

A MOBILIZAÇÃO E ATRACÇÃO DE EMPREENDEDORES
PARA UM MUNICÍPIO

O CASO DA LOURINHÃ

Bruno Miguel Rodrigues Leal

Mestrado em Gestão Empresarial

Orientadora:

Prof. Doutora Virgínia Trigo, Professora Associada, ISCTE Business School, Departamento
de Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Junho de 2011

Resumo

A importância da existência de gente empreendedora e criativa num concelho é o ponto de partida desta dissertação. O seu objectivo é o estudo dos meios de atracção dessas pessoas e da sua mobilização com vista à criação de empresas que estejam alinhadas com as tendências do território e que potenciem o seu desenvolvimento. Para esse fim estudou-se o empreendedorismo no contexto nacional (quais as condições existentes e quais as características dos empreendedores) e as características do território analisado (Concelho da Lourinhã) em termos de actividades económicas existentes e previstas para o futuro, da qualidade de vida que tem para oferecer a quem nele habite e do apoio prestado ao empreendedorismo. A informação obtida foi trabalhada com vista a diagnosticar o estado actual do concelho no que à atracção e mobilização de empreendedores diz respeito, tendo servido depois de base para a construção de uma estratégia abrangente que visa esse fim, intervindo em várias áreas.

Palavras-chave: empreendedorismo, criatividade, atractividade, município.

Abstract

The importance of the existence of entrepreneurial and creative people in a county is the starting point for this dissertation. Its purpose is to study the means to attract these people and mobilize them for the creation of businesses that are aligned with the trends of the territory and that maximize its development. Entrepreneurship in the national context has been studied with this purpose (existing conditions and entrepreneur's characteristics), as well as the characteristics of the analyzed territory (Concelho da Lourinhã), in terms of the existing and planned economic activities, the quality of life that it has to offer to those who live in it and the existing support to entrepreneurship. The information obtained was analyzed in order to diagnose the county's current state concerning the attraction and mobilization of entrepreneurs, and was used as the basis for building a comprehensive strategy aimed at this, while intervening in several areas.

Keywords: entrepreneurship, creativity, attractivity, municipality.

Agradecimentos

Em primeiro lugar, devo agradecer aos meus pais. A eles devo o que sou hoje. Muito obrigado pela confiança que sempre depositaram em mim e pelo amor que sempre me deram.

Devo um agradecimento muito especial à Miriam e à Patrícia pelo apoio que delas recebi, pelas críticas que fizeram e pelas palavras motivadoras que tantas vezes me dirigiram.

Agradeço também à Professora Doutora Virgínia Trigo pela orientação prestada, pelos conselhos concedidos, pela disponibilidade que sempre demonstrou e por me ter permitido trabalhar num tema tão interessante como este.

Estendo a minha gratidão a todos os elementos da equipa do PEDTL com quem tive oportunidade de trabalhar, pelo que com eles aprendi.

Por fim, agradeço ao meu irmão e aos meus amigos, que me apoiaram ao longo deste caminho, e dirijo-lhes um pedido de desculpas pelas vezes em que a sua companhia foi preterida face à necessidade de trabalhar nesta dissertação.

Índice Geral

Índice Geral	1
Índice de Figuras	3
Índice de Tabelas.....	3
Lista de Siglas	5
Sumário Executivo	7
1. Introdução.....	9
1.1. Enquadramento / Apresentação do Tema	9
1.2. Objecto de Estudo	12
1.3. Problema em Estudo e Importância do Tema	13
1.4. Objectivos	14
1.5. Organização da Dissertação	16
2. Método de Trabalho e Estratégia de Investigação	17
3. Empreendedorismo e criatividade: perspectiva teórica.....	21
3.1. Importância do empreendedorismo no mundo	21
3.2. Papel do empreendedorismo no desenvolvimento local	23
3.3. Papel da criatividade e a importância da sua promoção	23
3.4. Relação entre empreendedorismo e criatividade	25
3.5. Modelação e medição do empreendedorismo	25
3.6. Atracção de gente criativa.....	28
4. Quem são os empreendedores portugueses e quais as suas necessidades?	37
4.1. Panorama geral do empreendedorismo nacional	37
4.2. Qual é o perfil do empreendedor português?	41
4.3. O que os motiva e os encoraja a empreender?	42
4.4. A que serviços de apoio recorrem?	42
4.5. Quais as características das empresas nascentes (<i>start-ups</i>) portuguesas?	43
4.6. Como se financiam e em que investem os empreendedores nacionais?	44
4.7. Quais as dificuldades e principais obstáculos que os empreendedores encontram? ..	45
4.8. Síntese	45
5. Caracterização geral e análise económica do Concelho da Lourinhã	47
5.1. Dados demográficos.....	47
5.2. Qualificações e actividade da população	48

5.3. Actividade económica e tecido empresarial	49
5.4. Principais sectores de actividade	52
5.5. Futuro da economia do Concelho	56
6. O Incentivo e Apoio ao Empreendedorismo	59
6.1. Empreendedorismo na Lourinhã.....	59
6.2. Exemplos de promoção e apoio do empreendedorismo	60
7. A Atractividade da Lourinhã.....	63
7.1. Talento, Tecnologia e Tolerância: os 3 Ts no Concelho	63
7.2. Qualidade de vida no Concelho da Lourinhã.....	68
8. Estratégia de Intervenção	71
9. Conclusões	83
Bibliografia.....	85
Webliografia.....	87
Anexos.....	105

Índice de Figuras

Figura 1 - Estratégia de investigação para o desenho de uma estratégia de mobilização e atracção de empreendedores para o Concelho da Lourinhã	17
Figura 2 - Modelo GEM do Empreendedorismo	27
Figura 3 - Modelo de medição do empreendedorismo (OCDE / Eurostat).....	28
Figura 4 - Freguesias do Concelho da Lourinhã	47
Figura 5 - Distribuição das Empresas por Escalão de Antiguidade e Sector de Actividade	51
Figura 6 - Estratégia de Intervenção	75

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Condições Estruturais do Empreendedorismo (2001 - 2007)	40
Tabela 2 - Análise SWOTT da capacidade de atracção de empreendedores para o Concelho da Lourinhã	74
Tabela 3 - Modelo para medição do empreendedorismo (OCDE/Eurostat)	109
Tabela 4 - Ranking de países segundo o GCI	112

Lista de Siglas

ACIRO – Associação Comercial, Industrial e Serviços do Oeste
ADEPE – Associação para o Desenvolvimento de Peniche
ADL – Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã
ADRO – Associação de Desenvolvimento Regional do Oeste
AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
AIRO – Associação Industrial da Região do Oeste
AMO – Associação de Municípios do Oeste
ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários
BIC – *Business Innovation Centres*
CACE – Centro de Apoio à Criação de Empresas
CAE – Classificação Portuguesa de Actividades Económicas
CeBiM - Business in Małopolska Centre
CML – Câmara Municipal da Lourinhã
CNO – Centro Novas Oportunidades
FDR – Factor Dinamismo Relativo
GCI – *Global Creativity Index*
GEM – Global Entrepreneurship Monitor
GEP – Gabinete de Estratégia e Planeamento (Ministério do Trabalho e da Segurança Social)
GIP – Gabinete de Inserção Profissional
IAPMEI - Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento
IEFP – Instituto do Emprego e Formação Profissional
INE – Instituto Nacional de Estatística
IPL – Instituto Politécnico de Leiria
IVA – Imposto sobre o valor acrescentado
I&D – Investigação e Desenvolvimento
NUTS – Nomenclatura de Unidades Territoriais para fins Estatísticos (*Nomenclature d'Unités Territoriales Statistiques*)
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
PDM – Plano Director Municipal
PEDTL – Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã
PEL – Plano Estratégico da Lourinhã

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Micro, Pequenas e Médias Empresas

PROT – Plano Regional de Ordenamento do Território

SAU – Superfície Agrícola Utilizada

SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

SWOTT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats and Trends*

TEA – Taxa de Actividade Empreendedora (*Total Entrepreneurial Activity*)

UE – União Europeia

UTAD – Universidade de Trás-os-Montes e Alto-Douro

Sumário Executivo

O empreendedorismo é visto hoje como um factor importante no desenvolvimento económico, exercendo influência não só num contexto nacional como também a nível regional e, mais concretamente, ao nível de um concelho – contexto geográfico estudado no presente trabalho. Um tecido empresarial forte é importante para que o concelho tenha competitividade económica e capacidade de fixação de população, garantindo que esta tem acesso a emprego e a qualidade de vida. A existência de gente empreendedora no território, que crie empresas e as faça crescer, é um meio para alcançar esse fim; o que quer dizer que em primeiro lugar há que trabalhar na atracção dessas pessoas.

A economia global de hoje depende das pessoas e da sua capacidade inovadora, sendo que a sua criatividade é a chave da inovação pretendida. Num contexto regional, este capital humano assume-se como um factor de competitividade que é necessário assegurar. Quando uma região alberga pessoas criativas e empreendedoras estão criadas condições para haver geração de riqueza, criação de empresas e crescimento económico. Deste modo, qualquer política estratégica deve integrar a preocupação com a existência deste capital humano.

Para tal, é necessário criar um conjunto de condições para conseguir atrair e fixar nova população capaz de inovar e empreender, mas também para promover a acção empreendedora da população (nova ou já existente). É também importante a existência de uma consciência comum e de um alinhamento das ambições e objectivos dos empreendedores com as características, necessidades e estratégias do concelho.

A presente dissertação estuda que tipo de condições devem existir e como as potenciar para atrair e mobilizar empreendedores no contexto municipal. O trabalho agora apresentado passa assim pela análise do município estudado – Concelho da Lourinhã – em termos de actividades económicas existentes, de apoio prestado ao empreendedorismo e das condições de vida que tem para oferecer a quem nele reside, nunca perdendo a noção da influência exercida por toda a envolvente nacional e mesmo internacional.

No final, a informação obtida é suficiente para delinear uma estratégia de intervenção ao nível do talento da população, do seu espírito empreendedor, do apoio dado ao empreendedorismo, das condições para fixação de pessoas e empresas e ainda da necessidade de alinhar as pretensões dos empreendedores com as tendências evolutivas do território. A estratégia delineada constitui-se assim como instrumento de intervenção abrangente, com vista a alcançar o propósito pretendido: a atracção e mobilização de empreendedores.

1. Introdução

O que inspira este trabalho é o fenómeno do empreendedorismo e a sua importância para a sociedade actual – uma sociedade em constante mudança e que atravessa uma profunda crise económica. É esse o ponto de partida.

Mas o que é o empreendedorismo?

1.1. Enquadramento / Apresentação do Tema

Apesar do seu carácter actual, o empreendedorismo não é um tema recente, tendo o seu estudo sido iniciado no século XVIII, “*por economistas interessados em entender o fenómeno enquanto explicação para o sistema de mercado e para teorias de desenvolvimento económico*” (Trigo, 2003: 32). Por essa altura, já Richard Cantillon, economista irlandês, tecia considerações sobre este assunto, associando as acções de um empresário à assunção de riscos na economia, ao estar disposto a adquirir produtos para depois os vender a um preço incerto (Trigo, 2003; Bosma *et al.*, 2009). Para Cantillon, um empreendedor era alguém que estava disposto a assumir pessoalmente o risco associado a um negócio. Esta é uma definição arcaica do conceito de empreendedor, que reflecte o seu papel na economia europeia do século XVIII, caracterizando o empreendedorismo como ser dono de um negócio (confundindo o conceito com o de capitalista) e não como levar a cabo um empreendimento (Bosma *et al.*, 2009).

Jean-Baptiste Say, economista francês, via o empresário já de outra forma, distinguindo-o do capitalista, e atribuindo-lhe essencialmente o papel de coordenador no processo produtivo (Barreto, 1989. *In*: Trigo, 2003).

No final do século XIX, Alfred Marshall, um economista inglês, analisou a importância do empreendedor numa economia, apresentando uma visão darwiniana: comparou os empresários de sucesso a árvores de grande porte, numa floresta, erguendo-se sobre as restantes, e privando-as de ar e luz (Bosma *et al.*, 2009).

Mas é Schumpeter que assume um papel chave, quando, em 1934, se torna pioneiro na definição do empreendedor como um inovador que, ao introduzir inovações em produtos, métodos ou mercados, consegue mover a fronteira da tecnologia para diante e destruir a actividade económica assente na tecnologia anterior (Trigo, 2003; Bosma *et al.*, 2009), tornando-se num agente de mudança.

Por seu lado, Von Mises considerava que Schumpeter confundia inovação tecnológica com actividade empresarial e argumentava que o empresário era, acima de tudo, alguém que toma

decisões, tenham elas a ver com inovação ou com questões de outra ordem e alguém que trabalhava com incerteza – e não risco, porque enquanto em situações de risco é possível aplicar cálculo probabilístico, em situações de incerteza não (Koppl, 2007).

Israel Kirzner, aluno de Von Mises, divulgou a sua teoria sobre comportamento empreendedor no seu livro *Competition and Entrepreneurship*, em 1973. Kirzner assentou o seu estudo nas teorias económicas neoclássicas e definiu o empreendedor como o agente de mudança que permitia a existência de equilíbrio na economia. Este equilíbrio só seria atingido quando alguém, apoiado nas suas percepções individuais, mudasse os seus planos e agisse (Koppl, 2007) – “[m]antendo-se atento às oportunidades, o empresário de Kirzner é a força motivadora por detrás do mercado” (Barreto, 1989: 21).

Todas estas análises, feitas por economistas, centram-se sempre no papel do empreendedor (tradicionalmente personificado na figura de empresário). Isso torna-as algo limitadas e redutoras, pois esquecem outras vertentes do empreendedorismo. A forma como o conceito é definido foi evoluindo grandemente ao longo dos anos. O fenómeno do empreendedorismo é complexo e multidisciplinar e, como tal, é importante ter outros factores em conta. É essencial, designadamente, estudar as características do empreendedor. Como afirma Roger Koppl (2007) os empreendedores são agentes de mudança e de inovação e, para inovarem, têm de estar atentos a novas oportunidades – é o seu papel. Por outro lado, tal entendimento implica que «ser atento» seja uma das suas características – o que ele, empreendedor, é. Para Koppl (2007) estas duas vertentes de análise são faces da mesma moeda.

O estudo do empreendedor sob o ponto de vista das características que lhe são inerentes foi feito primeiramente por psicólogos. David McClelland, psicólogo norte-americano, explicou o comportamento empresarial como a necessidade de sucesso e de motivação para ultrapassar desafios. Para além disso, McClelland, juntamente com outros investigadores da área da psicologia, identificou a propensão para assumir riscos como outra característica do empreendedor (McClelland, 1961; Brockhaus, 1982. *In*: Trigo, 2003), indo ao encontro das teorias advogadas pelos economistas.

Peter Drucker apresentou o empreendedor como alguém que “*procura mudança, reage a ela, e explora-a como uma oportunidade*” (Drucker, 1985: 25) e sustentou que o empreendedorismo implica uma assunção de riscos calculados. Ao afirmar que “[o] empreendedorismo é arriscado sobretudo porque poucos dos chamados empreendedores sabem o que fazem” (Drucker, 1985: 26), considera que a actividade empreendedora não é arriscada *per se*. Adicionalmente, afirma que a capacidade de empreender não é um traço de

personalidade, mas de comportamento – qualquer pessoa que consiga aceitar alguma incerteza e saiba tomar decisões pode aprender a ser empreendedora (Drucker, 1985).

A este propósito, o psicólogo canadiano Albert Bandura, ao definir a sua Teoria Social Cognitiva, introduziu um novo conceito – o da auto-eficácia – designação que atribuiu à convicção que cada indivíduo tem sobre a sua capacidade de atingir resultados e de influenciar a envolvente. Este conceito aplica-se à análise do comportamento empresarial e, segundo ele, *“Os indivíduos com elevado grau de auto-eficácia tiram maior vantagem das oportunidades e identificam-nas mais facilmente (...) [Q]uando esta característica está ausente, as pessoas têm mais dificuldade em identificar e explorar as oportunidades existentes no sistema social e sentem-se desencorajadas pelos constrangimentos institucionais.”* (Bandura, 1997: 6).

Mais recentemente, em 1990, William B. Gartner, tentou juntar as duas perspectivas da análise do empreendedor – o que é e o que faz – e publicou os resultados de um estudo em que apresentou duas definições: a primeira, referente às características do empreendedorismo, salienta a importância de saber reconhecer oportunidades; a segunda, voltada para o produto do empreendedorismo, identifica a inovação e a criação de empresas como os principais papéis dos empreendedores (Koppl, 2007).

Ainda assim, uma análise do que é o empreendedorismo não se pode centrar apenas no empreendedor. É preciso ter em conta a envolvente, pois *“o empresário existe numa complexa matriz de interações sociais que molda as suas experiências pessoais e influenciam o seu comportamento e desempenho”* (Trigo, 2003: 41).

Morris (1998: 59) vai ainda mais longe, afirmando que *“[é] importante que se abandone de uma vez por todas a ideia de que o empreendedorismo depende de factores genéticos, do acaso (...) ou apenas de se estar no local certo no momento exacto. O empreendedorismo não é um acontecimento aleatório nem é inato: é antes determinado pelas condições da envolvente que se manifestam a diferentes níveis”*. Morris sugere também (Trigo, 2003) o agrupamento das variáveis que definem a envolvente em três categorias: (1) as infra-estruturas institucionais (estruturas políticas, legais, financeiras, educativas, sociais, etc.), (2) o grau de turbulência (dinamismo, hostilidade ou complexidade da sociedade envolvente) e (3) as experiências sociais dos membros da sociedade (família, educação, trabalho, influências sociais, etc).

Mas o estudo do empreendedorismo não se fica por aqui e Martinelli defende (Koppl, 2007) que o estudo futuro deve ser feito adoptando uma abordagem multidisciplinar que integre a

análise do contexto (mercados, culturas e estruturas sociais) com a análise dos actores (seus motivos, valores, atitudes, processos cognitivos e interesses).

