.

primeiros anos de vida), pretende-se identificar os seus pontos fortes e fracos, as melhores práticas que garantam sucesso na prossecução dos seus objectivos.

De todos os BICs analisados podemos concluir que o funcionamento dos mesmos apresenta algumas diferenças. A envolvente influencia bastante o seu funcionamento, temos os exemplos do CEISET, do CIEBI e do DET situados em zonas mais deprimidas e com maiores taxas de desemprego.

O posicionamento de CPINAL com a sua sede em Olhão (Algarve - Portugal), perto da fronteira com a Espanha, abrange todo o Algarve e também a província andaluza de Huelva sendo o primeiro BIC transfronteiriço de toda a União Europeia o que constitui uma vantagem competitiva muito importante criando-lhe novas oportunidades. As relações transfronteiriças também são decisivas para o BIC situado na Covilhã (CIEBI) embora não exista uma ligação institucional tão acentuada.

O envolvimento dos dirigentes dos respectivos BICs parece ser um dos factores do seu sucesso. Alguns BICs funcionam mais como agências de desenvolvimento local (CEISET e DET) outros têm maior vocação para apoiar a criação de empresas nas áreas de novas tecnologias (NET e CPIN). Estes últimos normalmente caracterizam-se pela grande proximidade às instituições de ensino superior usufruindo dos apoios e sinergias resultantes de uma infraestrutura tecnológica, fundada numa base de saber e de actuação bastante alargadas, afirmando-se como o instrumento privilegiado para a valorização dos resultados de investigação industrialmente orientada.

O CIEBI da Covilhã e a OI de Braga assim como CPINAL do Algarve intervêm nas duas vertentes, ou seja, tanto apoiam a criação de empresas nas áreas tradicionais como as empresas mais inovadoras. Estes três BICs possuem também uma ligação privilegiada com as universidades da região.

A flexibilidade de apoio diferenciado dos BIC's, exemplos dados pelo NET e pelo CPINAL, foram considerados pelos seus responsáveis como um dos seus pontos fortes.

Nas suas acções de formação os BICs têm apoiado bastante as empresas através de cursos de formação e da criação de competências nas várias áreas de gestão (finanças, motivação, gestão de recursos humanos etc.) Foi referido como um factor bastante positivo a criação de redes e a experiência e redes de contactos fornecidos pelos consultores e formadores (CPINAL) para apoiar a criação de empresas, assim como, o apoio *after care*.

Uma estrutura mais leve pode ser uma solução para os problemas financeiros que muitos dos BICs estão a enfrentar. O aspecto de dependência financeira e a falta de continuação de alguns programas comunitários que apoiavam a criação de empresas, bem como, a dependência de políticas regionais são as maiores fragilidades de algumas deste tipo de instituições. Estes foram os problemas que originaram o fecho do CEISET que foi um dos mais activos BICs de Portugal com 129 empresas apoiadas e durante 18 anos de actividade.

Os BICs que dispõem de uma Incubadora, o caso do CEISET, do NET e do CIEBI (inaugurada em Julho de 2005) conseguem melhores resultados principalmente relativamente ao sucesso das empresas apoiadas por estas estruturas.

A proximidade com os empresários, que assume mesmo um cariz de carácter pessoal, é um factor de muita importância na criação de capital social, assente em redes de conhecimentos, muitas vezes de baseadas em relações informais.

As dificuldades financeiras e a multiplicidade de perfis de actuação de alguns BICs (CPINAL) pode dificultar a definição de uma estratégia de longo prazo, afastando-os dos seus objectivos fundamentais.

Analisando as características dos indivíduos que procuram o apoio dos BIC, através da realização de entrevistas semidirigidas, chegou-se à conclusão que existem dois grupos distintos: O primeiro grupo caracteriza-se, na sua maioria, por conter pessoas desempregadas, com idades entre os 25 -35 anos, com capacidade para identificar oportunidades e muitos possuem cursos superiores.

Um outro grupo, são o dos desempregados pouco qualificados ou de grupos em risco de exclusão social, os quais encontram em alguns BICs programas específicos de reinserção social. Em regra, os BICs que oferecem estes programas, actuam quase como agências de desenvolvimento local.

