



UNIVERSIDADE AUTÓNOMA DE LISBOA

**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS E
TECNOLÓGICAS**

MESTRADO EM GESTÃO DE EMPRESAS

ESPECIALIDADE EM PLANEAMENTO E ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

**“EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA
DE DESENVOLVIMENTO LOCAL:
O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”**

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Gestão de Empresas, especialidade em
Planeamento e Estratégia Empresarial

Autor: Andreia Sofia Duarte Costa

Orientador: Professora Doutora Ana Quaresma

Lisboa, Outubro de 2013

*A presente Dissertação foi redigida segundo as normas do antigo
Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.*

**EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA
DE DESENVOLVIMENTO LOCAL:
O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”**

DEDICATÓRIA

Aos meus Avós.

AGRADECIMENTOS

Como pilar das grandes realizações pessoais, e a par com um considerável esforço próprio, encontram-se um elevado número de indivíduos. No presente caso, considero a valia dos mesmos de tal forma que, sem estes, seria mais árduo, penoso e conturbado, todo o meu caminho académico.

Fazer a menção a cada um destes elementos, surge como uma homenagem sentida, que se traduz num agradecimento sincero a todos aqueles que ao longo dos últimos anos me ajudaram e apoiaram na grande aventura do conhecimento. Deste modo, agradeço:

À família, por todo o apoio. Sem vocês *nada* teria sido possível. Ser-vos-ei eternamente grata.

Aos amigos, pelo apoio e força (que muitas vezes teimava em fraquejar). Vocês sabem o quanto vos estimo e admiro. Obrigada por cada palavra de ânimo.

Ao Director da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, Dr. Marco Fernandes, pela atenção e tempo despendidos.

Aos funcionários da Biblioteca da Universidade Autónoma de Lisboa, pela ajuda na pesquisa bibliográfica.

O agradecimento especial dirige-se à Professora Doutora Ana Quaresma, pela constante disponibilidade em ajudar, assim como pela orientação séria e meticulosa do meu trabalho. Muito Obrigada, Professora!

RESUMO

A competitividade sustentada dos Municípios pode ser potenciada pelas Autarquias locais, através da promoção de modelos baseados no cruzamento da doutrina do empreendedorismo, com políticas públicas responsáveis. A “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” surge como um *role model* da relação favorável que pode ser estabelecida entre a disciplina do empreendedorismo e a aposta no desenvolvimento local. O “Ecossistema Empreendedor” do Município de Cascais centra a sua missão na promoção do espírito empreendedor, em geral, assim como pretende promover o crescimento de empresas sedeadas no “Concelho de Cascais”. A presente investigação centra-se na análise do potencial de eficácia de uma estratégia focada no empreendedorismo, como exemplo positivo do novo paradigma de acção/actuação das Autarquias. Promovendo à optimização e valorização das mais-valias locais, com vista à estruturação de um território potencialmente mais competitivo, o modelo “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor” promoveu a criação de cento e sessenta e uma empresas, que de forma directa contribuem de positiva para o desenvolvimento económico regional.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo, Desenvolvimento local, Ecossistema Empreendedor, Novas atitudes.

ABSTRACT

The sustained competitiveness of municipalities can be enhanced by Local Authorities, through the promotion of models based on the intersection of the doctrine of entrepreneurship, with responsible public policies. The “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” emerges as a positive *role model* of the relationship that can be established between the discipline of entrepreneurship and investing in local development. The "Entrepreneurial Ecosystem" of the Municipality of Cascais focuses its mission in promoting entrepreneurship in general, and aims at promoting the growth of companies based in the “Concelho de Cascais”. This research focuses on the analysis of the potential effectiveness of a strategy focused on entrepreneurship, as a positive example of the new paradigm of action/activities of local authorities. Promoting the optimization and upgrading of the local assets with a view to structuring a territory potentially more competitive, the model "Ecossistema Empreendedor "of "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" promoted the creation of one hundred sixty-one companies that directly contribute positively to regional economic development.

KEYWORDS: Entrepreneurship, Local Development, Entrepreneur Ecosystem, New Attitudes.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	13
1.ESCOLHA E JUSTIFICAÇÃO DO TEMA	13
2. OBJETIVOS E QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO	14
3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	15
CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
	16
1.1. DESENVOLVIMENTO LOCAL	
1.1.1.TERRITÓRIOS	16
1.1.2 O NOVO PAPEL DAS AUTARQUIAS	16
1.2. EMPREENDEDORISMO	22
1.2.1 EVOLUÇÃO DO CONCEITO	22
1.2.2 EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO E SOCIAL	25
1.2.3. ECOSISTEMA EMPREENDEDOR	26
1.3. VETORES ESTRATÉGICOS A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO	28
1.3.1. CAPITAL DE RISCO	28
1.3.1.1. CAPITAL DE RISCO EM PORTUGAL	30
1.3.2. INVESTIMENTO POR PARTE DE UM “BUSINESS ANGEL”	31
1.3.3. INCUBADORAS DE EMPRESAS	33
CAPÍTULO II – O EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL	35
	35
2.1 PORTUGAL COMPETITIVO	
2.2. O EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA PARA A COMPETITIVIDADE - PORTUGAL	36
2.3 REALIDADE EMPRESARIAL EM PORTUGAL	38
CAPÍTULO III – O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”	40
3.1. MUNICÍPIO DE CASCAIS - DIAGNÓSTICO LOCAL	40
3.2.PROJETO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO CONCELHO DE CASCAIS – O ECOSISTEMA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS” – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”	42
3.3. O PERFIL DO “EMPREENDEDOR - DNA CASCAIS”	46
CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO: O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR - DNA CASCAIS	49
4. 1 MODELO CONCEPTUAL DA PESQUISA	50
4.1.1. HIPÓTESES DE ESTUDO	51
4.1.2. NATUREZA E ORIGEM DOS DADOS	52
4.2. CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA	53
4.3. ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES AO “CAMPO SOCIODEMOGRÁFICO”	53

4.4 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES À “CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA”	56
4.5. ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES PONTO: “O MEU PROJECTO”	61
4.6. ANÁLISE INFERENCIAL	68
4.6.1 ANÁLISE DA RELAÇÃO EXISTENTE ENTRE O “ESCALÃO ETÁRIO” DOS EMPREENDEDORES DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS” E O SEU “CONCELHO DE RESIDÊNCIA”	68
4.6.2 RELAÇÃO ENTRE A “NACIONALIDADE” DOS EMPREENDEDORES ENQUADRADOS NO ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DA AGÊNCIA DNA CASCAIS E O CONCELHO DE RESIDÊNCIA	69
4.6.3 ANÁLISE DA RELAÇÃO EXISTENTE ENTRE A POSSIBILIDADE DE REPLICAÇÃO DO MODELO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” EM TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE DEMOGRÁFICA, E O IMPACTO DA “CONCRETIZAÇÃO DE NEGÓCIOS OU PROJECTOS DOS EMPREENDEDORES DE CASCAIS”	70
4.6.4 ANÁLISE DA RELAÇÃO EXISTENTE ENTRE A EXISTÊNCIA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” E A NOÇÃO DE “CASCAIS COMO UMA UNIDADE PRIVILEGIADA ONDE OS FENÓMENOS DO EMPREENDEDORISMO OCORREM”	71
4.6.5 ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE AS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “O MODELO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” DEVE SER REPLICADO NOUTROS TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE DEMOGRÁFICA E AFASTADOS DOS GRANDES CENTOS URBANOS?” E “O ECOSISTEMA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR “ PROMOVE A SUSTENTABILIDADE SOCIOECONÓMICA DO CONCELHO.”	72
4.6.6 RELAÇÃO DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” E FORMADO POR UM CONJUNTO DE FERRAMENTAS, INSTRUMENTOS E PARCEIROS QUE ACTUANDO DE FORMA INTEGRADA PRETENDEM DAR RESPOSTA À PROBLEMÁTICA DO EMPREENDEDORISMO” E “A “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR“ SURGE COMO ELEMENTO CATALISADOR DA INOVAÇÃO.”	74
4.6.7 ANÁLISE DA RELAÇÃO DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” E FORMADO POR UM CONJUNTO DE FERRAMENTAS, INSTRUMENTOS E PARCEIROS QUE ACTUANDO DE FORMA INTEGRADA PRETENDEM DAR RESPOSTA À PROBLEMÁTICA DO EMPREENDEDORISMO.” E “O ECOSISTEMA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR “ PROMOVE A SUSTENTABILIDADE SOCIOECONÓMICA DO CONCELHO”	75
4.6.8 ANÁLISE DA RELAÇÃO DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “CONSIDERO QUE A “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR“ FOI UM ELEMENTO POTENCIADOR DA CONCRETIZAÇÃO DA MINHA IDEIA DE NEGÓCIO/PROJECTO” E “O MODELO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” DEVE SER REPLICADO NOUTROS TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE DEMOGRÁFICA E AFASTADOS DOS GRANDES CENTOS URBANOS?”	76
4.6.9 ANÁLISE DA RELAÇÃO DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “AS CLINICAS EMPRESARIAIS DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” FORAM UM PILAR FULCRAL PARA O DESENVOLVIMENTO DO MEU NEGÓCIO” E “A AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR“ FOI UM ELEMENTO POTENCIADOR DA CONCRETIZAÇÃO DA MINHA IDEIA DE NEGÓCIO/PROJECTO.	78
4.6.10 ANÁLISE DA RELAÇÃO DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES “USUFRUO/USUFRUI DO SISTEMA DE INCUBAÇÃO” E “O NINHO DE EMPRESAS DNA CASCAIS SURTIU COMO UMA INFRA-ESTRUTURA ESSENCIAL PARA O DESENVOLVIMENTO DO MEU PROJECTO”	79
4.7. ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS OBTIDOS ATRAVÉS DA ANÁLISE DOS RESULTADOS FINANCEIROS	81

CAPÍTULO V: CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	82
5.1 CONCLUSÕES	84
5.2. LIMITAÇÕES AO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS	89
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO PARA ANÁLISE QUALITATIVA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”	91
ANEXO 2 – OUTPUTS DO SPSS	105

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Grau de Escolaridade dos Empreendedores que recorrem ao apoio da "Agência DNA Cascais"	47
GRÁFICO 2 – Representação gráfica das faixas etárias referentes aos empreendedores da “Agência DNA Cascais”	48
GRÁFICO 3 – Representação da relação entre o grau académico e a percentagem de Empreendedores	49
GRÁFICO 4 – Representação percentual das faixas etárias dos empreendedores que recorrem ao apoio da “Agência DNA Cascais”	49
GRÁFICO 5 – Diagrama circular referente à distribuição do Sexo dos elementos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	54
GRÁFICO 6 – Diagrama circular referente à distribuição da Nacionalidade dos elementos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	54
GRÁFICO 7 – Diagrama circular referente à distribuição do Concelho de Residência dos elementos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	55
GRÁFICO 8 – Distribuição Etária dos elementos enquadrados no “Ecosistema Empreendedor” da Agência DNA Cascais	55
GRÁFICO 9 – Diagrama circular referente à distribuição dos Sectores de Actividade das empresas/ projectos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	56
GRÁFICO 10 – Diagrama circular referente à distribuição das datas de constituição das empresas/ projectos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	57
GRÁFICO 11 – Diagrama circular referente ao número médio de trabalhadores (no quadro fixo) das empresas/ projectos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais	58
GRÁFICO 12 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “O Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem?”	58
GRÁFICO 13 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “O Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?”	59
GRÁFICO 14 – Gráfico de barras - Distribuição das respostas à questão: “ O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo”	60
GRÁFICO 15 - Gráficos de barras com a distribuição das respostas à questão 11 do questionário	61
GRÁFICO 16 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “Considero que a “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto”	62
GRÁFICO 17 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão:” As clinicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um concelho Empreendedor” foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio.”	63
GRÁFICO 18 – Diagramas circular com a distribuição das respostas à questão 19 do questionário	64
GRÁFICO 19 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão “O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto”	65
GRÁFICO 19 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão “O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto”	81
GRÁFICO 20 – Gráficos de barras com a distribuição das respostas (ver título).	81
GRÁFICO 21 – Gráficos de barras com a distribuição das respostas (ver título).	81
GRÁFICO 22 - Volume de Negócios (Global) Empresas Apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” [2007-2011]	82
GRÁFICO 23 - Resultados Líquidos (Global) Empresas Apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” [2007-2011]	82
GRÁFICO 24 - Registo do número de casos de Falência ou insolvência no universo de Empresas apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” entre os anos de 2007 e 2011	83
GRÁFICO 25 - Número de Empresas criadas/ postos de trabalhos promovidos com o apoio da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” [2007-2011]	83

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Relacionamento entre Hipóteses	51
---	----

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Representação percentual das faixas etárias dos empreendedores que recorrem ao apoio da “Agência DNA Cascais”	49
QUADRO 2 – QUADRO RESUMO – Hipóteses em estudo/ Método de colecta de dados	52

INTRODUÇÃO

1.ESCOLHA E JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

Ao longo da história, diversos autores tem dedicado o seu estudo à análise do empreendedorismo, identificando-o como agente potenciador do equilíbrio da economia.

Na actualidade, fruto dos profundos desequilíbrios registados na vertente socioeconómica dos países, o empreendedorismo tem vindo a ser observado como plataforma de desenvolvimento dos territórios, e consequente reconciliação do sucesso económico e da coesão social.

O tema escolhido para Dissertação de Mestrado - **“EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL: O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”** – centra-se na análise do novo papel das Autarquias Portuguesas, como agentes fulcrais para a dinamização do fenómeno do “empreendedorismo”, através da promoção de todos os meios adequados para o seu incentivo e desenvolvimento do Município, com vista à promoção sustentada do tecido empresarial local. O estudo é suportado pela análise do modelo da “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”.

A “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” surge, então, como uma caso ilustrativo da relação favorável que pode ser estabelecida entre a “disciplina” do empreendedorismo e a aposta no desenvolvimento local.

A missão desta agência centra-se na promoção do espírito empreendedor entre cada um dos munícipes, em geral, assim como promover o crescimento de empresas sedeadas no concelho de Cascais. Deste modo, a longo prazo, a DNA Cascais poderá surgir como um modelo de sucesso possível de ser replicado tanto a nível nacional como internacional.

O interesse público do presente estudo prende-se com o contributo que este pode ter na compreensão da importância do modelo analisado. Visto que Portugal se encontra “mergulhado” num clima de crise económica e de recessão, torna-se cada vez mais urgente investir na promoção de meios que se traduzam em ferramentas para que de forma individual cada individuo tenha a hipótese de construir o seu futuro, contribuindo desta

forma para o desenvolvimento económico e social de Portugal através da fomentação da criação de postos de trabalho.

A presente Dissertação, centrada na análise da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” serve como contributo à comunidade científica, pela escassez de trabalhos focados no estudo de modelos indutores do empreendedorismo, particularmente no concerne a existência de “Ecossistemas Empreendedores” motivados pelos agentes de poder local, enquadrados no impulso positivo proposto pelo novo paradigma da gestão pública: “O novo papel das Autarquias Locais”.

2. OBJETIVOS E QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

A questão de investigação que serve de base ao desenvolvimento do presente estudo, centra-se na seguinte questão: *“Qual o potencial de eficácia de uma estratégia focada no empreendedorismo para dinamização de uma determinada região?”*

Com vista a responder a presente questão, foi associado o **Objectivo Geral** de “compreender a importância do estímulo do comportamento empreendedor, através da promoção de ecossistemas empreendedores”, assim como foi determinado como **Objectivo Específico**, analisar os principais ventores do modelo do “Ecossistema Empreendedor” (e os seus resultados) ao longo do tempo.

Assim, para dar resposta à questão de investigação do presente estudo, são levantadas duas hipóteses: A primeira (H1), centra-se na análise da relação existente entre os resultados obtidos e os recursos empregues, compreendendo se justifica a existência do modelo em análise. A segunda hipótese (H2), centra-se no balanço de cinco anos de existência do modelo, traduzido em resultados financeiros de cento e sessenta e uma empresas.

3. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

No presente trabalho, o “Capítulo I” é dedicado a uma revisão teórica do tema, passando revista pelos principais autores e trabalhos científicos dedicados ao tema, publicados ao longo dos últimos anos, com vista a enquadrar o estado da arte.

Seguidamente, no “Capítulo II”, será discutido o tema “Empreendedorismo” enquanto estratégia para a promoção sustentável da competitividade de Portugal.

O Capítulo III da presente investigação centra-se na análise teórica do caso “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”, enquanto projecto de desenvolvimento sustentável do concelho de Cascais. Neste mesmo ponto, são é esboçado um modelo do tipo de empreendedor que recorre aos apoios da agência em estudo, através dos dados conseguidos através do trabalho de campo.

O Capítulo IV, tem na sua génese a concretização do modelo conceptual de proposto para pesquisa, seguindo-se a análise do reflexo de cinco anos de existência da agência em estudo.

No Capítulo V são explanadas as conclusões retiradas ao longo da análise do caso de estudo, identificando as principais limitações inerentes à presente investigação, tal como deixando algumas pistas para futuras investigações.

CAPÍTULO I – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1. DESENVOLVIMENTO LOCAL

1.1.1. TERRITÓRIOS

Muito para além de uma mancha geográfica, com configuração administrativa (dotada da existência e reconhecimento de poder), um território deve ser visto como cenário de uma complexa trama de relações, com raízes históricas (ABRAMOVAY, 1998). Segundo QUINTAS (2000), um território apresenta-se como um espaço com reconhecimento do ponto de vista político, social e económico, estruturado e promovido por um determinado conjunto de elementos, reconhecidos pelos actores endógenos e exógenos, como representantes nas decisões em prol da evolução do território.

Apesar da existência de diferentes perspectivas no que concerne ao conceito de território, o elemento “coesão” apresenta-se como um vetor comum. Segundo HAESBAERT (2010), no momento do estudo de um determinado território, não deve ser descurada a génese das articulações entre as partes integrantes. Assim, compreender o papel dos múltiplos agentes, instituições, e demais formas organizativas da sociedade e, até mesmo, da cultura na configuração do espaço social, torna-se essencial para compreender o modelo de território em análise (SCHNEIDER, 2004).

Segundo REYES (2007), o crescimento territorial sustentável deve ser tomado como missão, por parte dos seus participantes activos. Segundo a perspectiva do mesmo autor “deve existir um estímulo da participação individual transmitindo a ideia de que cada elemento é parte integrante de um mesmo projeto coletivo”.

A comunidade assume então duas faces; apresenta-se como elemento motivador da mudança e como sujeito da mesma (GUTH, 2005).

Segundo RODRIGUES E STOER (1993), o impulso a favor do desenvolvimento local assume um espaço importante no debate das políticas públicas, face a envolvente de constante mudança, uma demografia em mutação, reestruturações económicas e alterações tecnológicas. De sociedades dispersas em comunidades rurais, observa-se agora uma trama maioritariamente urbana, que dispõem de uma oferta heterogénea, promovida por redes de fluxo nacional e transnacional (GAIO; GOUVEIA, 2007).

As diferentes regiões tornam-se mais competitivas, e por isso com maior potencial de desenvolvimento sustentável, quando as suas características próprias são devidamente exploradas. Segundo Rosabeth Moss Kanter, em “World class - Thriving locally in the global economy” (1995), no contexto da economia global, capacidades e potencialidades das cidades não advêm da localização em si, mas da capacidade de explorar os seus elementos integrantes. Segundo LOPES (1995), a identidade territorial pode ser vista como “um vetor do crescimento local e regional, que e está intrinsecamente associado à competitividade dos territórios, e por conseguinte, ao desenvolvimento sustentado”.

Se já no ano de 1991 a competição entre as nações se apresentava como um assunto de elevada relevância (GIDDENS, 1991), actualmente, a globalização e os seus reflexos são motivo de análise e considerações por inúmeros autores.

Face aos crescentes desafios impostos pela aceleração da globalização e pelos novos paradigmas inerentes à competitividade, o planeamento estratégico surge como um meio para alcançar um desenvolvimento sustentado, assente na participação dos actores locais, hierarquizando medidas, seleccionando acções e promovendo a potenciação dos pontos fortes do território no exterior, com o intuito de captar novos recursos (CAROLI, 1999). A crescente competitividade entre os países, regiões e cidades com fim a atrair investimento, turistas, novos residentes, capital e *status*, implica a aplicação de um complexo conjunto de técnicas de Marketing Territorial. Para levar a cabo uma estratégia de Marketing Territorial eficaz é necessário desenvolver um trabalho pormenorizado de longo prazo intimamente ligada às directrizes do plano estratégico inicial (AVRAHAM, 2008; FERNANDES, 2009).

Cada vez mais torna-se necessário que as cidades analisem a base em que reside a sua vantagem competitiva, de modo a promoverem o crescimento e a sua rentabilidade económica e social, uma vez que é fundamental que estas trabalhem no sentido de incrementarem o desenvolvimento económico e melhorar a qualidade de vida dos seus cidadãos. Simultaneamente, devem satisfazer o interesse das empresas que desejam instalar-se na cidade, dos turistas e visitantes e das pessoas que diariamente se deslocam à cidade para trabalhar, dos potenciais residentes e investidores (ELIZAGARATE, 2006).

O termo “competitividade” está tradicionalmente associado ao conceito de produtividade, ou seja, à captação de quotas de mercado, ou de efectividade na elaboração

de uma estratégia por parte das organizações (BEGG, 1999). Porém, o conceito de competitividade aplicado às cidades pode ser medido através das suas características (atributos). Estes elementos promovem a diferenciação entre territórios, tendo em conta os seus recursos, o património natural e cultural, assim como a capacidade de criação e promoção de valor para cada um os elementos integrantes; cidadãos, empresas, investidores públicos e privados, trabalhadores, visitantes e novos residentes (ELIZAGARATE, 2006).

A forte intensificação das relações existentes entre as diferentes partes do globo, pode ser considerada como ameaça para as comunidades locais, com fracos activos, na sua vertente competitiva ou genérica, ou de outro modo, pode ser vista como uma oportunidade, sendo que a necessidade da estratégia é um elemento promotor da evolução sustentada (VÁZQUEZ-BARQUERO, 2002).

Ainda desde antes do início do século XXI, têm vindo a existir uma reunião de esforços no sentido da promoção de áreas sociais, culturais e históricas, assentes num território local, com vista ao seu desenvolvimento. Assim, surgem os planos territoriais. Estes Instrumentos de gestão territorial (aprovados pelo Decreto-Lei n.º 380/99 de 22 de Setembro) têm como objetivo o estabelecimento do regime jurídico, onde se definem algumas das principais regras sobre o planeamento e ordenamento do território de Portugal.

Despromovendo o ambiente capitalista, os últimos anos têm sido cenário de acções no sentido da apropriação e criação de conhecimento, ou da atitude empreendedora, como aspeto fundamental no desenvolvimento de vantagens competitivas. Com *gaps* no seu desenvolvimento, os territórios que não veem ser investidos esforços suficientes para a sua dinamização, correm o risco de perderem o enquadramento na pluridisciplinaridade (GUTH, 2005).

1.1.2 O NOVO PAPEL DAS AUTARQUIAS

Com vista à descentralização do poder do Estado, no ano de 1835 a Constituição da República Portuguesa delineou a existência de três níveis de poder local (A região administrativa/autónoma, o Município e a Freguesia).

Em Portugal, o primeiro nível de descentralização do poder do Estado centra-se nas regiões administrativas autónomas (como é o caso da Madeira e dos Açores).

Segundo Alexandre Herculano (1981), a expressão “Município” é utilizada para designar uma unidade de divisão territorial e administrativa do território Português, que desempenha um papel relevante na organização do Estado, assim como no funcionamento da sociedade. Segundo o artigo 38.º da Lei n.º 79/77 da Constituição da República Portuguesa do ano de 1976, “um município pode ser definido como uma pessoa colectiva territorial, dotada de órgãos representativos, que visa a prossecução de interesses próprios da população na respectiva circunscrição”.

No ano de 1875, surge pela primeira vez o conceito de “Autarquia”, como mecanismo de gestão dos Municípios, fazendo a ponte entre o *cluster* territorial e o Estado. Do grego “autapxia” (que significa “si mesmo” e “apxw” cujo significado é “comandar”), a expressão “Autarquia” tem como raiz “comandar a si mesmo ou auto comandar-se”.

No ano de 1985 foi aprovada pelo Conselho da Europa a “Carta Europeia de Autonomia Local”, que considerou no seu preâmbulo que “as autarquias locais são um dos principais fundamentos de todo o regime democrático”. Segundo o artigo 235.º da Constituição da República Portuguesa, “As autarquias locais são pessoas colectivas territoriais dotadas de órgãos representativos, que visam a prossecução de interesses próprios das populações ali residentes”.

O Governo Português reconhece as Autarquias Locais como mecanismos de promoção do desenvolvimento económico e social dos territórios. Segundo SILVA (2003), as Autarquias Locais comportam quatro elementos essenciais: o território, o agregado populacional e os seus interesses próprios deste, assim como os demais órgãos representativos.

Com o objectivo de por cobro à distribuição arbitrária de verbas provenientes do poder central às Autarquias, foi estabelecido o Decreto-Lei n.º 416/76, de 27 de Maio de 1976. Assim, o regime financeiro das Autarquias locais consagrou constitucionalmente dois objectivos: a justa repartição dos recursos públicos pelo Estado e pelas Autarquias, assim como e a correcção das desigualdades entre autarquias do mesmo grau. Conhecendo, antecipadamente, a receita global de que vão dispor para cobertura dos planos de actividades, as Autarquias passaram desde 1976, a usufruir de um elevado nível de autonomia. Como representante dos interesses do poder local, no ano de 1986 é aprovada a Associação Nacional de Municípios, através da Lei n.º 1/87 de 6 de Janeiro.

Segundo MOTTA (2005), o fenómeno da Globalização veio alterar drasticamente a envolvente social e ambiental, que condiciona directamente o exercício do poder político e, subsequentemente, a missão da Administração Pública. Segundo PAGAZA (2000), a gestão do poder local é forçada a tornar-se sensível a variáveis não equacionadas até ao presente, baseando-se na coordenação de uma ampla teia de intervenientes, com expectativas e comportamentos distintos.