Estamos já em condições de responder à questão inicial. Agrupando todas estas visões e teorias, pode-se caracterizar o verdadeiro empreendedorismo como mais do que apenas dizendo respeito à criação de um negócio tendo em vista o lucro (apesar destes dois conceitos serem, muitas vezes, confundidos); é olhar para um problema e ver nele uma oportunidade – seja a criar um negócio ou a solucionar um problema, o ser humano está sempre atento à oportunidade de uma mudança que possa contribuir para uma melhoria na sua vida. Aliás, como defende Koppl (2007), o empreendedorismo deve ser visto como um aspecto de todas as acções humanas e a nossa definição de empreendedorismo não deve excluir conceitos como o intraempreendedorismo ou o empreendedorismo social. Um empreendedor é, tipicamente, alguém com várias aptidões e que procura uma mudança; muitas vezes, a sua motivação é muito mais do que apenas dinheiro, é a busca de realização pessoal. É alguém disposto a correr riscos mas que, simultaneamente, tem de ser calculista e bem preparado. Deste modo, nem toda a gente tem características para ser um empreendedor de sucesso, mas o comportamento empreendedor pode ser aprendido e promovido.

Como debatido anteriormente, uma análise do fenómeno do empreendedorismo não se pode cingir apenas ao actor, o empreendedor, deve também ter em conta o meio que o envolve. Neste trabalho, o pretende-se estudar que formas poderão permitir que a envolvente potencie o empreendedorismo e, conseqüentemente, a criação de riqueza (económica, principalmente, mas não só). Reconhecendo o papel que os empreendedores podem assumir nesta criação de riqueza, pretende-se estudar as variáveis que uma região, e mais concretamente um município, pode influenciar de forma a, por um lado, atrair empreendedores ao seu território e, por outro, sabendo que o carácter empreendedor pode ser criado e estimulado, levar a população que já alberga a empreender.

1.2. Objecto de Estudo

A fim de se poder circunscrever o âmbito deste estudo tornando-o assim possível, pretende-se estudar o fenómeno do empreendedorismo num município em especial: o município da Lourinhã.

A escolha da Lourinhã justifica-se por se tratar de um concelho geograficamente bem localizado, próximo da capital do país (e de toda a riqueza aí concentrada), e integrado numa

região central, entre a grande área metropolitana de Lisboa e o mundo rural que domina boa parte do país.

Tradicionalmente ligado a actividades como a agricultura e a pesca, apresenta um tecido empresarial relativamente frágil, mas que tem dado sinais de evolução – nomeadamente ao nível do peso que os diversos sectores de actividade têm no tecido empresarial, como se demonstrará mais adiante. Mesmo num sector mais tradicional, como a agricultura, tem-se registado uma modernização e uma aposta em novos mercados, como é o caso da agricultura biológica.

Neste município existe uma preocupação efectiva em traçar um rumo que conduza a uma evolução sustentada do território – facto comprovado pela recente elaboração de planos estratégicos, com vista à definição de uma visão ambiciosa mas concretizável para o concelho.

Este conjunto de razões torna o concelho da Lourinhã num bom caso de estudo.

1.3. Problema em Estudo e Importância do Tema

O empreendedorismo é, nos dias de hoje, um tema muito actual, não só em Portugal, mas na Europa e no Mundo. Apesar de estarmos, também nesta área, um pouco atrasados em relação a outros países, são muitas as entidades nacionais, tanto públicas como privadas, que apoiam e incentivam a criação de novos negócios. De igual modo, têm decorrido inúmeras iniciativas organizadas e patrocinadas por estas entidades e pela própria sociedade civil.

A capacidade empreendedora dos cidadãos é entendida como uma via para o enriquecimento da economia de um país. Dada a situação actual da economia mundial, esta importância é reforçada e o empreendedorismo é encarado um pouco como uma panaceia, um meio de cura da crise, através da dinamização dos tecidos empresariais. Segundo a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), a chave do dinamismo empresarial é “*a criação de novas empresas e o declínio de empresas não produtivas*” (OECD, 2002). A própria Comissão Europeia inclui a promoção do empreendedorismo na lista de iniciativas a levar a cabo para recuperar a economia europeia (Commission of the European Communities, 2008; European Commission, 2010b).

O que se pretende fazer com este trabalho? Não se pretende estudar a influência e a importância do fenómeno do empreendedorismo, porque essa importância é já amplamente reconhecida. Não se pretende servir de apoio teórico para que empreendedores em potência construam o seu negócio, porque esse papel é já desempenhado por inúmeras entidades e por

diversos documentos criados para esse fim. Este trabalho tem como objectivo olhar o empreendedorismo do ponto de vista de um município que pretende crescer e que vê os empreendedores como um meio para o conseguir.

Pretende-se assim:

- estudar os mecanismos que podem ser usados para mobilizar empreendedores num determinado município, de modo a potenciar a riqueza que lhe é inerente e criar nova riqueza, isto é quais os meios que podem ser utilizados para incentivar os cidadãos a empreenderem e a criarem os seus próprios negócios e o que pode ser feito para atrair novas pessoas com a capacidade de imaginar, criar e empreender.

Pretende-se estudar formas de atrair novas empresas para um município, mas acima de tudo, pretende-se reflectir sobre como estimular os cidadãos residentes a criarem o seu próprio negócio e sobre os meios que possibilitam atrair gente empreendedora para residir no concelho. Tentar-se-á demonstrar que a simples atracção de empresas (com origem no exterior do concelho) tem efeitos e vantagens bastante inferiores aos da atracção de pessoas empreendedoras, criativas e inovadoras, que se possam instalar no concelho, o sintam e contribuam para a criação de um ambiente de geração de riqueza, assente num ecossistema colaborativo e de objectivos comuns. Este deverá consistir numa simbiose entre as ambições e os objectivos dos empreendedores e as características, necessidades e estratégias territoriais, possibilitando a criação de riqueza a curto e a longo prazo, reflectindo-se num desenvolvimento sustentável do município, com todas as vantagens que isso terá para os seus cidadãos.

Assim, será importante estudar, não só o que o concelho tem para atrair e albergar em termos de empresas, mas também o que este tem para oferecer a quem nele habita, em termos de condições de vida e de condições para desenvolvimento da sua criatividade e da sua veia empreendedora.

1.4. Objectivos

O objectivo final do trabalho, como referido anteriormente, é estudar os mecanismos para atracção e mobilização de gente empreendedora, de modo a potenciar a riqueza de um município.

Como é que tal pode ser feito? Na economia actual, isto consegue-se se as cidades ou regiões *“forem capazes de atrair trabalhadores do conhecimento, para criar e aplicar conhecimento no desenvolvimento de clusters de actividades que propiciem crescimento económico”*

(Martins *et al.*, 2007). A atracção destas pessoas é fundamental para o desenvolvimento local e regional, pois elas são o motor da criatividade e inovação, da competitividade e geração de riqueza.

Segundo Richard Florida (2002), criador e defensor do conceito de classe criativa e do seu papel nas economias locais e na vida económica, social e cultural deste século, a chave para um desenvolvimento firme e duradouro está na construção de uma comunidade criativa, que potencie as capacidades dos seus habitantes e que os incentive a criar e a inovar.

E como se constrói uma comunidade assim? A estratégia não pode passar simplesmente pelos meios tradicionais. Segundo ele, recrutar mais empresas não basta – embora continue a ser essencial ter um clima empresarial sólido, é ainda mais importante ter uma ambiência humana substancial (Florida, 2002). Mas, para o conseguir, é necessário que existam condições para que estas pessoas se sintam atraídas pelos locais e se sintam felizes enquanto seus habitantes. Assim, existem alguns objectivos intermédios que se espera atingir, de forma a conseguir alcançar o propósito final deste trabalho:

- Compreender quem são os empreendedores portugueses, o que os motiva na criação de negócios, as dificuldades que enfrentam e as condições de que necessitam para desenvolver a sua criatividade;
- Conhecer o tecido empresarial do concelho da Lourinhã e estudar a viabilidade de inserção de novas empresas (e de que tipo, de que sectores de actividade);
- Saber o que o concelho tem para oferecer aos seus habitantes e o que pode contribuir para a atracção de novas pessoas, preferencialmente inovadoras e criativas;
- Estudar o que pode / deve ser levado a cabo para atrair novas empresas e enquadrar eventuais medidas com o que já tem vindo a ser feito nesse sentido.

É com base nestes objectivos intermédios que se pretende chegar ao fim desejado: desenvolver uma estratégia concertada, entre o que o concelho da Lourinhã possui e onde pretende chegar, para a criação de riqueza duradoura no concelho, através da sedução de gente empreendedora e do estímulo aos negócios criados por cidadãos locais, que sentem o que é viver na Lourinhã e o que é contribuir para a riqueza da terra que os acolhe. Pretende-se contribuir para a existência de uma situação de *win-win*, em que o concelho beneficie da existência de gente empreendedora que contribua para a riqueza local, e em que os empreendedores saiam beneficiados por verem criadas condições para exercer a sua actividade e encetar os seus empreendimentos beneficiando de apoio, orientação e acompanhamento.

1.5. Organização da Dissertação

O trabalho compreende o estudo de três vectores fundamentais: o actual tecido empresarial do concelho da Lourinhã, os meios que podem ser utilizados para incentivar o empreendedorismo e criação de novas empresas e as infra-estruturas e equipamentos sociais, culturais e de lazer que possui e que contribuem para a sua atractividade.

A presente dissertação começa com a apresentação da estratégia seguida na investigação levada a cabo, passando depois para uma contextualização teórica do presente estudo.

No capítulo seguinte, já numa perspectiva mais prática, far-se-á uma síntese do que é o empreendedorismo em Portugal, quem são os empreendedores portugueses e qual o seu papel na sociedade e, em particular, numa comunidade local. Embora a definição actual de empreendedorismo não se cinja apenas ao conceito de criação de negócios com o objectivo de obtenção de lucro – como visto anteriormente –, é sobre esse tipo de empreendedores que a presente dissertação se irá focar.

De seguida, e de acordo com os vectores indicados, analisar-se-á a matriz empresarial existente no território, sob vários pontos de vista, e tentar-se-á perceber quais os sectores de actividade que possam propiciar a entrada de novas empresas. Neste capítulo terá obrigatoriamente que se ter em conta aquilo que é, neste momento, a visão que existe para a Lourinhã, em termos económicos e de desenvolvimento, a médio e a longo prazo. Isto implica conhecer as políticas planeadas para o território, bem como para os municípios vizinhos.

O apoio e estímulo ao empreendedorismo constituirá o capítulo seguinte – onde se elencarão as iniciativas que já têm vindo a ser implementadas com vista a incentivar a criação de novos negócios e se tentará referir que mais pode ser feito e de que forma. Este estudo tem uma importância abrangente no âmbito desta dissertação, já que o apoio concedido ao empreendedorismo é importante tanto para a população (já residente no concelho) mobilizada para empreender como para o objectivo de atracção daqueles que se espera conseguir fixar no território.

Daí, passar-se-á para o estudo das amenidades, bens e serviços que tornam ou podem tornar o concelho atractivo para que gente criativa e criadora aí se fixe. Será preciso, em primeiro lugar, saber o que torna um território atractivo aos olhos destas pessoas; em segundo lugar, verificar o que já existe; e, em terceiro, o que deveria existir.

Finalmente, e tendo presentes os factores referidos, tentar-se-á partir do resultado do diagnóstico feito, para a proposta de um conjunto de medidas, que possam constituir uma estratégia para a mobilização e atracção de empreendedores para o município da Lourinhã.

2. Método de Trabalho e Estratégia de Investigação

A estratégia pensada para a execução deste trabalho passa por um estudo de informação variada, em termos da natureza dos dados recolhidos e do nível geográfico dos mesmos. Através da utilização de fontes secundárias, foi estudada a envolvente nacional em termos de empreendedorismo (condições estruturais e características dos empreendedores) e o Concelho da Lourinhã (ao nível da sua economia e tecido empresarial, da sua atractividade para pessoas e empresas e do apoio presentemente prestado aos empreendedores). Esta informação foi essencial para obter uma base de trabalho sobre a qual construir um plano com vista à mobilização e atracção de empreendedores. Adicionalmente, foi também feito um estudo sobre as melhores práticas nesse domínio (*benchmarking*) e um levantamento das tendências actuais – sejam elas nacionais ou globais – que, não tendo directamente a ver com o fomento e apoio do empreendedorismo em si, acabam por exercer influência. A estratégia seguida para chegar ao objectivo final é a esquematizada no diagrama seguinte.

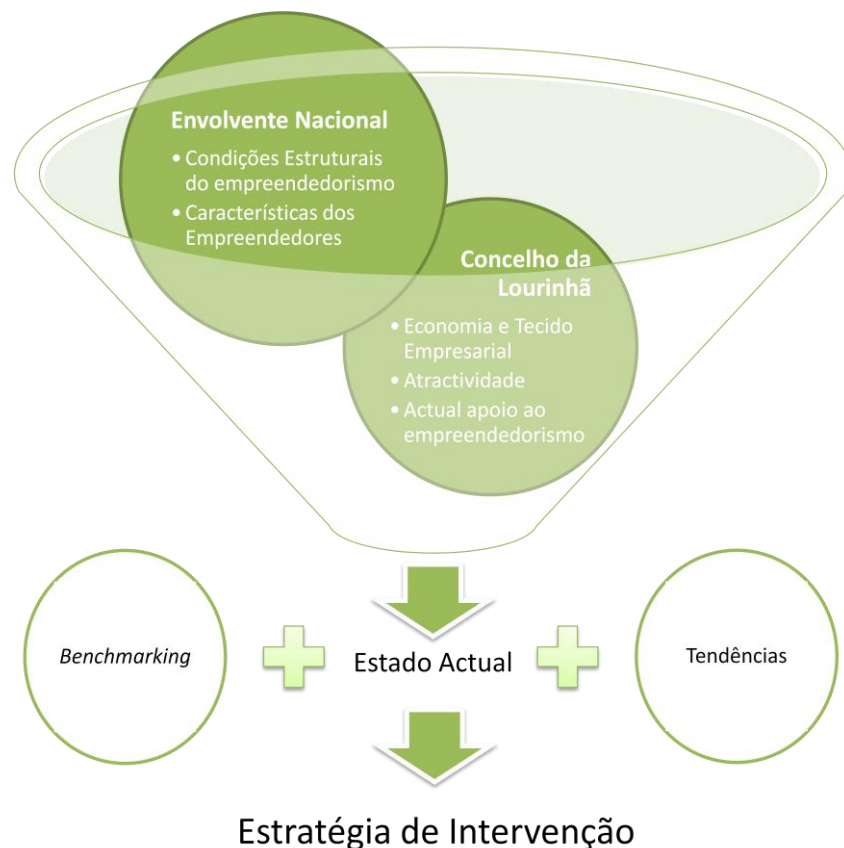


Figura 1 - Estratégia de investigação para o desenho de uma estratégia de mobilização e atracção de empreendedores para o Concelho da Lourinhã

A informação necessária à elaboração do trabalho foi recolhida a partir de fontes secundárias, incluindo revisão da literatura - livros e artigos científicos -, relatórios nacionais e internacionais, documentos oficiais, legislação, notícias, dados estatísticos, *sites* de entidades relevantes, interacção com a população e com responsáveis governativos e associativos da Lourinhã e até seminários e conferências.

A base de dados documental que foi sendo construída ao longo do trabalho conta com mais de 400 documentos de natureza variada – seja sob o ponto de vista do tipo de documento ou do tema a que se reporta – que foram recolhidos, lidos e analisados, extraindo-lhes informação tida em conta nas várias fases do trabalho.

Assim, no enquadramento teórico do tema – que faz parte da introdução do trabalho – e no capítulo teórico sobre empreendedorismo e criatividade, as fontes de informação foram sobretudo livros e artigos sobre empreendedorismo e criatividade. A frequência de um curso de verão sobre cidades criativas e sustentáveis permitiu ainda aumentar os conhecimentos sobre o tema.

Na análise da envolvente nacional recorreu-se a relatórios, estudos e dados estatísticos, relativos a empreendedorismo e empresas.

O recurso a este tipo de documentos foi também adoptado para o estudo do Concelho da Lourinhã, embora aí tenha também sido grandemente enriquecido com outro tipo de informação: ao mesmo tempo que esta dissertação foi sendo desenvolvida, o autor teve a oportunidade de integrar a equipa de trabalho do Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã (PEDTL) onde, para além de ter beneficiado do contacto com pessoas com experiência em estudos territoriais e de desenvolvimento local / regional, teve ainda a oportunidade de conhecer o concelho e de contactar com a sua população através da administração directa de questionários, da participação em *focus group* e em seminários de discussão alargada, assim como com responsáveis de instituições locais. Foram feitas doze visitas ao território (entre visitas inseridas no âmbito do PEDTL e outras a título pessoal), no espaço temporal compreendido entre Outubro de 2009 e Janeiro de 2011, que permitiram conhecê-lo em maior profundidade. A colaboração no PEDTL possibilitou a participação em entrevistas a responsáveis de instituições locais, em debates com elementos da população, reuniões com a Câmara Municipal (com o próprio Presidente, com os vereadores responsáveis pelas áreas de recursos humanos, intervenção social e cultural, modernização administrativa, educação, turismo, competitividade e planeamento, e ainda com responsáveis sectoriais dos domínios da intervenção social e cultural e do turismo) e o acesso à documentação produzida pelo projecto, assim como a participação na sua produção. O documento final faz um

diagnóstico exaustivo do município e traça o caminho para o seu desenvolvimento turístico, com preocupação na sua sustentabilidade e alinhamento com outras áreas económicas e sociais. Entre as entrevistas realizadas no âmbito do PEDTL há que salientar a que foi feita ao Eng.º António Gomes da Louricoop e as realizadas a pessoas com residência secundária na Lourinhã, pelo contributo que deram para o conhecimento do território.

A análise do tecido empresarial do concelho foi feita sob o ponto de vista estatístico – sobretudo com recurso a dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) e do Gabinete de Estratégia e Planeamento do Ministério do Trabalho e da Segurança Social (GEP) –, mas também através de um estudo mais específico das empresas existentes. Para tal, o autor construiu uma base de dados através da pesquisa em directórios de empresas *online*, que embora não seja completa ou muito rigorosa, possibilitou ter uma noção mais ampla das características das empresas locais e das áreas de actividade em que estão envolvidas.