Nos BICs mais vocacionados para as novas tecnologias encontram-se principalmente os alunos finalistas ou recém-licenciados do ensino superior que procuram uma oportunidade de negócio, ou ainda técnicos superiores com experiência profissional que após ganharem experiência no mercado de trabalho têm como principal motivação criarem a sua empresa e a sua realização profissional

IV. ANÁLISE GLOBAL DA OFERTA FORMATIVA E CRIAÇÃO DE EMPRESAS NOS BIC DE PORTUGAL CONTINENTAL

No que respeita à formação promovida pelos BIC, cabe analisar as várias dimensões em que esta se processa, uma vez que os resultados dependem de um conjunto de acções que ultrapassam a formação clássica.

Nomeadamente, a selecção dos promotores e instrumentos utilizados para determinar a sua motivação para criar uma empresa, a existência de incubadora, o tipo de formação promovida (integrada em programa clássico formal ou apoio consoante as necessidades específicas das empresas – de acompanhamento) e o apoio *after care* nos três primeiros anos. As dimensões da formação são apresentadas no quadro 1.

Quadro 1 – Dimensões da Formação – O caso BIC³

BIC	Seleção	Formação Clássica	Formação de acompanhamento	Incubadora	Apoio <i>after care</i>
CIEBI-Covilhã	Sim	Sim	Não	não	não
CPINAL- Algarve	Não	Não	Sim	não	nd
OI - Minho	Sim	Sim	Sim	sim	sim
NET - Porto	Sim	Não	Sim	sim	sim
CPIN - Lisboa	Sim	Não	Sim	sim	nd

* Não disponível

Fonte: Entrevistas a responsáveis

Para a construção do quadro acima foram considerados os aspectos essenciais verificados durante as entrevistas efectuadas.

A selecção dos candidatos é muitas vezes o aspecto crítico para a identificação de potenciais empreendedores e criação das empresas. Como se pode verificar quase todos os BICs fazem uma cuidadosa selecção dos candidatos para as suas acções de formação. Durante as entrevistas verificou-se também que existem duas formas de encarar a formação para o empreendedorismo. Enquanto alguns BICs preferem uma formação mais tradicional, com um

³ Este quadro foi preenchido recorrendo a informação fornecida através de entrevistas realizadas aos respectivos BIC

determinado número de horas de aula e com acções de formação longas, alguns preferem a realização de acções de formação mais curtas, dedicadas a aspectos específicos de gestão.

A formação de acompanhamento é um dos aspectos mais importantes para as novas empresas criadas. Quase todos os BIC's, excepto o CIEBI por não possuir incubadora, fazem acções de acompanhamento após a criação das empresas. A existência de incubadora é um dos outros factores de sucesso das novas empresas. Somente o CPINAL do Algarve não tem esse tipo de instalações. O Ciebi inaugurou a sua incubadora após a conclusão do projecto de investigação. O apoio *after-care* é bastante facilitado quando da existência de incubadoras. Verificou-se que quase sempre existe algum apoio *after-care* dedicado principalmente às empresas sediadas nas incubadoras dos BICs. Os principais resultados, ao nível da criação de empresas apresentam-se no Quadro 2.

Quadro 2 – Criação de Empresas nos BIC

	Empresas Criadas ou apoiadas na criação	Empresas Ano
DET (Santarém)	50	5,0
NET (Porto)	99	5,5
Oficina Inovação (Braga)	70	14
CPIN (Lisboa)	146	11
CPINAL (Algarve e Huelva)*	18	2
CEISET (Setúbal)	129	7,2
CEIBI (Covilhã)*	(1)	----

* - Sem incubadora

Fonte: Entrevistas a responsáveis

Os dados mostram alguma diferenciação a nível regional. Considerando os BIC com incubadora, a média de criação de empresas varia de 5/ano em Santarém e Porto até 14 em Braga, aquele que revela uma maior produtividade.

O quadro 8 apresenta uma análise por programas de formação específicos oferecidos pelos BICs do tipo de formação oferecida pelos BIC, verificando-se que na sua maioria da oferta formativa se situa no período anterior à criação da empresa, apenas um dos BIC refere dar apoio *after care*, centrando o grosso da formação em conhecimentos de ciências empresariais e elaboração do Plano de Negócios.