Segundo FRANCISCO (2012), “a nova filosofia de gestão dos governos centrais/ locais, tem vindo seguir o modelo do gestor (managerialist school), em detrimento da teoria da escolha pública (public choice), que durante décadas se baseou no modelo burocrático tradicional. A perspectiva gestora surge então como uma nova corrente de pensamento, que promove uma nova orientação (adequada e ponderada) dos instrumentos de gestão nas autarquias locais.

Compreendendo que o poder local democrático se impõe como um pilar fundamental para a gestão do território, assim como para a prestação de serviços públicos aos munícipes, o Governo Português, a Comissão Europeia, o Banco Central Europeu e o Fundo Monetário Internacional propõem a reforma da Administração Local.

O *Documento Verde da Reforma da Administração Local* surge como ponto de partida para promoção de incentivos no sentido da promoção de um Municipalismo mais forte, mais sustentado e mais eficaz, com vista à promoção da coesão e a competitividade territorial.

Implodida por quatro eixos prioritários: (i) promoção do sector empresarial local, (ii) organização do território, (iii) a gestão municipal e intermunicipal e o (iv) financiamento da democracia local), o *Documento Verde da Reforma da Administração Local* promove a intervenção activa em quatro vertentes: promoção de maior proximidade entre os níveis de decisão e os cidadãos; valorização da eficiência na gestão e na afectação dos recursos públicos; melhoria da prestação do serviço público, assim como reforçar a coesão e a competitividade territorial.

O novo paradigma de actuação das Autarquias centra-se então numa plataforma de convergência de interesses, tendo em vista valorizar e potenciar as mais-valias locais, gerar um clima de confiança e positivismo, assim como mobilizar os agentes locais e os recursos materiais para o desenvolvimento socioeconómico local (BALSAS,1999).

No domínio da capacidade de intervenção Autárquica preconiza-se como essencial a *institucionalização de um departamento*, na orgânica da Câmara Municipal, focado para a questão do desenvolvimento (BARLOW, 1995). Sobre a responsabilidade do Presidente, e orientado pelo Vereador responsável pelo desenvolvimento estratégico, o departamento em causa deve ser dotado de recursos humanos qualificados, assim como de meios técnicos que permitam à Autarquia o acompanhamento da vida económica do Concelho. Este departamento servir de polo de reflexão, formulação e fundamentação de estratégias, medidas e propostas de acção, que de forma sustentada potenciem o desenvolvimento local.

1.2. EMPREENDEDORISMO

1.2.1 EVOLUÇÃO DO CONCEITO

Cada vez mais, tem existido um aumento de investigação relacionada com o tema “empreendedorismo”, fruto da importância que este assume no desenvolvimento das economias, situação já sublinhada por SCHUMPETER, há cerca de sessenta anos.

Embora já século XVIII, tenham sido desenvolvidas algumas perspetivas teóricas, através da obra de SAY, no ano de 1816, é no século XX que o estudo deste fenómeno assume um papel de maior relevância na literatura, sendo assumido como um fenómeno interdisciplinar e multifacetado que obriga a mobilização de saberes distintos para a sua compreensão (AUDRETSCH, 2002).

Segundo HOSELITZ (1952), os primeiros estudos sobre Empreendedorismo surgiram no século XVII englobados na disciplina das Ciências Sociais, porém com o passar dos anos, este tema tem vindo a ser estudado por diferentes autores do espectro académico, como KNIGHT (1921); SCHUMPETER (1934); HISRICH (2008) sendo sublinhado com perspetivas teóricas relevantes, e vinculado a práticas de organizações como a OECD (2005) ou a Comissão Europeia (2003).

Segundo JEFF TIMMONS (1994), o empreendedorismo surge como uma revolução silenciosa, que será para o século XXI tanto ou mais do que a Revolução Industrial foi para o século XVIII.

Assim, tem vindo a ser cada vez mais defendida a ideia de que empreendedorismo é uma fonte de criação de emprego muito importante, desempenhando um papel fulcral na introdução de inovações na economia, e constitui inclusive o mecanismo que leva a sociedade a evoluir e progredir. Existe, então, um amplo consenso quanto à força vital do empreendedorismo no estímulo e potenciação das economias dos países desenvolvidos (SHANE E VENKATARAMEN, 2000; BUSENITZ ET AL., 2003)

Geralmente, assume-se que o empreendedorismo, embora ausente dos modelos económicos, se encontra intimamente associado ao progresso económico. SCHUMPETER (1911), argumenta na sua obra clássica acerca da “Teoria do Desenvolvimento

Economico” que os empreendedores são a força motriz do crescimento económico sustentável, ao destruírem a ordem económica existente pela introdução de novos produtos e serviços, através da criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais.

Segundo o “Global Entrepreneurship Monitor Portugal” (2004), nas últimas décadas o empreendedorismo tem sido visto como uma peça fundamental para o estímulo do tecido empresarial, promovendo a criação de novas empresas, ou dinamizando novas oportunidades de negócio em empresas já existentes. Segundo BOM ÂNGELO (2000) o Empreendedorismo é o “fenómeno de criação de valor por pessoas e organizações, que trabalham juntas para implementar uma ideia por meio da aplicação de criatividade, capacidade de transformação e o desejo de tomar aquilo que comumente se chamaria risco”. A esta definição FRANCO (2003) acrescenta a noção de que o empreendedorismo pode ser observado como “o movimento de promoção do desenvolvimento através da cooperação”.

O empreendedor (do francês *entrepreneur*), é aquele que imagina, desenvolve e realiza visões, assumindo-se desse modo amante do risco (FILION, 1991).

Em 1730, o economista RICHARD CANTILLON utilizou o termo *entrepreneur* para designar “o sujeito económico que trabalha por conta própria e tolera o risco, com o intento de promover seu próprio bem-estar económico”. Para PETER DRUCKER (1987) o empreendedor “é aquele que busca a mudança, e que depois de a captar absorve os seus contributos, como sendo uma oportunidade”. Para DORNELAS (2001) o espírito empreendedor está presente em quem detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados. LUMPKIN E DESS (1996), apresentam a génese do empreendedorismo como um processo associado a métodos, processos, estilos e escolhas estratégicas. Segundo BRAGA (2003), “empreender é essencialmente um processo de aprendizagem proactiva, em que o indivíduo constrói e reconstrói ciclicamente a sua representação do mundo, modificando a si mesmo e ao seu sonho de auto-realização, num processo permanente de auto-avaliação e autocriação”.

DRUCKER (1985) defende que o empreendedorismo não é nem uma ciência nem uma arte, mas uma prática. O empreendedorismo não deve ser considerado um dom, mas uma questão de atitude, ou seja, fazer e conduzir (JANSEN & VAN WEES, 1994).

A crise económica mundial, que tem como epicentro o ano de 2008, tem vindo a promover uma desaceleração da oferta de postos de trabalho, encontrando-se deficit atual de cerca de 50 milhões de postos de trabalho, em comparação com a situação pré-crise (INTERNACIONAL LABOR ORGANIZATION, 2012). Segundo o *Monitor Group Company* (2009), o empreendedorismo surge como uma “política pública da prosperidade económica, do bem-estar social, com vista à promoção competitividade económica”.

O desenvolvimento económico assente na inovação material, no investimento em infra-estruturas e equipamentos tecnológicos não cria, por si só, vantagens competitivas sustentáveis (AMARAL, 2011). A inovação permanente pressupõe um investimento constante em conhecimento e aprendizagem por parte do capital humano das sociedades. O desenvolvimento caracterizado pela baixa qualificação é um modelo esgotado ultrapassado (FREITAS, 2012). A receita do sucesso estará no crescimento qualificado, com políticas do lado da oferta, em que a base doméstica de bens e serviços não vendáveis potencie a competitividade dos produtos e serviços vendáveis do mercado global (FONSECA, 2009).

Neste complexo processo que envolve indivíduos, empresas, o estado e sociedade em geral, com vista à combinação de esforços mais eficaz da promoção processo de geração de riqueza e prosperidade económica, o empreendedorismo pode ser a palavra-chave para incrementar a evolução sustentada.

A inovação de um produto ou de um serviço é cada vez mais uma necessidade por parte das empresas para a conquista ou manutenção de determinada quota do mercado (FREIRE, 1997). As organizações podem inovar quanto ao tipo de produto a produzir (centrando as suas atenções na investigação e desenvolvimento, com vista à melhoria das suas funções) assim como ao nível do processo (focando a empresa no sentido do aperfeiçoamento dos processos de fabrico e comercialização ou por último ao nível do modelo comercial).

O sucesso de uma empresa não está directamente relacionado com a sua dimensão, mas essencialmente com a técnica de gestão aplicada (PORTER, 1991).

A gestão estratégica tem como principal preocupação escolher de forma minuciosa e detalhada a estratégia a adoptar pela organização para que esta alcance um determinado tipo de desempenho (OLIVEIRA, 2007). Sun Tzu, na sua obra “A Arte da Guerra” (tratado

militar que data do século IV a.c) traduz as manobras estratégicas como um método de caminhos mais vantajosos. Já CLAUSEWITZ (2001) afirma que no campo militar a estrategista consiste nas táticas de planeamento e condução de batalhas. Outros autores, porém, reconhecem a estratégia como um elemento composto por três níveis de actuação. É o caso de JOHNSON & SCHOLLES (1999) os quais explicam ser possível identificar no mínimo três níveis de estratégia em grandes corporações: a estratégia corporativa, a estratégia da unidade de negócios e a estratégia operacional. Há ainda um grupo de autores que reconhecem um quarto nível da estratégia, superior e mais amplo que os três anteriormente citados, denominado nível social. Para o precursor deste conceito, FREEMAN (1984), a estratégia deve ser o elemento que faz o alinhamento das questões éticas e sociais da empresa com as do negócio.

A estratégia seguida pelos gestores tem um forte impacto no desempenho das empresas. É muito importante que o gestor defina a estratégia mas correcta para o seu negócio, pensando estrategicamente. Deste modo deve ser definindo um modelo de acção, em que é realizada uma análise e diagnóstico da situação presente da empresa respondendo a questão “onde estou?”, definindo o rumo do negócio, compreendendo “Onde quer estar?” e formulando um conjunto de acções no sentido da criação de uma estratégia ponderada, respondendo a questão: “como lá chegar?”. Após a implementação da estratégia surge a tática de implementação. Para que um projecto vingue é necessário reconhecer as oportunidades certas e os casos óptimos, como é exemplo a captação de um nicho de mercado não satisfeito (OTTERLOO, 2009).

1.2.2 EMPREENDEDORISMO CORPORATIVO E SOCIAL

O conceito de empreendedorismo está a par com a ideia de criação de um negócio próprio, contudo o espectro é ainda mais abrangente, desde o *Empreendedorismo Corporativo*, não no sentido de quem gera a sua própria empresa, mas agora no âmbito de quem imagina desenvolve e realiza visões dentro de organizações já criadas, ou ainda o *Empreendedorismo Social*, através da identificação de falhas na comunidade, e utilização os princípios de empreendedorismo para gerar organizações que promovem a transformação social.

A rede global na qual operam as organizações (estimulada pelos sistemáticos avanços tecnológicos) viabiliza a ascensão de uma nova categoria de clientes cujas expectativas ultrapassam a média tradicional.

Através do estímulo da liberdade criativa, os funcionários das organizações são instigados a desenvolver novas estratégias de trabalho, identificando oportunidades e promovendo a existência de resultados positivos na organização na qual trabalham, sendo observados como elementos responsáveis na captação da preferência dos clientes das organizações. (BERTHERAT,1989).

Segundo PINCHOT (1985) o *empreendedorismo corporativo* é um movimento a favor da promoção de empreendedores dentro de organizações já existentes. Segundo CHUNG & GIBBONS (1997) o empreendedorismo corporativo é um processo de organização que visa à transformação de ideias individuais em ações coletivas através da gestão das incertezas.”

SEIFFERT et al (2005) propõem a ideia de que os pilares do *empreendedorismo corporativo* centram-se; na aplicação de novas estratégias de trabalho, aplicação de inovações e a existência de *corporate venturing* (tanto ao nível interno como externo).

À actividade empreendedora empresarial com fins estritamente sociais dá-se o nome *empreendedorismo social*. Com raízes em meados da década de 80, este conceito apresenta-se como uma nuance no contexto do ambiente volátil e obstinado em que se enquadra a economia mundial. Deste modo, empreendedores atentos às causas sociais promovem soluções apoiadas em inovações de modo a existir uma maior coesão e equidade sociais, evitando assim o risco de pobreza severa (SCHWAB, 2008).

O conceito de *empreendedorismo social*, sendo recente, não apresenta ainda grandes registos bibliográficos. Até à data, a literatura que aborda a temática do *empreendedorismo social* tem sido limitada à descrição de estudos de caso (HARDING, 2004).

1.2.3. ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

A expressão “*Ecosystema*” foi pela primeira vez utilizada pelo ecologista TANSLEY, no ano de 1935, com o objectivo de retratar a unidade que compreende uma comunidade de organismos, e os seus ambientes físicos e químicos (em qualquer escala) e na qual existem fluxos contínuos de matéria e de energia, sendo que se apresenta como um sistema aberto e interactivo.

No ano de 1996, James F. Moore elevou o conceito de “*Ecosystema*” à realidade económica das Nações. Através de um artigo publicado na Harvard Business Review, James F. Moore propõe que o sistema económico local seja observado como “uma rede que engloba um conjunto de empresas e seus respectivos fornecedores, clientes e demais parceiros, num ciclo virtuoso de geração e agregação de valor”.

O termo foi popularizado através do livro “The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems” (MOORE, 1996), tendo como chavões-base a interdependência e cooperação entre os elementos pertencentes à esfera do “ecossistema”.

Diversos autores mencionam o empresário individual como elemento fulcral na sociedade, responsabilizando-o pela evolução sustentada das regiões, ignorando a interação de múltiplos actores que constituem os *ecossistemas empresariais* (VAN DE VEN, 1993; DERRAMANDO, 1996).

Contrapondo esta ideia, Daniel J. E. Isenberg (2010), propõe a noção de que a actividade/ atitude empreendedora deve ser estimulada, através da promoção de apoios à concretização de projectos (no curto, médio e longo prazo), assim como deve existir uma combinação de esforços entre os diferentes actores do circuito económico, com vista ao alcance do progresso económico. Já no ano de 2000, os estudos acerca dos movimentos de promoção do desenvolvimento de económico e social das sociedades indicavam “a necessidade de criação de um modelo estratégico com *design* voltado para acolher e estimular empreendedores (LEE; PETERSON, 2000).

Segundo MONTORO E ROMERO (2008), os *ecossistemas empreendedores* surgem como elementos catalisadores do progresso económico. Segundo PRAHALAD (2011), um *ecossistema empreendedor* pode ser visto como um *cluster* de promoção e

acreditação de meios, surgindo como alicerce para a redução (sustentada) da taxa de desemprego. Para COHEN (2005), um ecossistema da função empreendedora apresenta-se como uma estrutura para a promoção de correntes de “ideias/soluções”, com base em pilares como a criatividade e a inovação.

Os *ecossistemas empreendedores* assumem como estratégico garantir todas as condições para que empreendedores na fase *early stage*, consigam entrar no mercado, uma vez que estes são motores para a resolução o problema de sustentabilidade, não só do empreendedor, como também da própria família, estimulando a criação de emprego e o progresso económico e social (BERNÁRDEZ, 2009).

Já no ano de 2000, os estudos acerca do impacto social do desenvolvimento de *ecossistemas empreendedores* indicava que este elemento não poderia ser ignorado (LEE; PETERSON, 2000).

Segundo ROBERTS e EESLEY (2009), no estudo “ENTREPRENEURIAL IMPACT: THE ROLE OF MIT” o *ecossistema empreendedor* do “The Massachusetts Institute Of Technology – MIT” promoveu a criação de 25800 *start-ups* (fundadas por alunos finalistas ou recém-licenciados). Esta acção a favor da concretização de ideias e promoção de oportunidades originou a existência de 154 800 postos de trabalho, promovendo a evolução da economia local.

1.3.VETORES ESTRATÉGICOS PARA A PROMOÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

1.3.1 CAPITAL DE RISCO

Para RASHEED (2002), não são raras as vezes que excelentes projectos de negócios não vigam devido a falta de capital para investir. Contrariando esta realidade, outros casos existem, em que os empreendedores recorrem ao Microcrédito, ou a empréstimos bancários com vista a angariar a quantia suficiente para projectar as suas ideias de negócio. Por outro lado, este tipo de financiamento pode supor um elevado “risco de crédito”, que consiste no facto de o mutuário poder entrar em incumprimento, não reembolsando assim o total do capital (IAPMEI, 2013).

Tendo como objectivo final a potenciação e proliferação de novas unidades no tecido empresarial global, o empreendedor pode também recorrer à captação de financiamento por parte do instrumento de *Capital de Risco* (BECKER E HELLMANN,

2003). Segundo o mesmo autor, esta denominação é referente à atribuição de financiamento, por parte de uma Sociedade de Capital de Risco (SCR), em troca de uma participação acionista temporária e minoritária. Integrado na estrutura da nova empresa, o investidor de Capital de Risco compromete-se a não retirar benefício algum do investimento inicial, caso a empresa fracasse, assim como caso contrário, assume o direito terá a participar sucesso. Comparativamente com crédito bancário e os subsídios públicos, o Capital de Risco destaca-se pelo estudo dos projectos apresentados, avaliando minuciosamente o seu potencial de crescimento e mitigando, atentamente os riscos operacionais, financeiros e de mercado. As Sociedades de Capital de Risco (SCR), têm por objectivo participar temporariamente no capital das empresas, com fim a auxiliar no seu desenvolvimento e obter ganhos de capital com a posterior alienação das suas participações. “O objectivo das Sociedades de Capital de Risco é a alienação, a médio/longo prazo, de uma participação por um preço compensador” (IAPMEI, 2012).

No contexto do mercado global, o Capital de Risco pode ser definido como “uma forma de investimento empresarial, com o objectivo de financiar empresas, apoiando o seu desenvolvimento e crescimento, com fortes reflexos na gestão” (APCRI, 2013). Para TEIXEIRA (2003), os fundos de *venture capital* e *private equity* podem gerar “uma onda que se traduz num impulso positivo, fazendo com que as empresas ganhem mercado e abandonem o anonimato”.

Com raízes no século XV, o capital de risco, relembra as suas primeiras expressões nas expedições marítimas, que financiadas com expectativa nos lucros, envolviam o risco de perda total do investimento (SHEPHERD, 2001). Posteriormente, o século XVIII, em Inglaterra, revelou-se um marco para o desenvolvimento do conceito de *Capital de Risco*, enquanto actividade económica, produto da Revolução Industrial e do ambiente propício aos investimentos em projectos fabris emergentes, com elevado potencial de rentabilidade. Simultaneamente, tanto mercadores, como os primeiros industriais da tecelagem procuravam apoio financeiro ocasional para os seus projectos junto de mercenários do investimento (ENSLEY, 2006). As primeiras operações de investimento em capital de risco (tal como as conhecemos hoje) têm origem, na década de 40 do século XX, nos Estados Unidos da América.

1.3.1.1. O CAPITAL DE RISCO EM PORTUGAL

Em Portugal, foi no ano 1986, que foi legislada a possibilidade de se criarem empresas de capital de risco. Nos primeiros anos surgiram apenas iniciativas provenientes do sector público, quer através de bancos (ainda públicos), quer através do IAPMEI, que utilizou fundos comunitários do *Programa Específico de Desenvolvimento da Indústria Portuguesa*, PEDIP. A primeira entidade de capital de risco privada foi criada em 1988 (GAUGHAN; PATRICK, 2011).

Nos últimos seis meses de 2012, foram formalizados cinco¹ novos fundos de capital de risco (patrimónios autónomos, sem personalidade jurídica, mas dotados de personalidade judiciária, pertencentes ao conjunto dos titulares das respetivas unidades de participação - Decreto-Lei nº 375/2007 de 8 de Novembro de 2007 emitido pelo Ministério das Finanças e da Administração Pública), com um capital inicial superior a 50 milhões de euros, assim como foi criada uma nova sociedade de capital de risco².

Fruto do impulso público e privado, a indústria passou por um período de crescimento, aumentando o número de empresas. Como passar dos anos os fundos disponíveis para investimento continuaram a crescer, “devido à permissão para criação de diversos tipos de fundos de investimento e à entrada de novos tipos de operadores no mercado” (APCRI, 2008).

Considerando que Portugal se destaca como um dos países europeus onde o capital de risco menos investiu, é de realçar que o investimento bruto em capital de risco é superior ao desinvestimento. Nesta relação, os activos sob gestão em Portugal foram crescendo (80%) desde 1998 até 2008, atingindo os 460 milhões de euros.

De acordo com o Relatório Anual da Actividade de Capital de Risco, divulgado pela Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), relativo ao ano de 2011 aumentou para 21,8% o montante gerido pelas trinta operadoras de capital de risco nacionais (mais três do que em 2009), ultrapassando 2,4 mil milhões de euros. Ao nível da

¹ TC TURISMO CAPITAL - SCR, S.A. - www.turismocapital.pt/

² Cinco novos Fundos de Capital de Risco: “Minho e Internacionalização”; “Revitalizar Centro”; “Revitalizar Norte”; “IStart I” e “Patris Capital Partners”.

Europa as aplicações de capital de risco rondavam os 523 mil milhões de euros no final de 2010, sendo 4,4% do PIB da União Europeia.

No ano de 2011, Portugal foi cenário de um crescente investimento em capital de risco. Desta forma, foram potenciadas 128 empresas, quer em aquisições totais ou parciais, assim como foi efectuado o reforço de posições accionistas já detidas, *follow-on-investment*. Por outro lado, contrapondo este resultado, foram registados cinquenta e nove desinvestimentos.

Segundo o relatório da Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), para 2011, o mercado de capital de risco está a sofrer uma mudança, dirigindo as suas atenções para as fases de desenvolvimento inicial de negócios, o investimento líquido em empresas enquadradas nas fases de investimento “seed capital” e “start-up” (é comum recorrerem a capital de risco empresas Start-up, com fim a conseguirem financiamento para a sua criação, branding ou expansão do negócio), que ascendeu a 93,2 milhões de euros, ou seja, 90,5% do investimento líquido efectuado.

Actualmente, este tipo de aposta financeira representa uma das principais fontes indutoras do nascimento e proliferação de Start-up's, tanto em Portugal como no resto do mundo (CMVM, 2011).

1.3.2. INVESTIMENTO POR PARTE DE UM “BUSINESS ANGEL”

O termo “Business Angels” é utilizado para designar os investidores de capital de risco, que agindo de forma individual, procuram “salvar boas ideias de negócio, investido em oportunidades nascentes, contribuindo o com investimento inicial, assim como com a sua experiência e network de negócios” (GREGORIOU, 2008). Estes agentes, apresentam-se como capitalistas de risco, na vertente individual, assumindo a cobertura das necessidades de financiamento a que o capital de risco institucional não dá resposta. OSNABRUGGE (1998). Segundo a Invicta Angels (Associação de Business Angels do Porto), “Business Angels” são investidores, que em nome individual investem de forma profissional, directamente ou através de sociedades veículo, no capital de pequenas e médias empresas com elevado potencial de valorização e escalabilidade. Além do investimento monetário, aportam também aos projectos empresariais conhecimentos técnicos ou de gestão bem como redes de contactos.

Uma das grandes vantagens do investimento por parte de um “anjo de negócio” centra-se na rede de contactos que este possui. Segundo OSTERYOUNG (1997), esta é a característica informal mais relevante para o desenvolvimento e crescimento sustentado dos novos projectos/empresas. Segundo CLARYSSE (2007), o mais comum é este investidor não se envolver de forma executiva na actividade da empresa, uma vez que a sua prestação centra-se numa ligação informal de ajuda e cooperação com os gestores do projeto. Esta realidade é muitas vezes suprimida, fruto da pouca formalidade do contrato estabelecido entre as partes, podendo observar-se múltiplos cenários para a intervenção deste tipo de investidores. Segundo EWING (2002), grande parte das novas empresas (quer em fase de Seed Capital ou de Start-Up) são constituídas por jovens empreendedores, com projectos inovadores caracterizados por uma forte base tecnológica. Com todas as características para que o projecto possa vingar, muitas das vezes os empreendedores apresentam-se com pouca experiência em vetores estratégicos como o Marketing ou a Gestão empresarial, entre outros.

Segundo a *Federação Nacional de Business Angels*, através do seu investimento e apoio na concretização de ideias, já no ano de 2013 é possível observar em Portugal um elevado número de novas empresas, como é o caso da *MICROPOLIS*, *ORTICK* ou *FLUIDINOVA*.

“Dar a volta à crise, com os Business Angels”, foi o slogan da 6ª Semana Nacional de Business Angels, que teve lugar de 19 a 23 Novembro 2012.

Para o Doutor Francisco Banha, Presidente da Federação Nacional de Associações de Business Angels (FNABA), “ O financiamento de novas iniciativas empresariais é crítico para que mais empresas sejam criadas e mais emprego qualificado seja gerado em sectores inovadores da economia.

A Comunidade de Business Angels, reunida no seio da FNABA, tem agora ao seu dispor um Fundo de Co-Investimento, no montante de 42 milhões de euros dos quais 28 milhões de euros são provenientes do Programa COMPETE e 1,5 Milhões da Caixa Capital, que os empreendedores poderão equacionar na hora de lançarem ou desenvolverem os seus projectos de elevado potencial de valorização e crescimento.”

Deste modo seria possível contornar a crise, como elementos chave na criação e expansão de empresas de elevado potencial de crescimento. A FNABA comporta um clube de investidores para Star-ups (Business Angels Club-Associação Portuguesa de Investidores em Start-Ups) como principal objectivo e a angariação de fundos de capital de risco que facilitem os processos de financiamento de Start-Ups no mercado.

1.3.3. INCUBADORAS DE EMPRESAS

Prometendo revolucionar e promover o fenómeno empreendedorismo, as incubadoras de empresas oferecem estrutura física, ou virtual para que jovens projectos, ajudando-os a sobreviver e a crescer durante o seu início de actividade, altura em que estão mais vulneráveis às circunstâncias do mercado (ROSEIRA; BRITO, 2007).