A pesquisa de casos de estudo – a servir de inspiração e sustentação prática no momento de delinear da estratégia – foi feita através de documentos das instituições estudadas e de informação constante dos seus *sites* institucionais, mas também através de informação recolhida em eventos como conferências, congressos e seminários. Tentaram-se analisar casos pertinentes para o trabalho, dando-se primazia a exemplos nacionais, por estarem já enquadrados no mesmo meio envolvente que a estratégia que se pretende elaborar.

A participação nos eventos atrás referidos permitiu tomar conhecimento de alguns exemplos até aí desconhecidos e também enriquecer o conhecimento global sobre o fenómeno do empreendedorismo e o modo como nós, portugueses, o encaramos. A esse nível, há que salientar o conhecimento que foi possível adquirir sobre os meios de financiamento existentes, através da participação no 9º Congresso Internacional de Empreendedorismo e Capital de Risco – Venture Capital (realizado a 27 e 28 de Maio de 2009) e na 8ª Conferência AUDAX Empreendedorismo e Criação de Empresas – Empreender em Tempos de Crise (a 22 e 23 de Junho de 2009). O 1º Congresso Internacional Empreendedorismo e Valorização Sustentável do Território (realizado a 17 e 18 de Junho de 2010, em Ponte de Lima) merece também ser relevado pelo contributo que deu para o conhecimento do empreendedorismo num contexto mais rural, assim como pela apresentação de casos de estudo até aí desconhecidos, mas que acabaram por ser integrados na análise de *benchmarking* deste trabalho (Iniciativa GLOCAL e Ciudad Tecnológica de Valnalón). Ainda em relação ao *benchmarking*, há que mencionar que o estudo do caso da Junior Achievement Portugal foi grandemente valorizado pela participação do autor como voluntário numa das iniciativas de ensino a alunos do 9º ano.

O conhecimento abrangente do empreendedorismo foi também enriquecido através do contacto que foi encetado com empreendedores e outras pessoas interessadas no tema, quer através do contacto directo e informal, quer através de discussões em ferramentas hoje ao nosso alcance, como as redes sociais (com especial relevo para o LinkedIn e para a Young Entrepreneurs Networkers). Todo este conhecimento contribuiu para a criação de uma ideia global que enriqueceu a dissertação.

Com esta metodologia foi possível obter a informação necessária à realização desta dissertação, seguindo a estratégia atrás esquematizada.

Antes de se passar à componente mais prática do estudo far-se-á, no entanto, uma apresentação da teoria que o sustenta. É disso que trata o capítulo seguinte.

3. Empreendedorismo e criatividade: perspectiva teórica

Um dos principais desafios que os países membros da UE enfrentam é o da necessidade de impulsionar o empreendedorismo (European Commission, 2010a). Os empreendedores são, actualmente, reconhecidos como agentes capazes de produzir mudança e o empreendedorismo é encarado como uma necessidade premente para recuperar as economias em crise (European Commission, 2010). As elevadas taxas de desemprego e as recessões ou os modestos crescimentos económicos assim o ditam. É por isso que a União Europeia assume a promoção do empreendedorismo como umas das suas prioridades (Commission of the European Communities, 2008; European Commission, 2010b), tendo-a incluído na Estratégia de Lisboa, em 2000 (European Parliament, 2000).

O papel do empreendedorismo é reconhecido e a sua promoção traz benefícios ao nível da criação de emprego, do aumento de competitividade, do crescimento económico, do desenvolvimento social e, em última instância, das condições de vida e do bem-estar de cada um. É o que será demonstrado de seguida.

3.1. Importância do empreendedorismo no mundo

Para o Global Entrepreneurship Monitor¹ *“as vantagens associadas ao empreendedorismo são claras: a criação de novas empresas implica um investimento na economia local, a criação de novos empregos, a promoção da competitividade e o desenvolvimento de ferramentas de negócio inovadoras”* (GEM, 2004: 1). É, portanto, um aspecto importantíssimo da economia, com impacto directo no emprego e na competitividade.

Quando se analisa o fenómeno do empreendedorismo, a primeira das suas vantagens que salta à vista é a da criação de emprego. Desde logo, porque o empreendedor se está a tornar patrão de si próprio; mas principalmente por outros postos de trabalho que venha a criar. Este é um contributo com impacto, primeiramente, ao nível local. De facto, autores como Acs e Armington (2004), demonstram que a criação de novas empresas tem um claro impacto positivo na criação de emprego (ainda que a magnitude desse impacto dependa de vários outros factores). Como tal, a sua promoção deve ser uma preocupação das autoridades locais.

Mas as vantagens não se ficam por aí. Entendendo a definição de empreendedor (tal como exposta anteriormente) como alguém que trabalha com incerteza e que aproveita

¹ O Global Entrepreneurship Monitor é um consórcio sem fins lucrativos criado com o objectivo estudar o empreendedorismo e produzir informação de qualidade para um público vasto. O estudo foi iniciado em 1999 com 10 países e em 2010 já abrangeu 59.

oportunidades, podemos afirmar que ele tem um papel importante ao assegurar que as oportunidades existentes são aproveitadas, desenvolvendo e melhorando assim a eficiência da economia (Manuel, 2006) – uma economia que está em constante evolução e que hoje em dia talvez até atravesse uma revolução, assente em novas tecnologias e novos paradigmas de informação, comunicação e cooperação, que transformam os meios de produção e de *marketing*, os produtos transaccionados, os seus ciclos de vida e mesmo a percepção de qualidade que os clientes têm sobre os produtos. Desta forma, há lugar para novas empresas que se saibam posicionar no meio desta revolução e que provavelmente até terão mais flexibilidade para lidar com a transformação e os nichos e oportunidades criadas do que as empresas já estabelecidas; estas, devido ao seu tamanho ou à sua posição já estabelecida no mercado, apresentarão menor propensão para o fazer (Baptista *et al.*, 2008).

Está assim comprovada a importância do empreendedorismo para o crescimento económico, não só através do emprego gerado, mas também por via da competitividade que propicia – pelas novas empresas que entram no mercado e pelas já estabelecidas que reagem à nova competição (Baptista *et al.*, 2008). O empreendedorismo é um factor de desenvolvimento económico e de crescimento.

Sarkar (2010), faz uma tentativa de cálculo – embora grosseiro, pois usa apenas duas variáveis e 15 países e estuda uma relação linear, quando a relação pode ser de outro tipo – da taxa de criação de empresas necessária para que Portugal atinja, daqui a 20 anos, um Produto Interno Bruto (PIB) igual ao valor da média europeia. Sarkar assume a necessidade de um crescimento de 3,86% ao ano (em oposição a uma taxa prevista de 2,42% para a média da União Europeia); os cálculos que efectua resultam numa taxa de criação de empresas necessária de 9,12%, equivalente a cerca de 100 mil novas empresas por ano. Este valor permite ter uma ideia da obrigação que temos de incentivar a criação de novas empresas e da importância que o empreendedorismo pode ter para o crescimento económico nacional.

A importância do empreendedorismo propaga-se depois para a própria qualidade de vida da população. Davidsson, Lindmark e Olofsson encontraram mesmo uma correlação entre a criação de novas empresas e um indicador de bem-estar na Suécia (Baptista *et al.*, 2008).

Dados os benefícios que traz, o empreendedorismo é um factor económico crucial, com influência ao nível do emprego, da economia e do bem-estar das pessoas. Constitui um factor de competitividade tanto a nível nacional como a nível regional. É importante para uma região ou para um concelho conseguir atrair empresas que criem mais-valias para o território e para a população.

3.2. Papel do empreendedorismo no desenvolvimento local

É do interesse de um concelho conseguir um tecido empresarial forte, que garanta emprego, fixe a população e lhe proporcione qualidade de vida. É importante que o concelho seja competitivo do ponto de vista económico. E para tal é necessário criar, atrair, manter e fazer crescer empresas competitivas e inovadoras.

Vivemos actualmente numa economia do conhecimento e da conectividade; as distâncias encurtaram. É por isso que há quem defenda que hoje em dia a geografia já não é importante. Contudo, isso não é verdade. Por alguma razão as empresas se aglomeram em *clusters*, seja pela competição entre empresas dos mesmos sectores, pela presença de fornecedores, pela existência de serviços para as empresas, ou por outra razão (Martins *et al.*, 2007). A todos estes factores há que acrescentar outro: as pessoas. São pessoas que criam as empresas, que as gerem, que nelas trabalham e que delas beneficiam. As pessoas também se aglomeram nos locais onde têm perspectivas de melhores condições de vida, acesso a emprego, infra-estruturas que lhes conferem qualidade de vida. Além disso, parece ajustado dizer-se que as empresas também se juntam onde há pessoas. Richard Florida (2002) afirma mesmo que “*as empresas se aglomeram para aproveitar as concentrações de pessoas talentosas, que possibilitam a inovação e o crescimento económico*”² (Florida, 2002: 220). De facto, existe uma corrente de pensamento que sugere que as cidades e regiões funcionam como incubadoras de criatividade e inovação e que o capital humano tem um papel importante na estimulação do crescimento regional (Lee *et al.*, 2004). O principal factor de que depende a economia global de hoje já não reside nos bens, serviços ou fluxo de capital, mas sim nas pessoas e na competição para as atrair (Florida, 2007). Desta forma, a atracção de empresas acaba por se resumir à atracção de pessoas.

Nesta Economia do Conhecimento, mais que nunca, as regiões devem preocupar-se com a atracção de pessoas inovadoras, criativas, empreendedoras, que apliquem o seu saber e a sua capacidade executiva no desenvolvimento de *clusters* de actividades que gerem riqueza económica e social.

3.3. Papel da criatividade e a importância da sua promoção

As pessoas são a fonte de toda a inovação que transporta a nossa sociedade para diante. À noção de Economia do Conhecimento, assente na importância da informação e do

² Traduzido do original “*Companies cluster in order to draw from concentrations of talented people who power innovation and economic growth*” (Florida, 2002: 220).

conhecimento, Richard Florida responde com a definição de Economia Criativa. Florida (2002) vê a criatividade como o factor chave da nossa economia pois, segundo ele, o conhecimento e a informação são as ferramentas e matérias-primas da criatividade e a inovação o seu produto. A economia suporta-se, em última instância, nas pessoas, na sua capacidade de reinventar, inovar, criar. Assim, a criatividade é uma «nova moeda», mais sofisticada e poderosa que o capital financeiro (Landry, 2008).

A capacidade de ser criativo, juntamente com a vontade de empreender, cria condições para gerar riqueza. Concomitantemente, as políticas estratégicas (seja qual for o seu alcance geográfico) devem abraçar a criação de condições para estimular a criatividade e o espírito empreendedor das populações.

Com a publicação do seu livro “The Rise of the Creative Class”, em 2002, Richard Florida apresentou ao mundo a noção de Classe Criativa. Definiu a característica que distingue os membros desta classe como o seu talento para criar novas coisas. Para ele, a Classe Criativa consiste nas pessoas que acrescentam valor económico através da sua criatividade (Florida, 2002). É possível consultar uma listagem das categorias incluídas por Florida na sua definição de Classe Criativa, no Anexo 1.

A importância destas pessoas nas economias locais fica bem definida pelo próprio Florida: *“os locais que têm sucesso na atracção e retenção de gente criativa prosperam; os outros não”*³ (Florida, 2002). A criatividade deve ser encarada como um bem que tem de ser promovido, nutrido e mantido. Um concelho (ou uma região, ou uma cidade, ou um país) que queira fomentar a criatividade da sua população, para daí retirar benefícios, terá de ter presente a preocupação de criar condições para o seu desenvolvimento. Terá de conseguir atrair pessoas criativas mas, ao mesmo tempo, trabalhar para desenvolver os recursos que já tem dentro das suas fronteiras. A atracção de gente de fora é importante, mas não chega; é vital aproveitar o potencial endógeno, de modo a motivar as pessoas e a criar um sentimento local de posse e de auto-suficiência (Landry, 2008). Além disso, é preciso não esquecer que cada pessoa é criativa por natureza (Florida, 2007; Robinson, 2001) e que o seu potencial pode ser estimulado, se forem criadas condições (Belanciano, 2008). Deste modo, um concelho possui um capital criativo que, no limite, abrange toda a sua população; para além disso pode ainda atrair mais capital criativo. Por outro lado, o espírito empreendedor também pode ser influenciado e fomentado, como visto anteriormente. O que isto quer dizer é que um concelho (e, mais uma vez, o mesmo se aplica a uma cidade, região ou país) tem acesso, no

³ Traduzido do original “Places that succeed in attracting and retaining creative class people prosper; those that fail don’t”.

seu próprio seio, ao recurso mais importante da economia actual, desde que planeie e execute medidas que visem o seu aproveitamento.

3.4. Relação entre empreendedorismo e criatividade

Falámos, até aqui, do espírito empreendedor e da criatividade como duas características humanas com impacto importante na sociedade actual e que, como tal, devem ser tidas em conta nas estratégias de desenvolvimento económico e social, local e nacional; mas não vimos ainda como se relacionam.

Estudos levados a cabo por Richard Florida, Zoltan J. Acs e Sam Youl Lee demonstram que existe mesmo uma correlação entre empreendedorismo e criatividade e que a criação de novas empresas é substancialmente maior em regiões consideradas criativas (Lee *et al.*, 2004). Num estudo publicado em 2004, estes autores usaram três modelos para analisar as eventuais ligações entre a criação de novas empresas e as características sociais e capital humano de uma região. Concluíram que a criação de novas empresas está correlacionada com o Índice de Criatividade⁴ habitualmente utilizado por Florida para medir o potencial criativo de uma cidade ou região e encontraram ainda uma correlação entre a criação de empresas e a diversidade existente⁵ (Lee *et al.*, 2004).

Assim sendo, fica provado que as regiões com menos barreiras, mais criativas e que atraíem capital humano têm melhores condições para a existência de empreendedorismo e que, assim sendo, os governantes devem ter em conta o contexto social em que a actividade empreendedora ocorre (Lee *et al.*, 2004).

Posto isto, reconhecendo a ligação chave desta dissertação – a influência da criatividade no empreendedorismo –, serão analisadas, nas secções seguintes, formas de medição de ambos os fenómenos, assim as suas condicionantes.

3.5. Modelação e medição do empreendedorismo

Uma medida mais ou menos óbvia do empreendedorismo seria a taxa de criação do próprio emprego. Quando alguém cria uma empresa está, de facto, a tornar-se patrão de si próprio; quando se fala na necessidade de empreender, fala-se de criar um negócio e, por arrastamento, trabalhar por conta própria. Daí sucede a possibilidade de utilização da taxa de criação do

⁴ O Índice de Criatividade utilizado é composto por quatro índices que medem a proporção de trabalhadores da Classe Criativa, a taxa de inovação, o peso das indústrias de alta-tecnologia e a diversidade existente (Florida, 2002). Mais à diante será mencionado em maior pormenor.

⁵ A diversidade é um dos factores incluídos por Florida no seu estudo da criatividade. Também será explicado mais à frente na presente dissertação.

próprio emprego numa região como medida do empreendedorismo nesse contexto geográfico. Mas empreender não é apenas tornar-nos patrões de nós próprios. O problema é que uma medida desse género esquece algumas características importantes do empreendedorismo tal como foi definido anteriormente. Nada diz sobre a existência ou não-existência de carácter inovador nas empresas criadas – a real mais-valia do empreendedorismo. O mesmo é dizer que coloca em pé de igualdade a abertura de um café e a fundação de uma empresa assente fortemente em I&D. Com efeito, tendo em conta apenas a criação de auto-emprego como factor avaliador, Portugal seria considerado um país muito empreendedor, já que apresentava, em 2008, uma taxa de auto-emprego de 24,1% (OECD, 2010). Por outro lado, países habitualmente considerados muito empreendedores apresentam um valor mais baixo nesta taxa – por exemplo, os 7,0% dos E.U.A. (OECD, 2010). Esta desadequação acontece porque *“muitas pessoas criam novos negócios pelo facto de não surgirem melhores alternativas, e não pelo facto da descoberta de oportunidades mais lucrativas”* (Sarkar, 2010).

Para uma medida eficaz do empreendedorismo terão de ser tidos em conta outros factores. Nesta dissertação pretende-se medir até mais do que o empreendedorismo existente. Pretende-se também medir as condições para a existência de empreendedorismo. Para esse fim ter-se-á em conta um modelo conceptual criado pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Este modelo permite desconstruir o fenómeno do empreendedorismo nos factores que o influenciam. A envolvente (contexto cultural, social e político) é dividida em três conjuntos de condições. Nos dois primeiros conjuntos são enquadradas condições de carácter mais generalista, não especificamente orientadas para o empreendedorismo: requisitos básicos, como a estabilidade económica e o desenvolvimento das instituições; e factores potenciadores da eficiência económica, tais como a preparação tecnológica ou a dimensão do mercado. O terceiro conjunto inclui condições específicas para a ocorrência de o empreendedorismo e de inovação, tais como (GEM, 2011): (i) a existência de recursos financeiros para PME⁶; (ii) a neutralidade dos impostos face à dimensão das empresas ou a possível discriminação positiva das PME; (iii) os programas de apoio e incentivo ao empreendedorismo; (iv) a importância dada na educação e formação à criação e gestão de empresas; (v) a forma como os resultados de I&D são transferidos para o mercado; (vi) a existência de direitos de propriedade e de serviços legais, comerciais e financeiros que dêem suporte e protejam as PME; (vii) a abertura dos mercados a novas empresas e a dinâmica dos mesmos; (viii) o acesso a infra-estruturas de

⁶ Uma PME é uma micro, pequena ou média empresa. De acordo com o Decreto-Lei n.º 372/2007, de 6 de Novembro, uma empresa é uma PME quando possui menos de 250 trabalhadores e o seu volume de negócios anual não excede os 50 milhões de euros.

comunicação, transporte e alojamento em condições acessíveis às PME; (ix) o modo como as normas sociais e culturais encorajam acções empreendedoras e inovadoras.