Quadro 3. Programas de Formação

Programa	Destinatários	Duração	Plano Negócio	Gestão Geral	Marketing	Gestão Financeira	G. Rec. Humanos	Qualidade	Inovação	Liderança	TIC	Negociação	Apoios e Incentivos	Aspectos Legais	Tutoria Plano Negócios	Apoio Técnico	Incubação	After Care	Número Formandos	Empresas Criadas
BIC – Porto	E	variável	X	X	X	X								X	X		X			
BIC – Braga	EI	variável	X	X	X	X							X	X	X	X	X	X		
BIC – Braga	D	300h	X	X	X	X				X			X	X	X				48	0

BIC – Braga	M	300h	X	X	X	X		X		X	X	X	16	Em curso
BIC – Covilhã	M	250h	X	X	X	X	X	X	X			X	20	Em curso
BIC – Covilhã	L	450h	X	X	X	X	X	X	X			X	15	3
BIC – Covilhã	PG	400h	X	X	X	X	X	X	X			X	20	Em curso
BIC – Algarve	NE		X								X	X		
BIC - Setúbal ¹	J	1600h	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	14	7
BIC – Setúbal	M	1023h	X	X	X	X	X		X	X	X	X	14	4

LEGENDA: EI- Empresas Incubadas; M- Mulheres; J- Jovens; NE – Novas Empresas; D- Desempregado; L- Licenciados à procura do 1º emprego; PG- Público em Geral

O Quadro 3 mostra as dimensões da Formação, em geral, verificando-se mais uma vez ser pouco frequente o apoio *after care*. Os programas apresentam uma duração muito variável. Nas entrevistas, algumas empresas afirmaram que programas de duração muito longos não são adequados aos empreendedores que já estão desenvolver o seu negócio, dado que, estes não têm disponibilidade para participar neste tipo de programas.

Todas as acções de formação têm como objectivo a elaboração do plano de negócios e quase todos transmitem nos seus programas alguns conhecimentos considerados essenciais para a prossecução do negócio, contendo elementos de gestão geral, de gestão financeira e de marketing.

Surpreendentemente nenhuns dos programas analisados contém qualquer item relacionado com a inovação (factor essencial para o empreendedor e critico relativamente à continuidade da empresa no mercado) assim como, com técnicas de negociação, e, são raros os exemplos de programas que referem nos seus conteúdos programáticos aspectos relacionados com a qualidade. Embora muitos dos programas ainda se encontrem a decorrer, existe um relativamente pequeno número de formandos e os resultados são fracos no que se refere ao número de empresas criadas. É difícil, no entanto, analisar o impacto total deste tipo de programas dado que muitos dos ex-formandos estão trabalhar nas empresas de outros e o seu relativo sucesso poderá também estar relacionado com os conhecimentos adquiridos durante as acções de formação dos BIC, sendo a rede de contactos e a criação de capital social um factor essencial ao sucesso.

V. DIAGNÓSTICO DO PAPEL DOS BICS NA CRIAÇÃO DE EMPRESAS: O QUE OS ESTUDOS DE CASO DAS EMPRESAS NOS MOSTRARAM?

Através das entrevistas foi também possível caracterizar as empresas que foram apoiadas pelos BIC's de Portugal Continental, permitiu a caracterização dos empresários e a determinação das suas motivações para a criação do negócio. O quadro 5 tenta sintetizar essa realidade.

Quadro 4. Características das Empresas e Promotores dos Estudos de Caso do BIC

Caso	Criação	Actividade	Promotores					
			numero	Ligações	criação outras empresas	qualificações	Experiência profissional	motivos de criação
BIC1	1998	Passeios de barco e observação de golfinhos	2	Colegas da licenciatura	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade
BIC2	2004	Transporte de correio urgente e de encomendas	2	Casal	Empresario em nome individual	Licenciatura	Alguns anos de actividade	Exploração oportunidade
BIC3	1986	Construção de infra-estruturas eléctricas	2	Casal	Não	Ensino Básico	Alguns anos de actividade	Desemprego
BIC4	2004	Comunicações. Transição de imagens vigilância digital; multimédia e comércio eléctrico.	2	Colegas da licenciatura	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade
BIC5	2004	Comercio dos artigos académicos.	2	Casal	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade
BIC6	2003	Resoluções de Software para PME	3	colegas da licenciatura	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade
BIC7	2002	Marketing directo, E-marketing	1		Sim	Licenciatura	Varios anos de actividade	Exploração oportunidade
BIC8	2004	Prestação de serviços na área de OTL e Animação cultural	2	Irmãs	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade
BIC9	2001	Organização de eventos e animação cultural	3	Colegas da licenciatura	Não	Licenciatura	Nenhuma	Exploração oportunidade

Fonte: Estudos de Caso

A primeira observação radica no facto de 90% das empresas serem criadas por mais de uma pessoa. Apenas num caso, a empresa foi formada apenas por um sócio. No caso de equipas empreendedoras, cerca de 40% são constituídas pelo casal, sendo as restantes derivadas, sempre, de relações de amizade ou colegas de licenciatura. Quanto ao móbil que presidiu à criação das empresas, podemos identificar duas situações embora predomine a situação de exploração de oportunidade.