De uma forma geral, o conceito de incubação tem conseguido um saldo positivo, reflectindo-se num número avultado de novas empresas criadas, que consequentemente promove o desenvolvimento económico e social para as regiões em que esta alocada. Este conceito está disponível para pessoas individuais ou colectivas, desde que sejam titulares de ideias e projectos inovadores, com potencial económico e que contribuam para o desenvolvimento local, tendo por objectivo a sua implementação empresarial. *“As incubadoras de empresas, são também formas de unir tecnologia, capital e know-how para alavancar o talento empreendedor e acelerar o desenvolvimento de novas empresas.”*(GRIMALDI; GRANDI, 2003)

Para Pla-Barber e Escriba Esteve (2006), as expressões “empreendedorismo” e “start-ups” eram quase desconhecidas, actualmente o conceito criou raízes, e com a chegada da crise económica mundial muitos autores defendem que esta será a tábua de salvação das economias. No ramo da informática, fruto da união entre tecnologia, conhecimento das universidades e de *spin offs* empresariais, tem vindo a ser desenvolvidas start-ups com soluções que apresentam um elevado valor acrescentado. Portugal tem potencial, para ser um *hub* de inovação internacional.

Nesta perspectiva, o futuro a Economia não está directamente ligado a super-multinacionais, mas sim a tecido empresarial alargado, preenchido por start-ups ágeis. "Portugal tem de ser uma “nação start-up“ (Diogo Vasconcelos - Director internacional da Cisco)

As fontes de capitais de risco não se limitam a esperar que os empreendedores recorram aos seus serviços, pelo contrário, procuram identificar possíveis empreendedores, captar oportunidades e acelerar a entrada de novas empresas, relevantes e potenciadoras do mercado.

É a minúcia do estudo de criação de uma nova empresa que revela a importância que o capital de risco pode ter para o empreendedorismo e para a sobrevivência das jovens empresas, pois o acesso dos empreendedores a esta forma de financiamento obriga sempre a um esforço de preparação prévia. Um estudo empírico acerca do capital de risco em Portugal, revela que o nível de envolvimento do capital de risco na criação e gestão das jovens empresas tem uma influência positiva no seu desempenho reduzindo a sua mortalidade.

A investigação publicada permite pensar que essa influência se regista nos seguintes níveis: a concepção da ideia de negócio, a preparação prévia da criação da empresa, nomeadamente através da elaboração de planos de negócio, a angariação de financiamento necessário à elaboração do projecto, a participação nos órgãos sociais da jovem empresa, a angariação de capital humano e social e a prestação de serviços de apoio, o alerta para a correcta análise do mercado, chamada de atenção para a viabilidade da futura empresa ou a capacidade de resposta a alterações do ambiente são elementos influentes prestados pelas incubadoras de empresas.

Um estudo sobre a incubação de empresas, feito por Fernando Gaspar, no ano de 2008, defende que o recurso a uma incubadora de empresas aumenta as hipóteses de o empreendedor concretizar a criação da nova empresa. Cerca de 87% dos empreendedores sustentaram que não teriam conseguido avançar com o seu próprio negócio, sem este apoio.

CAPÍTULO II–O EMPREENDEDORISMO EM PORTUGAL

2.1 PORTUGAL COMPETITIVO

Segundo a Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), no ano de 2012, as “exportações de bens e serviços registaram um crescimento próximo dos 4%, sendo de salientar a evolução mais positiva das vendas de bens (acrécimo de 5,7%), enquanto os serviços assinalaram um ligeiro decréscimo (-0,3%). As importações de bens e serviços decresceram (-6,1% em relação ao ano de 2011), conseguindo Portugal apresentar um superavit desta balança em 2012, invertendo a tendência negativa e quase sempre crescente dos últimos 15 anos. Por outro lado, o saldo da balança de bens continuou a expor um deficit em 2012, mas registou um forte decréscimo face a 2011 (-39,6%), o mais acentuado dos últimos cinco anos, sendo que a diminuição das importações de bens na ordem dos 6%, contribuíram muito para este resultado”. Ao registar um défice na balança comercial durante tantos períodos homólogos, Portugal assume-se como um País pouco competitivo.

Segundo o Ministro da Economia e do Emprego, Doutor Álvaro Santos Pereira (2011), entre outros autores, as externalidades sentidas durante três décadas contribuíram para que Portugal registe na actualidade, um deficit acentuado na balança comercial.

Um dos mais evidentes promotores dos efeitos colaterais sentidos na actualidade centra-se a acentuada quebra de emigração. Segundo ANIDO E FREIRE (1975), Portugal apresenta-se desde meados do século XV como um país de emigrantes, que captando as remessas de capital, efectuavam transferências para seu país de origem. O Impacto (muito) significativo deste fluxo foi sendo diluído desde a queda da ditadura salazarista, até aos dias de hoje. Outro dos “elementos-espelho” da situação actual é a abertura dos mercados Ocidentais. Segundo NAUGHTON (2006), as condições oferecidas por esses mercados são extremamente atractivas para o investimento estrangeiro.

Segundo ELTZMAN (2004), a evolução da economia portuguesa das últimas décadas não pode, de forma alguma, ser dissociada do processo de integração na União Europeia (UE) e na União Económica e Monetária (UEM). A par com todos os indicadores positivos, esta mudança veio trazer também algumas consequências negativas, como é o

caso perda da independência na escolha do valor do cambial da moeda (factor altamente sensível no campo da competitividade).

Outro dos marcos remetem-se ao ano de 1992, data que foi criado o Mercado Único Europeu. Nesse momento, quinhentos milhões de pessoas, dos vinte e sete estados-membros da União Europeia, passaram a viver num ambiente de livre-trânsito interno de bens, serviços, capitais e pessoas, os cidadãos europeus poderão viver, trabalhar, estudar ou negociar livremente, sendo que as restrições e obstáculos foram suprimidos (EPSTEIN, 1998). As partes interessadas (antes de dimensão doméstica), foram confrontadas com um maior campo de actuação (HOFER, 1978).

A Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), defende ainda, que a promoção sustentada da competitividade de Portugal está ligada (se bem que de forma menos imediata e directa), com os campos da educação e da justiça. Segundo SERAPIONI (2012), a promoção da educação formal da população deve ser superior à existente até à data. No ano de 2011, apenas 64,4% dos jovens com idades compreendidas entre os 20 e os 24 anos tinham completado, pelo menos, o ensino secundário (INE, 2011).

Apesar do aumento percentual desde 1999, Portugal continua a ser o 3º país da OCDE com maior incidência de abandono escolar, sendo superado pela Turquia e pelo México. Sendo necessária uma média de 30 meses para solver um caso judicial, a justiça portuguesa é considerada um dos factores atenuantes da competitividade externa. Segundo SANTOS (2006), “é necessário melhorar o funcionamento do sistema da Justiça Português, com o objectivo final de assegurar na prática e em tempo útil o cumprimento dos contratos e a segurança da vida económica”.

2.2. O EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA PARA A COMPETITIVIDADE - PORTUGAL

Em Portugal, o cenário macroeconómico apresentou-se no ano de 2012, intimamente ligado à questão da crise. A partir de Agosto de 2008, momento em que despoletou a crise do subprime, as réplicas de instabilidade tem surgido com regularidade, tornando cada vez mais insípida a perspectiva de uma recuperação económica. Portugal explana, assim, um conjunto de condições adversas à corrida pelos primeiros lugares na área da competitividade.

Desenvolvido pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), o relatório de análise global de indicadores financeiros, defende que a economia global apresentou uma contracção do PIB agregado na ordem dos 0,5%. O aumento registado (na casa dos 5%) justifica-se pelo contributo positivo das economias emergentes. Este claro distanciamento entre as economias do globo veio lembrar a necessidade de emigrar com vista a melhorar a qualidade de vida. Com um impacto histórico no século XIX e XX, este conceito tornou a ganhar sentido em Portugal, fruto da instabilidade laboral associada a crescentes taxas de desemprego.

Segundo FERREIRA (2012) o epicentro europeu da austeridade e consternação social localiza-se em Portugal. Em 2012 a Lusitânia assistiu a uma queda de 6,6% do produto interno bruto (PIB), recuando 3,5% face ao trimestre homólogo de 2011. Para 10,6 milhões de portugueses, a tendência de subida do preço das matérias-primas (petróleo e dos produtos alimentares), constitui um factor de risco económico, tendo em conta o seu impacto sobre a taxa de inflação e, consequentemente, sobre o rendimento disponível real das famílias. Os períodos de recessão, marcados pelo agravamento da crise económica têm um grande impacto no equilíbrio dos mercados, uma vez que a diminuição do rendimento disponível, associada a cortes nos subsídios e ajudas financeiras, traduz-se numa retracção do consumo privado (Neves, 2011).

Porém, tal como defende Álvaro Santos Pereira no seu livro “Portugal na Hora da Verdade” (2011) existem atenuantes que levam os portugueses a auspiciar uma recuperação da posição de Portugal, a longo prazo. Segundo o mesmo autor, o volume das exportações assume de ano-para-ano um aumento significativo, mesmo que coberto pelo volume crescente de importações.

O século XXI iniciou a era da informação e do conhecimento. Se antes de 1980, os actores do tecido empresarial competiam tendo em conta a estabilidade típica dos mercados, actualmente as organizações estão inseridas num ambiente em constante mudança. Compreendendo a importância da sua flexibilidade, as organizações investem em questões como a inovação, qualidade e diferenciação dos produtos/serviços que oferecem aos consumidores. Estas alterações do meio, exigem que qualquer empresa desenvolva exercícios de reformulação sistemática das práticas de gestão, com vista a uma melhor adaptação às condições do meio. Através de uma clara ligação entre fins e

objectivos, políticas estruturais dos vários sectores da empresa e planos operacionais que guiem as actividades diárias, a organização consegue a construção de um plano estratégico para a sua integração no mercado. Assim, é possível conceber um plano de acção unificado, compreensivo e integrado, que relacione vantagens estratégicas, com os desafios da envolvente externa e interna (HITT, 2003).

Segundo o relatório da “Science - Technology and Innovation in Europe” para o ano de 2012, a procura de tecnologia com origem Portuguesa, por parte de outros países aumentou para o dobro, em relação a 2010. Portugal encontra-se acima da média Europeia no que concerne à criação de empresas de matriz tecnológica, que ao nível de start-up, ou até de maior dimensão.

Seguindo um caminho diferente do proposto por Adam Smith, através da metáfora da “Mão Invisível” (que defendia que indivíduo na busca pelo seu bem pessoal é conduzido, como indicado, por uma “mão invisível” à contribuir para a evolução positiva da economia) (Smith, 1776), Portugal tem vindo a registar uma carga Fiscal elevada, o que se reflecte numa barreira ao empreendedorismo, implementação de novas empresas e ao desenvolvimento do tecido empresarial já existente. Mesmo perante este cenário pelo menos 4% da população portuguesa tem (ou já teve) algum tipo de envolvimento em iniciativas empreendedoras (2% a baixo da média da União Europeia) (INE, 2012).

2.3 REALIDADE EMPRESARIAL EM PORTUGAL

De acordo com os dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), existiam cerca de 350000 empresas em Portugal, no ano de 2008, das quais 300000 são microempresas (que empregam em média cerca de 2 a 7 trabalhadores) e 50 mil são Pequenas e Médias Empresas (PME) (que empregam em média 18 pessoas).

O esforço de promoção do empreendedorismo, como estratégia para ultrapassar a crise, gerou resultados positivos. Os números mais díspares são registados entre 2002 e 2010, em que o número de Pequenas e Médias Empresas (PME) cresceu cerca de 59 % em Portugal (enquanto que nos restantes países da União Europeia se verificou apenas um aumento de 13%). Este tipo de empresas teve igualmente um aumento de empregados (no quadro fixo) de aproximadamente 16% (contrastando com os 12% dos restantes membros da União Europeia).

Durante o período em análise (2002-2010), 41% dos trabalhadores das Pequenas e Médias empresas Portuguesas, teve formação em aplicações relacionadas com o e-learning. Segundo VAN (2005), ao combinar tecnologia com conhecimento, o e-learning assume-se como uma ajuda para os crescentes desafios que a sociedade cada vez mais presta em termos de gestão de conhecimento.

O Estado Português assumiu como missão a promoção das condições necessárias à criação e proliferação de novas empresas, particularmente pequenas e médias, que surgem em 90% do tecido empresarial nacional. Este impulso advém da falência de 4800 empresas nos últimos nove meses de 2012, apresentando um número duas vezes superior ao do ano de 2011, que se traduz numa média de vinte e cinco empresas por dia (IAPMEI, 2012). A competitividade, assim como a recuperação sustentada da economia nacional (e internacional) dá-se pela aposta em chavões como “Inovação”, “Criatividade” e “Distinção” (CANONGIA, 2008).

CAPITULO III – O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”

3.1. MUNICÍPIO DE CASCAIS - DIAGNÓSTICO LOCAL

Integrado na Área Metropolitana de Lisboa, e composto por seis freguesias (Alcabideche, Carcavelos, Cascais, Estoril, Parede e São Domingos de Rana), o Município de Cascais absorve uma área que corresponde a 97 km² do território Nacional. Geograficamente, Cascais encontra-se situado entre o Oceano Atlântico (a oeste) e os Municípios de Oeiras (Este) e Sinta (Noroeste). Com um património natural que se traduz em 33% de áreas protegidas e parques naturais no seu território, assim como com 30 Km de costa marítima, o Município de Cascais é considerado um destino turístico de excelência (CENSOS, 2011).

Neste espaço residem quase três milhões de habitantes (em média profissionais liberais da classe média, média/alta, com filhos), que se encontram enquadrados na Área Metropolitana de Lisboa (área que assume cerca de um terço da população portuguesa) (BRANDIA, 2010). Com uma teia essencialmente residencial (de pequena edificação e dimensão e agrupada em bairros), em detrimento da vertente empresarial, a Autarquia de Cascais assume como missão a promoção da qualidade de vida dos residentes do Concelho (HENRIQUES, 2011).

Desde há varias décadas que o concelho de Cascais tem o seu nome associado ao Turismo, tendo na Freguesia do Estoril o seu principal ponto de referência (SANTOS, 2005). Segundo os dados fornecidos através do relatório da *Empresa Turismo do Estoril* (ETE), nos últimos seis meses do ano 2012, o Estoril recebeu um total de 280 mil turistas, existindo um acréscimo de 14%, neste indicador, relativamente a igual período homólogo, sendo classificado como o quarto destino turístico Nacional. A 20 de Maio de 2013, Cascais foi considerado pela Comissão Europeia um dos destinos turísticos costeiros mais sustentáveis da Europa, sendo atribuído o selo “QualityCoast Silver 2013”.

Com uma vocação económica claramente voltada para o sector terciário, o Concelho de Cascais registou no ano de 2012 ganhos acentuados no subsector “comércio e restaurantes”, expandindo e diversificando a sua oferta, seguindo a tendência dos últimos

anos, em que o emprego global do concelho de cascais aumentou de 75% em 2001, para 86% em 2011 (CENSOS, 2011).

No contexto do actual cenário desenhado pela Economia Mundial e a Portuguesa em particular, questões como a ameaça de um aumento exponencial da taxa de desemprego de longa duração, vem transformar paradigmas pré-estabelecidos pelas gerações passadas, promovendo uma profunda transformação na sociedade portuguesa.

As Autarquias, como protagonistas da urgente mensagem de mudança, enfrentam agora um desafio Histórico: transmitir ferramentas que gerem um impacto social positivo. O pretendido é a obtenção de um serviço público de qualidade, definido a pensar nos munícipes e desenvolvido com vista a suas satisfazer as necessidades. O Novo papel das Autarquias do Século XXI (em Portugal), atentas a questões como o desperdício de talento e boas ideias de negócio, passa pela promoção de todos os meios adequados para o incentivo e desenvolvimento do empreendedorismo, e como consequência, do desenvolvimento do Município, tornando-o um exemplo de como é possível ultrapassar os efeitos de uma crise.

Os fortes níveis aspiracionais indutores de Criatividade, Competitividade e Inovação, muitas vezes observáveis em vários municípios, estão a par com uma significativa falta de oportunidade. Jovens ou profissionais de média idade estão dispostos a correr riscos para percorrer novos caminhos que os levem a alcançar os seus objectivos.

O modelo de Gestão da Autarquia de Cascais centra-se, numa primeira fase, na “promoção da satisfação das necessidades básicas dos munícipes, nomeadamente através de abastecimento de água, recolha de lixos, concessão de licenças, construção de estradas e redes de esgotos e promoção de mercados, entre outros”.

Num segundo patamar prioritário de intervenção, a Autarquia de Cascais empenha-se no estímulo do campo socioeconómico. Neste sentido, a Autarquia de Cascais promove a existência de um tipo de intervenção estratégica, suportada por duas linhas de força: *Criação de capacidade de intervenção estratégica* e *criação de capacidade financeira*.

Através da institucionalização de um departamento voltado para a análise das questões respeitantes ao desenvolvimento estratégico do Município, e através de recursos humanos qualificados e meios técnicos eficazes, a Autarquia de Cascais formula e

fundamenta medidas e propostas de acção que (em ampla articulação com os agentes socioeconómicos do concelho) potenciem o desenvolvimento local.

3.2.PROJETO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO CONCELHO DE CASCAIS - O ECOSSISTEMA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”

No ano de 2007, a Câmara Municipal de Cascais (CMC), Empresa de Ambiente de Cascais (EMAC) e a empresa Municipal de para promoção e Desenvolvimento Turístico da Costa do Estoril (DTCE), associaram-se com o objectivo central da criação de uma agência de promoção e desenvolvimento do espírito empreendedor em geral, dirigida ao concelho de cascais, e particularmente atenta ao empreendedorismo jovem e social. É desta forma que surge a “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”.

Entendemos que, à semelhança da molécula de DNA, também os nossos vectores estratégicos, agora entendidos como uma Família de Marcas, Valores e Estratégias, se combinam e recombinaem entre si, refortalecendo geração após geração. Se isolarmos a molécula da nossa estrutura, podemos concluir que é formada por três partes: ValorC, ProcC e a GeraçãoC, que por sua vez dão lugar ao código genético ou genoma de Cascais.

A Administração

Como vista à promoção do “Desenvolvimento de Novas Atitudes”, esta agência surge como uma resposta integrada as necessidades locais, através de um “Ecosistema Empreendedor”, composto por um conjunto de dez programas³:

O Programa “Escolas Empreendedoras”, assume como missão a sensibilização professores e alunos para a temática do empreendedorismo, através da abordagem *learning by doing*, a DNA Cascais, assume como missão “preparar hoje, os agentes de mudança do amanhã”, numa iniciativa que aposta no desenvolvimento e construção de atitudes empreendedoras num *target* mais jovem. Neste contexto, a DNA Cascais promove também a experiencia em “trabalho de campo” através da vários exercícios práticos, como levar um negócio para as ruas da Baixa de Cascais durante 24 horas (“Empreendedor por

³ Programa Escolas Empreendedoras, Concurso de Ideias de Negócio de Cascais, Banco de Ideias, Empreendedorismo Social, Ninho de Empresas, Clínicas Empresariais, Interim Management, Business Angels, Capital de Risco, Soluções de Financiamento.

um dia”) ou a participação no Concurso Escolas Empreendedoras. Neste concurso, os alunos são desafiados a construir uma ideia de negócio e a apresentá-la a um júri, que avalia o projeto com base em critérios como o grau de inovação, exequibilidade e impacto económico, social e ambiental na respetiva área de atividade. Com origem no ano de 2006, o programa “Escolas Empreendedoras” já abrangeu mais de 7 mil alunos, professores, num universo de 14 escolas do concelho de Cascais.

Com vista à captação de ideias de negócio e de facilitação do acesso a fontes de financiamento, a agência DNA Cascais promove o *Concurso de ideias de Negócio*. Este concurso promove a “seleção de ideias/projetos inovadores nos vários setores de atividade, em torno das quais se perspetive a criação e/ou robustecimento de novas empresas de forte conteúdo de inovação e/ou negócios emergentes de pequena escala que sejam sedeados no concelho”. Deste 2006, ano em que foi lançado, o Concurso de Ideias de Negócio de Cascais registou a participação de 1356 empreendedores. No ano de 2012, a DNA Cascais registou a apresentação 85 candidaturas (destacando-se sector “Comércio & Serviços” (45%), seguindo-se o “Turismo” (17,5%), o “Ambiente & Energia” (13,8%), a “Saúde” (9,4%), “Outras áreas de negócio” (7,5%) e finalmente o “Empreendedorismo Social”, com 6,8%).

Outra das polivalências do “ecossistema empreendedor” da DNA Cascais centra-se na promoção do Banco de ideias de Cascais. Promovendo o ponto de encontro entre empreendedores com projectos inovadores viáveis, e investidores capacitados e motivados para apostar financeiramente nesses projetos. Segundo o preâmbulo Regulamento do Banco de Ideias de Cascais “ A geração de boas ideias de negócio nem sempre está acompanhada da vontade, capacidade ou disponibilidade para as implementar. Uma das formas de colmatar esta lacuna consiste na efectivação de um mecanismo que permita a exploração económica de boas ideias de negócio, concebidas por promotores pouco vocacionados para a sua dinamização prática. Assim, com a constituição do Banco de Ideias, que irá proporcionar a conjugação destes promotores com potenciais interessados em dinamizar em termos financeiros ou de gestão as ideias aí depositadas, pretende-se evitar o desperdício de boas ideias”. Para integrar esta plataforma “o empreendedor deverá inscrever-se «online» e no «site» passará a constar (apenas se o autor da ideia assim o desejar) uma versão resumida do projecto”.

Segundo Filipe Santos (2012), o “Empreendedorismo Social é o processo de procura e implementação de soluções inovadoras e sustentáveis para problemas importantes e negligenciados da sociedade que se traduz em Inovação Social sempre que se criam respostas mais efetivas (relativamente às alternativas em vigor) para o problema em questão.” Neste contexto, com o objectivo de colmatar os desequilíbrios sociais observados no Município de Cascais, a “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” aposta no empreendedorismo social, prestando apoio em todos os momentos do desenvolvimento de negócios, por parte de quem se encontra economicamente carenciado. Através do programa “Get” (Geração de Empreendedores com Talento) a DNA Cascais assume como missão a Promoção empreendedorismo entre a população em risco de exclusão social, para empreendedores informais, predominantemente residentes em bairros sociais de concelho de Cascais.

As incubadoras de empresas fazem parte do cenário onde actuam os empreendedores e o recurso ao seu apoio pode influenciar o processo de criação de novas empresas e a sua sobrevivência.

Com 3.000 m² de área coberta, o Ninho de Empresas da DNACascais tem como função acolher (fisicamente) empresas inovadoras em fase embrionária e de *start-up*. O Ninho de Empresas integra também o sistema de incubação virtual, e de posto de trabalho, em alternativa à ocupação de gabinetes. Os empreendedores têm ainda à sua disposição um auditório com capacidade para cem pessoas, uma sala de formação e quatro salas de reunião. O Ninho de Empresas de DNA Cascais acolhe, em 2013, 52 empresas, voltadas para os sectores da saúde, ambiente, energia, serviços qualificado e ainda conta com a presença de instituições de investigação ligadas a Universidades.~

Através das “Clínicas Empresariais” a DNA Cascais promove o *procurement* de entidades financiadoras/investidoras, na otimização de planos de negócio ou aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento/investimento para a empresa. No ano de 2011, a “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” contribuiu para a criação de 406 postos de trabalho, com a visão a longo prazo de criação de mais 202. De uma forma global, as empresas apoiadas pela DNA Cascais geraram no ano de 2011, um volume de negócios de 12.511.286,05 €, sendo registado um aumento em relação a 2010 (10.969.731,04 €).

Outra das componentes do “Ecossistema Empreendedor” da DNA Cascais é a bolsa Interim Management. Segundo o Preâmbulo do Regulamento da Bolsa de Interim Management De Cascais “ a criação da Bolsa de Interim Management de Cascais (BIMC) é uma iniciativa que pretende facilitar o recurso, por parte de empresas a criar ou já estabelecidas no concelho de Cascais, a profissionais experientes e qualificados, de modo a que estas organizações possam encetar processos de modernização e capacitação das suas estruturas e actividades, com apoio técnico especializado e personalizado. Deste modo, ir-se-á constituir uma bolsa de profissionais e empresas, facilitando a adequação entre capacidades técnicas existentes e as necessidades das empresas”. Deste modo, a DNA Cascais pretende impulsionar o arranque das novas empresas.

Através de um protocolo de colaboração com o Clube de Business Angels de Cascais, membro da Federação Nacional de **Business Angels** (FNABA) e da **European Business Angels Network** (EBAN), a Agência DNA Cascais potencia a integração deste tipo de investidores em projectos sustentáveis, com elevado potencial de escalabilidade.

Segundo o presidente da Associação Portuguesa de Business Angels, “nos próximos dois anos, os membros da APBA têm cerca de 7 milhões de euros para investir em *startup’s*, e a Federação Nacional de Business Angels conta com 39 milhões prontos a serem aplicados até ao final de Junho de 2013” (EXPRESSO, 2013). Para além do factor financeiro, a rede **Business Angels contribui também com a** sua capacidade de *mentoring*. Entre os anos de 2007 e 2011, nove empresas apoiadas (de raiz) pela DNA Cascais foram potenciadas pela da Federação Nacional de **Business Angels** (FNABA).

No circuito do “Ecossistema Empreendedor” da DNA Cascais, os empreendedores do concelho, podem recorrer à vertente “capital de risco” (também chamado de capital de investimento, capital de desenvolvimento, venture capital e private equity). Desta feita, projectos empresariais com elevada componente de inovação, podem contar com a existência de um investidor profissional: “aquele que investe em empresas com elevado potencial de crescimento, através da aquisição de participações no capital social de empresas, geralmente participações minoritárias, e sobre valores mobiliários não cotados em mercados organizados, com a expectativa de obter dentro de um horizonte de curto ou médio prazo, mais-valias decorrentes do seu investimento” (Guia Prático do Capital de Risco, 2006).

Enquadrando um conjunto de alternativas para os empreendedores, a Agência DNA Cascais promove o acesso ao financiamento bancário (quase sempre em condições especiais), fazendo a ponte entre programas públicos em vigor e projectos viáveis.