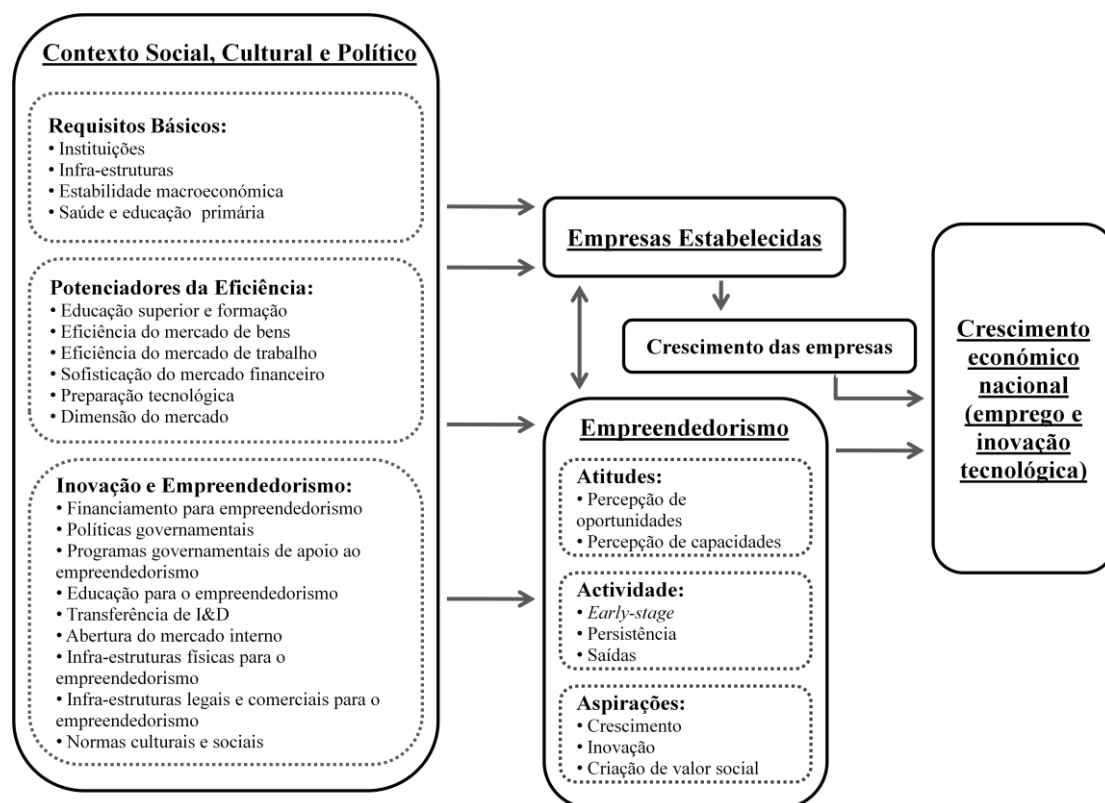


Figura 2 - Modelo GEM do Empreendedorismo; Adaptado: GEM, 2011

Estes são factores muito importantes para o estímulo da actividade empreendedora. São, por isso, muito importantes quando se fala de promoção do empreendedorismo. No entanto, é necessário ter presente que melhorias nestes factores podem ter pouco ou nenhum impacto se as condições enquadradas nos dois primeiros conjuntos foram más (GEM, 2011).

Como é óbvio, quando se fala de promoção do empreendedorismo por parte de um município, não se pode ter a ilusão de influenciar condições que extravasam o âmbito local / regional. Não está ao alcance de uma autarquia influir ao nível de condições estruturais do país. Na melhor das hipóteses, pode fazer *lobby* junto da administração central ou de outra entidade competente. Mas será da competência dessa autarquia criar as condições que estão ao alcance da sua competência se pretender, de facto, fomentar a criação de empresas no seu território.

Se os factores incluídos neste modelo encerram influência sobre a capacidade empreendedora dos cidadãos, tentar-se-á proceder à obtenção de indicadores que os permitam medir. Serão necessários indicadores sobre financiamentos, I&D, infra-estruturas, educação, etc. Se nalguns casos será possível recorrer a medidas quantitativas, outros há em que só poderá ser feita uma análise qualitativa. De qualquer modo esta recolha de dados e respectiva análise reveste-se da maior importância para poder tirar conclusões.

A OCDE e o Eurostat propõem um modelo para medição do empreendedorismo, com vários pontos em comum com o modelo do GEM.

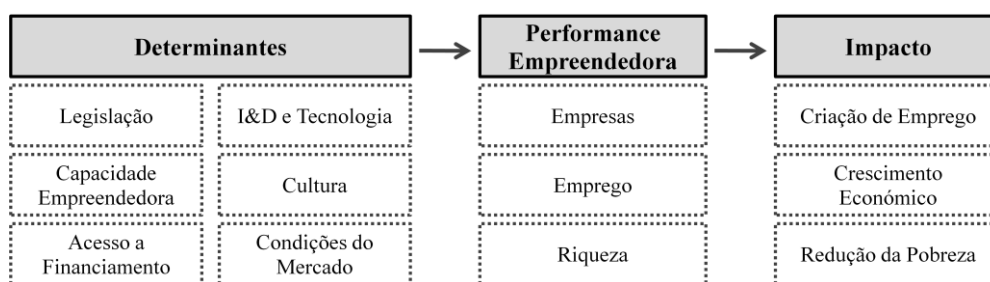


Figura 3 - Modelo de medição do empreendedorismo (OCDE / Eurostat); Adaptado: Ahmad et al., 2007

O modelo assenta em três etapas: a primeira agrega os determinantes que exercem influência na performance empreendedora (segunda etapa) que, por sua vez tem impacto nos factores representados na terceira etapa. Esta representa o fim último do empreendedorismo: a criação de emprego e de riqueza. Para as duas etapas anteriores, o modelo sugere uma série de factores e indicadores que devem ser levados em linha de conta para medir o empreendedorismo. Entre eles contam-se as taxas de natalidade e mortalidade das empresas e as taxas de empresas de elevado crescimento (para cálculo da performance empreendedora), ou o registo de patentes e o investimento em I&D (determinantes). No Anexo 2 encontra-se uma listagem esquemática dos factores incluídos no modelo.

Nos capítulos seguintes o objecto de estudo (o concelho da Lourinhã, em particular, e o panorama nacional, de um modo geral) será analisado à luz destes modelos. Nessa análise ter-se-á em conta, não apenas a quantidade de empreendedorismo existente, mas também a qualidade do mesmo.

Para já, falta ainda analisar, do ponto de vista teórico, a criação de condições para instituir uma cultura criativa e inovadora numa dada região ou concelho.

3.6. Atracção de gente criativa

Quando se fala de atrair criatividade é obrigatório falar da fórmula dos 3 Ts de Richard Florida. Segundo ele (Florida, 2002; Florida, 2007), e de acordo com a pesquisa e trabalho estatístico levados a cabo, para que um local possa atrair a Classe Criativa, tem de possuir os três Ts: Talento, Tecnologia e Tolerância. O significado atribuído à variável Talento assenta no vector do capital humano; a Tecnologia está relacionada com a inovação e a investigação; a Tolerância está intrinsecamente ligada à diversidade e aos valores existentes (Florida, 2002; Florida, 2007). Uma região (ou uma nação) que pretenda competir na atracção de capital de

criatividade necessita de ter estas três condições: “*ser bem sucedido num dos Ts é necessário, mas é, por si só, insuficiente para o sucesso económico*”⁷ (Florida, 2007: 154).

Para medir o potencial criativo Florida começou por sugerir, no seu livro «The Rise of the Creative Class» (Florida, 2002), um Índice de Criatividade composto por quatro outros índices que medem a proporção de trabalhadores da Classe Criativa, a taxa de inovação registada, o peso das indústrias de alta-tecnologia e a diversidade existente. Este é o índice que foi já referido anteriormente e que foi usado para estudar a correlação entre o empreendedorismo e a criatividade (Lee *et al.*, 2004). Posteriormente introduziu um novo conceito – o Índice de Criatividade Global (GCI⁸) –, tal como exposto no seu livro «The Fligth of the Creative Class» (Florida, 2007). Usou esta medida para construir um ranking de criatividade dos países do mundo. O GCI combina três outros índices (Florida, 2007):

1. Índice de Talento

O talento existente é calculado com recurso à medição da Classe Criativa (da quantidade de pessoas que, pelas características da sua ocupação profissional, são consideradas como pertencentes a esta classe), do Índice de Capital Humano (percentagem da população de um país com uma licenciatura), e do Índice de Talento Científico (que representa o número de investigadores científicos por milhão de habitantes).

2. Índice de Tecnologia

É ele próprio composto por duas medidas. O Índice de I&D mede as despesas em I&D como uma percentagem do PIB. O Índice de Inovação diz respeito ao número de patentes concedidas por um milhão de habitantes.

3. Índice de Tolerância

Também combina duas medidas, ambas construídas com base num inquérito levado a cabo em 65 países⁹. O Índice de Valores é uma medida do grau com que um país defende a tradição face a valores modernos ou seculares¹⁰. O Índice de Auto-Expressão mede o grau de importância dado por uma nação aos direitos individuais¹¹.

O GCI é calculado através da combinação destes três índices, com igual peso atribuído a cada um.

⁷ Traduzido do original “*Being successful on any on T is a necessary but in itself insufficient condition for economic success*”.

⁸ Preserva-se a sigla da denominação original: Global Creativity Index.

⁹ O referido inquérito é o World Values Survey (<http://www.worldvaluessurvey.org>), da responsabilidade de Ronald Inglehart, e que cobre o período de 1995 a 1998 (Florida, 2007).

¹⁰ É construído com base numa série de questões sobre a forma como as pessoas encaram temas como Deus, a religião, o nacionalismo, a autoridade, a família, os direitos das mulheres, o divórcio e o aborto (Florida, 2007).

¹¹ Baseia-se em questões que cobrem a qualidade de vida, a auto-expressão, a democracia, a imigração ou a homossexualidade (Florida, 2007).

No *ranking* construído (Florida, 2007), Portugal surge no 35º lugar (entre 45 países). Com um valor de 0,234 no GCI, Portugal aparece bastante distante do líder Suécia (0,808) ou do segundo classificado Japão (0,766). O *ranking*, tal como apresentado no livro «The Flight of the Creative Class» (Florida, 2007), pode ser consultado no Anexo 3.

Aquando de uma visita que fez ao nosso país em 2008, Richard Florida afirmou que “*a mentalidade antiquada tem sido um entrave para o desenvolvimento do seu modelo em Portugal*”, que “[A] *única coisa que atrapalha o país é a mentalidade*” e que “*Portugal tem sido aprisionado por uma mentalidade antiquada*” (Lusa, 2008). De facto, de todos os índices usados no cálculo do GCI, aquele em que Portugal está pior classificado é mesmo o Índice dos Valores (no qual aparece cotado num 40º posto). Como se constatará no próximo capítulo, a mentalidade é também um entrave à actividade empreendedora no nosso país.

Uma vez conhecidas formas de analisar e medir a criatividade, faltará saber como a promover e atrair. Richard Florida afirma que “[Mais] *do que nunca, as pessoas criativas querem ter a possibilidade de escolher a comunidade onde querem viver e as regiões têm que entender isso se querem ser competitivas na batalha global pelos talentos*” (Belanciano, 2008). Mas como levar a que pessoas criativas se fixem num local? O que fazer para que quem habita num determinado local tenha condições para maximizar e tirar partido do seu potencial criativo?

Charles Landry (2008) refere quatro grandes grupos de preocupações que é necessário ter (Landry, 2008): (i) aspectos materiais (localização, recursos naturais, história, cultura, infra-estruturas, etc); (ii) actividades (tradições, limpeza urbana, recolha de resíduos, assistência social, presença de indústrias e serviços, entre outras); (iii) atitudes (graus de diversidade e de tolerância, existência de uma cultura de iniciativa, etc); (iv) preocupações organizacionais (nível de organização, existência de uma cultura de cooperação ou de abertura para escutar os cidadãos e de os capacitar com poderes e responsabilidades, etc).

Richard Florida, ao analisar este tema, afirma que as pessoas, hoje em dia, esperam mais do sítio onde vivem (Florida, 2002). Diz ele que, no passado, as pessoas se contentavam com trabalhar num local e descansar noutro (em férias e fins-de-semana fora de casa); hoje em dia o estilo de vida é diferente e as pessoas exigem meios de diversão e distracção no local onde vivem (Florida, 2002). Por outro lado, Florida refere as preferências que os membros da Classe Criativa têm por experiências mais «vivas» - interactivas, autênticas – e até mais físicas – como actividades ao ar livre – ou os seus gostos por actividades culturais menos formais – em que possam participar activamente e interagir com outras pessoas (Florida, 2002). A sua análise não se fica, no entanto, apenas pelas actividades dos tempos livres; abrange um leque diverso de áreas da vida das pessoas. No seu livro «Who’s Your City»

Florida (2008 cita ainda o trabalho de Irene Tignali¹² e os três grupos de factores por ela categorizados: (i) factores que tornam uma comunidade excitante (como universidades, arte e cultura, vida nocturna vibrante, oportunidades de trabalho, possibilidade de conhecer novas pessoas, entre outros); (ii) aspectos estéticos e de habitabilidade (beleza do local, parques, espaços verdes, clima, qualidade do ar; etc) e; (iii) variáveis relacionadas com a equidade como, por exemplo, habitação a preços acessíveis ou oportunidades para os idosos ou para os mais pobres (Florida, 2008).

Tendo sido feita uma análise da literatura existente sobre esta temática, sumarizam-se de seguida vários factores que é importante considerar.

- Amenidades básicas: Como é óbvio, a existência de amenidades básicas (saúde, educação, segurança, comércio, etc) é um factor primário de ponderação na escolha de um local para viver. Transpondo esta análise um pouco para a área da psicologia, e fazendo uma comparação com a teoria de Maslow da hierarquia das necessidades, parece razoável afirmar que a preocupação primeira de uma pessoa serão as necessidades mais básicas (embora possam existir casos em que não seja bem assim). A competitividade dos territórios depende assim da sua capacidade de assegurar estas amenidades (Martins *et al.*, 2008).
- Localização e estética do local: Landry (2008) inclui estes factores na sua primeira categoria – aspectos materiais – e compreende-se que assim seja. A localização é relevante na perspectiva da proximidade a outros locais importantes e a centros urbanos e de negócios. A estética, hoje em dia, é importante em quase tudo e na escolha do local onde viver também: as pessoas não querem morar em sítios feios ou sujos; preferem locais ordenados, limpos, bonitos e com espaços verdes (Florida, 2008). A tudo isto, Florida (2008) acrescenta que a estética natural de um local é um bem público e que o que a compõe deve estar disponível para usufruto de todos.
- Infra-estruturas de conexão: As acessibilidades físicas (estradas, linhas de comboio, transportes públicos, etc) são importantes – tipicamente, um local recôndito será menos agradável para viver – mas, hoje em dia, há outro tipo de acessibilidade que é necessário considerar: a conectividade por via tecnologias da informação. Landry (2008) inclui-a no primeiro dos quatro grupos de preocupações por ele categorizadas.
- Alojamento adequado às necessidades das pessoas: O alojamento é o factor que mais limita a mobilidade das pessoas. As casas não andam e a mobilidade tem-se tornado mais

¹² Irene Tignali é uma economista italiana com obra no tema do desenvolvimento regional.

importante nos últimos anos. Uma vez que em Portugal não existe uma grande cultura de mobilidade nem de arrendamento¹³, pode ser importante incentivar o aluguer de casas para promover a mobilidade e atrair mais facilmente as pessoas. Na perspectiva delas, à partida, não arriscam tanto ao mudar-se para um novo local, pois não têm que fazer um grande investimento na compra de uma casa. Esta Era Criativa pode até beneficiar de outros tipos de alojamento – algo entre a compra e o arrendamento (Florida, 2008)

- Herança cultural e Autenticidade: A herança cultural é reflexo da criatividade do passado e os recursos culturais são materiais em bruto de um local e a base dos seus valores (Landry, 2008). A herança cultural liga-nos às histórias, à memória colectiva, e pode ser uma fonte de inspiração para o futuro (Landry, 2008). Quando bem aproveitada pode até contribuir para a construção de um nicho, algo que torne o local único e que, com isso, possa atrair determinadas pessoas. A autenticidade é uma característica que pode advir da herança cultural de um local, mas também de outros aspectos diferenciadores. Pode atrair pessoas com determinados interesses, que se sintam perfeitamente integrados ao se radicarem nesse local. Nesta perspectiva, é preciso ter também em conta que um local cheio de lojas ou bares de grandes cadeias se torna pouco autêntico, porque se torna igual a muitos outros sítios e a experiência de lá viver não será muito diferente da de viver noutra local (Florida, 2002).
- Abertura a forasteiros e à diversidade: Se se pretende atrair gente nova para um local, é impreterível que exista abertura para receber quem chega de fora. Além disso, existindo um ambiente que valoriza a contribuição dos forasteiros em vez de a temer, os seus diferentes talentos podem contribuir para novas ideias e oportunidades (Landry, 2008).
- Actividades físicas, actividades ao ar livre e exercício físico: Segundo Richard Florida (2002), os membros da Classe Criativa apreciam actividades físicas como corrida, escalada ou ciclismo. Grande parte do trabalho desempenhado por estas pessoas é intelectual e sedentário; assim sendo, procuram «recarregar baterias» e aliviar o *stress* através de actividade física (Florida, 2002) e, nomeadamente, através de actividades ao ar livre. Por outro lado, a Classe Criativa, tipicamente, tem uma grande preocupação com a forma física; não apenas por questões de saúde ou de estética, mas também por uma

¹³ De facto, nos últimos anos o mercado do arrendamento tem continuado subdesenvolvido em Portugal, mas parece apresentar sinais de crescimento; além disso, a actual situação financeira do País e dos portugueses poderá contribuir para que exista mais arrendamento (Expresso 2009; Diário Económico, 2010).

questão de *marketing* pessoal¹⁴ (Florida, 2002). Concomitantemente, torna-se importante a existência de condições para a prática de exercício e de actividades físicas e *outdoor*.