No que concerne à experiência prévia na criação de empresas, predominam os empreendedores noviços. Estamos perante uma nova geração de empresários. Esta nova geração é consubstanciada, não apenas nas idades dos promotores (50% dos promotores apresentavam menos de 30 anos à data da constituição), mas também nas suas qualificações formais, em que cerca de 90% dos casos os promotores possuem a licenciatura o que poderá estar relacionado com as características de funcionamento dos BIC.

Em ambos os casos, os conhecimentos técnicos, quer ao nível produtivo, quer no campo comercial, providenciam aos empreendedores as competências necessárias e a confiança para ultrapassar a inexperiência na criação de novas organizações.

No entanto, se nos casos de desemprego involuntário os empreendedores mobilizam as competências existentes no momento necessário, nos outros casos parece existir uma estratégia deliberada de desenvolvimento dessas competências para mais tarde serem mobilizadas em favor do projecto empresarial.

Se um nível elevado de capital humano está presente nos promotores das empresas, não é menos relevante a mobilização do capital social, conforme o Quadro 6.

Quadro 5– Acções de Formação e Capital Social dos Estudos de Caso dos BIC

Caso	Formação específica criação empresas	Formação frequentada	Redes mobilizadas
BIC1	Inexistente	Não frequentou	Relações pessoais
BIC2	Curso BIC	Curso de gestão e de criação das empresas	Clientes anteriores e relações pessoais
BIC3	Inexistente	Cerificação das empresas do ramo	Clientes anteriores e relações pessoais
BIC4	Inexistente	Apoios pontuais do BIC	Relações pessoais contactos adquiridos na universidade
BIC5	Curso BIC	Curso de gestão e de criação das empresas	
BIC6	Inexistente	Apoios pontuais do BIC	Relações pessoais contactos adquiridos na universidade
BIC7	Grande conhecimentos na área de gestão devida ao experiencia profissional anterior		Relações pessoais
BIC8	Curso BIC	Curso de gestão e de criação das empresas	Clientes anteriores e relações pessoais
BIC9	Inexistente	Apoios pontuais do BIC	Relações pessoais

Fonte: Estudos de Caso

Podemos identificar basicamente duas fontes essenciais. Por um lado, as relações pessoais ou de amizade facilitam o acesso a recursos importantes para a nova organização, como sejam recursos financeiros, acesso a fornecedores e clientes, ou aos meios de comunicação. Por outro lado, especialmente, nos casos em que os promotores possuem uma história organizacional, existe a transferência de alguns clientes, fulcral para eliminar a incerteza associada às fases iniciais do negócio.

Relativamente à formação prévia no que concerne à criação de empresas, apenas um terço dos promotores frequentou uma acção específica destinada à criação de empresas, tendo referido que se revelou importante pela sensibilização para o fenómeno do empreendedorismo, bem como, pelas competências adquiridas ao nível dos aspectos burocráticos de constituição de empresas e de alguns aspectos básicos de gestão. No entanto, outros comentários devem ser tecidos nos casos dos BIC, onde se verificou que os contactos (formais e informais) e os trabalhos desenvolvidos na Universidade (por exemplo, os Concursos de Ideias) foram decisivos para a criação da empresa.

Se na fase inicial da vida empresarial a frequência de programas de formação não estava presente, a necessidade de desenvolvimento da empresa, bem como, a falta de experiência profissional e/ou de gestão de uma nova organização obrigou os promotores a adquirirem outras competências relevantes, nomeadamente nas áreas comercial, marketing,

finanças, fiscalidade, negociação e liderança. Nestes casos os BIC prestaram uma importante ajuda em casos pontuais a muitos promotores.