Em qualquer ecossistema, a sustentabilidade deriva da integração com os demais elementos do macro ambiente (RICKLEFS, 1996). Compreendendo esta realidade, a Agência DNA Cascais integra a maior rede europeia de empreendedorismo, *European Business and Innovation Network*, a *Federação Nacional de Business Angels*, a *Microsoft Biz Park*, a assim como a *Associação dos Centros de Empresa e Inovação Portugueses*. A DNA Cascais aposta também na área da formação, que através de parcerias com o INSEAD, com o *Instituto de Empreendedorismo Social*, o *Unreasonable Institute*, a *Escola Técnica de Imagem e Comunicação* e a *Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril*. Com o objectivos de contribuir de forma activa para o estímulo do tecido empresarial local no curto prazo, a DNA Cascais enquadra até à data parcerias com o Banco Português de Investimento, o IAPMEI, a InovCapital e a Lisgarante.

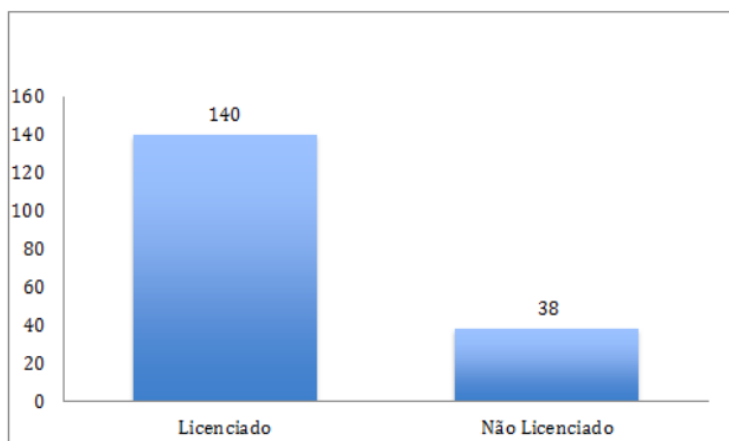
3.3. O PERFIL DO “EMPREENDEDOR - DNA CASCAIS”

No âmbito do tema de investigação, considera-se pertinente a identificação (em termos gerais) do perfil do um empreendedor que recorre ao apoio da “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”. Não focando o carácter psicológico do empreendedor, o estudo incide apenas em questões meramente sociodemográficas.

A amostra recolhida entre Setembro de 2012 e Abril de 2013, visa 178 inquiridos, sendo que 103 pertencem ao sexo masculino e 75 ao feminino.

Relativamente à formação académica e tal como é possível observar no gráfico 1, a grande maioria dos empreendedores possui (pelo menos) a licenciatura, enquanto os restantes, apenas 21,3% detêm um grau escolar inferior. Após a análise dos dados é possível identificar que 22,6% dos elementos do sexo feminino não obtém licenciatura ou grau académico superior, enquanto no caso do género masculino a percentagem é de 20,3.

GRÁFICO 1 - Grau de Escolaridade dos Empreendedores que recorrem ao apoio da “Agência DNA Cascais”



Fonte: Própria.

Outros dos pontos em análise, centra-se na interpretação dos dados referentes à idade dos empreendedores que recorrem ao Apoio da Agência DNA Cascais, através da média de idades ou da identificação das faixas etárias.

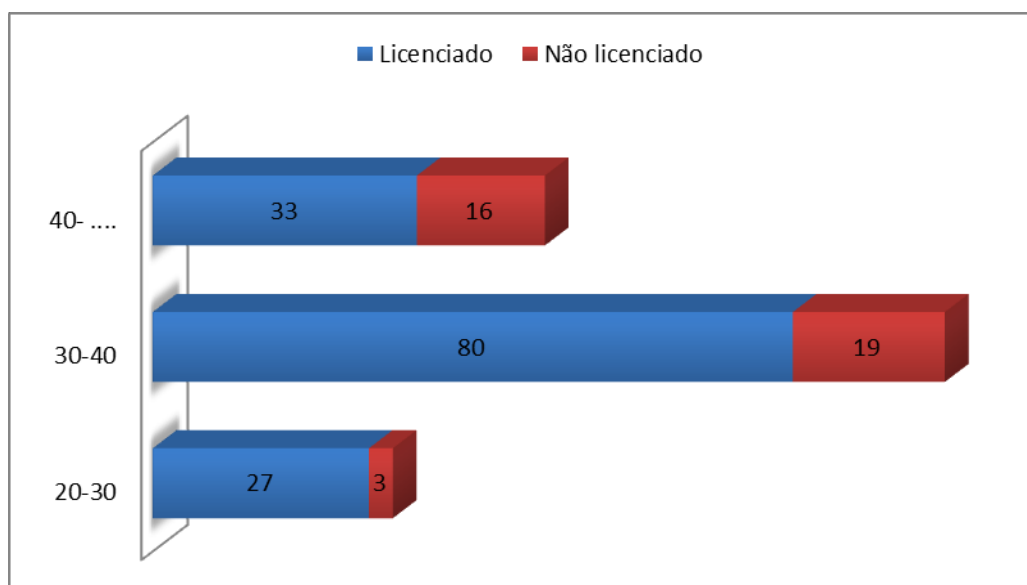
Não existindo uma discrepância de idades consideravelmente acentuada entre cada um dos sexos, pode no entanto concluir-se que os empreendedores do sexo masculino (35,9%) são consideravelmente mais jovens que os do sexo feminino (36,8%). A análise dos dados revela que, em ambos os casos, a idade média aproximada dos empreendedores é de 36 anos.

De acordo com os dados recolhidos, os empreendedores que recorrem à Agência DNA Cascais estão localizados na faixa etária dos 30-40 anos (tal como é possível observar no Gráfico 4).

Segundo BOSMA (2009), os portugueses identificam esta faixa etária como a ideal para a criação do próprio negócio, uma vez que engloba os factores “estabilidade” e “dinâmica” em consonância com a “experiência laboral” fundamental ao sucesso.

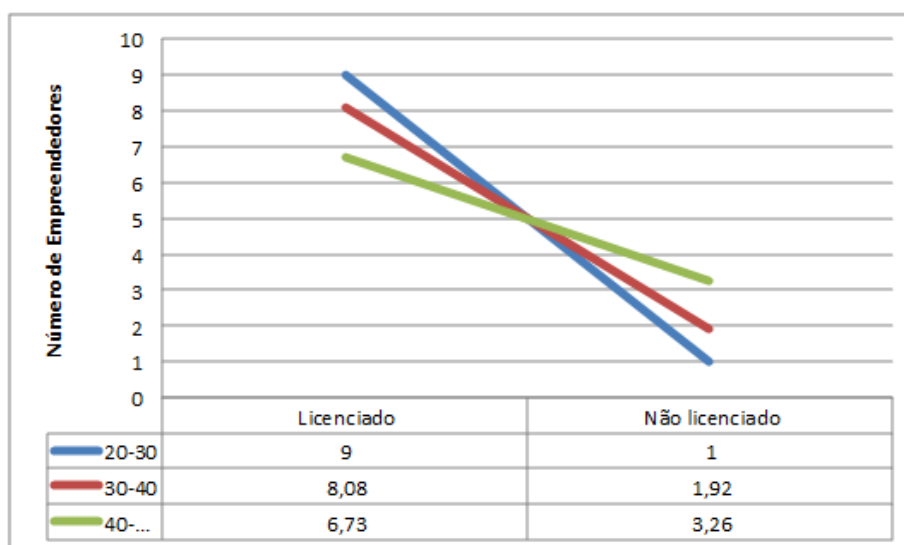
Na sua grande maioria, os elementos do pertencentes á faixa etária dos 30 aos 40 anos, são licenciados.

GRÁFICO 2 – Representação gráfica das faixas etárias referentes aos empreendedores da “Agência DNA Cascais”



Fonte: Própria.

GRÁFICO 3 – Representação da relação entre o grau académico e a percentagem de Empreendedores.



(escala 0-10 redimensionado dos 100%)

Fonte: Própria.

Segundo análise da informação conseguida, é possível concluir que a grande maioria dos empreendedores que recorrem ao apoio da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” se localizam na faixa etária dos 30 aos 40 anos de idade, sendo na sua grande maioria detentores de um título académico.

QUADRO 1 – Representação percentual das faixas etárias dos empreendedores que recorrem ao apoio da “Agência DNA Cascais”

Faixa etária	Masculino	Feminino
20-30	17,4%	17,3%
30-40	53,3%	57,3%
40-...	29,2%	25,33%

Fonte: Própria.

É possível constatar que (pelo menos) no cluster “Cascais” o esforço de promoção do empreendedorismo na classe jovem (20-30 anos) é justificável, uma vez que se apresenta com a faixa etária com menor representação. Esta realidade de ser contornada, com vista o desenvolvimento da economia portuguesa a médio/ longo prazo.

CAPÍTULO IV – ESTUDO DE CASO: O ECOSSISTEMA EMPREENDEDOR DNA CASCAIS

4.1 MODELO CONCEPTUAL DA PESQUISA

O novo modelo de intervenção proposto às Autarquias Locais preconiza como essencial a institucionalização de polo de reflexão, formulação e fundamentação de estratégias, medidas e propostas de acção, que de forma sustentada potenciem o desenvolvimento local.

Com raiz no conceito proposto por Daniel J. E Isenberg (2010), através do artigo *How to Start na Entrepreneurial Revolution* (publicado pela Harvard Business Review) o modelo de estudo em causa propõe que a actividade/ atitude empreendedora deve ser estimulada pelo organismos próximos aos municípios. Assim, através da promoção de estímulos e de apoios à concretização de projectos (no curto, médio e longo prazo) o presente modelo, pretende analisar o contributo do sistema “Ecosystema Empreendedor”, para o desenvolvimento sustentável de um município.

A “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” surge como um *role model* da relação favorável que pode ser estabelecida entre a disciplina do empreendedorismo e a aposta no desenvolvimento local. O objectivo primordial desta agência centra-se na promoção do espírito empreendedor entre cada um dos municípios, em geral, assim como promover o crescimento de empresas sedeadas no concelho de Cascais.

Deste modo, a longo prazo, a Agência DNA Cascais poderá surgir como um modelo de sucesso possível de ser replicado tanto a nível nacional como internacional.

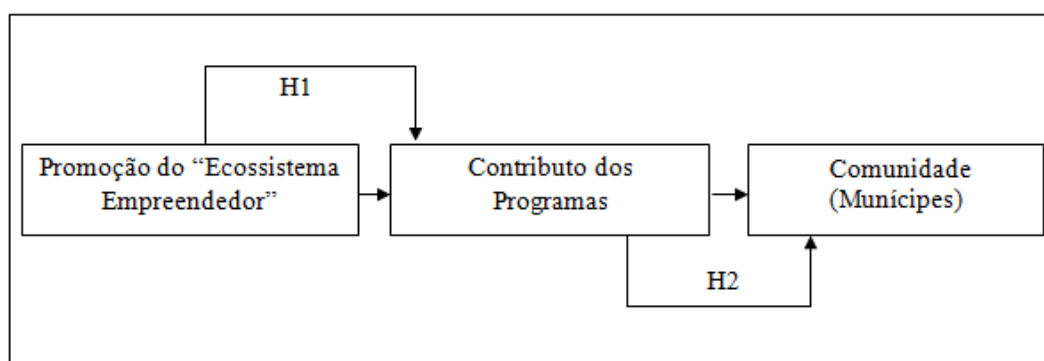
O presente estudo pretende, através de um modelo dinâmico, compreender o acréscimo de valor conseguido pela implementação de uma estratégia focada no empreendedorismo, para a dinamização de uma determinada região, neste caso o concelho de Cascais.

4.1.1. HIPÓTESES DE ESTUDO

Na presente investigação são levantadas duas hipóteses:

- Hipótese 1 (H1) - A relação entre os resultados obtidos e os recursos empregues justifica a existência do Modelo? Existe uma relação positiva e com significância estatística entre os resultados obtidos e os recursos empregues que justifique a existência do Ecosistema Empreendedor?
- Hipótese 2 (H2) – A maior parte das empresas criadas através do modelo empreendedor, durante o período de cinco anos de existência, apresentam resultados financeiros positivos?

Figura 1 – Relacionamento entre Hipóteses



Fonte: Própria

4.1.2. NATUREZA E ORIGEM DOS DADOS

Quanto à sua natureza, os dados utilizados para análise dividem-se em ordem qualitativa e quantitativa. Quantitativa, tendo que serão analisados os resultados conseguidos através da análise dos resultados financeiros publicados, por cada empresa apoiadas. Já os dados de ordem qualitativa, prendem-se com o levantamento de casos de sucesso do ecossistema, através da aplicação de questionários.

Relativamente à origem dos dados, poderá considerar-se a existência de dados primários e secundários.

Os dados primários são aqueles que, especificamente recolhido para a investigação em curso, não se encontram ainda registados. Na presente investigação os dados primários serão obtidos através de entrevistas guiadas, com base num questionário previamente validado.

Os dados secundários são aqueles que já se encontram recolhidos e/ou ordenados, sendo provenientes de outras fontes. No estudo serão utilizados dados financeiros provenientes de base de dados e reports financeiros.

QUADRO 2 – Quadro Resumo - Hipóteses de estudo/ método de colecta de dados

QUESTÃO INVESTIGAÇÃO	HIPÓTESES DE ESTUDO	COLECTA DE DADOS
<i>“Qual o potencial de eficácia de uma estratégia focada no empreendedorismo para dinamização de uma determinada região?”</i>	(H1) A relação entre os resultados obtidos e os recursos empregues justifica a existência do Modelo? Existe uma relação positiva e com significância estatística entre os resultados obtidos e os recursos empregues que justifique a existência do Ecosystema Empreendedor?	Fonte Primária: Aplicação de questionário (ver anexo I)
	(H2) A maior parte das empresas criadas através do modelo empreendedor, durante o período de cinco anos de existência, apresentam resultados financeiros positivos?	Fonte Secundária: Análise relatórios e Contas

Fonte: Própria.

4.2. Caracterização da Amostra

A amostra disponibilizada para a presente análise estatística é constituída por 103 dados multivariados (qualitativos nominais e ordinais) conseguidos através da resposta a um questionário modelo (**ver *anexo I***), proposto a 161 empreendedores (161 questionários) enquadrados no “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais”.

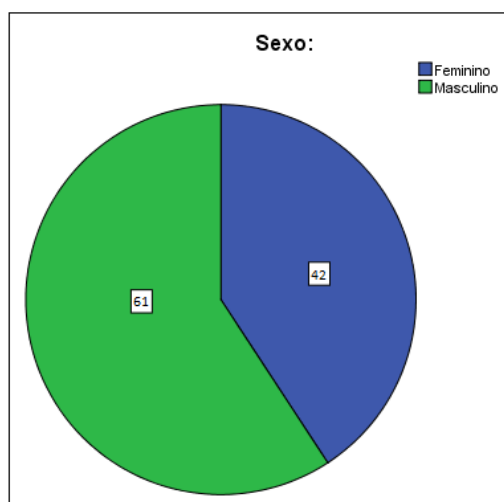
Através da aplicação de um questionário “modelo”, proposto a cada um dos 161 empreendedores (responsáveis pelos projectos promovidos e apoiados, de raiz, pela "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor"), é possível certificar a existência de uma relação entre os resultados obtidos e os recursos empregues, compreendendo e justificando a existência do Modelo em análise. Através da análise dos dados conseguidas através das respostas ao questionário modelo (***anexo 1***) é possível determinar a existência de uma relação positiva e com significância estatística entre os resultados obtidos e os recursos empregues, justificando a existência do modelo “Ecossistema Empreendedor”.

A presente análise estatística dos dados recolhidos foi conduzida pelo *software* SPSS *Statistics* (ver. 20, IBM SPSS Chicago, IL), onde, sempre que necessário, se considerou uma probabilidade de erro de tipo I de exactamente 5% ($\alpha = 0,05$) e percentagens aproximadas às unidades.

4.3. ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES AO “CAMPO SOCIODEMOGRÁFICO”

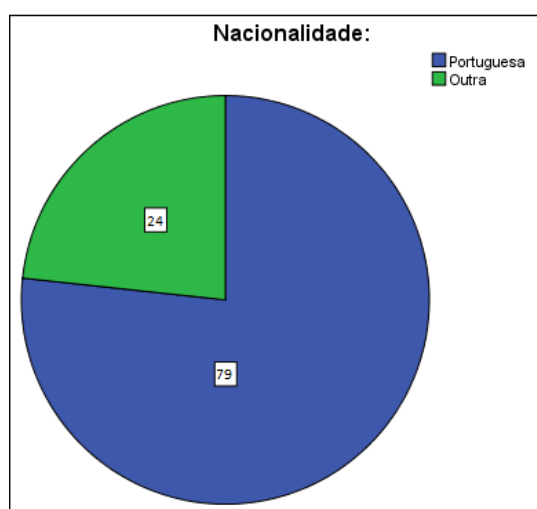
Deste modo, foi possível determinar que a maioria dos empreendedores integrados no sistema de promoção do empreendedorismo da “Agência DNA Cascais” é do sexo masculino (n=61; 59%), em grande parte de nacionalidade portuguesa, com principal incidência no Concelho de Cascais (n=79, 76% e n=74; 71% respetivamente), e com idades compreendidas predominantemente entre os 36 e os 45 anos (n=39; 37%) e 46-55 (n=25; 24%). Cerca de três quartos dos inquiridos tem 35 ou mais anos de idade (idade mediana situada na faixa 36-45 e 1ºQ <35). (Gráficos 5, 6, 7 e 8)

GRÁFICO 5 – Diagrama circular referente à distribuição do Sexo dos elementos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



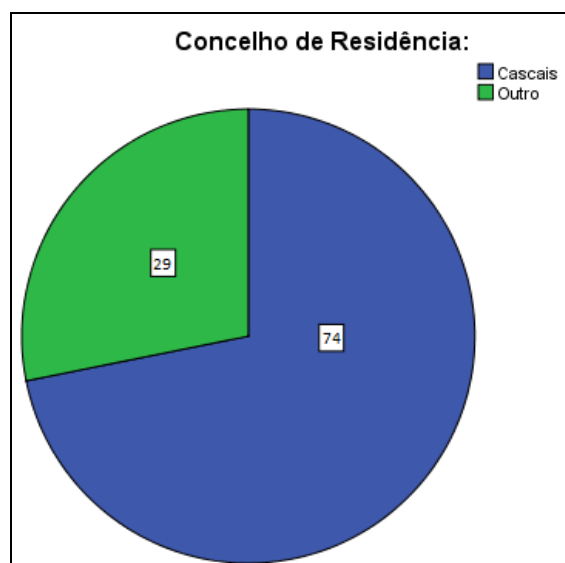
Fonte: Própria

GRÁFICO 6 – Diagrama circular referente à distribuição da Nacionalidade dos elementos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



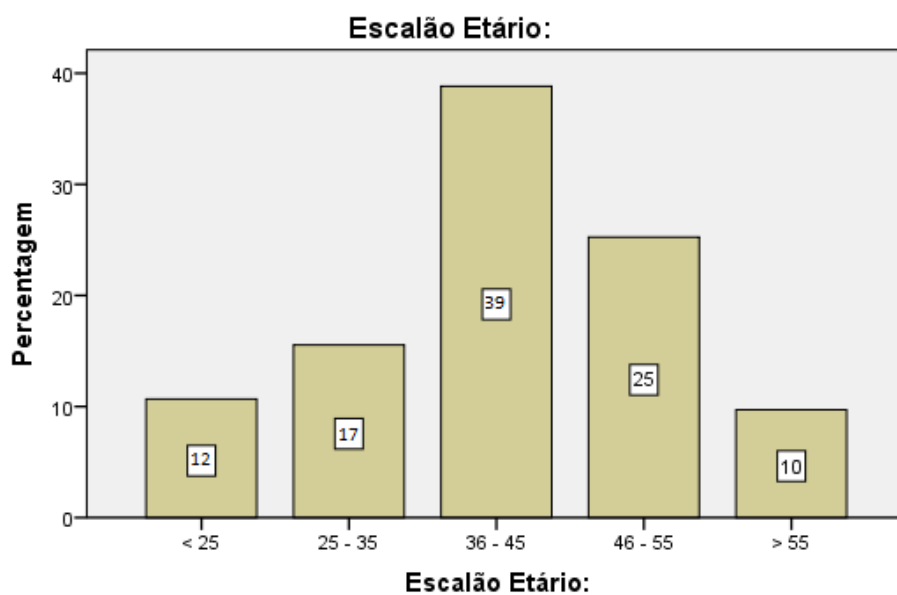
Fonte: Própria.

GRÁFICO 7 – Diagrama circular referente à distribuição do Concelho de Residência dos elementos enquadrados no Ecossistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



Fonte: Própria.

GRÁFICO 8 – Distribuição Etária dos elementos enquadrados no “Ecossistema Empreendedor” da Agência DNA Cascais.

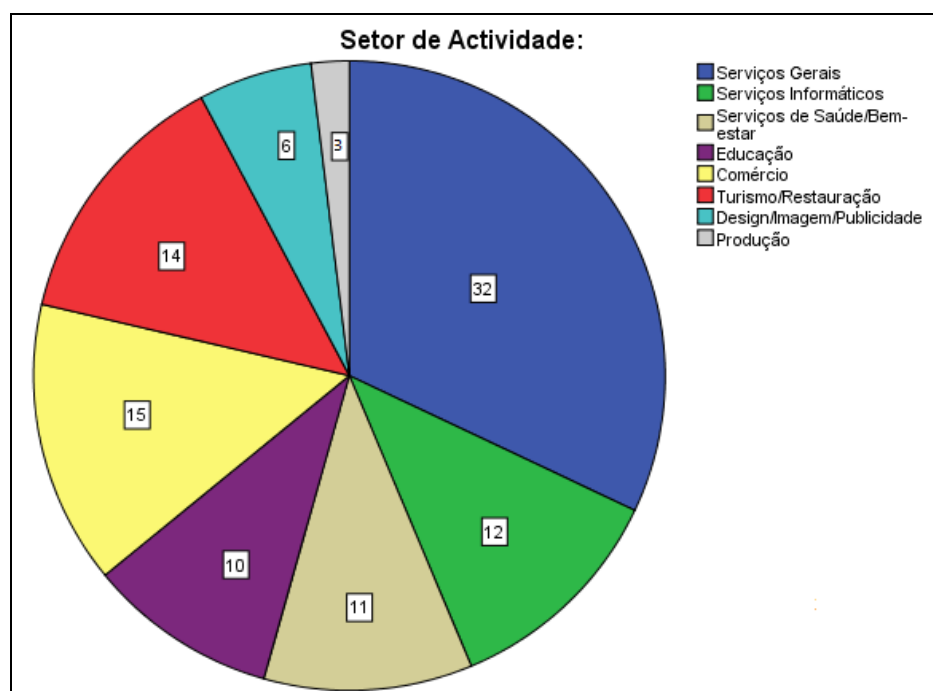


Fonte: Própria.

4.4 ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES À “CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA”

A grande maioria dos empreendedores inquiridos representa empresas da área dos serviços (n=55; 53%). O campo dos serviços gerais assume uma elevada expressão (n=32; 31%), seguindo-se as empresas voltadas para os serviços informáticos (n=12; 12%). Por último e com uma expressão de 11% (n=11) surgem as novas empresas relacionadas com serviços de Saúde. Áreas como serviços, Comércio e Turismo/Restauração surgem em segundo e terceiro lugar no ranking dos setores de atividade com maior representação (n=15; 15% e n=14; 14% respetivamente). (Gráfico 9)

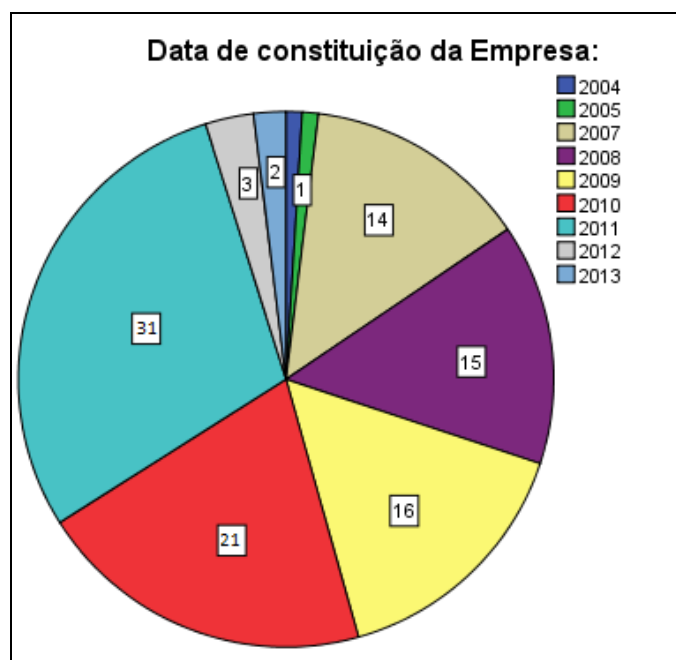
GRÁFICO 9 – Diagrama circular referente à distribuição dos sectores de actividade das empresas/projectos enquadrados no Ecossistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



Fonte: Própria.

Segundo a informação transmitida pelas respostas ao questionário modelo, um terço das empresas foram formalmente constituídas no ano de 2011 (n=31; 30%), sendo que a esmagadora maioria das novas empresas foi constituída entre os anos de 2007 e 2011 (n=97; 94%). (Gráfico 9)

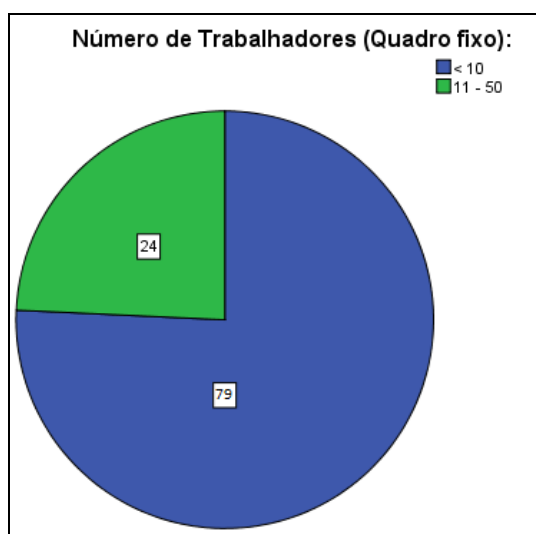
GRÁFICO 10 – Diagrama circular referente à distribuição das datas de constituição das empresas/ projectos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



Fonte: Própria.