- Juventude e pólos de ensino: Deve ser considerada a possibilidade de existência de universidades ou outros pólos de ensino, que sirvam para atrair jovens para a região, e que trabalhem em sintonia com as empresas e com os órgãos governativos. A atracção dos jovens assume uma importância especial, como visto anteriormente: os estudantes são um bom indicador dos fluxos de talento e as regiões que os atraem acabam por conseguir atrair também outras fontes de talento como cientistas, investigadores e empreendedores (Landry, 2008). Já o trabalho dos estabelecimentos de ensino em conjunto com outras instituições pode servir para, por exemplo, criar cursos à medida das necessidades e desígnios da região, atraindo jovens com vocação para estudar em áreas alinhadas com a orientação estratégica do local. Está provado que os jovens estão mais abertos à ideia de migrar que qualquer outro grupo demográfico (Florida, 2008). Esta acaba por ser uma forma de os atrair desde logo.
- Vida nocturna variada e vibrante: Florida (2002) afirma que a vida nocturna também é um factor importante; não porque todos os membros da Classe Criativa sejam amantes da noite, obcecados por festas, mas sim porque, com largos dias de trabalho, por vezes desejam ter opções para se distraírem em horas mais avançadas. Também neste género de actividades, este tipo de pessoas prefere aquelas que são mais vibrantes (Florida, 2002).
- Espaços externos (*third spaces*): Estes espaços externos invocados¹⁵ por Florida (2002) não são mais do que locais que não são nem a casa nem o trabalho, onde as pessoas se podem encontrar, socializar, trocar ideias. São espaços como cafés ou outros pontos de encontro; podem existir numa combinação de alguns mais sossegados e outros mais estimulantes; devem ser esteticamente atraentes e possuir funcionalidades como zonas *wi-fi* onde as pessoas possam trabalhar e comunicar estando nesses espaços (Landry, 2008).
- Actividades culturais estimulantes: Os membros da Classe Criativa têm preferência por actividades culturais vibrantes e dinâmicas (Florida, 2002). Por exemplo, um museu que se limita a expor peças, por muita que seja a qualidade destas, acabará por se tornar pouco atractivo; as pessoas querem coisas novas e deverá existir a preocupação de lhe «dar mais vida» através de exposições itinerantes, espectáculos multimédia, etc (Florida,

¹⁴ O *marketing* pessoal é muito importante para os membros da Classe Criativa e a aparência física é um dos aspectos a ter em conta (Florida, 2002).

¹⁵ Usando uma expressão de Ray Oldenburg, introduzida no seu livro «The Great Good Place».

2002). Por outro lado, estas pessoas sentem-se tendencialmente atraídas por uma cultura menos formal (Florida, 2002). Isto quer dizer que podem não saber pintar ou tocar música, mas mesmo assim gostam de participar em actividades em que possam comunicar directamente com os artistas e com outros entusiastas; porque assim se sentem mais estimulados em termos criativos do que se apenas entrassem num museu e se limitassem a observar (Florida, 2002).

- Capacitação e envolvimento da população: Florida considera que “[As] *classes criativas* *querem viver em locais onde podem reflectir e reforçar a sua identidade enquanto pessoas criativas. Não querem ser actores passivos do local onde habitam*” (Belanciano, 2008). Afirma ainda que muitas das pessoas da Classe Criativa com quem falou expressaram uma vontade de se envolverem nas suas comunidades e que tal reflecte o seu desejo de transmitir activamente as suas próprias identidades para os locais onde vivem (Florida, 2002). Consequentemente, os locais que possibilitam a participação activa das pessoas acabam por lhes possibilitar uma descoberta e evolução pessoal, que acaba por lhes conferir um sentimento de realização (Florida, 2002). Também Charles Landry (2008) atribui importância a este factor, mas não se restringe à capacitação das pessoas, alastrando-a também às empresas.

Pode não ser necessário investir muito dinheiro para tornar um local atractivo aos olhos da Classe Criativa. Muitas vezes gastam-se fortunas em projectos de valor económico dúbio, e poder-se-ia ter muito maior retorno se apenas uma parte fosse investida em capital criativo – por exemplo, suportando investigação ao nível de *software* ou biotecnologia, ou utilizando-o, de uma forma abrangente, na actividade cultural e artística (Florida, 2002). Investimentos desse género poderiam trazer retorno substancial e contínuo, por contribuírem para a atracção de talento científico, técnico e criativo e gerando novas empresas ou atraindo empresas de outros locais (Florida, 2002).

Por outro lado, “*um local atractivo não tem de ser uma grande cidade*” (Florida, 2002: 227), o que abre possibilidades para localidades mais pequenas, “*embora tenha de ser cosmopolita*”¹⁶ (Florida, 2002: 227) – um local onde toda a gente consiga encontrar um grupo onde se sinta confortável e outras pessoas que sirvam de exemplo e de estímulo; um local com interacção entre cultura e ideias; um local onde os forasteiros se consigam integrar rapidamente (Florida, 2002).

¹⁶ Traduzido do original “*An attractive place doesn’t have to be a big city, but it has to be cosmopolitan*” (Florida, 2002, 227).

Visto de uma forma generalista, o que as regiões e locais têm de fazer é tentar situar-se em cada um dos três Ts definidos por Florida e adoptar estratégias que melhorem os factores onde apresentam resultados mais fracos (Florida, 2007).

A derradeira vantagem de uma estratégia territorial deste género é que um local onde as pessoas sejam felizes, desperta-as e encoraja-as a fazer mais do que fariam noutras circunstâncias. A partir daqui desenvolve-se um ciclo virtuoso: ao participarem em mais actividades criativas, ao inventarem e inovarem, ao criarem novas empresas, estão a gerar energia criativa que atrairá outras pessoas com perfil criativo e empreendedor, resultando em mais inovação, maior prosperidade, melhores condições de vida e mais energia criativa (Florida, 2008).

4. Quem são os empreendedores portugueses e quais as suas necessidades?

Embora um estudo do empreendedorismo não se possa cingir apenas ao empreendedor, pois tal negligenciaria a forte influência do meio envolvente, é essencial conhecê-lo. Como referiu William Baumol (Baron, 2007), economista e professor universitário estado-unidense, tentar compreender o empreendedorismo sem considerar o empreendedor é o mesmo que tentar perceber Shakespeare sem conhecer Hamlet.

É importante tomá-lo até como primeiro factor a analisar, pelo papel central que desempenha. Desta forma, apontando o foco da análise ao nosso contexto nacional, tentar-se-á responder a questões como quem são os empreendedores portugueses, o que os motiva, que características e aptidões têm, como reconhecem as oportunidades e as aproveitam, que passos dão e que dificuldades sentem na execução dos seus empreendimentos.

4.1. Panorama geral do empreendedorismo nacional

Segundo dados do INE, em 2007 existiam em Portugal 1 101 681 empresas¹⁷, sendo que 167 473 foram criadas nesse mesmo ano, o que corresponde a uma taxa de natalidade de 15,2%. Por outro lado, a taxa de mortalidade para 2006 foi de 16%, valor que ligeiramente superior aos 11,5% e 13,4% registados, respectivamente, em 2004 e 2005 (INE, 2009a).

As taxas de sobrevivência registadas pelo INE (2009a), eram de 72,8% ao fim do primeiro ano, 53,8% ao fim do segundo e 47,1% ao fim do terceiro.

Relativamente à idade, notava-se uma fatia bastante grande de empresas jovens, com 50,5% delas constituídas após 2002 (INE, 2007a).

Das empresas criadas em 2007, 97,8% tinham menos de 5 trabalhadores remunerados. Esta é outra característica importante do tecido empresarial português: a existência de uma grande proporção de empresas de dimensão reduzida. Em 2008, segundo um estudo realizado pelo IAPMEI, as PME representavam 99,6% das unidades empresariais do país, gerando 75,2% dos empregos (privados) e 56,4% dos volumes de negócios. Entre estas, o destaque vai para as micro e pequenas empresas¹⁸, que assumem uma fatia de 97,3% do total das empresas do

¹⁷ Os dados do INE incluem os profissionais liberais.

¹⁸ Uma micro empresa tem menos de 10 trabalhadores e um volume de negócios não superior a 2 milhões de euros; uma pequena empresa apresenta menos de 50 efectivos e um volume de negócios inferior ou igual a 10 milhões de euros anuais.

país e uma percentagem de 55,2% e 35,3% dos empregos e dos negócios, respectivamente (IAPMEI, 2008a).

A importância das PME no tecido empresarial não é propriamente recente e, na verdade, está próxima da realidade europeia. Aliás, o mesmo estudo (IAPMEI, 2008a) indica que entre 2000 e 2005 o número de PME cresceu ao ritmo de 7% (17,1 mil novas empresas) ao ano, enquanto o número de grandes empresas registou um aumento anual de apenas 1,1%.

No respeitante às empresas de elevado crescimento¹⁹, importante indicador da dinâmica empresarial, os dados divulgados pelo INE em 2009, contabilizam, em 2007, 1410 empresas de elevado crescimento (com base no pessoal remunerado) e 3350 empresas de elevado crescimento (em termos de volume de negócios), valores que correspondem a 4,4% e 10,5% das empresas activas com 10 ou mais pessoas remuneradas ao seu serviço.

À luz do modelo da OCDE e do Eurostat apresentado anteriormente, esta análise demográfica das empresas é importante para se ter uma ideia sobre a actividade empreendedora.

Os estudos que têm sido feitos indicam que em Portugal existe alguma apetência para a criação de negócios. Segundo dados da Comissão Europeia (European Commission, 2010a), a proporção de portugueses que afirmam preferir ser patrões de si próprios a trabalhar por conta de outrem tem decrescido nos últimos anos, dos 71% registados em 2002 para os 51% de 2009.

O decréscimo registado nos anos mais recentes talvez tenha algo a ver com a insegurança que a crise económica veio trazer. Talvez os portugueses tenham, por isso, menos vontade de arriscar num negócio próprio. Ainda assim, o valor mais baixo, registado em 2009, é superior à média europeia desse ano: 45% (European Commission, 2010a). Nos anos de 2002, 2003, 2004, o nosso país aparecia mesmo nos lugares cimeiros (primeiro ou segundo lugar) da lista de países da União Europeia (UE) (European Commission, 2010a).

No entanto, quando se passa da vontade à intenção real, regista-se uma queda abrupta. Apenas 18% dos inquiridos no estudo *Entrepreneurship in the EU and Beyond* afirmaram, em 2009, que seria provável que viessem a trabalhar por conta própria nos próximos anos (6% via essa hipótese como muito provável e 12% como provável). Neste indicador, a média da Europa a 27 países foi de 29%. A título de exemplo, na Suécia e na Finlândia, os valores registados foram de 49% e 47%, respectivamente (European Commission, 2010a).

¹⁹ Uma empresa de elevado crescimento (*high growth enterprise*) é uma empresa que regista um crescimento superior a 20% por ano, durante um período de 3 anos, seja em termos de pessoal remunerado ou de volume de negócios, e que têm pelo menos 10 empregados no início do período de observação (Backer, 2008; INE, 2009a).

Instados a explicar as razões porque não viam como viável a possibilidade de virem a tornar-se patrões de si próprios, 39% dos portugueses indicaram a falta de dinheiro como uma das razões, sendo que 31% referiram que o clima económico não era propício para levar a cabo tal empreendimento (European Commission, 2010a).

Passando da intenção à acção, regista-se outra queda abrupta. Segundo o relatório do Global Entrepreneurship Monitor para o nosso país, em 2004 a Taxa de Actividade Empreendedora (TEA) – que mede a proporção de indivíduos adultos (18 – 64 anos) envolvidos num negócio em fase nascente ou num novo negócio – era de apenas 4% (GEM, 2004), posicionando Portugal no 13º lugar entre os 16 países participantes no projecto. Os especialistas entrevistados para o estudo referiam que, apesar de existirem globalmente no nosso país, infra-estruturas físicas e profissionais suficientes para apoio ao empreendedorismo (parques tecnológicos, incubadoras de empresas, etc.), o apoio financeiro a iniciativas ligadas ao empreendedorismo era insuficiente e o acesso ao capital privado era inadequado, apontando tal facto como um travão ao fomento do empreendedorismo no nosso país. Outros aspectos negativos apontados pelo estudo eram a morosidade do aparelho burocrático, que resultava numa interacção pouco eficiente entre os empreendedores e as agências governamentais, o sistema educacional pouco vocacionado para a promoção da criatividade e do espírito empreendedor e a existência de uma cultura nacional não empreendedora, “*que não incentiva o risco nem a responsabilidade individual*” (GEM, 2004: vi). Todos estes factores contribuía, na altura, para uma baixa actividade empreendedora.

O estudo análogo do GEM realizado em 2007 revelou que a TEA em Portugal era já de 8,8%, um valor superior ao dobro do verificado em 2004 e o melhor registo de entre os 18 países da UE participantes. Esta subida da taxa de empreendedorismo entre 2004 e 2007 acontece em contraciclo com o decréscimo da vontade de ser o seu próprio patrão registada no mesmo período (como visto anteriormente). Apesar disso, a evolução em sentido contrário destes dois indicadores não se afigura como contraditória. O que indica é que, apesar de haver menos pessoas com vontade de empreender, entre aquelas que têm essa vontade, houve mais quem tenha tomado a iniciativa e passado da palavra à acção. Isto pode indiciar que os portugueses tenham sentido uma maior necessidade de criar a sua própria empresa e / ou que, entre uma data e outra, tenham havido progressos ao nível do estímulo ao empreendedorismo, o que contribuiu para que mais pessoas se tenham sentido com condições para criar um negócio.

De facto, de acordo com as opiniões dos especialistas nacionais tidas em conta no estudo de 2007, tal subida na TEA ficou-se a dever a uma melhoria significativa das condições estruturais do empreendedorismo entre 2004 e 2007, nomeadamente ao nível do apoio

financeiro, direitos de propriedade intelectual, políticas governamentais e do valor da independência enquanto norma social e cultural. Relativamente aos apoios financeiros, os especialistas eram da opinião que houve melhorias ao nível do apoio de privados (como os *business angels*) e de fundos de capital (nomeadamente capital de risco). Em termos de reformas de políticas governamentais, o destaque ia para a redução do período médio para a criação de um negócio, que passou de 54 dias, em 2006, para apenas 8, em 2007. A esta melhoria não serão alheios a iniciativa “Empresa na hora” e o programa Simplex, desenvolvidos pelo governo. Os factores considerados como pouco adequados a uma boa dinâmica empreendedora eram ainda as normas sociais e culturais – como o “*valor que o indivíduo atribui à sua independência e a capacidade de responder a oportunidades*” (GEM, 2007: 56) – e a educação e formação.

A tabela seguinte resume a percepção que os especialistas consultados nos três últimos estudos do GEM tinham das condições estruturais do empreendedorismo em Portugal.

Condições Estruturais do Empreendedorismo		Pontuação Média		
		2001	2004	2007
		Muito Insuficiente: de -2,00 a -1,50 Insuficiente: de -1,49 a -0,50 Nem Suficiente nem Insuficiente: de -0,49 a 0,49 Suficiente: de 0,50 a 1,49 Totalmente Suficiente: de 1,50 a 2,00		
Apoio Financeiro		-0,42	-0,69	-0,22
Políticas Governamentais	Prioridade dada às novas empresas, apoio a nível nacional e local	-0,90	-0,50	-0,02
	Regulamentação, Facilidade e Celeridade	-1,16	-0,87	-0,50
Programas Governamentais		-0,71	0,46	-0,06
Educação e Formação	Ensino Básico e Secundário	-1,43	-1,44	-0,91
	Ensino Superior e Formação	N/A	-0,57	-0,27
Transferência de Resultados de I&D		-0,66	-0,67	-0,31
Infra-estrutura Comercial e Profissional		-0,19	0,01	-0,11
Abertura do Mercado Interno	Celeridade de Mudança dos Mercados	-0,63	-0,52	-0,49
	Ausência de Barreiras à Entrada	-0,49	-0,36	-0,20
Acesso a Infra-estruturas Físicas		0,24	0,63	0,97
Normas Sociais e Culturais	Valor da Independência e Iniciativa Pessoal	-0,88	-1,08	-0,60
	Oportunidades de Negócio	N/A	0,10	0,11
	Cap. de Responder a Oportunidades	N/A	-0,83	-0,55
	Reconhecimento da Actividade Empreendedora	N/A	0,07	0,07
	Aceitação da Mulher	N/A	0,03	0,18
	Incentivos para a Actividade Empreendedora de Elevado Crescimento	N/A	N/A	0,04
	Abertura para a Inovação e Mudança	N/A	N/A	0,46
Protecção de Direitos de Propriedade Intelectual		N/A	-0,33	0,16

Tabela 1 - Condições Estruturais do Empreendedorismo (2001 - 2007); Adaptado: GEM, 2004 e GEM, 2007

Esta comparação entre os três estudos, realizados com três anos de intervalo entre cada um, mostra que se registaram melhorias ao nível da promoção e da valorização do empreendedorismo, e que tal constitui um importante estímulo à actividade empreendedora. Ainda assim, parece haver espaço para muitas melhorias, para que mais e mais pessoas vejam a criação de uma empresa como o caminho a seguir e tenham condições para o fazer.

Na análise das condições para a existência de empreendedorismo é também necessário ter em conta a situação actual do país; é preciso não esquecer que atravessamos uma grave crise financeira e que tal exerce influência sobre as atitudes dos empreendedores. Num relatório do GEM (2011), é referido que 62% dos empreendedores *early-stage* portugueses consideravam que era mais difícil criar um negócio em 2010 do que em 2011 (e igual opinião tinham empreendedores de outros países). Nesse mesmo relatório é referido que esses números confirmam que condições económicas turbulentas podem diminuir as perspectivas de criação de novas empresas (GEM, 2011).

4.2. Qual é o perfil do empreendedor português?

A maioria (cerca de 2/3) dos empreendedores é do sexo masculino: 5,8% da população adulta entre os 18 e os 64 anos, contra apenas 3% de mulheres (GEM, 2007). Por outro lado, no que concerne à idade, verifica-se que cerca de 43% das mulheres empreendedoras estão no escalão dos 25 aos 34 anos, enquanto no caso dos homens a distribuição apresenta uma predominância nas faixas etárias 25 a 34 e 35 a 44, com proporções que rondam os 26% e 38%, respectivamente. Consta-se que o típico empreendedor português é jovem, sendo que a idade mais frequente é de 30 anos e a idade média de 37, contabilizando-se ainda uma vasta proporção de 52,4% de indivíduos com 35 anos ou menos (IAPMEI, 2008b).