Parece, assim, existir uma convergência de vontades, sendo as acções avaliadas como muito positivas pelos promotores, com a transferência clara de competências para as suas actividades correntes, nomeadamente ao nível do marketing, finanças, fiscalidade e liderança.

A temática das redes de negócio parece estar particularmente presente nos objectivos dos empresários, apontando alguns deles, a necessidade de se criarem mais espaços de interacção, quer entre as empresas sediadas nas incubadoras, quer com a comunidade envolvente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo evidenciou alguns aspectos fundamentais, que podem ter alguma relevância na definição do tipo de oferta formativa e sua relação com a criação de empresas:

A formação destinada à criação de empresas é muito mais abrangente do que a formação clássica em sala de aula, inclui um conjunto de conhecimentos que passam pelas redes informais de contactos, pela ajuda/apoio na detecção de oportunidades, pelo aconselhamento no período de criação do negócio e pelo apoio *after care* durante os três primeiros anos;

A aquisição de um conjunto de competências na área da gestão, ministradas por formadores qualificados e experientes parecem ser fundamentais;

O acesso a redes de conhecimento e a capital social parece ser determinante em muitos casos. Dinamizar redes informais ao longo dos programas de formação. Neste sentido, devem ser promovidos encontros junto de associações empresariais e sectoriais ou de clubes de empresários, devem ser organizadas feiras de ideias;

No âmbito das TIC's os Planos de Formação deveriam contemplar grupos diferenciados consoante os conhecimentos de cada promotor. Alguns programas de formação são demasiado standartizados não indo ao encontro das necessidades específicas de cada promotor e das características particulares dos seus negócios;

Para além da formação os programas poderiam contemplar a possibilidade de financiamento (mesmo que os valores fossem pequenos) pois muitos negócios não se concretizam pela indisponibilidade de fundos;

As conversas com os empreendedores confirmaram as dificuldades sentidas devido ao excesso de burocracia para formalizar candidaturas a fundos ou para tratar de aspectos formais;

Identificaram-se basicamente dois perfis de empreendedores:

- o empreendedor (por vocação) que aproveita a oportunidade (geralmente tem experiência profissional pretende deixar de ser trabalhador por conta de outrem ou quer abrir mais um negócio - em cadeia). Este perfil em regra tem menos dificuldades de financiamento e está mais informado, lidando melhor com os aspectos burocráticos. Este

perfil, pareceu-nos, que investirá incondicionalmente, devendo a formação ser mais voltada para as suas necessidades, características do negócio;

- o empreendedor por necessidade (por imposição), que na situação de desemprego se vê obrigado a frequentar programas de formação para a criação do seu próprio emprego, para não perder o valor do subsídio de desemprego. Este parece-nos mais desmotivado, menos preparado e revela maiores dificuldades no acesso a financiamento, quer pela ausência de capitais próprios quer pela inexistência dos contactos informais nas instituições financeiras, que não possuindo um histórico não arriscam. Este perfil, talvez necessite no seu plano de formação de alguns módulos que incentivem a motivação e de lhe serem mostrados casos de sucesso e insucesso, tentando-se aprender com casos reais. Talvez também não fosse descabido permitir um estágio/contacto durante um período com uma empresa do ramo de actividade onde estes pretendem investir. Neste caso, as incubadoras desempenham um papel importante, permitindo o acesso a um espaço e a alguns serviços durante a fase de arranque, podem minimizar o *handicap* financiamento.

A filosofia BIC é virtuosa, contudo o seu funcionamento eficaz depende da forma como a própria estrutura BIC está organizada (leve, flexível). Pois um dos principais problemas destas organizações é a sua dependência financeira (sobretudo dos fundos comunitários). A dificuldade em diversificar as fontes de capitais próprios, coloca situações de debilidade financeira, que se manifestam nalguns casos pelo encerramento.

Para finalizar, a proliferação de instituições que apoiam o empreendedorismo a nível regional e nacional e a desarticulação das suas políticas e procedimentos no prosseguimento de um objecto comum são em muitos casos factores não facilitadores do empreendedorismo, requerem mais parcerias de modo a ultrapassar a visão solitária que norteia muitos dos programas, importa reunir saberes, difundir boas práticas e aprender a trabalhar em redes cooperativas.