Aproximadamente três quartos das empresas têm dez ou menos funcionários nos seus quadros (vínculo efetivo) (n=79; 76%), surgindo no mercado como pequenas start-ups. (Gráfico 11)

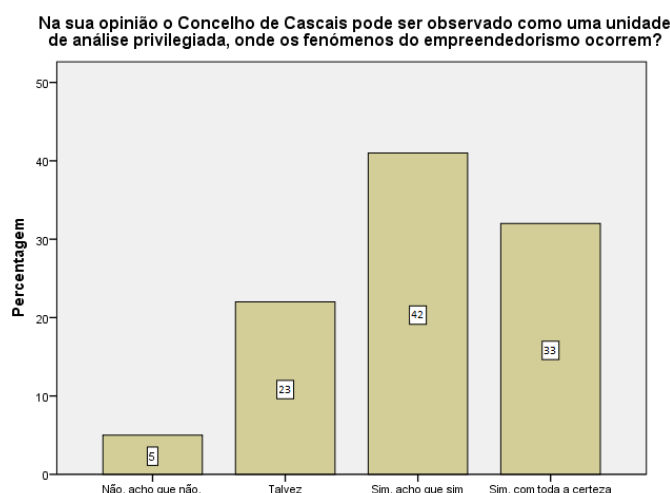
GRÁFICO 11 – Diagrama circular referente ao número médio de trabalhadores (no quadro fixo) das empresas/ projectos enquadrados no Ecosistema Empreendedor da Agência DNA Cascais.



Fonte: Própria.

A maioria (n=75; 72%) dos empresários considera que, de algum modo, o concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos de empreendedorismo ocorrem, sendo que apenas aproximadamente um terço (n=32; 31%) o faz com toda a certeza. Somente 5 empreendedores não partilham da mesma opinião. (Gráfico 12)

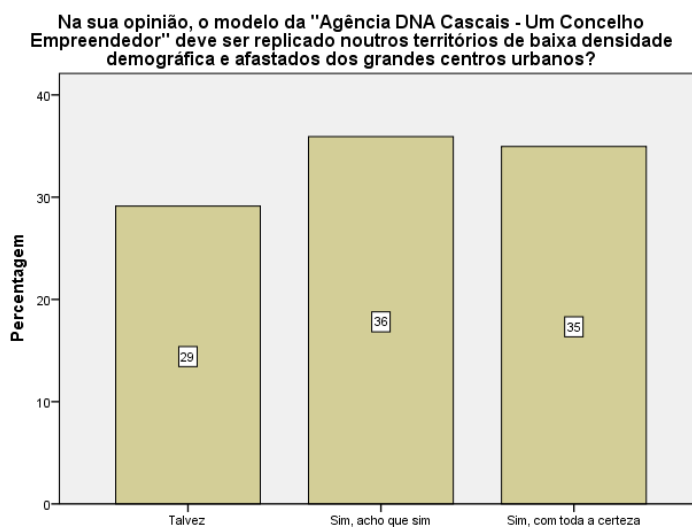
GRÁFICO 12 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “O Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem?”



Fonte: Própria.

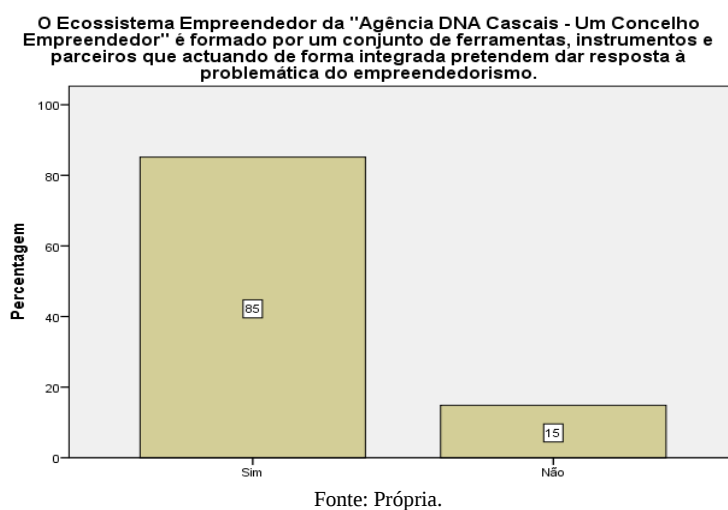
No que diz respeito à replicação do modelo da Agência DNA Cascais as opiniões dividem-se quase equitativamente entre “talvez”, “sim, acho que sim” e “sim, com toda a certeza”. (Gráfico 13)

GRÁFICO 13 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “O Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?”



Fonte: Própria.

GRÁFICO 14 – Gráfico de barras - Distribuição das respostas à questão: “ O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo”

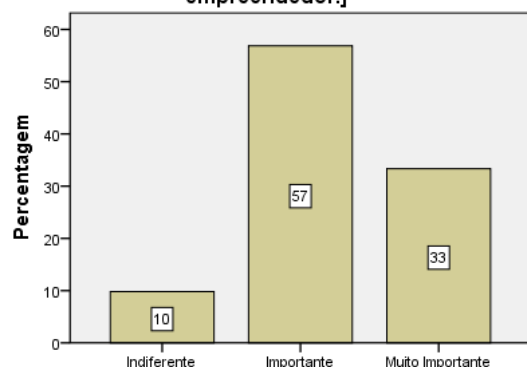


Os empreendedores pertencentes ao Ecosistema de impulso e potenciação do empreendedorismo, foram inquiridos quanto à relevância da Agência DNA Cascais, no que concerne à sua influência para a promoção do perfil empreendedor dos munícipes, criação novas empresas no concelho, incentivo à sustentabilidade socioeconómica, e transformação de ideias em projetos sustentáveis e impulso positivo para a inovação.

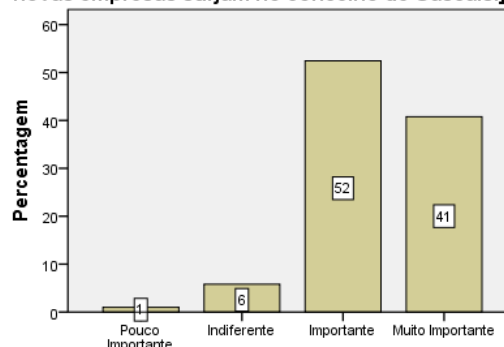
Assim, 90% dos empreendedores inquiridos considerou que a Agência DNA Cascais teve e/ou tem, pelo menos, papel importante em qualquer um dos tópicos, isto é, a quase totalidade dos mesmos reconhece a importância da Agência nas premissas em análise (conjunto de gráficos 15).

GRÁFICO 15 - Gráficos de barras com a distribuição das respostas à questão 11 do questionário

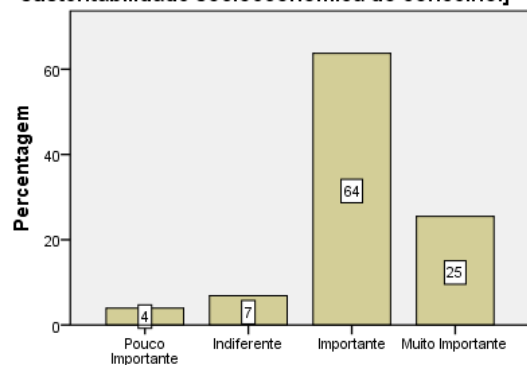
Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:
[A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” estimula a promoção de um perfil empreendedor.]



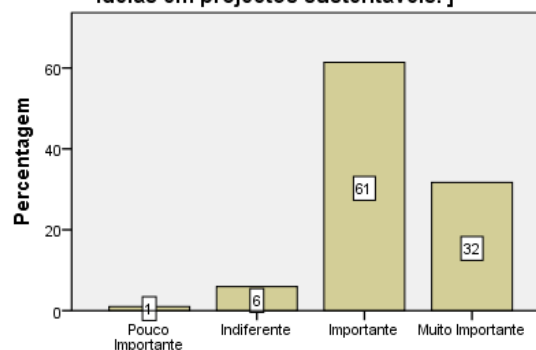
Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:
[A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” continua a contribuir para que novas empresas surjam no concelho de Cascais.]



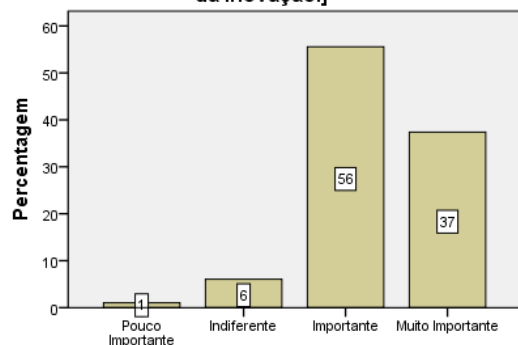
Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:
[O ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.]



Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:
[Os vetores de acção do ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” actuam de forma integrada, com vista à transformação de ideias em projectos sustentáveis.]



Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:
[A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” surge como elemento catalisador da inovação.]

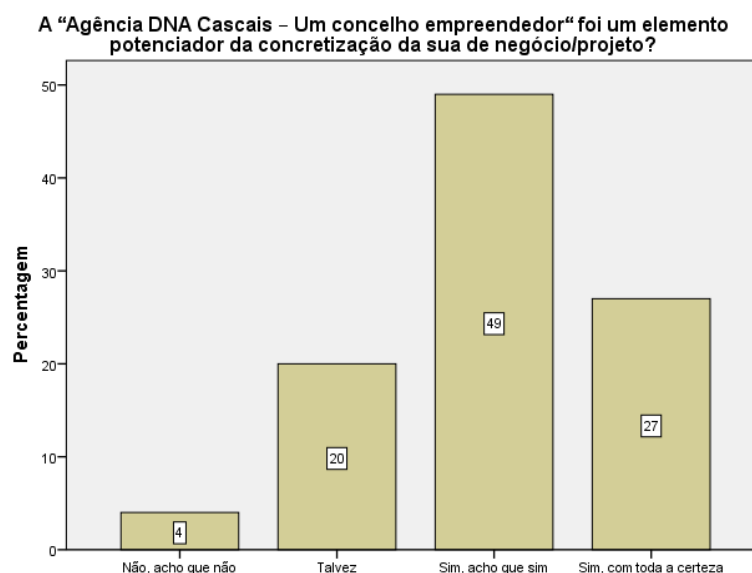


Fonte: Própria.

4.5. ANÁLISE DOS DADOS REFERENTES PONTO: “O MEU PROJECTO”

Cerca de três quartos dos empreendedores inquiridos (n=76; 76%) consideraram que a Agência DNA Cascais foi elemento potenciador da concretização das suas ideias de negócio/projeto. Apenas quatro empresários consideram o contrário, isto é, que a Agência não foi um elemento determinante para a concretização das suas ideias de negócio (Gráfico 12).

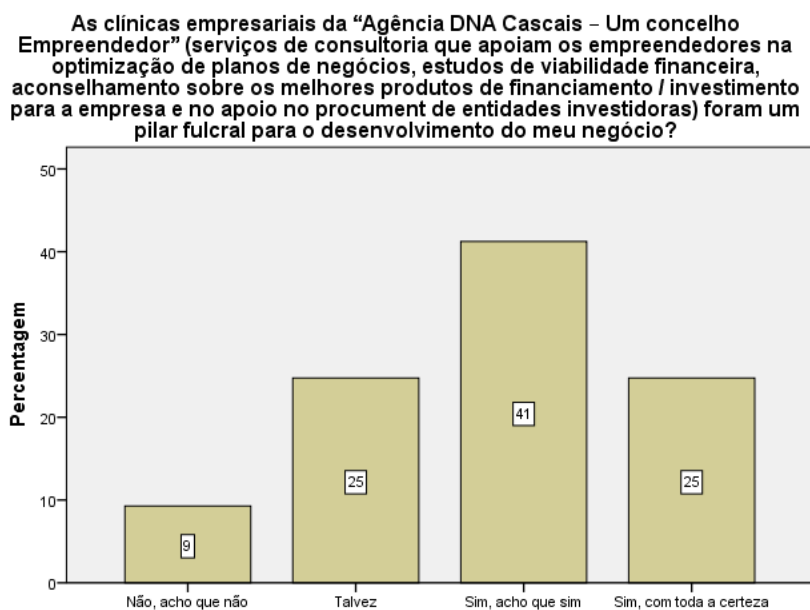
GRÁFICO 16 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão: “Considero que a “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projeto”



Fonte: Própria.

As clínicas empresariais da mesma Agência, não recolheram o mesmo grau de unanimidade, no que ao papel de “pilar fulcral” diz respeito: apenas cerca de dois terços (n=76; 73%), responderam pelo menos, “sim” enquanto 20% dos inquiridos respondeu “talvez”. (Gráfico 17)

GRÁFICO 17 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão:” As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um concelho Empreendedor” foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio”

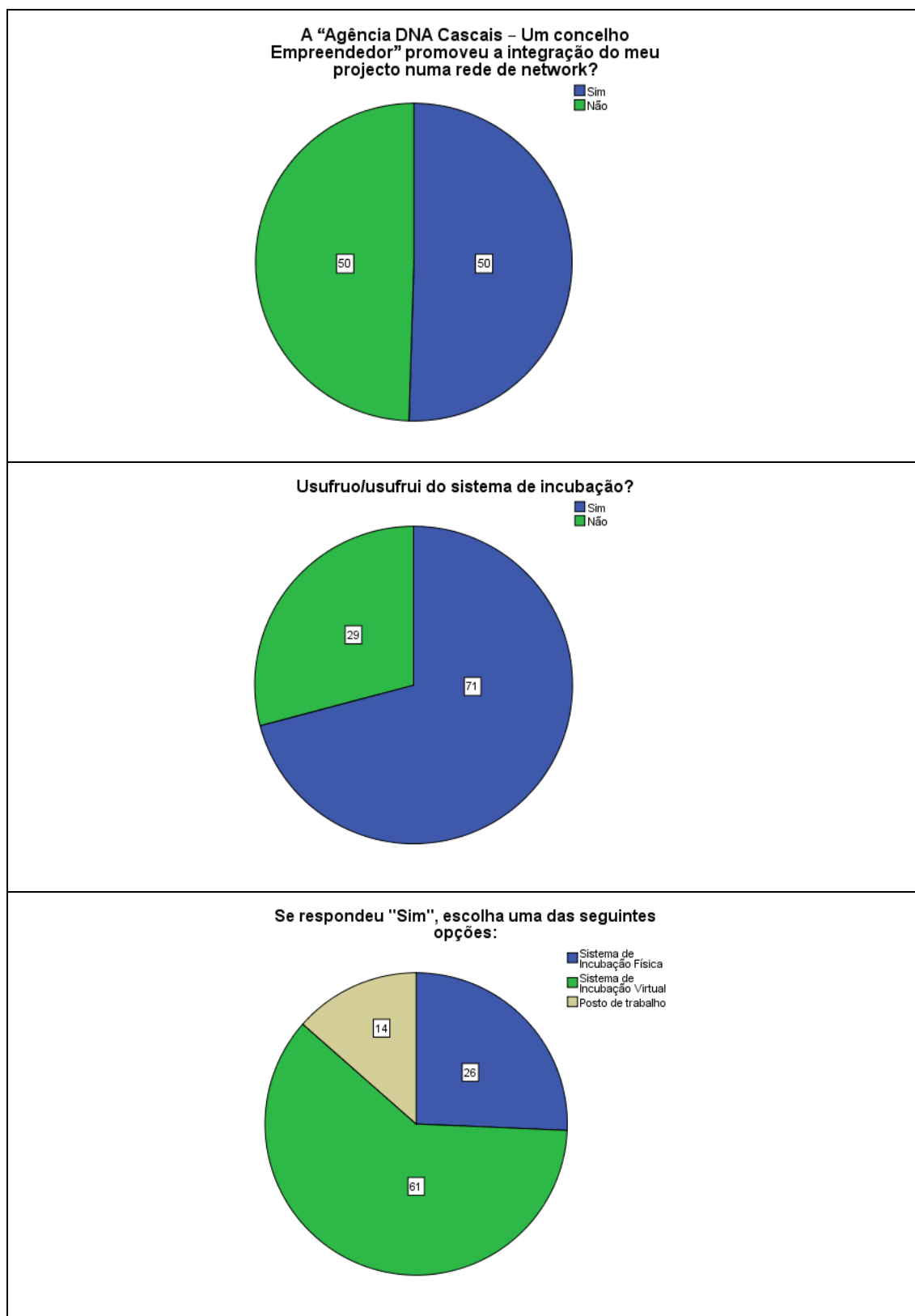


Fonte: Própria.

Somente cerca de metade dos inquiridos (n=51;51%) considerou que a “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” promoveu a integração dos seus projetos numa rede de *network*.

Foi também possível constatar, que quase três quartos dos empreendedores (n=73;71%) usufruíram ou usufruem do “sistema de incubação” do Ninho de Empresas DNA Cascais. Os dados revelam que quase dois terços dos inquiridos usufruíram do sistema de incubação virtual (n=45;61%). (Conjunto de gráficos 18)

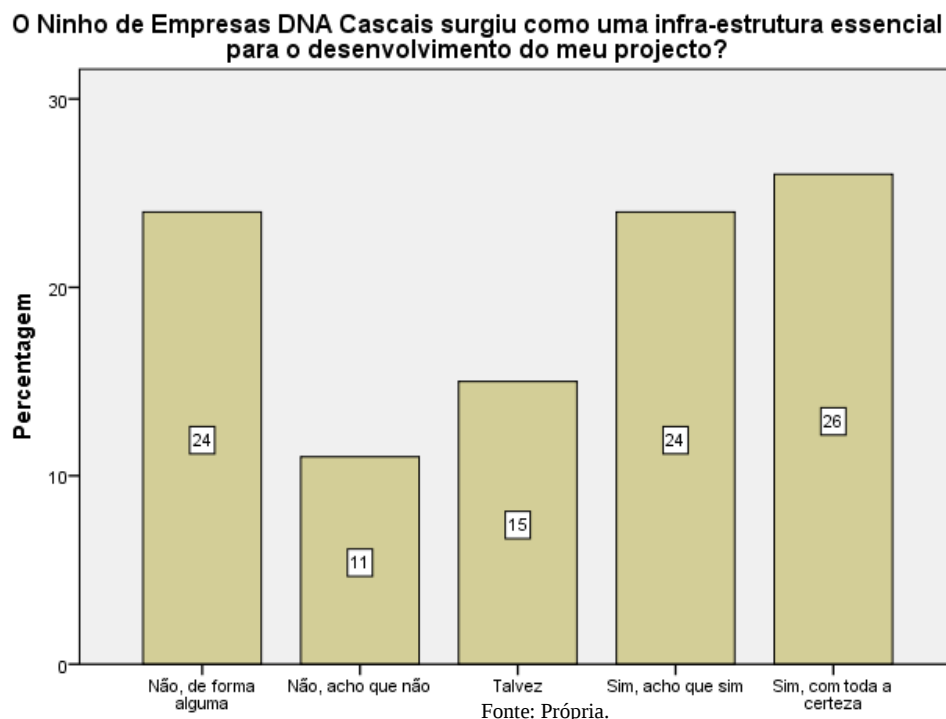
GRÁFICO 18 – Diagramas circular com a distribuição das respostas à questão 19 do questionário.



Fonte: Própria.

No que remete à intervenção directa da Agência DNA Cascais, apenas metade dos inquiridos considera relevante a influência do “Ninho de em Empresas” para o desenvolvimento dos projectos. Um quarto dos inquiridos afirmou não considerar relevante (Gráfico 15).

GRÁFICO 19 – Gráfico de barras com a distribuição das respostas à questão “O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto”

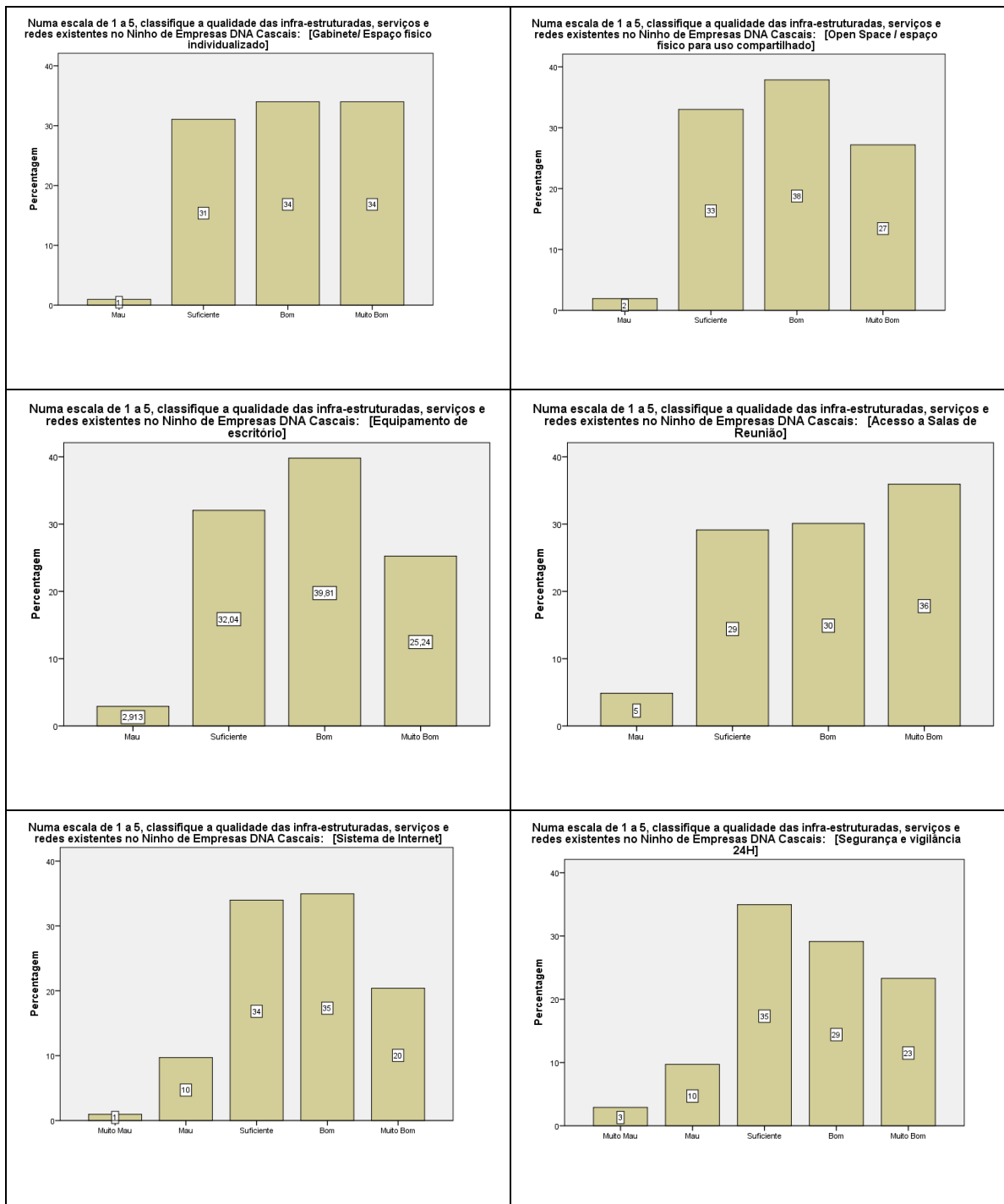


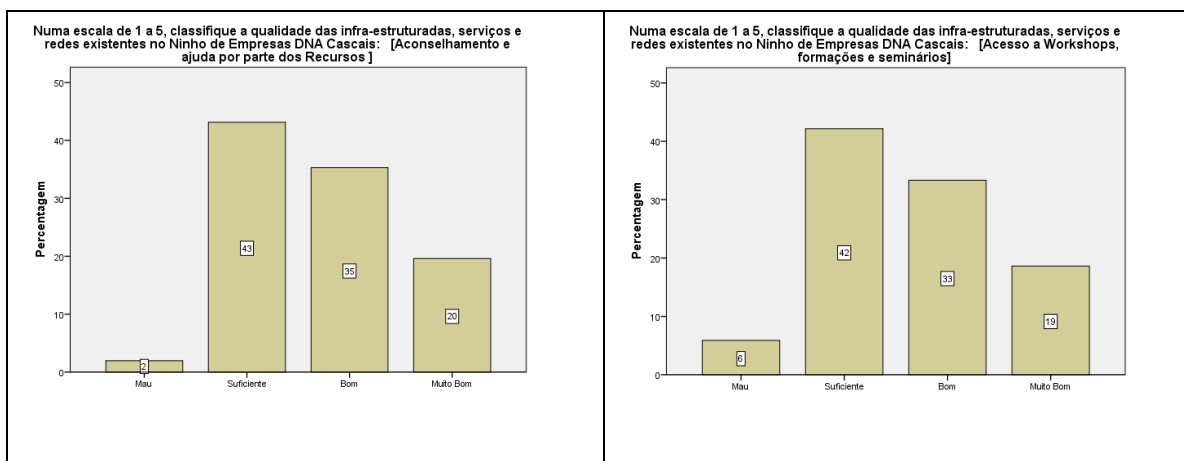
Quanto à qualidade das infra-estruturas, serviços e redes existentes no “Ninho de Empresas - DNA Cascais” os dados revelam que “pelo menos” metade dos inquiridos considera que qualidade em todos os itens aferidos é no mínimo boa, sendo o “Gabinete/Espaço físico individualizado” o item que recolheu mais menções “muito bom” (n=35;34%), assim como globalmente se apresenta como o item que recolheu “melhor qualidade” (penas 1% dos empreendedores não o classificou como “suficiente” ou mais).