Em relação às habilitações literárias, o relatório de 2007 do GEM afirma que “*um indivíduo tem maior predisposição para o empreendedorismo se possuir um maior nível de habilitações*” e que “*a proporção de pessoas envolvidas na actividade empreendedora aumenta substancialmente entre os adultos que detêm algum tipo de diploma de estudos pós-secundários*”. Isto é, de facto, corroborado, em Portugal, pelo inquérito levado a cabo pelo IAPMEI em 2007 e publicado em 2008. Os dados publicados revelam que mais de 40% dos empreendedores têm, pelo menos, frequência universitária e que cerca de 3/4 destes concluíram mesmo uma licenciatura (IAPMEI, 2008b).

Já em relação ao percurso profissional dos empreendedores, o mesmo estudo afirma que “*a situação profissional não revela ser uma determinante da capacidade empreendedora, na*

medida em que o número de empreendedores que já eram empresários na altura da criação deste projecto empresarial é perfeitamente idêntico ao daqueles que exerciam uma profissão por conta de outrem” (IAPMEI, 2008b).

4.3. O que os motiva e os encoraja a empreender?

Outra questão relevante é o que leva os portugueses a constituir as suas próprias empresas. O que o estudo “Factores de Sucesso das Iniciativas Empresariais”, realizado pelo INE entre 2005 e 2006 (INE, 2007b), revela é que essa tomada de decisão é muito influenciada pela “Perspectiva de ganhar mais dinheiro”, pelo “Desejo de novos desafios” e pelo “Desejo de ser o meu próprio patrão”. Estes factores foram apontados como muito importantes por 47,5%, 44,6% e 32,7% dos inquiridos. Ainda assim, o mesmo estudo demonstra que a perspectiva de ganhar mais dinheiro é o factor principal apenas entre os empresários com habilitações literárias ao nível do Ensino Básico. Para os detentores de formação ao nível do Ensino Secundário ou Superior, a principal motivação é o desejo de novos desafios.

4.4. A que serviços de apoio recorrem?

Na altura da constituição da empresa, poucos são os empreendedores que procuram os préstimos de consultores profissionais – apenas 14,4% –, recorrendo habitualmente à família e amigos (46,8%) e aos seus contactos profissionais (43,1%) para aconselhamento (INE, 2007b). Outro dado que merece destaque é o facto de 69% dos inquiridos nesse estudo do INE afirmarem nunca ter frequentado formação específica para a criação da nova empresa. Estes dados parecem revelar alguma falta de preparação por parte dos empreendedores nacionais antes de criarem os seus negócios.

Apenas 4,8% das *start-ups*²⁰ se instalam em infra-estruturas de acolhimento empresarial. Das que optam por esta via, a grande maioria (58,3%) escolhe os parques empresariais; 27,8% preferem os centros de apoio à criação de empresas (CACE²¹), 8,3% optam pelos centros de incubação, 2,8% pelos centros de empresas e inovação (BIC²²) e outros 2,8% por parques tecnológicos (IAPMEI, 2008b).

²⁰ Uma *start-up* (ou empresa nascente) é uma empresa jovem ou recém-criada, ainda em fase de desenvolvimento e de implantação no mercado.

²¹ Os Centros de Apoio à Criação de Empresas (CACE) são infra-estruturas criadas pelo IEFP, com o objectivo de contribuir para a modernização empresarial e de promover o aparecimento e consolidação de novas empresas com projectos viáveis e geradoras de desenvolvimento (IAPMEI, 2001). Alojiam empresas e disponibilizam-lhes variados serviços no sentido de as apoiar no seu crescimento e consolidação.

²² Estruturas integradas na rede de europeia de *Business Innovation Centres*, que têm como objectivo a promoção do empreendedorismo e da inovação empresarial, assim como o impulsionamento do desenvolvimento regional e

Já em matéria de apoios especializados, apenas cerca de 3% das *start-ups* beneficia de tais serviços – a intermediação tecnológica²³ e os apoios ao nível da incubação²⁴ são os mais procurados. É relevante que 1/4 das empresas nascentes que optam por se alojar em infra-estruturas de acolhimento empresarial procurem também beneficiar de apoio especializado. Um número que, ainda assim, parece relativamente baixo.

4.5. Quais as características das empresas nascentes (*start-ups*) portuguesas?

Constata-se que cerca de 87% das novas empresas têm apenas um (38%) ou dois (48,5%) sócios e apenas 4% delas são compostas por 4 pessoas ou mais (IAPMEI, 2008b).

A dimensão reduzida é, aliás, uma característica marcante da globalidade das empresas recém-criadas (à semelhança do que acontece também com o restante tecido empresarial português).

Em 68% dos casos a *start-up* cria apenas entre 1 e 4 postos de trabalho (sem contabilizar os sócios) no primeiro ano de actividade. Em 21,4% dos casos não cria nenhum e apenas em 3,9% são criados mais de 10 empregos (IAPMEI, 2008b).

Em termos de capital, o investimento é tipicamente baixo – não ultrapassa os 10 000 euros em mais de 40% das *start-ups* e 75% apresentam um investimento inferior a 50 000 euros (IAPMEI, 2008b).

No que respeita ao capital social, 80% das empresas jovens são constituídas apenas com o capital social mínimo (5 000 euros) e 95% tem um capital social inferior a 25 000 euros (IAPMEI, 2008b).

No que concerne ao volume de negócios o cenário é similar: 41% das empresas nascentes movimentam um volume de negócios inferior a 25 000 euros no primeiro ano de actividade e 81,6% movimentam menos de 125 000 euros (IAPMEI, 2008b).

Este é o panorama das empresas jovens em Portugal: poucos sócios e poucos postos de trabalho criados, capitais sociais reduzidos, investimentos comedidos e volumes de negócios modestos.

que prestam apoio técnico e logístico a empreendedores inovadores e às PME (European Business & Innovation Centre Network, 2008).

²³ Apoio prestado às empresas, nos domínios do desenvolvimento tecnológico e da inovação (IAPMEI, 2010).

²⁴ Apoio ao arranque consistente de empresas (IAPMEI, 2010).

4.6. Como se financiam e em que investem os empreendedores nacionais?

O arranque das novas empresas nacionais é financiado sobretudo por capital do próprio empreendedor. Segundo dados do INE (2007b), 87,2% dos novos empresários recorreram às suas poupanças para financiar os seus projectos; a segunda fonte de financiamento é o empréstimo bancário, utilizado em 26,1% dos casos (16,1% com necessidade de garantia bancária), seguida do auxílio financeiro de familiares e amigos (12,9%); outras fontes como o apoio financeiro de organismos públicos, a contribuição de capital de outras empresas ou a participação de capital de risco parecem ter pouca predominância, já que menos de 5% das *start-ups* recorreram a estas três fontes de financiamento.

Os montantes investidos pelos empreendedores nas novas empresas são baixos, como foi já demonstrado anteriormente. Embora existam casos de investimentos iniciais avultados (em 2,4% dos casos ultrapassa os 500 000 euros), o investimento médio é de 62 000 euros e o mediano de 15 000 euros (IAPMEI, 2008b).

Mas é importante analisar a tipologia do investimento feito. Segundo os dados do IAPMEI (2008b), em grande parte das empresas, o investimento é feito, para além das despesas de constituição, na aquisição de equipamentos (73% das empresas) e de *software* (55,2%), na constituição de um fundo de maneiio (40,6%) e em campanhas de divulgação (31,4%). No fim da lista estão a aquisição de instalações (apenas 12,6% das *start-ups* dedicam verbas para este fim), a aquisição de terrenos (7,8%), o investimento em estudos e diagnósticos (8,6%) e os gastos em investigação (2,8% das empresas).

Ainda segundo o mesmo relatório, a aquisição de equipamentos é, em termos gerais, a parcela que mais peso tem no investimento inicial, com metade das empresas nascentes a dedicarem-lhe pelo menos 38,5% das verbas; outras parcelas com peso no investimento são a criação de fundo de maneiio, a aquisição de *software* e as despesas de constituição, representando 20%, 11,8% e 8,2% do investimento total no primeiro ano de vida, para 75% das empresas.

Apesar de poucas empresas dedicarem verbas à aquisição de terrenos (apenas 7,8%), verifica-se que este é, de longe, o investimento mais avultado – para as empresas que adquirem terrenos, esta acção representa, em média, 73,9% do montante investido. Os investimentos em equipamentos e instalações representam também gastos substanciais – 56,7% e 51,4%, respectivamente, para as *start-ups* que destinam verbas para estes dois fins (IAPMEI, 2008b). Embora no caso da aquisição de terrenos e de instalações, o cenário pareça menos oneroso (uma vez que são investimentos pouco comuns entre as jovens empresas), constata-se que a aquisição de equipamentos tem um peso enorme no investimento global das *start-ups*

nacionais. Por fim, será importante fazer notar que as despesas de constituição representam, em média, 14,8% das verbas gastas no primeiro ano de vida das empresas (IAPMEI, 2008b).

4.7. Quais as dificuldades e principais obstáculos que os empreendedores encontram?

De acordo com os dados do IAPMEI (2008b), 2/3 dos empreendedores afirmam não terem sentido quaisquer dificuldades na fase de constituição da empresa. Tal constitui um sinal animador, que premeia o esforço que tem sido desenvolvido nos últimos anos com o intuito de simplificar e facilitar este processo. Ainda assim, de entre os restantes empreendedores que revelam terem sentido dificuldades, nota-se uma especial preocupação com os custos do processo de constituição da empresa, já que 60% destes empresários apontam os custos elevados do processo como um obstáculo encontrado. Outros factores como a dificuldade de acesso à informação, a distância aos locais de formalização ou a morosidade do processo apresentam predominâncias relativamente baixas, não excedendo os 20% (IAPMEI, 2008b). Como foi já referido no início deste capítulo, o relatório de 2007 do GEM, para Portugal, elogia a grande redução do período médio de tempo para a criação de um novo negócio, impulsionada pelas reformas governamentais levadas a cabo. Este estudo do IAPMEI aponta no mesmo sentido, acrescentando que *“são visíveis os progressos ao nível do acesso (distância aos locais de formalização da constituição) e do tempo de duração dos processos (morosidade dos processos de constituição)”* (IAPMEI, 2008b: 32). Parece importante, no entanto, não negligenciar o facto de alguns dos inquiridos considerarem os custos do processo de constituição da empresa como elevados e tal constituir uma dificuldade para os novos empresários e respectivas empresas.

No que concerne já à fase inicial de actividade o estudo do IAPMEI (2008b) afirma que, apenas 56,7% dos empreendedores encontraram dificuldades e, que entre estes casos, os factores apontados como mais problemáticos são a obtenção de financiamento, o recrutamento de recursos humanos com as competências necessárias e as limitações impostas pela regulamentação de trabalho (3/5, 1/3 e 1/4, respectivamente).

4.8. Síntese

Em resumo, pode-se tentar traçar o perfil dos novos empreendedores portugueses e descrever sumariamente o panorama do empreendedorismo em Portugal.

A análise feita revela que são tipicamente jovens, na casa dos 30 anos, tipicamente do sexo masculino e provavelmente com habilitações ao nível do ensino universitário. Resolve criar a

sua empresa para poder ser o seu próprio patrão, ter novos desafios e ganhar mais dinheiro. Quando parte para a constituição da empresa, raramente procura aconselhamento profissional, frequenta formação específica para a criação da empresa ou recorre a apoios especializados e a infra-estruturas de acolhimento empresarial.

Tende a financiar o seu negócio através das suas próprias poupanças ou, em alternativa, recorrendo a empréstimos bancários; é frequente aplicar o seu investimento inicial em equipamentos e *software*, na constituição de um fundo de maneo e em campanhas de divulgação. A aquisição de terrenos é o investimento mais pesado, embora sejam poucas as empresas que o façam na sua fase inicial.

Boa parte dos empreendedores considera que não existem grandes dificuldades para constituir uma empresa, embora haja quem se preocupe com os custos de constituição. A publicação do Decreto-Lei n.º 33/2001, de 7 de Março, que eliminou a obrigatoriedade de um valor mínimo no capital social das empresas, deverá tornar menos onerosa a criação de uma empresa e poderá vir a diminuir a incidência destas preocupações. Já após a constituição, mas ainda na fase inicial de actividade, boa parte dos empreendedores encontra dificuldades sobretudo ao nível da obtenção de financiamento e do recrutamento de recursos humanos com as competências adequadas. Há ainda quem considere que, face à crise económico-financeira actual, as dificuldades na criação de um negócio sejam maiores.

Em relação às condições para o empreendedorismo no nosso país, os relatórios internacionais afirmam que houve, entre 2004 e 2007, melhorias substanciais ao nível condições estruturais do empreendedorismo, mas que ainda não existe em Portugal uma cultura que fomente o empreendedorismo e que tal é, em parte, da responsabilidade do sistema educacional e da própria cultura nacional avessa ao risco.

Uma vez conhecido o perfil do novo empreendedor português, da realidade empresarial nacional e das condições existentes para o empreendedorismo, é chegada a altura de conhecer o Concelho da Lourinhã, o seu perfil económico e a visão que é perspectivada para o território, de modo a ter em conta o tipo de negócios que o concelho tem condições para acolher.

5. Caracterização geral e análise económica do Concelho da Lourinhã

O concelho da Lourinhã pertence ao distrito de Lisboa e está integrado na sub-região Oeste (NUTS III).

Com 12 km de costa (como é indicado no próprio *site* da Câmara Municipal) e uma boa parte do seu território dedicado à actividade agrícola, é um concelho que vive entre o mar e o campo e, à semelhança do que acontece na restante região Oeste, entre o rural e o urbano. A ruralidade está, aliás, bem patente em grande parte dos 147,2 km² do seu território.

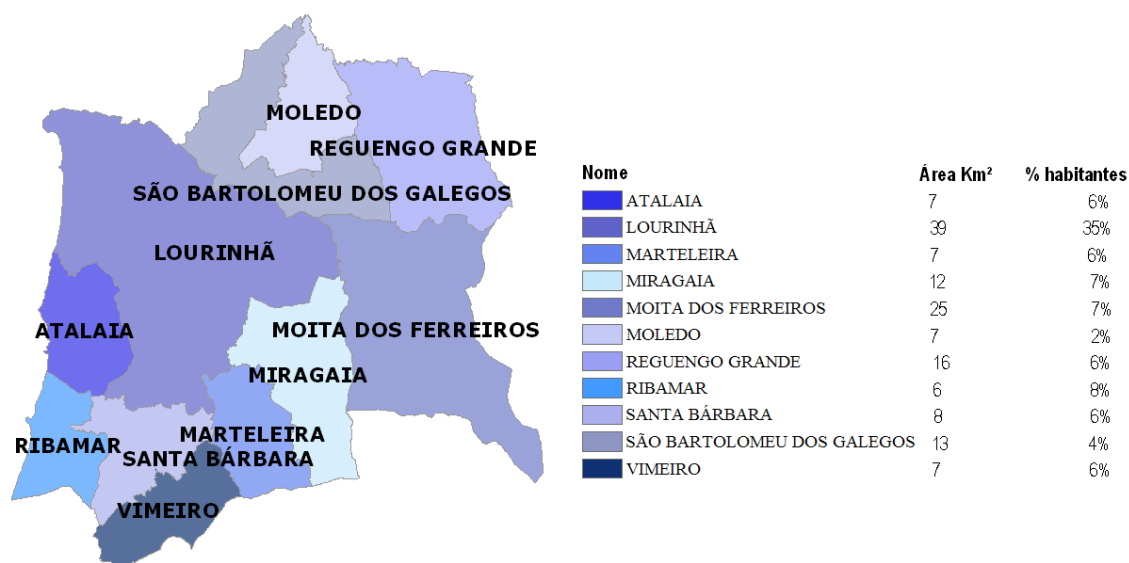


Figura 4 - Freguesias do Concelho da Lourinhã; Adaptado: Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã, 2010

De acordo com o INE²⁵, das 11 freguesias que compõem o concelho, apenas a freguesia da Lourinhã é considerada predominantemente urbana. As freguesias de Atalaia, Marteleira, Miragaia, Reguengo Grande, Ribamar, Santa Bárbara e Vimeiro são classificadas como medianamente urbanas, enquanto as freguesias de Moita dos Ferreiros, Moledo e São Bartolomeu dos Galegos são consideradas predominantemente rurais.

5.1. Dados demográficos

Segundo dados do INE, a população do concelho era, em 2008, de 25 616 habitantes, um valor que integra um crescimento populacional que se tem verificado nos últimos vinte anos. De 1991 para 2001, segundo os dados do INE (2007c), a população do concelho aumentou

²⁵ A classificação em Áreas Predominantemente Urbanas, Áreas Medianamente Urbanas e Áreas Predominantemente Rurais foi criada pelo INE e contempla critérios como a densidade populacional, a taxa de variação da população residente, o número de alojamentos, a categoria administrativa das freguesias ou informação constante dos PDM e dos PROT.

7,73%. No período de 2001 a 2008, a tendência de crescimento acentuou-se, tendo-se registado um crescimento de 8,88% no total populacional do concelho (INE, 2007c; INE, 2010a). Tal crescimento parece dever-se a um saldo migratório positivo – de 0,9% em 2009, 0,86% em 2008 (embora se registre uma desaceleração face aos anos anteriores, desde 2000, tendo mesmo havido um pico de 1,71% em 2002) –, já que as taxas de crescimento natural têm sido modestas ou mesmo negativas (-0,24% em 2009, 0,08% em 2008 e -0,16% em 2007). Estes dados, divulgados pelo INE, saldaram-se numa taxa de crescimento efectivo superior à quase totalidade dos concelhos da região. O valor de 0,66%, em 2009, apenas foi superado pelos concelhos de Arruda dos Vinhos (2,18%), Alenquer (1,83%) e Sobral de Monte Agraço (1,59%).