Bibliografía:

- Acs, Z. (1996), *Small Business and Economic Growth*, Edward Elgar
- Acs, Z. e Armigton, C. (2003), Endogeneous Growth and Entrepreneurial Activity in Cities, Center for Economic Studies, Janeiro
- Audretsch, D. e Fritsch, M. (2002), Growth regimes over time and space, *Regional Studies*, 36, 113-124
- Audretsch, D. e M. Fritsch (2002), 'Growth Regimes over Time and Space', *Regional Studies*, 36(2), 113-124
- BIC Algarve-Huelva – Centro Promotor de Inovação e de Negócios do Algarve (Relatório)
- Bosma, N. e Nieuwenhuijsen, H. (2000), Turbulence and productivity in the Netherlands, EIM, research report 9909/E
- Carree, M. e Thurik, R. (1998), Small firms and economic growth in Europe, *Atlantic Economic Journal*, 26 (2), 137-146
- Centro Promotor de Inovação e Negócios (2004) “ Breve Historial e Apresentação” Documento Policopiado
- CIEBI “Perfil de Competências Transversais de Formação do Empreendedor” Dezembro de 2003
- Comissão Europeia (2003); *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*, Bruxelas
- EBN “2004 BIC Observatory an overview of the BIC in its 20th year” 10 the March 2005 European Community Business & Innovation Centre
- Gartner, W. (1989). “Who is an entrepreneur? Is the wrong question” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13 (4), Summer, 47-68
- Kirzner, I. (1973), *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press
- McClelland, D. (1961), *The Achieving Society*, Nova Iorque, Free Press
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), The Promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226

Sites consultados

http://europa.eu.int/portugal/ap/oies/tipos_oies_bic_pt.htm

<http://www.cpin.pt/>

<http://www.bic-ah.com>

<http://www.net-sa.pt>

<http://www.det.pt>

www.ceiset.pt/

www.ebn.be/

http://europa.eu.int/comm/regional_policy/innovation/innovating/guidec_en.htm

European Commission, The guide of the European Business and Innovation Centres

http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/index.htm

ANEXO- GUIÃO PARA ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA A EMPRESAS OBJECTO DE ESTUDO DE CASO

A entrevista deve possibilitar reconstruir a história da empresa e do empresário, nomeadamente:

- ideia de negócio
- factores que presidiram à criação da empresa
- avaliação competências da equipa fundadora
- papel dos programas de formação/ estruturas de acolhimento no desenvolvimento da empresa
- papel das redes pessoais e locais

De forma a se alcançarem tais desideratos, sugerem-se as seguintes questões.

1. Porquê a opção pela criação de uma empresa?
2. O núcleo mais restrito de relações possui alguma tradição na criação de empresas? Se sim, explorar actividades, interligações.
3. No caso de a empresa ter na sua base mais de um sócio, explorar a suas ligações (escolares, profissionais, familiares)
4. Qual o percurso escolar e profissional da equipa fundadora. Tentar avaliar as competências (gestão, técnicas, conhecimento negócio) e redes desenvolvidas (comerciais, investidores, entidades públicas, outras) ao longo desse(s) períodos.
5. O que a(o) motivou a inscrever-se no Plano de Formação/CACE/Incubação?
6. Que balanço faz desse plano de formação/estada no CACE ou Incubadora? Avaliar as principais áreas de intervenção e indagar de possíveis sugestões para os planos de formação/actuação das entidades acolhedoras.
7. Que, quando e qual o negócio da empresa criada?
8. Como surgiu a ideia do negócio?
9. Que dificuldades enfrentou na fase inicial?
10. Que pessoas foram mobilizadas nesta fase inicial?
11. Como foi a fase de desenvolvimento da empresa? Cresceu ou não em termos de vendas e empregados (tentar perceber se a actuação é local, regional, nacional ou internacional), estava planeado, que dificuldades sentiu, a que parceiros recorreu.
12. Que expectativas tem relativamente ao futuro?
13. Como caracteriza o mercado local? Analisar as percepções sobre a procura, o nível de rendimento, parceiros e redes locais, actuação das estruturas de apoio, públicas e privadas, o dinamismo no surgimento de novas oportunidades de negócio.
14. Que sugestões faria, dada a experiência no terreno, para programas de formação/medidas de apoio. Tentar perceber se deveriam ser diferentes e como, na fase de constituição e de desenvolvimento da empresa.
15. Que competências considera fundamentais na criação de empresas.

No caso das empresas de insucesso ou que não concretizaram a criação da empresa, tentar perceber o porquê da situação.