Excetuando os itens “Sistema de Internet” e “Segurança e vigilância 24h”, todos os itens foram considerados inequivocamente bem avaliados, conseguindo no mínimo a classificação “suficiente”. Em relação à qualidade dada a percentagem residual obtida para as menções “mau” ou “muito mau” variar entre 1 (“Gabinete/Espaço físico”) e 6% (“Acesso a Workshops, formações e seminários”).

O “Sistema de Internet” e “Segurança e vigilância 24h” foram considerados pelos empreendedores enquadrados no sistema de incubação da Agência DNA Cascais os dois itens com pior classificação no que à qualidade diz respeito, uma vez tiveram percentagens de “muito mau” ou “mau” de cerca de 11 e 13% (Conjunto de gráficos 16).

GRÁFICO 20 – Gráficos de barras com a distribuição das respostas (ver título).

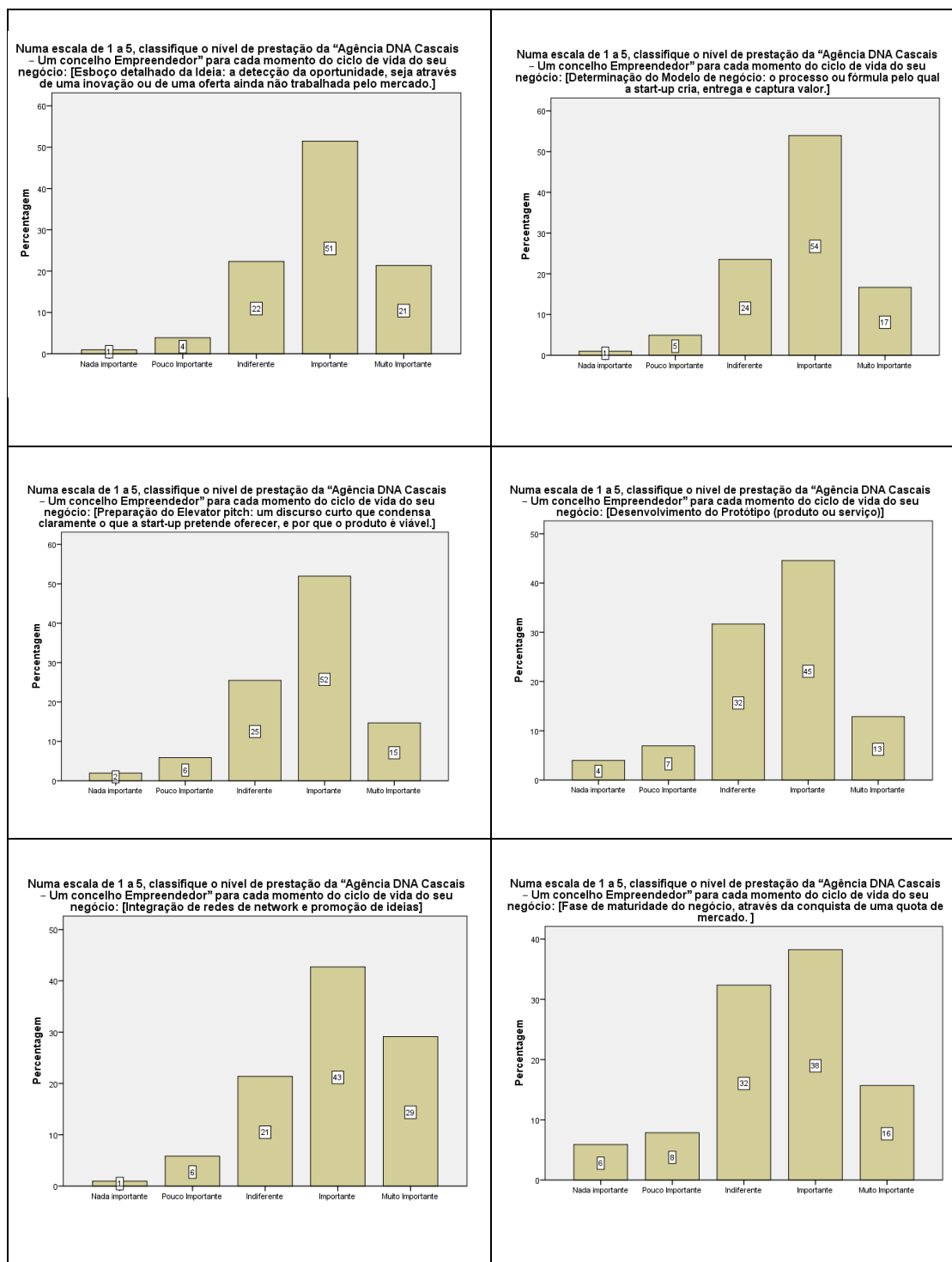


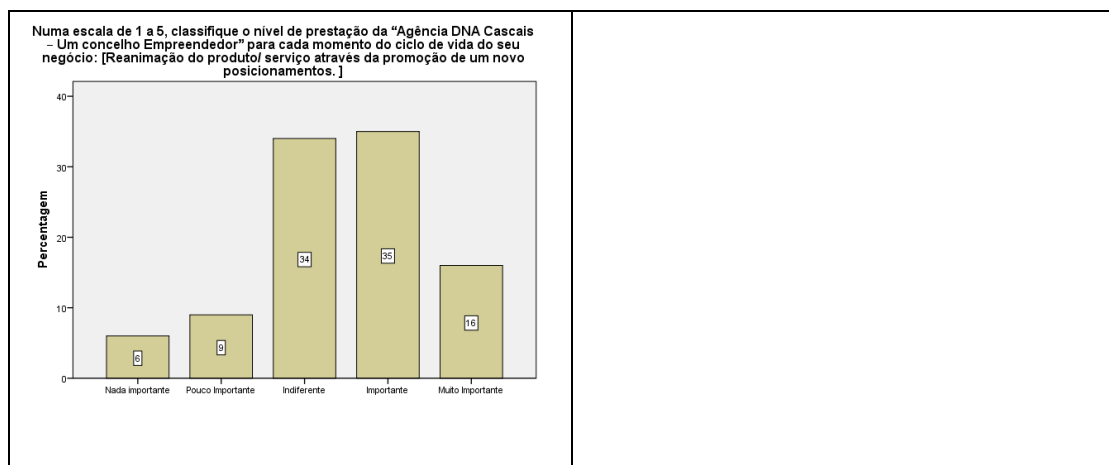


Fonte: Própria.

Centrando a análise na avaliação do nível de prestação da “Agência DNA Cascais” para cada momento do ciclo de vida do negócio dos empresários, é possível determinar que a “integração de redes de network e promoção de ideias” se apresenta como o item com maior destaque, sendo que se apresenta como o ponto onde a Agência obteve mais e maior destaque, uma vez que quase três quartos dos inquiridos (n=74;72%) o consideraram como pelo menos importante (a par com os itens “Esboço detalhado da Ideia” e “Determinação do modelo de negócio” com 72% e 71% respetivamente). No campo oposto, apresenta-se com pior avaliação o item “Fase de maturidade do negócio” e “Reanimação do produto/serviço” com 14% e 16% de opiniões na melhor das hipóteses “pouco importantes” (Conjunto de gráficos 17).

GRÁFICO 21 – Gráficos de barras com a distribuição das respostas (ver título).





Fonte: Própria.

4.6. ANÁLISE INFERENCIAL

Dada a natureza qualitativa das variáveis em causa, para averiguar a existência de uma relação usou-se um teste de independência (que faz uso da estatística do Qui-quadrado) onde sob H_0 se tem “As variáveis são independentes”, isto é, em cada uma das questões 2,3,...,10 e 11 será aplicado um teste não-paramétrico para averiguar a independência das variáveis em causa e onde a estatística teste é obtida pela distribuição Qui-quadrado com os correspondentes graus de liberdade. Em SPSS, obtém-se o seguinte conjunto de *output's* (parciais):

4.6.1 Análise da relação existente entre o “escalon etário” dos Empreendedores da “Agência DNA Cascais” e o seu “concelho de residência”

Escalon Etário: * Concelho de Residência: Crosstabulation

Count			
	Concelho de Residência:		Total
	Cascais	Outro	
Escalon Etário: < 25	6	5	11
25 - 35	10	6	16
36 - 45	29	11	40
46 - 55	20	6	26
> 55	9	1	10
Total	74	29	103

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	4,288 ^a	4	,368	,384 ^b	,372	,397			
Likelihood Ratio	4,475	4	,345	,376 ^b	,364	,389			
Fisher's Exact Test	4,155			,381 ^b	,369	,394			
Linear-by-Linear Association	4,104 ^c	1	,043	,048 ^b	,042	,053	,028 ^b	,024	,032
N of Valid Cases	103								

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,82.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

c. The standardized statistic is -2,026.

Uma vez que o valor de prova é $0,384 > 0,05$ (nível de significância estipulado) então, e a menos de 5% de probabilidade de erro, não é possível colocar de parte a hipótese de que não há relação entre as variáveis em (ET=4,288; n=103; df=4; $p_value = 0,384 > 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

4.6.2 Relação entre a “Nacionalidade” dos empreendedores enquadrados no ecossistema empreendedor da Agência DNA Cascais e o concelho de residência

Concelho de Residência: * Nacionalidade: Crosstabulation

Count

		Nacionalidade:		Total
		Portuguesa	Outra	
Concelho de Residência:	Cascais	56	18	74
	Outro	23	6	29
Total		79	24	103

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	,154 ^a	1	,695	,799	,455	
Continuity Correction ^b	,018	1	,894			
Likelihood Ratio	,157	1	,692	,799	,455	
Fisher's Exact Test				,799	,455	
Linear-by-Linear Association	,153 ^c	1	,696	,799	,455	,193
N of Valid Cases	103					

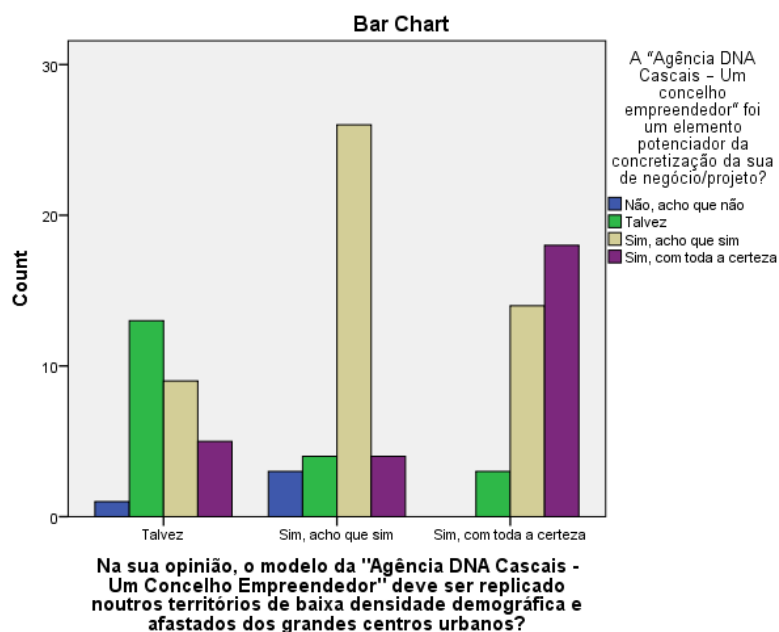
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,76.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is -,391.

Uma vez que o valor de prova é $0,799 > 0,05$ (nível de significância estipulado) então, e a menos de 5% de probabilidade de erro, não é possível colocar de parte a hipótese de uma não relação entre as variáveis em (ET=0,154; n=103; df=1; $p_value = 0,799 > 0,05$).

4.6.3 Análise da relação existente entre a possibilidade de replicação do modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” em territórios de baixa densidade demográfica, e o impacto da “concretização de negócios ou projectos dos empreendedores de Cascais”



Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos? * A "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor" foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projeto? Crosstabulation

Count

		A "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor" foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projeto?				Total
		Não, acho que não	Talvez	Sim, acho que sim	Sim, com toda a certeza	
Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?	Talvez	1	13	9	5	28
	Sim, acho que sim	3	4	26	4	37
	Sim, com toda a certeza	0	3	14	18	35
Total		4	20	49	27	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	34,413 ^a	6	,000	,000 ^b	,000	,000			
Likelihood Ratio	33,120	6	,000	,000 ^b	,000	,000			
Fisher's Exact Test	30,346			,000 ^b	,000	,000			
Linear-by-Linear Association	15,802 ^c	1	,000	,000 ^b	,000	,000	,000 ^b	,000	,000
N of Valid Cases	100								

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,12.

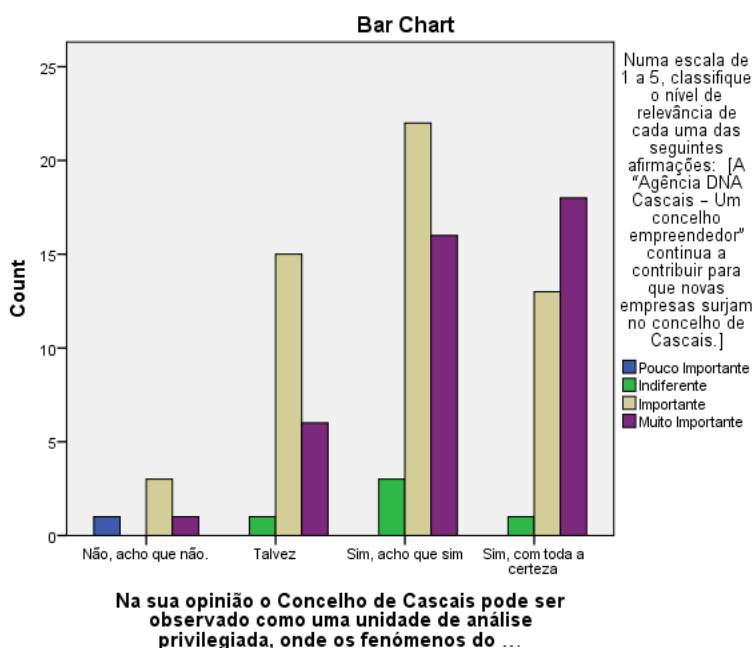
b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

c. The standardized statistic is 3,975.

Uma vez que o valor de prova é inferior a $0,001 < 0,05$ (nível de significância estipulado) pode afirmar-se que (a menos de 5% de probabilidade de erro) as duas variáveis em causa são dependentes ($ET=34,413$; $n=103$; $df=6$; $p_value < 0,001$; Simulação de Monte Carlo).

Para aferir o grau de independência destas variáveis pode analisar-se os vários coeficientes de Kendall (coeficientes de correlação entre variáveis ordinais mais frequentemente usado) cujos valores rondam os 0,38, superior a 0,25, o valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007).

4.6.4 Análise da relação existente entre a existência da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e a noção de “Cascais como uma unidade privilegiada onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem”



Na sua opinião o Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem? * Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” continua a contribuir para que novas empresas surjam no concelho de Cascais.] Crosstabulation

Count		Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” continua a contribuir para que novas empresas surjam no concelho de Cascais.]				Total
		Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	
Na sua opinião o Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem?	Não, acho que não.	1	0	3	1	5
	Talvez	0	1	15	6	22
	Sim, acho que sim	0	3	22	16	41
	Sim, com toda a certeza	0	1	13	18	32
Total		1	5	53	41	100

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	25,258 ^a	9	,003	,021 ^b	,017	,024			
Likelihood Ratio	12,552	9	,184	,166 ^b	,157	,176			
Fisher's Exact Test	12,794			,126 ^b	,117	,135			
Linear-by-Linear Association	6,821 ^c	1	,009	,012 ^b	,009	,014	,006 ^b	,004	,008
N of Valid Cases	100								

a. 10 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

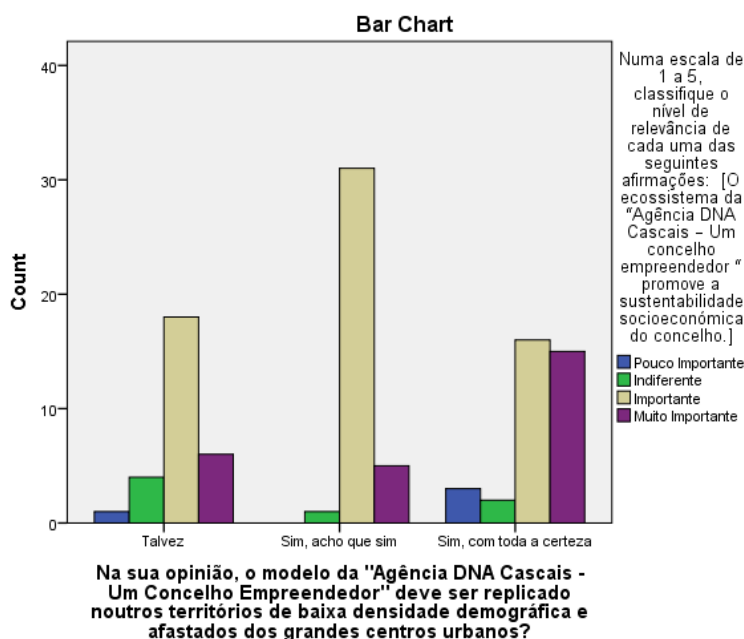
b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 92208573.

c. The standardized statistic is 2,612.

Uma vez que o valor de prova é $0,021 < 0,05$ (nível de significância estipulado) é possível afirmar (a menos de 5% de probabilidade de erro) que as duas variáveis em causa são dependentes (ET=25,258; n=103; df=9; $p_value=0,021 < 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

Tal como nas anteriores questões, para aferir o grau de independência das variáveis pode utilizar-se o método de análise dos vários coeficientes de Kendall (coeficientes de correlação entre variáveis ordinais mais frequentemente usado) cujos valores rondam os 0,20, inferiores a 0,25, valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007), pelo que a relação entre as variáveis é fraca, porém existente.

4.6.5 Análise da relação entre as respostas às questões “O Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?” e “O ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor “ promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.”



Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos? * Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [O ecossistema da "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor " promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.] Crosstabulation

Count		Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [O ecossistema da "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor " promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.]				Total
		Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	
Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?	Talvez	1	4	18	6	29
	Sim, acho que sim	0	1	31	5	37
	Sim, com toda a certeza	3	2	16	15	36
	Total	4	7	65	26	102

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	16,795 ^a	6	,010	,007 ^b	,005	,009			
Likelihood Ratio	17,521	6	,008	,012 ^b	,009	,014			
Fisher's Exact Test	15,539			,006 ^b	,004	,008			
Linear-by-Linear Association	1,277 ^c	1	,258	,282 ^b	,271	,294	,153 ^b	,143	,162
N of Valid Cases	102								

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,14.

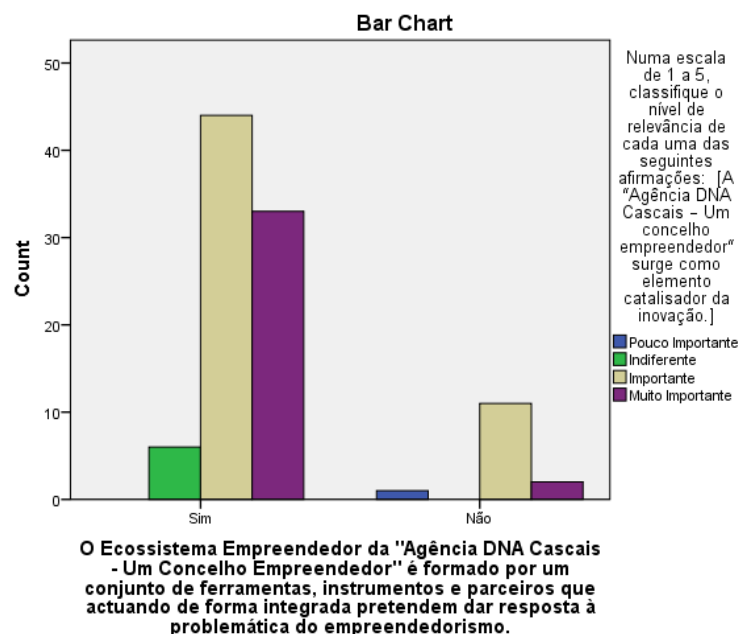
b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562334227.

c. The standardized statistic is 1,130.

Sendo que o valor da prova é de $0,007 < 0,05$ (nível de significância estipulado) é possível afirmar que, a menos de 5% de probabilidade de erro, as duas variáveis em causa são dependentes (ET=16,795; n=102; df=6; $p_value=0,007 < 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

Utilizando os vários coeficientes de Kendall (coeficientes de correlação entre variáveis ordinais mais frequentemente usado), com vista a aferir o grau de independência das variáveis, é possível determinar que existe uma dependência fraca, uma vez que os valores rondam os 0,16, sendo significativamente inferiores a 0,25, valor relação representativa.

4.6.6 Relação das respostas às questões “O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo” e “A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” surge como elemento catalisador da inovação.”



O Ecossistema Empreendedor da “Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor” é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo. ^ Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [A “Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor” surge como elemento catalisador da inovação.] Crosstabulation

		Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [A “Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor” surge como elemento catalisador da inovação.]				Total
		Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	
O Ecossistema Empreendedor da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo.	Sim	0	6	44	33	83
	Não	1	0	11	2	14
Total		1	6	55	35	97

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	10,475 ^a	3	,015	,020 ^b	,016	,023			
Likelihood Ratio	9,696	3	,021	,015 ^b	,012	,018			
Fisher's Exact Test	7,928			,033 ^b	,028	,037			
Linear-by-Linear Association	3,247 ^c	1	,072	,107 ^b	,099	,115	,065 ^b	,058	,071
N of Valid Cases	97								

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 475497203.

c. The standardized statistic is -1,802.

Uma vez que o valor de prova é $0,020 < 0,05$ (nível de significância estipulado) então é possível afirmar que (com menos de 5% de probabilidade de erro) as duas variáveis em causa são dependentes ($ET=10,475$; $n=97$; $df=3$; $p_value = 0,020 < 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

Para aferir o grau de independência destas variáveis pode analisar-se o coeficiente V de Cramer (coeficiente mais frequentemente usado) cujos valores rondam 0,33, superior a 0,25 (um valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007). A dependência é também sugerida pela análise da representação gráfica.

4.6.7 Análise da relação das respostas às questões “O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo.” e “O ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor “ promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho”

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	5,033 ^a	3	,169	,189 ^b	,179	,199			
Likelihood Ratio	6,677	3	,083	,074 ^b	,067	,080			
Fisher's Exact Test	4,745			,140 ^b	,131	,149			
Linear-by-Linear Association	,928 ^c	1	,335	,414 ^b	,402	,427	,222 ^b	,212	,233
N of Valid Cases	100								

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,60.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1585587178.

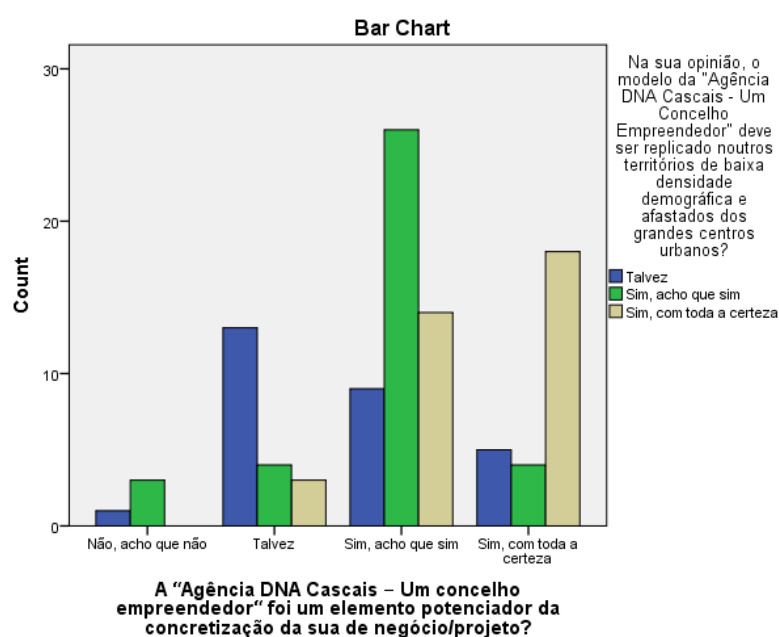
c. The standardized statistic is -,964.

O Ecossistema Empreendedor da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo. * Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [O ecossistema da "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor " promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.] Crosstabulation

		Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações: [O ecossistema da "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor " promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.]				Total
		Pouco Importante	Indiferente	Importante	Muito Importante	
O Ecossistema Empreendedor da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo.	Sim	3	7	52	23	85
	Não	1	0	13	1	15
Total		4	7	65	24	100

Uma vez que o valor de prova é $0,189 > 0,05$ (nível de significância estipulado) então, e a menos de 5% de probabilidade de erro, não é possível colocar de parte a hipótese de que não há relação entre as variáveis em (ET=5,033; n=100; df=3; $p_value = 0,189 > 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

4.6.8 Análise da relação das respostas às questões “Considero que a “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto” e “o Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?”



A "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor" foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projeto? * Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?
Crosstabulation

Count

		Na sua opinião, o modelo da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?			Total
		Talvez	Sim, acho que sim	Sim, com toda a certeza	
A "Agência DNA Cascais - Um concelho empreendedor" foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projeto?	Não, acho que não	1	3	0	4
	Talvez	13	4	3	20
	Sim, acho que sim	9	26	14	49
	Sim, com toda a certeza	5	4	18	27
Total		28	37	35	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	34,413 ^a	6	,000	,000 ^b	,000	,000			
Likelihood Ratio	33,120	6	,000	,000 ^b	,000	,000			
Fisher's Exact Test	30,346			,000 ^b	,000	,000			
Linear-by-Linear Association	15,802 ^c	1	,000	,000 ^b	,000	,000	,000 ^b	,000	,000
N of Valid Cases	100								

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,12.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1487459085.