A Lourinhã tem também uma proporção de residentes de nacionalidade estrangeira superior à média dos concelhos do Oeste: 1,65%, segundo os dados do INE (2007i) obtidos nos Censos de 2001 (a média do Oeste é de 1,60%). Entre as freguesias, o grande destaque vai para o Moledo, que apresentava um valor de 3,29%, o que indica a apetência dos estrangeiros por esta freguesia rural e envelhecida, mas que prima pela tranquilidade e pela simbiose com o campo.

Estes dados demonstram que a Lourinhã tem condições para atrair pessoas e são animadores do ponto de vista do crescimento do concelho.

5.2. Qualificações e actividade da população

No que toca aos níveis de qualificação, os dados do INE afirmam que, em 2001, apenas 27,72% dos residentes haviam completado a escolaridade obrigatória, valor dos mais baixos da região Oeste (apenas superior aos registados nos concelhos de Óbidos e do Cadaval) e muito longe da média nacional de 37,95%. Por outro lado, em 2001, 4,5% da população da Lourinhã tinha completado o ensino superior (quase metade da média nacional, de 8,57%). Estes dados demonstram que o nível de qualificação dos lourinhanenses é baixo e que o concelho carece de uma estratégia de qualificação da população. Esta debilidade na qualificação reflecte-se na actividade profissional dos residentes – a proporção de profissionais socialmente mais valorizados é de apenas 11,28% (INE, 2009d).

O índice de renovação da população em idade activa²⁶ era, em 2001, de 145,9, tendo diminuído, em 2009, para 119,8 (INE, 2007j). Ainda assim, em qualquer dos anos, o valor desse índice foi superior aos dos restantes concelhos da região e à média nacional. Isto indica que existe potencialmente mais gente a entrar no mercado de trabalho do que aquela que sai e que, assim sendo, há perspectivas de crescimento ao nível da população activa.

A população empregada da Lourinhã está repartida pelos diversos sectores de actividade, mas com maior predominância nos sectores da construção, comércio, agricultura e indústria transformadora – principalmente na indústria de transformação alimentar (INE, 2007d; INE, 2009b). Estes quatro sectores de actividade afiguram-se como muito relevantes na generalidade das freguesias, aos quais se junta a pesca nas freguesias da Atalaia, Santa Bárbara e, principalmente, de Ribamar, onde é mesmo a área de actividade que emprega a maior proporção de população (INE, 2007d).

O índice de desemprego tende a ser ligeiramente inferior à média nacional. Segundo os dados divulgados no Diagnóstico Estratégico do Plano Estratégico da Lourinhã (PEL), a taxa de desemprego em Dezembro de 2009 era de 6,6%, bastante abaixo dos 9,9% registados como média nacional na mesma altura, cifrando-se, em 2010, nos 9,5%, ligeiramente abaixo da média registada no país (MANUAL, 2010).

5.3. Actividade económica e tecido empresarial

De modo a verificar as condições existentes para o empreendedorismo na Lourinhã será importante conhecer o actual tecido empresarial. Desta forma, será possível saber quais os sectores em que a actividade empresarial se manifesta com mais força e quais são aqueles em que existe potencial de integração de novas empresas.

Os dados do INE (2009c) revelam que existiam 2804 sedeadas no concelho, em 2007, total a que correspondia uma densidade de 19,1 empresas por km². A Lourinhã era assim o 6º concelho com maior peso no tecido empresarial da região Oeste, bastante afastado da preponderância revelada pelos concelhos de Torres Vedras (24%), Alcobaça (16%) e Caldas da Rainha (15%).

Revelam também que a grande maioria das empresas é de pequena dimensão, quer em termos de pessoal empregado, que ao nível do volume de negócios, o que não foge à regra do que se

²⁶ O Índice de Renovação da População em Idade Activa é definido como o quociente entre o número de pessoas com idades compreendidas entre os 20 e os 29 anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 55 e os 64 anos. É, assim, uma medida da relação entre a população que potencialmente está a entrar e a que está a sair do mercado de trabalho.

passa no Oeste e até mesmo no resto do país. Em 2007 não existiam empresas com mais de 250 pessoas ao serviço e 96,6% tinha menos de 10 pessoas (INE, 2009c). Em termos médios, as empresas sedeadas no concelho da Lourinhã têm apenas 2,4 pessoas ao serviço e um volume de negócios anual de 156,7 mil euros (INE, 2009b). O indicador de concentração do volume de negócios (nas quatro maior empresas do município) é de 11,6%, que acaba por ser um valor aceitável e que revela que a riqueza empresarial parece estar diluída por todo o tecido. A título de exemplo, na região estatística do Oeste, apenas Alcobaça apresenta um valor inferior neste indicador (INE, 2009b).

A análise feita até aqui permite ter já uma ideia do panorama empresarial da Lourinhã. No entanto, para se saber quais as condições de atractividade de novas empresas e de crescimento da economia do concelho, será importante analisar outros aspectos, como sejam a distribuição das empresas pelos vários sectores de actividade e os escalões de antiguidade.

Começando pelos sectores de actividade, constata-se que, em 2007, os sectores com maior peso no tecido empresarial eram o comércio, a construção e a agricultura, seguidos pela indústria transformadora e pelas empresas de alojamento e restauração (GEP, 2007a). Eram estas, portanto, as áreas económicas que albergavam o maior número de empresas.

Na perspectiva do emprego, verifica-se que é nos sectores da agricultura, indústria transformadora e comércio que se encontram as empresas com maior número de pessoas ao serviço – apenas nestes sectores existem empresas com mais de 100 pessoas – uma no sector agrícola, quatro na indústria transformadora e uma no comércio (GEP, 2007a) –, pelo que se pode concluir que é nestas actividades que estão as maiores empresas.

Uma análise por volume de negócios leva a conclusão semelhante. Apenas os sectores do comércio e da indústria transformadora integram empresas com volumes de negócios superiores a 50 milhões de euros (GEP, 2007b). Segundo o INE, os volumes de negócios total desses sectores são de 202 986 milhares de euros e 87 062 milhares de euros, respectivamente (INE, 2009b). O sector da agricultura junta-se a estes dois, quanto se tem em conta a existência de empresas com volumes de negócios acima de 10 milhões de euros. Em todos os outros sectores, o que está especificado nos Quadros de Pessoal 2007 é que as empresas apresentam volumes de negócios individuais inferiores a 10 milhões de euros anuais e que são poucas as que atingem valores superiores a 2 milhões de euros.

Existem algumas empresas do concelho da Lourinhã já com vários anos de actividade, principalmente quando falamos dos sectores mais tradicionais da economia local. Segundo os dados divulgados pelo Gabinete de Estratégia e Planeamento do Ministério do Trabalho e da Segurança Social nos Quadros de Pessoal 2007, 49% das empresas tinha mais de 10 anos e

18% tinham mais de 20 anos, pelo que apresentarão já algum grau de maturidade. Por outro lado, 26% tinha menos de 5 anos, sendo que 5% tinham mesmo menos de um ano.

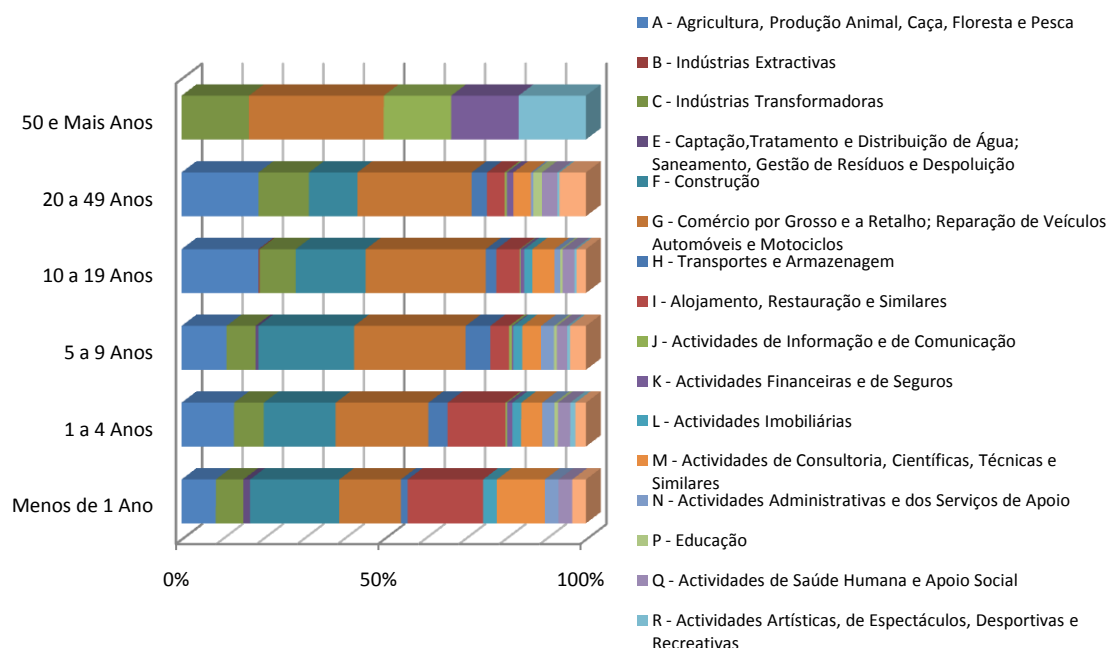


Figura 5 - Distribuição das Empresas por Escalão de Antiguidade e Sector de Actividade; Fonte: Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã, 2010

Olhando para uma distribuição das empresas por escalão de antiguidade e por sector de actividade, uma constatação que pode ser feita rapidamente é o facto de as áreas de actividade mais tradicionais (a agricultura, a indústria transformadora, a construção e o comércio) imperarem nos escalões mais antigos, mas parecerem vir a perder peso na distribuição das empresas criadas mais recentemente. Por outro lado, outros sectores como o alojamento e a restauração, ou os serviços técnicos e de consultoria, parecem ter vindo a assumir maior peso nas empresas criadas, de escalão para escalão, à medida que o grau de antiguidade diminui. Tal evolução pode indicar uma transformação no tecido empresarial do concelho a Lourinhã, com a abertura a novas actividades e a novos negócios.

A Taxa de Iniciativa Empresarial²⁷ para o concelho quase atingiu os 30 pontos em 1994/1995, tendo diminuído para pouco menos de 20 em 2002/2003 (AMO, 2008). Ainda assim mantinha-se como a terceira mais elevada da região Oeste e bem acima da média nacional, que rondava os 10 pontos de permilagem. Este dado revela a existência de uma boa dinâmica empresarial no concelho da Lourinhã.

Esta dinâmica é confirmada, mais recentemente, pelos dados relativos ao número de empresas constituídas e extintas. Em 2010, foram 77 as empresas constituídas no Concelho da Lourinhã; o 5º valor mais alto no Oeste sendo, no entanto, necessário ressaltar os termos de

²⁷ Taxa de Iniciativa Empresarial = nº de empresas novas / emprego total (em permilagem).

comparação com concelhos maiores como Torres Vedras, Alcobaça, Caldas da Rainha ou Alenquer que, são os que apresentaram números superiores – 222, 160, 147 e 111, respectivamente (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011a). Já no tocante a empresas extintas, a Lourinhã registou, em 2010, apenas 34 (um valor que resulta num saldo positivo e que o coloca como 5º concelho com menos extinções); nesse ano existiram três concelhos que apresentaram variações negativas, sendo que o exemplo mais gritante aconteceu nas Caldas da Rainha, com um saldo de menos 106 empresas (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011b). Relacionando estes dois indicadores (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011a; Instituto dos Registos e do Notariado, 2011b), numa proporção de empresas constituídas por empresas extintas²⁸, obtém-se um valor de 2,26 para a Lourinhã, que é amplamente superior ao calculado como média da Região Oeste (1,37); apenas é inferior aos valores para Óbidos (4,00), Nazaré (3,36) e Alcobaça (2,42). Estes números atestam algum dinamismo que o tecido empresarial do concelho tem vindo a apresentar e a sua tendência para o crescimento. Os Quadros de Pessoal 2007 indicam que não existe capital público em qualquer empresa sedeada na Lourinhã e que apenas duas empresas (uma do sector do Comércio por Grosso e a retalho; Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos e outra do sector Transportes e Armazenagem) tinham capital estrangeiro, sendo que em ambos os casos o capital estrangeiro era maioritário. A economia empresarial do município assenta assim, praticamente em exclusividade, em capital privado nacional.

5.4. Principais sectores de actividade

A agricultura é a actividade tradicional da Lourinhã e a sua preponderância na economia local vem já de há largos anos, andando de mão dada com o carácter rural do concelho. Ainda assim, a exploração agrícola parecer vir a diminuir ao longo dos anos. Em 1989 existia uma Superfície Agrícola Utilizada (SAU) de mais de 9 000 hectares, como indicava o Recenseamento Geral Agrícola realizado pelo INE nesse ano e publicado em 1992. Em 1999 o valor já havia diminuído para os 7 301, que ainda assim representam quase metade da área do concelho, e a que correspondiam 1 979 explorações (INE, 2001). Essa área agrícola era utilizada principalmente culturas temporárias – onde predominavam a cultura da batata, de produtos hortícolas e de cereais para grão –, mas também para culturas permanentes de frutos frescos e de vinha (INE, 2001).

²⁸ O cálculo efectuado é o da fórmula Empresas Constituídas / Empresas Extintas. Esta relação permite, de algum modo, eliminar ou minimizar a influência da área dos concelhos ou da dimensão do tecido empresarial já estabelecido, possibilitando uma análise mais exacta.

Os dados correspondentes ao recenseamento de 2009 não foram ainda divulgados – apenas resultados preliminares globais –, pelo que não é possível fazer uma comparação rigorosa entre a situação actual e a que se registava em 1999, mas as visitas realizadas ao concelho e as conversas com pessoas locais (entre elas responsáveis autárquicos e associativos) permitem conjecturar que o panorama ao nível da ocupação dos solos ainda se mantenha. A entrevista realizada em 5 de Janeiro de 2010 ao Eng.º António Gomes, responsável pela cooperativa agrícola local – a Louricoop –, permitiu saber que os produtos com os quais a cooperativa trabalha actualmente continuam a ser a batata, os hortícolas e alguns cereais e que existe alguma exportação para Espanha, França, Holanda ou Alemanha.

A actividade pecuária assume igualmente importância económica, com especial relevo para a suinicultura e para a avicultura. Segundo o INE, em 1999 existiam 473 explorações de suínos, 119 de bovinos, 144 de ovinos, 40 de caprinos, 2164 de aves e 639 de coelhos (INE, 2001). No entanto, muitas destas explorações seriam para consumo próprio, como deixam depreender o facto de a grande maioria delas incluir poucos animais – entre as explorações de suínos, apenas 26 tinham mais de 400 animais e 400 das 473 tinham menos de 5 (INE, 2001) – e de muitos dos agricultores apenas se dedicarem à actividade agro-pecuária como ocupação secundária (como veremos mais adiante).

A análise feita pelo INE, nesse estudo de 1999, aos produtores revelava que a exploração agrícola era feita quase exclusivamente por produtores singulares autónomos (94%) e que apenas 3% eram produtores singulares empresários e outros 3% eram sociedades. Entre os produtores singulares apenas 30% deles se dedicava à agricultura a tempo inteiro, sendo que os restantes possuíam outra ocupação principal. O estudo indicava também que 79% deles tinha mais de 45 anos e que 29% tinha mesmo mais de 65 anos de idade. No que diz respeito à formação para a área, o que se constatava era que 90,1% tinha tido formação exclusivamente prática, aprendendo sem recurso a formação especializada, e que 51,4% apenas tinha o 1º ciclo (17,8% não sabia mesmo ler nem escrever e apenas 10 produtores singulares tinham formação agrícola obtida nos ensinos secundário ou politécnico) (INE, 2001).

Outra informação que foi possível obter através da entrevista ao responsável da Louricoop é a de que tem havido renovação nos agricultores que fazem dessa actividade a sua profissão principal e que boa parte dos grandes produtores de hoje têm menos de 50 anos, sendo que há até pessoas nos seus 20, 30 anos. Tal cenário parece indicar uma evolução face ao que acontecia em 1999.

Hoje em dia, é fácil constatar ainda a grande importância que têm a batata, a vinha, a suinicultura ou a criação de aves na economia que resulta da actividade agro-pecuária no concelho. A batata é o produto que está na base da maior feira de produtos locais que se realiza na Lourinhã: a “Feira da Batata – Mostra do Mundo Rural”, que tem lugar no último sábado de cada mês, desde 2005, e que tem como objectivo promover não só a batata mas também outros produtos hortícolas locais. A vinha está na base da elaboração de um dos produtos mais conhecidos da terra e com maior potencial de exportação: a Aguardente da Lourinhã, detentora de certificação de Denominação de Origem Controlada e feita a partir de castas brancas e tintas de uma das apenas três regiões demarcadas de aguardente do mundo. As suiniculturas e aviculturas estão ainda espalhadas por todo o concelho e assumem relevo a montante e a jusante da cadeia de valor de outro sector muito importante do concelho da Lourinhã: a indústria transformadora. Outra actividade que parece assumir alguma relevância e, acima de tudo, aparenta ter um grande potencial de crescimento, é a agricultura biológica. Já em 1999 o Recenseamento Geral Agrícola indicava existirem 5 explorações deste tipo no concelho, ocupando uma área de 38 hectares. Hoje em dia, uma das maiores empresas ligadas ao sector agrícola da Lourinhã – a Biofrade – explora exactamente este nicho de mercado, e apresenta-se como uma das principais empresas portuguesas nesse domínio.

A indústria transformadora na Lourinhã apresenta características interessantes. Movimenta um volume de negócios considerável e alberga as empresas com o maior número de pessoas ao serviço. No entanto, concentra apenas 9% das empresas e 12% da população empregada. Isto revela que existem algumas empresas de grande dimensão que conferem, por si só, esta importância ao sector. Neste grupo devem-se incluir algumas grandes empresas que produzem rações para animais e outras de abate de animais: o Grupo Valouro, um dos grupos empresariais mais importantes desta indústria no nosso país está presente, há largos anos no concelho da Lourinhã, mas existem também outras como a Rações Supervit, a RO - Rações Oeste para Animais, a Prolima ou a Rações Pró-Aves, que operam nesta área.