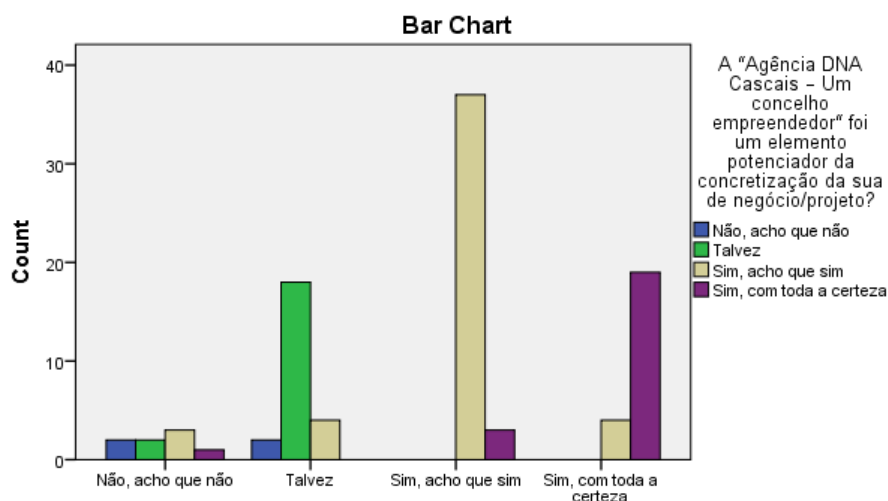
c. The standardized statistic is 3,975.

Uma vez que o valor de prova é inferior a $0,001 < 0,05$ (nível de significância estipulado) é possível afirmar que a menos de 5% de probabilidade de erro, as duas variáveis em causa são dependentes (ET=34,413; n=100; df=6; $p_value < 0,001 < 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

Analisando os vários coeficientes de Kendall (coeficientes de correlação entre variáveis ordinais mais frequentemente usado) com vista a aferir o grau de independência destas variáveis, é possível determinar que os valores rondam os 0,38, superiores a 0,25 que é um valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007).

4.6.9 Análise da relação das respostas às questões “As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira de start-up, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento para a empresa e no apoio no *procument* de entidades investidoras, foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio” e “A Agência DNA Cascais – Um conselho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto

.



As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento / investimento para a empresa e no apoio no *procument* de entidades investidoras) foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio?

As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento / investimento para a empresa e no apoio no *procument* de entidades investidoras) foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio? * A “Agência DNA Cascais – Um conselho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projecto? Crosstabulation

Count		A “Agência DNA Cascais – Um conselho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da sua de negócio/projecto?				Total
		Não, acho que não	Talvez	Sim, acho que sim	Sim, com toda a certeza	
As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento / investimento para a empresa e no apoio no <i>procument</i> de entidades investidoras) foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio?	Não, acho que não	2	2	3	1	8
	Talvez	2	18	4	0	24
	Sim, acho que sim	0	0	37	3	40
	Sim, com toda a certeza	0	0	4	19	23
Total		4	20	48	23	95

Chi-Square Tests									
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	126,269 ^a	9	,000	,000 ^b	,000	,000			
Likelihood Ratio	120,120	9	,000	,000 ^b	,000	,000			
Fisher's Exact Test	106,934			,000 ^b	,000	,000			
Linear-by-Linear Association	52,895 ^c	1	,000	,000 ^b	,000	,000	,000 ^b	,000	,000
N of Valid Cases	95								

a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,34.

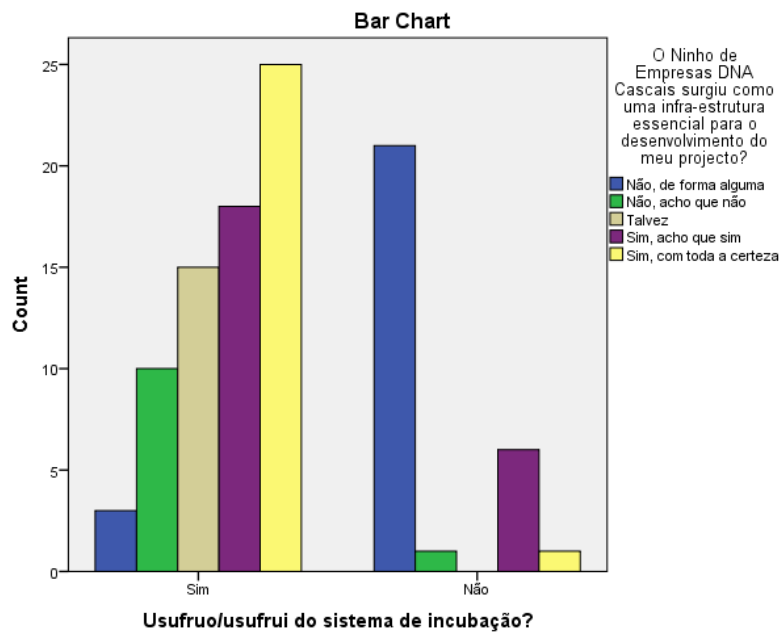
b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1660843777.

c. The standardized statistic is 7,273.

Uma vez que o valor de prova é inferior a $0,001 < 0,05$ (nível de significância estipulado) é possível afirmar que (a menos de 5% de probabilidade de erro), as duas variáveis em causa são dependentes (ET=126,269; n=95; df=9; $p_value < 0,001 < 0,05$; Simulação de Monte Carlo).

Para aferir o grau de independência destas variáveis podem analisar-se os vários coeficientes de Kendall (coeficientes de correlação entre variáveis ordinais mais frequentemente usado) cujos valores rondam os 0,70, superiores a 0,25 que é um valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007), sendo que neste caso o valor obtido revela uma forte relação pois é superior a 0,5.

4.6.10 Análise da relação das respostas às questões “Usufruo/usufri do sistema de incubação” e “O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto”



Usufruo/usufrui do sistema de incubação? * O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto? Crosstabulation

Count

		O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto?					Total
		Não, de forma alguma	Não, acho que não	Talvez	Sim, acho que sim	Sim, com toda a certeza	
Usufruo/usufrui do sistema de incubação?	Sim	3	10	15	18	25	71
	Não	21	1	0	6	1	29
Total		24	11	15	24	26	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	56,311 ^a	4	,000	,000		
Likelihood Ratio	60,174	4	,000	,000		
Fisher's Exact Test	54,258		,000	,000		
Linear-by-Linear Association	33,028 ^b	1	,000	,000	,000	,000
N of Valid Cases	100					

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,19.

b. The standardized statistic is -5,747.

Uma vez que o valor de prova é inferior a $0,001 < 0,05$ (nível de significância estipulado) (a menos de 5% de probabilidade de erro), é possível afirmar que existe uma relação de dependência entre as duas variáveis em causa ($ET=56,311$; $n=100$; $df=4$; $p_value < 0,001 < 0,05$).

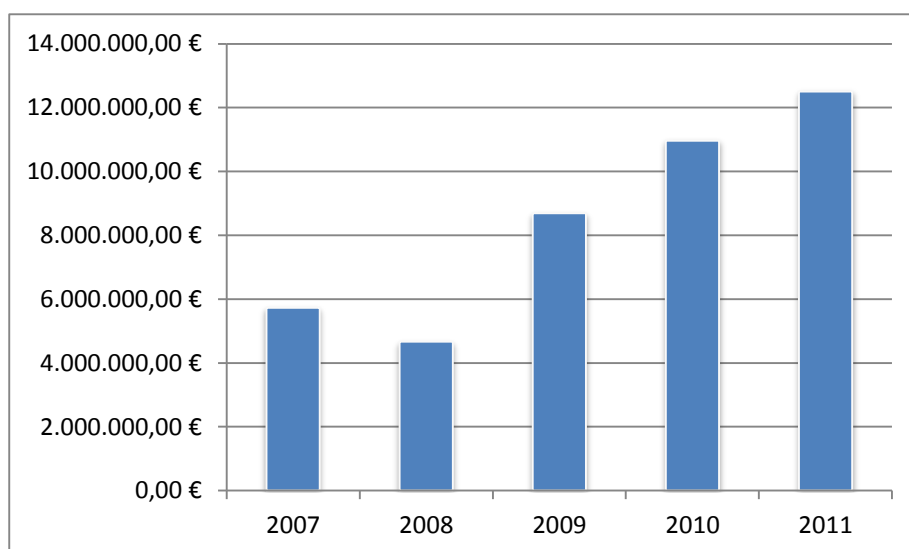
Para aferir o grau de independência destas variáveis pode analisar-se o coeficiente de Cramer V (coeficiente de correlação entre variáveis ordinais e nominais) cujos valores rondam os 0,75, superiores a 0,25 que é um valor acima do qual se pode considerar representativo de uma dependência moderada (Maroco, 2007), sendo que neste caso o valor obtido revela uma forte relação, sendo superior a 0,5.

4.7. ANÁLISE DOS DADOS E RESULTADOS OBTIDOS ATRAVÉS DA ANÁLISE DOS RESULTADOS FINANCEIROS

Através da análise dos relatórios e contas das empresas em estudo, através de base de dados (construída através da plataforma *sabi.dvdep.com/*) é possível identificar, a existência de um franco crescimento do “Volume de Negócios” anual, do universo de empresas apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, ao longo dos cinco anos em estudo (2007 a 2011). Conduzida pelo software SPSS Statistics (ver. 20, IBM SPSS Chicago, IL), a análise dos dados e resultados obtidos através da análise dos resultados financeiros, é considerada uma de erro de tipo I de exactamente 5% ($\alpha = 0,05$) e percentagens aproximadas às unidades.

Se em 2007 o Volume de Negócios rondava os 5.736.680,27€, o crescimento do número de empresas desenvolvidas/ recuperadas com o apoio da Agência DNA CASCAIS, traduziu-se em 2011 no registo de num Volume de Negócios na ordem dos 12.511.286,05 €.

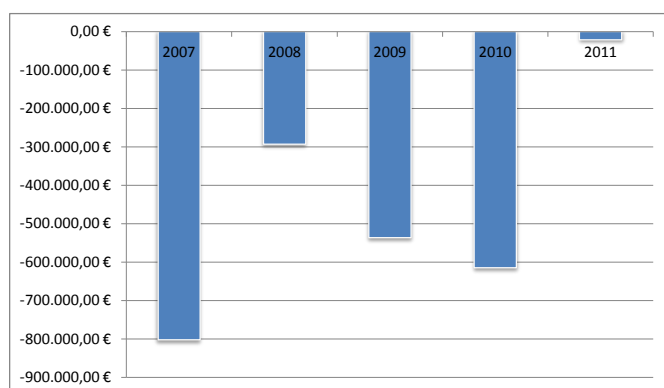
GRÁFICO 22 - Volume de Negócios (Global) Empresas Apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” [2007-2011].



Fonte: Própria.

Os Resultados Líquidos do universo total das empresas criadas sobre a supervisão e apoio da “Agência DNA Cascais” registaram um limite de -21.553,79 € para o ano de 2007, seguindo-se o valor de -614.574,10 € para o ano de 2008, -536.837,55 € já no ano de 2009, -293.277,92 € em 2010, e finalmente -802.395,41 €, no ano de 2011.

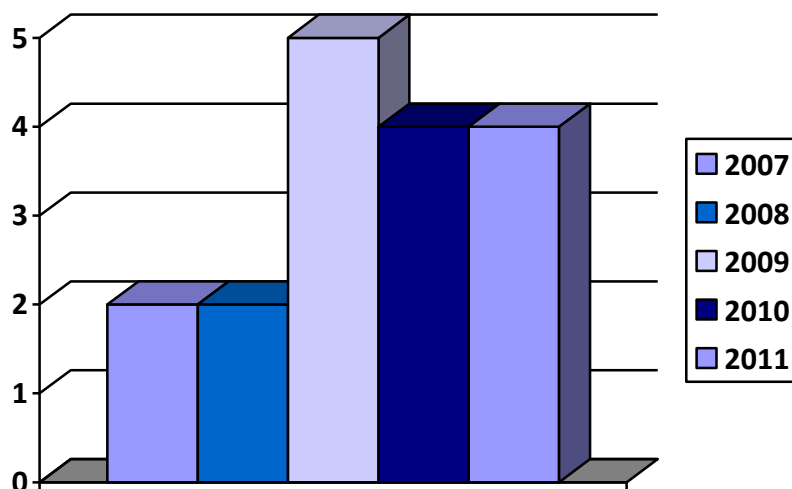
GRÁFICO 23 - Resultados Líquidos (Global) Empresas Apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”[2007-2011]



Fonte: Própria.

No universo das 161 empresas criadas com o apoio da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, foram registados no período de tempo que se estabelece entre 2007 e 2011, 17 casos Falência ou insolvência (decorrente de uma sentença decretatória proferida, por um Juiz de direito, onde uma empresa ou sociedade comercial vê os seus bens alienados com vista a satisfazer todos seus credores (CAMPINHO, 1984)).

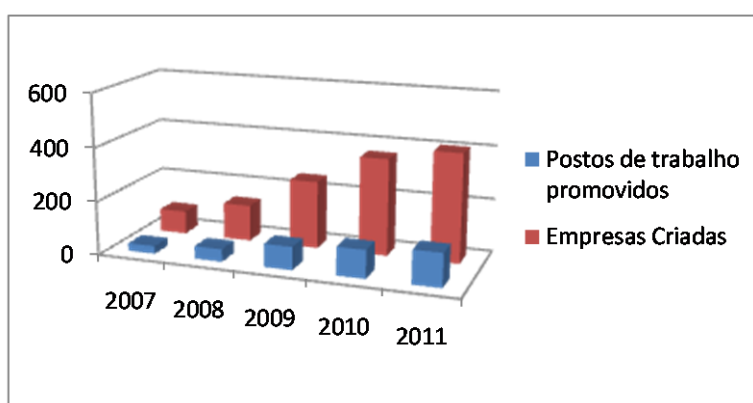
GRÁFICO 24 - Registo do número de casos de Falência ou insolvência no universo de Empresas apoiadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” entre os anos de 2007 e 2011.



Fonte: Própria.

Entre o ano de 2007 e 2011, foram constituídas de raiz ou reabilitadas na sua génese, 161 empresas no Concelho de Cascais. Acompanhando o crescimento de forma simétrica, os postos de trabalho promovidos pelas empresas acompanhadas pela “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” registaram em Dezembro de 2011, a criação de 406 novos postos de trabalho.

GRÁFICO 25 - Número de Empresas criadas/ postos de trabalhos promovidos com o apoio da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” [2007-2011].



Fonte: Própria.

CAPÍTULO V: CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

5.1 CONCLUSÕES

O tema escolhido para a presente investigação - “Empreendedorismo como Estratégia de Desenvolvimento Local: O Caso “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, centrado na análise do novo papel das Autarquias Portuguesas, tem como base o estudo do modelo da “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”, enquanto entidade responsável pela promoção do empreendedorismo no Concelho de Cascais.

Como base no desenvolvimento do presente estudo, é posta a questão de “Qual o potencial de eficácia de uma estratégia focada no empreendedorismo para dinamização de uma determinada região?”. Compreendendo a relevância do estímulo do comportamento empreendedor de cada munícipe (através da promoção de um “Ecossistema Empreendedor” que assume como missão o impulso e auxílio na projecção de ideias, que se traduzem em unidades empresariais), assim como observando o nível de resultados conseguidos no médio prazo, é possível determinar que como relevante e eficaz a existência de uma estratégia focada no empreendedorismo, como mote para dinamização sustentada de uma determinada região. A questão de investigação surge corroborada pelas hipóteses levantadas para investigação, uma vez que a relação existente entre os resultados obtidos e os recursos empregues justifica a existência do modelo, assim como os resultados financeiros de cento e sessenta e uma empresas (criadas e impulsionadas ao longo de cinco anos de existência do projecto “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”).

A análise dos dados conseguidos através da recolha das respostas ao questionário proposto, revela que a “Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor” se apresenta como exemplo positivo do novo paradigma de acção/actuação das Autarquias, promovendo à optimização e valorização das mais-valias locais, com vista à estruturação de um território potencialmente mais competitivo, e que proporcione melhores condições de vida aos habitantes do Concelho de Cascais.

O Projecto de criação de um “Ecossistema empreendedor” desenvolvido entre a Câmara Municipal de Cascais, a Empresa Municipal de Ambiente de Cascais e a empresa Municipal para o Desenvolvimento Turístico da Costa do Estoril, sustentam a sua actuação na ideia de que “as regiões são os espaços privilegiados para a predefinição de políticas que promovam o empreendedorismo (uma vez que existem condições distintas entre elas) e é nestes micro ou meso espaços que as interacções ocorrem” (SHANE, 2007). Em resposta aos questionários, 73% dos inquiridos afirma considerar que “Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos de empreendedorismo ocorrem”.

Os resultados apurados até ao momento permitem concluir que entre 2007 e 2011, foram integradas no “Ecossistema Empreendedor” da Agência DNA Cascais, cento e sessenta e uma empresas. A grande parte das mesmas foram formalmente constituídas no ano de 2011, existindo uma franca evolução desde 2007, data de criação da Agência DNA Cascais. Este crescimento é fruto de um conjunto de políticas e estratégias municipais incisivas, com vista à promoção do empreendedorismo. Através dos dados conseguidos pela análise das respostas ao questionário, aproximadamente três quartos das empresas, têm nos seus quadros (e em regime de vínculo efectivo) dez ou menos funcionários (já a restante secção afirma empregar entre onze e cinquenta funcionários).

Contribuindo de forma activa para o desenvolvimento económico regional, o peso percentual do somatório do “Volume de Negócios” das empresas apoiadas pela "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" sobre o somatório do Volume de Negócios do Concelho de Cascais, assumiu em 2011, a ordem dos 0,28%, em contraste com o ano de 2007, onde foram registados 5.736.680,27 € (0,11%).

Na atualidade, o “empreendedor-empresário” é observado como um agente fulcral para a expansão das economias de mercado. Segundo JOSEPH SCHUMPETER (1934), as inovações tecnológicas introduzidas por esta categoria de empresário promovem o desenvolvimento sustentado das economias.

O programa de promoção do desenvolvimento económico através das práticas impulsionadas pelo empreendedorismo, começa a ser observado (em primeira escala) como um elemento fulcral no combate ao desemprego de longa duração. Neste sentido, a

"Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor", promove um conjunto de ferramentas integradas no "Ecossistema Empreendedor" da Autarquia de Cascais.

Através da análise das respostas ao questionário proposto, é possível determinar que 85% dos inquiridos afirmam considerar que a "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" surge como um execto formado por "um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada, pretendem dar uma resposta positiva à problemática do empreendedorismo".

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (2012), ao nível regional, existe uma relação positiva entre a promoção de uma cultura empreendedora por parte dos agentes de poder local, e a criação de novas empresas. Schumpeter (1943) defende que o empreendedor pode ser identificado como o agente responsável pelo processo de "destruição criativa", que resultava na criação de novos métodos de produção, novos produtos e novos mercados. Cabe aos agentes de intervenção local, a promoção do perfil empreendedor de cada munícipe, com vista a transformação de ideias em projectos sustentáveis, formalizando a criação de novas empresas, o que se traduz num incentivo à sustentabilidade social e económica do concelho. Em resposta aos questionários, 76% dos inquiridos afirmam considerar o "Ecossistema Empreendedor" da Agência DNA Cascais um elemento fulcral para a concretização das suas ideias ou projectos de negócio. Quanto ao "Ninho de em Empresas DNA Cascais", apenas metade dos inquiridos considera relevante a sua influência no desenvolvimento dos projectos. Neste sentido, a Autarquia de Cascais, através da "Agência DNA Cascais - Um Concelho Empreendedor" assistiu ao enriquecimento do tecido empresarial do Concelho de Cascais, entre 2007 e 2011.

A integração de projectos/ negócios de munícipes empreendedores nas redes de network e promoção de ideias (como é o caso da European Business and Innovation Network, do Unreasonable Institute, do Instituto de Empreendedorismo Social, do INSEAD, Escola Técnica de Imagem e Comunicação, a Escola Superior de Hotelaria do Turismo do Estoril ou ainda do Microsoft Biz Park) surge no contexto do movimento de "educação para o empreendedorismo" da "Agência DNA Cascais", que absorveu por parte de 72% dos inquiridos a classificação de "importante", na promoção e desenvolvimento dos seus negócios.

Com vista a ultrapassar a inércia regional na criação de novos projectos empresariais, o conceito de “incubadoras de empresas” surge segundo AIUB e ALLEGRETTI (1998) como um espaço interinstitucional com instalações e infra-estrutura apropriadas, estruturado para estimular e facilitar a vinculação de novas empresas no mercado. Agregando num mesmo espaço físico, um conjunto de empresas recém-criadas, as incubadoras dispõem de um amplo espectro de serviços, cruciais para o arranque sustentado das novas iniciativas empreendedoras.

Através das respostas ao questionário proposto, é possível determinar que 50% dos inquiridos considera que “Ninho de Empresas DNA Cascais” teve um papel relevante para o desenvolvimento e projecção dos seus projectos.

A análise dos dados provenientes dos questionários propostos aos cento de sessenta e um empreendedores enquadrados no “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais” revela que existe uma relação directa e justificada entre a existência da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e a noção de que Cascais como uma unidade privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem. A grande maioria dos inquiridos afirma que a “Agência DNA Cascais” surge como um elemento de capaz de ultrapassar a inércia regional, potenciando a concentração de novos projectos empresariais.

A “Disciplina” do empreendedorismo engloba na sua génese, um conjunto de pontos que podem (eventualmente) surgir como agentes inibidores do espírito empresarial. Segundo a análise das respostas ao questionário, os inquiridos consideram que o “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais” é formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros, que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo, desincentivando a existência de barreiras, e consequentemente, promovendo a sustentabilidade socioeconómica do concelho de Cascais.

Através das respostas ao questionário proposto, é possível determinar os empreendedores inquiridos relacionam a eficiência/ eficácia da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor”, como elemento potenciador da concretização das suas ideias de negócio (ou projectos), através da influência das clinicas empresariais (como serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios,

estudos de viabilidade financeira de start-up, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento para a empresa e no apoio no *procurement* de entidades investidoras).

O modelo de Ecosistema de promoção do empreendedorismo da Autarquia de Cascais foi recentemente certificado pelo European Business & Innovation Centre Network (EBN) como um dos polos de europeus para o negócios e a inovação. Segundo Chief Executive Officer (CEO) da European BIC Network (EBN), Philippe Vanrie, “a Agência DNA Cascais surge como um exemplo de projecto a replicar”.

A pesquisa bibliográfica sugere que o empreendedorismo pode ser observado como um excelente aleado para a promoção sustentada das economias locais. A análise inferencial ao resultado dos questionários permite afirmar que a grande maioria dos inquiridos considera existir um grau de dependência (moderada) entre a existência do modelo “Ecosistema Empreendedor” e a promoção da sustentabilidade socioeconómica do concelho.

O modelo em causa é replicável (considerando que cada unidade territorial o deve adaptar as suas especificidades próprias, seguindo a lógica da sua identidade, enquanto região). A implementação do modelo carece de um leque de actores enquadrados no panorama regional, de forma a estimular a criação de parcerias assim como desenvolver programas específicos suportados com a integração das estruturas municipais. Em resposta ao questionário para análise qualitativa da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, a maioria dos inquiridos afirmam considerar que o “Ecosistema Empreendedor” desenhado pela Autarquia de Cascais deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos, com vista a sua dinamização. Com vista à promoção do desenvolvimento local, nos últimos anos têm vindo a ser desenvolvido tanto a nível Nacional, como Europeu, um conjunto de instrumentos acessíveis a qualquer município, disponíveis através da participação num processo de candidatura. O modelo deve também ser replicado tendo em conta a noção de que na sua génese consta a expressão “networking”, que se traduz na formulação de uma rede de integração das unidades locais, num processo de trabalho partilhado.

A análise dos dados qualitativos e quantitativos provenientes da implementação de uma estratégia focada no modelo “Ecosistema Empreendedor” desenvolvido com base no estudo de ISENBERG (2010) revelam que entre os resultados obtidos e os recursos

empregues justifica (em larga escala) a existência do modelo. Em resposta aos questionários elaborados para concretização do presente estudo, grande maioria dos inquiridos afirma considerar que actualmente Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem. Esta afirmação é suportada pela constatação da existência de cento e sessenta e uma empresas criadas, ao longo de seis anos.

Cerca de 76% dos inquiridos afirmaram consideraram que a agência de empreendedorismo da Autarquia de Cascais justifica a sua existência, pela efectiva concretização das suas ideias de negócio, existindo uma relação positiva e com significância entre os recursos empregues pelas entidades que integram o Ecossistema de empreendedorismo do Concelho, resultados obtidos ao longo dos anos.

No final de 2011, o produto esculpido pela “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” resulta na criação de cento e sessenta e uma empresas “Start-up” desenvolvidas, potenciadas ou integradas. Assim, encontrando-se em processo de crescimento lento e gradual, as empresas tem vindo a conseguir alcançar resultados financeiros positivos, não sendo esta uma realidade generalizada.

5.2. LIMITAÇÕES AO ESTUDO E SUGESTÕES PARA FUTURAS PESQUISAS

A existência de uma economia local competitiva é fruto de um aglomerado competitivo, apresentando movimentos positivos em cada um dos três sectores de actividade. A competitividade sustentada dos Municípios pode ser potenciada pelas Autarquias locais, através da promoção de modelos baseados no cruzamento da doutrina do empreendedorismo com políticas públicas responsáveis.

O modelo do “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, surge como exemplo de um movimento da Autarquia Local, em parceria com as instituições camarárias de maior significância. Com um crescente número de empresas criadas (cento e sessenta e uma no ano de 2011), e um reduzido número de falências/ insolvências (dezassete, ao longo de 5 anos), a análise dos resultados efectivos da existência do modelo só detém um carácter menos volátil, no longo prazo.

A escassez de trabalhos desenvolvidos na presente área, assim como os poucos anos de existência da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, surgem

também como limitação ao estudo, contraíndo e limitando o campo de pesquisa. No campo de actuação da Doutrina do empreendedorismo, o factor tempo deve ser considerado o elemento revelador dos resultados reais. A “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor” conta com cinco anos de existência (que se traduzem em dados positivos), contudo os resultados inerentes ao movimento de implementação e promoção de um “Ecossistema Empreendedor” do Concelho de Cascais, só podem ser equacionados no longo prazo.

Assim, serve como sugestão para futuras pesquisas, o estudo da relevância da perpetuação do “Ecossistema Empreendedor” da “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, através da análise do impacto das vertentes criação de empresas, promoção de empregos, volume global de vendas realizado, estado do grau de inovação dos produtos oferecidos pelos projectos apoiados, os movimentos de internacionalização, assim como uma análise ponderada da evolução dos indicadores sociais, e respectiva alteração da atitude empreendedora. Pode ainda ser apontada como sugestão para futuras pesquisas, a elaboração de estudos centrados na análise do reflexo da existência de outros modelos promotores do empreendedorismo, similares ao caso “Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor”, porém enquadrados em realidades díspares.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo e VEIGA, José Eli. (1999). **Novas instituições para o desenvolvimento rural: o caso do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF)** – in GUEDES, Vicente G. F. e SILVEIRA, Miguel Ângelo – A agricultura familiar como base do desenvolvimento rural sustentável – EMBRAPA/CNPMA – Jaguariúna - SP

AIUB, Wilson; ALLEGRETTI, Fávera. (1998). **Planeamento: orientação estratégica para análise de viabilidade e estruturação de incubadoras de empresas**. Porto Alegre:Sebrae.

ALVORD, S.; BROWN, L.; LETTS, C. (2004). **Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study**. *The Journal of Applied Behavioral Science*; Sep 2004; 40, 3; ABI/INFORM Globalpg. 260.

ANDERSON, E.; HUBERT, G. (1986). **Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions**. *Journal of International Business Studies* 17, 1 - 26.

ANIDO, Nayade; FREIRE, Rubens. (1976). **A Existência De Ciclos Migratórios Na Emigração Portuguesa**. *Análise Social*, Volume XII (45), 1.º, 179-186.

ARONA, A. ; FOSTURI, A. (2002). **Wholly owned subsidiary versus technology licensing in the worldwide chemical industry**. *Journal of International Business Studies*, 31: 555-572.

AZEVEDO, Paulo Furquim. (2000). **Concorrência no agribusiness**. In: ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava (orgs). *Economia & gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo: Pioneira.

BALSAS, José Lopes (1999) – **Urbanismo Comercial em Portugal e a Revitalização do Centro das Cidades**. GEPE, Lisboa

BARLOW, James (1995). **Public Participation in Urban Development – the European experience**. Policy Studies Institute, London

BARRETTO, A. ; ROCHA, A. 2003. **A Expansão Das Fronteiras: Brasileiros No Exterior**. Rio de Janeiro: Mauad.

BJORKMAN, I. ; FORSGREN, M. (2000). **Nordic International Business Research: A Review Of Its Development**. *International Studies of Management and Organization*, Vol. 30, Nº 1, pp. 6-25.

BOSMA, N.; LEVIE, J. (2010). **Global Entrepreneurship Monitor 2009 – Executive Report**. Santiago: Global Entrepreneurship Monitor.

BRADLEY, F. (2004). **International Marketing Strategy**. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

BRAVO, Ana Bela. (2000). **Autarquias Locais: Descentralização e Melhor Gestão**. Lisboa, Verbo.

BRITO C.; LORGA S. (1999). **Marketing Internacional**. Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto.

BUCKLEY, P.; CASSON, M. (1976). **The Future of the Multinational Enterprise**. Homes and Meier, Nova Iorque.

CABUGUEIRA, Artur (2000) - **Do Desenvolvimento Regional ao Desenvolvimento Local. Análise de alguns Aspectos de Política Económica Regional**. Gestão e Desenvolvimento, Volume 9, 103-136.

CADOGAN, John; CHARLES P. (1999). **A Measure Of Export Marketing Orientation: Scale Development And Cross-Cultural Validation**. Journal of International Business Studies, n. 30, v. 4, p. 689-707.

CALOF, J. ; BEAMISH, P. (1995). **Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization**. International Business Review, 4 (2), 115-131

CAMPINHO, Amaury (1984) . **Manual de Falência e Concordata**, 3ª Edição. Liber Juris

CANCLINI, N. (1997). **Culturas Híbridas - Estratégias para entrar e sair da Modernidade**. São Paulo: EDUSP. p. 283-350.

CANONGIA, C. (2008). **Foresight, Inteligência Competitiva E Gestão Do Conhecimento: Instrumentos para a Gestão da Inovação**. Gestão e produção. V.11, n.2, p.231-238.

CAROLI, M. 1999 . **Marketing Territorial**. Edições: Franco Angeli, Milão.

CASSON, M. (1987). **The Firm and the Market: Studies on Multinational Enterprise and the Scope of the Firm**. Basil Blackwell, Oxford.

CAVES, R. (1971). **International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment**. v. 38, n. 149, p. 1-27.

CAVUSGIL, S.T; GHOURI, P.N.; AGARWAL, M.R. (2002). **Doing Business In Emerging Markets: Entry And Negotiation Strategies**. Thousand Oaks: Sage.

CENSOS 2011 - Resultados Preliminares, Instituto Nacional de Estatística, I.P. Lisboa – Portugal

CHANG, Sea-Jin; ROSENZWEIG, Philip. (2001). **The Choice of Entry Mode in Sequential Foreign Direct Investment**. Strategic Management Journal, Vol. 22, Nº 8, pp. 747-776.

CHETTY, S. ; CAMPBELL-HUNT, C. (2003). **Paths to Internationalization among Small to Mediumsized Firms: A Global versus Regional Approach**. European Journal of Marketing, 37 (5/6), 796-820.

CIABUSCHI, F.; FORSGREN, M. (2006). **Development and Transfer of Innovations in MNCs: The "Local for Local". Imperative.**

CLARYSSE, B., ROURE, J. & SCHAMP, T. (2007). **Entrepreneurship and the financial community: starting up and growing new businesses**” Publicações: Edward Elgar Publishing.

COVIELLO, N. (1991). **Internationalization and the Smaller Firm: a Review of Contemporary Empirical Research.** Management International Review, 39 (3), pp. 223-256.

COVIN, T. (1996). **An Investigation Of Post-Acquisition Satisfaction With The Merger.** Journal of Applied Behavioral Science, v. 32, n. 2, p. 125-142.

CUKIER, W. (2011) . **Social Entrepreneurship: A Content Analysis.** Journal of Strategic Innovation and Sustainability, Vol. 7(1), pp. 99 – 119.

CZINKOTA, M.R.; JOHNSTON, W. J. (1985). **Exporting: does sales volume make a difference? - Reply.** Journal of International Business Studies, p. 157-161.

CZINKOTA, M.R.; RONKAINEN, I.A. (1998). **International Marketing.** Texas, Forth Worth: The Dryden Press.

DANIELS, J.D., RADEBAUGH & L.H E SULLIVAN, D. (2006). **International Bussiness: Environments and operations.** London: Prentice Hall.

DEES, J. G. (1998) . Enterprising **Non-profits.** *Harvard Business Review*, 76, 55-67.

DEES, J. G. (2001). **The meaning of “social entrepreneurship”.** Center for the advancement of Social Entrepreneurship”, Fuqua School of Business, Duke University, Durham, NC.

DEES, J. G.; ANDERSON, B. (2006). **Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought, In R. Mosher-Williams (Ed.), Research on Social Entrepreneurship: Understanding and Contributing to an Emerging Field, ARNOVA Occasional Paper Series, 1(3), 39-66.**

DIAMANTOPOULOS, A. & CADOGAN, J. W. (1996) **Internationalizing the market orientation construct: an in-depth interview approach.** Journal of Strategic Marketing, v. 4, p. 23 – 52.

DIAS, JOSÉ ALVES. (2001). **A subversão da ordem: manifestações de rebeldia contra o Regime Militar na Bahia (1964-1968).** Dissertação (Mestrado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Documento Verde da Reforma da Administração Local. Disponível em http://www.portugal.gov.pt/media/132774/doc_verde_ref_adm_local.pdf. Consultado a 5 de Maio de 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis (2001) - **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** 2 ed, Rio de Janeiro: Campus.

DOUGLAS, Susan P. ; CRAIG, Samuel. (1995). **Global Marketing Strategy**. Nova Iorque: McGraw-Hill.

DRUCKER, P. F. (1998). **A Comunidade Do Futuro: Ideias Para Uma Nova Comunidade**. São Paulo: Futura.

DRUCKER, P. F. (1998). In: HESSELBEIN, F. et al. **A comunidade do futuro: ideias para uma nova comunidade**. São Paulo: Futura.

DRUCKER, P. F. (2001). **O melhor de Peter Drucker: a sociedade**. São Paulo: Nobel.

DRUCKER, P. F. (2001). **O melhor de Peter Drucker: A sociedade**. São Paulo: Nobel.

DRUCKER, P. F. (2005). **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

DRUCKER, P. F. (2005). **Inovação e Espírito Empreendedor (Entrepreneurship): Prática e Princípios**. Tradução Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

DRUCKER, Peter F (1988) - **Inovação e Espírito Empreendedor**. 3ª Ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 3ª edição. ISBN: 85-2210-859-5

DUNNING, J. ; LUNDAN, S. (2008). **Multinational enterprises and the global economy**. 2ª Edição, Basingstoke, Edward Elgar.

ELTZMAN, S. (2004). **A teoria económica da regulação depois de uma década de desregulação**. In: MATTOS, Paulo et al. (Coord.). **Regulação económica e democracia: o debate norte-americano**. São Paulo: Ed. 34. p. 81–127.

EMPRESA TURISMO DO ESTORIL (ETE) (2012) – Relatório para o Ano de 2012.

FONSECA, R.; SERAFIM, M.. 2009 . **A Tecnologia Social e seus Arranjos Institucionais**. In: DAGNINO, Renato. (Org.). **Tecnologia Social: ferramenta para construir outra sociedade**. Campinas: IG/UNICAMP.

FREIRE, A. (1998). **Internacionalização – Desafios para Portugal**. Editorial Verbo, Lisboa.

FREITAS, C.; SEGATTO, A. (2012) . **Tecnologia Social: Caracterização da Produção Científica**. In: Congresso Internacional de Administração. Ponta Grossa: ADM2012.

FREITAS, C.; SEGATTO, A. (2012). **Tecnologia Social: Caracterização da Produção Científica**. In: Congresso Internacional de Administração. Ponta Grossa: ADM2012.

GAUGHAN, P. (2011) . **Merges, Acquisitions, and Corporate Restructurings**. 5.^a edição, John Wiley and Sons Inc., New Jersey e Canadá, pp. 20.

GIBBS B.; GLENDENNING, R. ; MCCARTHY, J. 1995. **Learning in the workplace through employee development: Three perspectives.** Training and Management Development Methods 9: 1.11–1.25.

GRAHAM, E. (1978). *Transnational Investment by Multinational Firms: A Rivalistic Phenomenon.* Journal of Post-Keynesian Economics, 1 (1), pp. 82-89.

GREGORIOU, G. (2008) . **Simple and Cross Efficiency of Venture Capital Firms Using Data Envelopment Analysis.** In Venture Capital in Europe, Elsevier.

GUTH, M. (2005). **Innovation, Social Inclusion and Coherente Regional Development: a new diamond for a socially inclusive innovation policy in regions.** European Planning Studies. Vol.13 (2), pp.333-348.

HAESBAERT, R. (2010). **Regional-global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

HAESBAERT, R. (2010). **Regional-global: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HAESBAERT, R. (2010). **Regional-Global: Dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

HAHN, L. (2004). **Estudos recentes sobre as relações comerciais brasileiras.** Rio de Janeiro, IPEA.

HALL, R.; S.WOODWARD. (2007). **The Incentives to Start New Companies: Evidence from Venture Capital.** NBER Working Paper.

HANSON, L. ; JOHNSON. M. **Internationalization, social transformation and global citizenship: an evaluation of global health.** Draft paper submitted (for publication). Consultado a 2 de Janeiro de 2013.

HENRIQUES, F. (2011). **Estudo sobre os Consumidores do Mercado de Cascais.** Cascais: Câmara Municipal.

HOLLENSSEN, S. (2007). **Global Marketing: A Decision-Oriented Approach (4th ed.).** Harlow, Essex: Pearson Education Limited.

HYMER, S.H. (1976).**The International Operaion of a National Firms. A Study of Direct Foreigns Investments.** Cambridge: The MIT Press.

International Labor Organization (ILO). (2005) - **Resolution adopted by the ILO at its 93rd Session: Resolution concerning youth employment.**

Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics. Disponível em <http://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics>. Acesso a 24 de Outubro de 2012.

ISENBERG, Daniel J. (2010) - **The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution.** Harvard Business Review. Pág 40–50.

JAHSON, G & WIDIERSHEIM, F. (1975). **The Internationalization of Fir: Four Swedish cases.** Journal of Management Studies, Vol.12 nº3.

LOPES, Simão (1995) – **Desenvolvimento Regional: Problemática, Teria e Modelos.** Lisboa.

MALLIN, M. ; FINKLE, T. (2007). **Social Entrepreneurship and Directmarketing.** Direct Marketing: An International Journal, Vol. 1 Iss: 2 pp. 68 – 77.

MARIANO, Sandra R.H. (2008) - **Empreendedorismo e inovação: Criatividade e atitude empreendedora** / Sandra R.H. Mariano; Verônica Feder Mayer. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ.

MAROCO, João (2007) . **Análise estatística com utilização do SPSS.** Lisboa: Edições Sílabo (3ª ed.).

MARTINS, Carlos. (2003). **Marketing Places.** Marketeer, Fevereiro, pp.41-44.

MOTTA, Isabel. **Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável.** ENDS, 2005-2015.

NAUGHTON, B. (2006). **China's Emergence and Prospects as a Trading Nation.** Brookings Papers on Economic Activity, 2.

O Ecossistema Empreendedor – Agência DNA Cascais – Um Concelho Empreendedor. Disponível em <http://www.dnacascais.pt/Default.aspx?ID=600>. Acesso a 26 de Outubro de 2012.

OLIVEIRA, C. (2007) . **Administração Estratégica na Prática: A Competitividade para administrar o futuro das empresas.** 5. Ed. São Paulo: Atlas.

OLIVEIRA, J. S. (2005). **Gestão Ambiental.** Lisboa: Lidel: edições técnicas, lda.

OTTERLOO, A. (2009). **Tecnologias Sociais: caminhos para a sustentabilidade.** Brasília/DF.

PAGAZA, I. P. (2000). **A Globalização e a Reforma das Administrações Públicas.** Revista Ibero Americana de Administração Pública, 5, 41-53.

PORTER, Michael E. (1991). **Estratégia Competitiva: Técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 8. Ed. Rio de Janeiro: Campos.

PORTER, Michael E. (1991). **Estratégia Competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência.** 8. Ed. Rio de Janeiro: Campos.

QUINTAS, C. (2000). **O Mito da Interioridade: desenvolvimento local no Alentejo** [on-line]. [consultado a 07-05-2013]. Disponível em: <http://www.aps.pt/ivcongractas/Acta120.PDF>

RICKLEFS, R. E. (1996). **A Economia da Natureza**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

RODRIGUES, F.; STOER, S. (1998). **Entre Parceria e Partenariado**. Edições Celta, Oeiras.

ROSEIRA, C.; BRITO. (2007). **Network Knowledge and Interaction in Supplier Networks**. Manchester, UK.

SANTOS, Cláudia. (2006). **A Mediação Penal, a Justiça Restaurativa e o Sistema Criminal – Algumas Reflexões Suscitadas pelo Anteprojecto que Introduce a Mediação Penal ‘de Adultos’ em Portugal**. Revista Portuguesa de Ciência Criminal, Ano 16, n.º 1, Janeiro – Março de 2006, pp. 85 – 113.

PEREIRA, Álvaro Santos. (2011). **Portugal na Hora da Verdade: Como vencer a Crise Nacional**. Lisboa: Edições Gradiva. ISBN: 978-989-616-413-3.

SANTOS, M. (2005). **Cartografia Cultural do Concelho de Cascais**. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.

SAY, Jean-Baptiste (1816) - **A Treatise on Political Economy**. Londres: Sherwood, Neelly and Jones.

SCHNEIDER, S.; TARTARUGA, I.G.P. (2004) **Território e abordagem territorial: das referências cognitivas aos aportes aplicados à análise dos processos sociais rurais**. Revista Raízes, Campina Grande, v.23, nºs 01 e 02, p.99-116.

SCHNEIDER, S.; TARTARUGA, I.G.P. (2004). **Território e abordagem territorial: das referências cognitivas aos aportes aplicados à análise dos processos sociais rurais**. Revista Raízes, Campina Grande, v.23, nºs 01 e 02, p.99-116.

SCHUMPETER, Joseph Alois (1934) - **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Nova Iorque: Harper and Row.

SCHUMPETER, Joseph Alois (1943) – **The Theory of Economic Development**, Harvard University Press.

SERAPIONI, M. (2012). **O papel da família e das redes primárias na reestruturação das políticas sociais**. Revista Ciência & Saúde Colectiva 10. pp: 243-253.

SHANE, S. (2000). **The promise of entrepreneurship as a field research**. Academy of Management Review, 25 (1) January, pp. 217-226.

SILVANO, F. (1997). **Territórios da Identidade: representações do espaço em Guimarães, Vizela e Santa Eulália**. Edições Celta, Oeiras.

SIRMON, D.G. (2007). **Managing Firm Resources In Dynamic Environments To Create Value: Looking Inside The Black Box**. Academy of Management Review, 32(1), 273-292.

SMITH, T. e NEMETZ, P. (2009) . **Social entrepreneurship compared to government foreign aid: Perceptions in an East African village**. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, Vol. 11 Iss: 1 pp. 49 – 65.

TIMMONS, J. A. **New venture creation** (1994) - Boston : Irwin McGraw-Hill, 4.ed.

VAN, Merriënboer. (2005). **Cognitive Load Theory And Complex Learning: Recent Developments And Future Directions**. Educational Psychology Review, 17,, 147-177. VYAKARANAM, S.; JACOBS, R.C.; HANDELBERG, J. (1997). **Formation and development of entrepreneurial teams in rapid-growth business**. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Conference, Babson College, Babson Park, MA.

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO PARA ANÁLISE QUALITATIVA DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR”

O presente questionário encontra-se enquadrado na concretização da Dissertação de Mestrado intitulada “EMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO LOCAL: O CASO “AGÊNCIA DNA CASCAIS – UM CONCELHO EMPREENDEDOR” no âmbito do Mestrado em Gestão de Empresas: Especialidade em Planeamento e Estratégia Empresarial.

Sendo a participação voluntária, e assegurado o anonimato dos dados fornecidos, pede-se a sua participação, garantindo a brevidade do mesmo.

CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS

1. Sexo:

Masculino

Feminino

2. Escalão Etário:

< 25 anos

25 - 35 anos

36 - 45 anos

46 - 55 anos

> 56 anos

3. Nacionalidade:

Portuguesa

Outra

4. Concelho de residência:

Cascais

Outro

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

5. Data de constituição da empresa:

6. Sector de Actividade:

7. Número de trabalhadores (quadro fixo):

< 10

11 – 50

51 – 100

101 – 500

>501

8. Na sua opinião o Concelho de Cascais pode ser observado como uma unidade de análise privilegiada, onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem?

Não, de forma alguma

Não, acho que não

Talvez

Sim, acho que sim

Sim, com toda a certeza

O ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DA “AGÊNCIA DNA CASCAIS”

9. O Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?

Não, de forma alguma

Não, acho que não

Talvez

Sim, acho que sim

Sim, com toda a certeza

10. O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo.

Sim

Não

11. Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de relevância de cada uma das seguintes afirmações:

(1=Nada Importante;2= Pouco importante; 3=Indiferente;4=Importante;5=Muito Importante)

	1	2	3	4	5
A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” estimula a promoção perfil empreendedor.					
A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” continua a contribuir para que novas empresas surjam no concelho de Cascais.					
O ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor “ promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.					
Os vectores de acção do ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” actuam de forma integrada, com vista à transformação de ideias em projectos sustentáveis.					
A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor“ surge como elemento catalisador da inovação.					

O MEU PROJECTO

12. Considero que a “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor“ foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto.

Não, de forma alguma

Não, acho que não

Talvez

Sim, acho que sim

Sim, com toda a certeza

13. As clínicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira de start-up, aconselhamento sobre os melhores produtos de financiamento para a empresa e no apoio no *procurement* de entidades investidoras, foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio.

Não, de forma alguma

Não, acho que não

Talvez

Sim, acho que sim

Sim, com toda a certeza

14. A “Agência DNA Cascais – Um conselho Empreendedor” promoveu a integração do meu projecto numa rede de *network*.

Sim

Não

15. Usufuero/usufri do sistema de incubação:

Sim

Não

16. Se respondeu “Sim”, escolha uma das seguintes opções:

Sistema de Incubação Física

Sistema de incubação Virtual

Posto de Trabalho

17. O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infra-estrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto.

Não, de forma alguma

Não, acho que não

Talvez

Sim, acho que sim

Sim, com toda a certeza

18. Numa escala de 1 a 5, classifique a qualidade das infra-estruturadas, serviços e redes existentes no Ninho de Empresas DNA Cascais:

(1=Muito Mau;2= Mau; 3=Suficiente;4=Bom;5=Muito Bom)

	1	2	3	4	5
Gabinete/ Espaço físico individualizado					
Open Space / espaço físico para uso compartilhado					
Equipamento de escritório					
Acesso a Salas de Reunião					
Sistema de Internet					
Segurança e vigilância 24H					
Aconselhamento e ajuda por parte dos Recursos Humanos					
Acesso a Workshops, formações e seminários					

19. Numa escala de 1 a 5, classifique o nível de prestação da “Agência DNA Cascais – Um concelho Empreendedor” para cada momento do ciclo de vida do seu negócio:

(1=Nada Importante;2= Pouco importante; 3=Indiferente;4=Importante;5=Muito Importante)

	1	2	3	4	5
Esboço detalhado da Ideia: a detecção da oportunidade, seja através de uma inovação ou de uma oferta ainda não trabalhada pelo mercado.					
Determinação do Modelo de negócio: o processo ou fórmula pelo qual a start-up cria, entrega e captura valor.					
Preparação do Elevator pitch: um discurso curto que condensa claramente o que a start-up pretende oferecer, e por que o produto é viável.					
Desenvolvimento do Protótipo (produto ou serviço)					
Integração de redes de network e promoção de ideias					
Fase de maturidade do negócio, através da conquista de uma quota de mercado.					

Reanimação do produto/ serviço através da promoção de um novo posicionamentos.					
--	--	--	--	--	--

FIM

Muito obrigada pela Colaboração

ANEXO 2 – OUTPUTS DO SPSS

2.3 Análise da relação existente entre a existência da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e noção de Cascais como uma unidade privilegiada onde os fenómenos do empreendedorismo ocorrem.

Symmetric Measures								
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.	Monte Carlo Sig.		
						Sig.	99% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,221	,087	2,522	,012	,017 ^c	,014	,021
	Kendall's tau-c	,179	,071	2,522	,012	,017 ^c	,014	,021
	Gamma	,356	,134	2,522	,012	,016 ^c	,013	,020
N of Valid Cases		100						

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 92208573.

2.5 Análise da relação entre as respostas às questões “O Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?” e “O ecossistema da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor “ promove a sustentabilidade socioeconómica do concelho.”

Symmetric Measures								
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.	Monte Carlo Sig.		
						Sig.	99% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,161	,103	1,558	,119	,077 ^c	,070	,084
	Kendall's tau-c	,142	,091	1,558	,119	,077 ^c	,070	,084
	Gamma	,260	,164	1,558	,119	,089 ^c	,081	,096
N of Valid Cases		102						

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 562334227.

2.6. Relação das respostas às questões “O ecossistema empreendedor da “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” e formado por um conjunto de ferramentas, instrumentos e parceiros que actuando de forma integrada pretendem dar resposta à problemática do empreendedorismo” e “A “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” surge como elemento catalisador da inovação.”

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	10,475 ^a	3	,015	,020 ^b	,016	,023			
Likelihood Ratio	9,696	3	,021	,015 ^b	,012	,018			
Fisher's Exact Test	7,928			,033 ^b	,028	,037			
Linear-by-Linear Association	3,247 ^c	1	,072	,107 ^b	,099	,115	,065 ^b	,058	,071
N of Valid Cases	97								

a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 475497203.

c. The standardized statistic is -1,802.

2.8 Análise da relação das respostas às questões “Considero que a “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto” e “o Modelo “Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” deve ser replicado noutros territórios de baixa densidade demográfica e afastados dos grandes centros urbanos?”

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.	Monte Carlo Sig.		
					Sig.	99% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,382	,086	4,377	,000	,000 ^c	,000
	Kendall's tau-c	,375	,086	4,377	,000	,000 ^c	,000
	Gamma	,543	,112	4,377	,000	,000 ^c	,000
N of Valid Cases	100						

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1487459085.

2.8 Análise da relação das respostas às questões “As clinicas empresariais da “Agência DNA Cascais – Um concelho Empreendedor” (serviços de consultoria que apoiam os empreendedores na optimização de planos de negócios, estudos de viabilidade financeira de start-up, aconselhamento sobre os melhores produtos de

financiamento para a empresa e no apoio no *procument* de entidades investidoras, foram um pilar fulcral para o desenvolvimento do meu negócio” e “A Agência DNA Cascais – Um concelho empreendedor” foi um elemento potenciador da concretização da minha ideia de negócio/projecto.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Monte Carlo Sig. (2-sided)			Monte Carlo Sig. (1-sided)		
				Sig.	99% Confidence Interval		Sig.	99% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound		Lower Bound	Upper Bound
Pearson Chi-Square	126,269 ^a	9	,000	,000 ^b	,000	,000			
Likelihood Ratio	120,120	9	,000	,000 ^b	,000	,000			
Fisher's Exact Test	106,934			,000 ^b	,000	,000			
Linear-by-Linear Association	52,895 ^c	1	,000	,000 ^b	,000	,000	,000 ^b	,000	,000
N of Valid Cases	95								

a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,34.

b. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1660843777.

c. The standardized statistic is 7,273.

2.9 Análise da relação das respostas às questões “Usufruo/usufrui do sistema de incubação” e “O Ninho de Empresas DNA Cascais surgiu como uma infraestrutura essencial para o desenvolvimento do meu projecto”.

Symmetric Measures

			Value	Approx. Sig.	Exact Sig.
Nominal by Nominal	Phi		,750	,000	,000
	Cramer's V		,750	,000	,000
	Contingency Coefficient		,600	,000	,000
N of Valid Cases			100		

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.