A pesca é outra actividade tradicional no concelho, com especial incidência na freguesia de Ribamar, terra de pescadores, e onde já vimos anteriormente que é o sector de actividade que mais pessoas emprega. A não existência de um porto de pesca na freguesia (e no concelho) poderia ser um factor limitador dessa actividade, no entanto, a informação que foi possível obter junto de alguns responsáveis camarários é a de que existem muitos armadores do concelho da Lourinhã (especificamente da freguesia de Ribamar) a operar no Porto de Peniche. É nesse sentido que apontam os dados publicados no Anuário Estatístico da Região

Centro 2008, da responsabilidade do INE, que indicava a existência de 98 empresas no sector da pesca em todo o concelho.

O Turismo é uma actividade com potencial no concelho. A existência de mar e praia, belas paisagens, tranquilidade, interesse científico (nomeadamente no domínio da paleontologia) e histórico (devido, designadamente, às Invasões Francesas) são alguns dos recursos que podem ser explorados para esse fim. A actual preocupação da Câmara Municipal da Lourinhã com este sector, tendo mesmo encomendado um plano estratégico para o turismo no concelho, atesta esta existência de potencial e indica que há uma vontade de apostar nesta actividade. Além disso, não se trata de uma aposta isolada por parte da Câmara Municipal da Lourinhã (CML), já que o próprio Programa Territorial de Desenvolvimento do Oeste, elaborado pela então denominada Associação de Municípios do Oeste, aponta o turismo como uma actividade económica a explorar na região, ainda para mais depois da “*consagração da região no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) como novo pólo de desenvolvimento turístico*” (AMO, 2008: 13).

Actualmente a oferta de alojamento é fraca – segundo o Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã, concluído em 2011, existem apenas 692 camas no concelho (Trigo *et al.*, 2010a). Em contrapartida existem muitas segundas residências – em 2001, 29,2% dos alojamentos familiares clássicos destinavam-se a esse tipo de ocupação (INE, 2007k) –, mas a presença desses habitantes sazonais não gerará muita riqueza nos negócios características do turismo. O conhecimento adquirido sobre o território permitiu concluir que há recursos que não são ainda explorados convenientemente e há dados que demonstram que a economia lourinhanense ainda não beneficia muito dos efeitos do turismo: o indicador Factor Dinamismo Relativo²⁹, definido pelo INE como forma de medir o fluxo monetário gerado pelos fluxos populacionais de cariz turístico, em 2007, era de apenas 0,08 e nos anos anteriores andou sempre por valores próximos de zero (-0,25 em 2005, 0,16 em 2004, -0,13 em 2002 e 0,41 em 2000). O que este valor registado na Lourinhã indica é que o fluxo monetário gerado pela actividade turística não assume ainda grande importância na economia concelhia. Ainda assim, não deixa de ser importante fazer notar que, em 2007, entre os concelhos do Oeste, apenas Óbidos, Nazaré e Alcobaça apresentavam valores superiores ao registado na Lourinhã.

²⁹ O Factor Dinamismo Relativo (FDR) mede o poder de compra derivado dos fluxos populacionais de cariz turístico, que assumem frequentemente uma natureza meramente sazonal. Os valores mais elevados deste indicador são registados nos locais de maior tendência turística, embora não possa servir, por si só, para quantificar o fenómeno turístico, já que há locais onde o FDR é baixo porque o fluxo económico criado pelo turismo fica diluído no fluxo criado por outras actividades (e.g., Lisboa, Oeiras ou Coimbra).

Nos relatórios produzidos, o PEDTL, aponta para um turismo diferente do comum turismo de massas – e parece ser essa também a sensibilidade dos responsáveis camarários –, pelo que as oportunidades de negócio poderão situar-se um pouco fora dos negócios típicos tradicionalmente ligados ao turismo, mas seguramente não faltarão oportunidades, como mais à frente se referirá.

5.5. Futuro da economia do concelho

As actividades tradicionais do concelho provavelmente irão continuar a dominar o tecido empresarial durante os próximos anos. Mas isso não quer dizer que não existam novas oportunidades e que não haja lugar para outras empresas, de outros sectores, ou que sejam inovadoras dentro dos sectores tradicionais.

O Programa Territorial de Desenvolvimento do Oeste sugere que “[v]árias actividades emergem, nos dias que correm, como particularmente promissoras no Oeste, tais como as actividades económicas ligadas à sustentabilidade, onde se destaca o papel das energias renováveis, ou a exploração do “cluster do mar”, que cada vez mais se afirmam enquanto vectores estratégicos de resposta da economia nacional às contingências da economia global” (AMO, 2008: 13). Estas são duas áreas com potencial na Lourinhã, já que se trata de um concelho com imensos recursos naturais.

Os 12 km de costa possibilitam a exploração numa perspectiva economicista de um recurso no qual a Lourinhã até já tem tradição, mas que pode ser aproveitado de outras formas. Já há no concelho empresas que operam em negócios não tradicionais – como escolas de surf ou viveiros de lagostas – mas haverá muito mais potencial do qual tirar proveito, seja para fins turísticos, desportivos e de lazer, de saúde e bem-estar ou mesmo para produção alimentar.

No campo das energias renováveis, a Lourinhã começa já a ser objecto de investimento – já existem dois parques eólicos localizados exclusivamente em território do concelho e outro situado parcialmente na freguesia do Reguengo Grande e na freguesia do Pó, concelho do Bombarral –, mas provavelmente existirá muito mais potencial ainda por explorar. A Lourinhã é dos concelhos do Oeste com mais moinhos de vento (Arte ao Vento, 2009), o que demonstra que se trata de um local onde este tipo de energia pode ser explorado. Adicionalmente, poder-se-ão rentabilizar outros recursos para a produção de outros tipos de energia, como a das ondas ou a obtida através da transformação dos resíduos resultantes da actividade pecuária.

A agricultura biológica, assim como outros novos paradigmas da actividade agrícola ou a sua conjugação com outros negócios como o turismo, podem também ser outra forma de gerar nova riqueza através da inovação e da diferenciação num sector tradicional.

O turismo, sustentável e não convencional, como o que está a ser idealizado para o concelho, também oferecerá, com certeza, muitas oportunidades para gente inovadora. Este sector é uma aposta forte do concelho, sustentada na existência de vastos recursos com potencial turístico. O seu crescimento poderá ser aproveitado por novas empresas – e deverá ser desenvolvido num ambiente de simbiose entre os órgãos governativos e as empresas – que saibam tirar proveito do potencial em bruto do concelho.

A Lourinhã tem associada uma marca muito forte, que ocupa o imaginário de miúdos e graúdos: os dinossauros. O Parque Jurássico, o novo Museu e o Espaço Urbano da Cultura, Criatividade e Conhecimento, que estão previstos construir (AMO, 2008), poderão também possibilitar a criação de pequenos negócios complementares que sejam aproveitados por gente empreendedora.

A proximidade a Lisboa, centro da riqueza do país, é outro factor que não deve ser negligenciado quando se pensa no futuro económico do concelho da Lourinhã. Por um lado, essa proximidade pode servir para atrair empresas (já existentes ou novas) e levar a que se instalem no concelho. Por outro, podem-se atrair pessoas competentes, criativas e empreendedoras, de modo a que, inicialmente, passem apenas a viver na Lourinhã, trabalhando fora, mas que no futuro, possam idealizar novos negócios benéficos para a economia do concelho. É uma abordagem que poderá funcionar bem principalmente com profissionais de indústrias criativas, que muitas vezes podem trabalhar a distância, usufruindo da tranquilidade e qualidade de vida que a Lourinhã lhes pode dar. Esta é, de resto, a grande ideia associada a esta dissertação: a atracção para o concelho de gente que tenha capacidade para visualizar oportunidades e para as pôr em prática, servido de exemplo a outros, podendo até desencadear um fenómeno de *clustering* de talento.

Mais importante do que tentar apontar as actividades que devem ser aposta para o futuro do concelho, será mesmo apontar o caminho para a atracção dessas pessoas inovadoras e empreendedoras. Muitas das oportunidades de geração de riqueza no médio ou longo prazo podem ainda nem ter sido vislumbradas e é importante que exista uma massa crítica no concelho capaz de criar e aproveitar essas futuras oportunidades. Daí a importância de tornar o concelho atractivo a que gente criativa se fixe nele, mas também de apostar na criação de condições para que quem já habita no concelho possa desenvolver o seu potencial criativo e para que quem tem ideias de negócio as possa por em prática.

6. O Incentivo e Apoio ao Empreendedorismo

Nesta secção irá analisar-se a promoção do empreendedorismo. Em primeiro lugar, importará conhecer o cenário existente a esse nível no Concelho da Lourinhã: que apoio é dado actualmente aos empreendedores e que incentivos existem? De seguida, passar-se-á à apresentação de alguns exemplos bem sucedidos de promoção do espírito empreendedor, da criação de empresas e de um ambiente propício a tal, assim como das políticas presentemente vigentes que exerçam influência sobre o empreendedorismo.

6.1. Empreendedorismo na Lourinhã

Antes de mais, importa conhecer a actual realidade do Concelho da Lourinhã no que ao fomento do empreendedorismo diz respeito. A verdade é que não existe ainda uma estratégia sólida de apoio ao empreendedorismo, algo mais eficaz que a comum divulgação e encaminhamento para medidas de apoio, feita pelos centros de emprego e, no caso, pelo Gabinete de Inserção Profissional (GIP)³⁰ (Município da Lourinhã, 2011t). Esta é uma realidade que foi possível verificar através de visitas à Lourinhã e de conversas com responsáveis camarários.

Existe ainda um outro organismo – o Gabinete de Apoio ao Empresário da Lourinhã –, mas é da responsabilidade da Associação Comercial, Industrial e Serviços da Região Oeste (ACIRO), cabendo à CML a cedência do espaço físico de instalação do gabinete; este é responsável por prestar apoio a empresários já estabelecidos, mas também pelo aconselhamento e encaminhamento para apoios à criação de empresas (Município da Lourinhã, 2011u; Calçada, 2006).

Existe uma associação local – a Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã (ADL) – que também integra a promoção do empreendedorismo nas suas preocupações (Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã, 2011b). Com esse intuito, organizou já algumas sessões de divulgação e sensibilização, como foi possível saber pelo Eng.º António Gomes da Louricoop, e como é possível confirmar no *website* da referida associação (Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã, 2011c).

³⁰ Os Gabinetes de Inserção Profissional – tal como regulamentado na Portaria n.º 127/2009 de 30 de Janeiro – prestam apoio a desempregados, para o desenvolvimento do seu percurso de inserção ou reinserção no mercado de trabalho, em regime de estreita cooperação com os centros de emprego. Podem ser criados por autarquias, instituições particulares de solidariedade social ou por associações.

No entanto, no futuro a situação deverá ser diferente. O Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico da Lourinhã incluiu a preocupação com o empreendedorismo e com o investimento como uma das suas opções estratégicas, e sugeriu mesmo a criação de um gabinete de apoio ao investidor e de gestão da qualidade; este seria responsável por explorar oportunidades de negócio na área do turismo, organizá-las em rede e activá-las, bem como aconselhar e encaminhar potenciais empresários e ainda por criar um guião de investimento no concelho (Trigo *et al.*, 2010c). O Plano Estratégico da Lourinhã, ainda em elaboração, também elege o fomento do empreendedorismo como factor de desenvolvimento do território – com especial incidência na formação de novos empresários agrícolas e nas áreas complementares (MANUAL, 2010). Deste modo, é previsível que o empreendedorismo se torne um tema com prioridade na governação da Câmara. Aliás, essa foi a ideia transmitida por alguns responsáveis camarários e está mesmo em fase de criação um gabinete de apoio ao empreendedor.

Com a sua criação, o Concelho da Lourinhã ficará dotado de uma estrutura oficial, sob orientação da Autarquia, com a capacidade de trabalhar o empreendedorismo em território municipal, fomentando-o, apoiando-o, enriquecendo-o. Este facto evidencia a relevância do tema a que a presente dissertação se reporta e a pertinência desta.

6.2. Exemplos de promoção e apoio do empreendedorismo

Procedeu-se a uma pesquisa de projectos que possam servir de exemplo e de inspiração para a implementação de iniciativas na Lourinhã. O estudo efectuado incidiu sobre o que de melhor é feito em Portugal, mas também fora do nosso país; permitiu encontrar exemplos de projectos mais vocacionados para o ensino do empreendedorismo, outros orientados para a componente prática do fenómeno; uns executados por entidades oficiais, outros por associações particulares.

Sumarizam-se, de seguida, algumas das acções levadas a cabo nos projectos estudados:

- criação de programas educativos (dedicados ao empreendedorismo) para alunos de vários níveis de ensino;
- possibilidade de os jovens aprenderem com exemplos de empreendedores e empresários já estabelecidos;
- *workshops*, seminários e eventos de *team building* dedicados ao empreendedorismo;
- capacitação de adultos em empreendedorismo, com formações de carácter prático;
- concursos de ideias (tanto para alunos, como para a população em geral);

- criação de gabinetes de apoio ao empreendedor;
- diagnóstico, consultoria e acompanhamento ao longo das fases iniciais das empresas;
- *matching* de empreendedores e investidores;
- *matching* de empreendedores e gestores experientes, para que os segundos possam funcionar como tutores dos primeiros;
- disponibilização de infra-estruturas físicas para instalação temporária das empresas (incubação);
- disponibilização de soluções de financiamento (em parceria com entidades bancárias, instituições de capital de risco e *business angels*);
- concebimento de ideias e negócios já pré-formatadas e disponibilização para execução por parte de empreendedores;
- apoio específico a públicos específicos (pessoas carenciadas, mulheres, reformados, imigrantes, reclusos).

No Anexo 4, é disponibilizada informação mais pormenorizada sobre este trabalho e sobre as iniciativas nele tidas em conta.

7. A Atractividade da Lourinhã

Apresentou-se anteriormente a posição ocupada pelo nosso país no *ranking* de criatividade de Richard Florida e foi referido o facto de não estarmos muito bem posicionados nesse *ranking*. Importa agora analisar, sob o ponto de vista da atractividade da criatividade, o Concelho da Lourinhã, pois é neste contexto geográfico que, no presente caso, se pretende estudar a sua promoção e atracção, interessando menos a posição portuguesa face aos restantes países. Quando se fala de atracção de gente criativa e empreendedora para a Lourinhã, está-se a falar de uma competição por capital humano sobretudo com outros pontos do território nacional, mormente com outros concelhos do Oeste e da Grande Lisboa e não tanto da sua atracção a partir do estrangeiro, embora essa possibilidade não seja de excluir. Afinal, os jovens europeus têm hoje uma grande mobilidade e uma apetência para experimentar novas realidades³¹. Além disso, a Lourinhã é também destino para alguns estrangeiros mais velhos (tal como foi possível constatar através de visitas e de conversas com gente local), que poderão, também eles, ser convidados a empreender e a inovar, ou a influenciar a chegada de novos forasteiros com o espírito desejado. Contudo, o alvo da estratégia de atracção deverá ser principalmente a população nacional, em especial a da região circundante, por ser aquela que mais facilmente se poderá mobilizar. A fixação destas poderá servir de pólo de atracção para pessoas de fora do país, contribuindo para evidenciar o Concelho da Lourinhã face aos restantes. Por isso mesmo, se torna importante analisar a capacidade que o território lourinhanense tem para atrair criatividade, comparando-a no âmbito geográfico adequado. A preocupação recai, assim, sobre a resposta a duas perguntas:

- Tem o Concelho da Lourinhã, condições para nutrir a criatividade existente e atrair nova gente criativa?
- Está o Concelho da Lourinhã, mais ou menos habilitado para esse fim do que outros territórios nacionais?

Deste modo, será interessante saber como se posiciona em cada um dos 3 Ts e compará-lo com os restantes concelhos do país, nomeadamente os seus vizinhos; é também importante ter uma noção de como se enquadra em cada um dos factores de qualidade de vida anteriormente listados.

³¹ Num estudo da PricewaterhouseCoopers (2010), 80% dos jovens entrevistados afirmaram desejar trabalhar fora do seu país, sendo que 70% colocaram a hipótese de o fazer num país com uma língua diferente da sua.

7.1. Talento, Tecnologia e Tolerância: os 3 Ts no concelho

O ideal seria estudar a Lourinhã e os concelhos vizinhos recorrendo aos mesmos índices que Richard Florida utiliza no seu GCI; infelizmente, alguns deles são índices demasiado específicos e demasiado limitados em termos geográficos – por exemplo, o Índice de Tolerância é construído com base num inquérito em vários países do mundo, mas sem existir uma especificação da região do país a que pertence qualquer dos inquiridos. Assim sendo, o estudo que a seguir se apresenta é feito com base em vários dados que se enquadram na finalidade pretendida. Não se pretende que este trabalho constitua um estudo aprofundado da atractividade da criatividade em Portugal ou, sequer, no Concelho da Lourinhã; pretende-se antes extrair informação que permita tirar ilações sobre as condições existentes para a geração de inovação associada ao empreendedorismo no concelho, de forma a saber como a potenciar. Deste modo não foi feita uma análise de correlação dos indicadores recolhidos face aos utilizados no GCI, mas a informação a que todos se reportam integra-se no contexto de uma análise do Talento, da Tecnologia e da Tolerância existentes.

O recenseamento nacional de 2001 revelava que apenas 4,5% da população do Concelho da Lourinhã tinha concluído o ensino superior (INE, 2007e) – um valor abaixo do valor nacional (6,57%) e mesmo do valor para o Oeste (5,57%). De facto, a Lourinhã era, nesse aspecto, apenas o 9º concelho da região (em 12), muito por culpa de algumas freguesias como Moledo, São Bartolomeu dos Galegos e Miragaia, com 1,52%, 2,13% e 2,19%, respectivamente (INE, 2007e). Na freguesia da Lourinhã o panorama era um pouco diferente, registando-se uma taxa de 7,41%, mais elevada mas, ainda assim, bastante longe das registadas nos concelhos mais desenvolvidos da zona de Lisboa: em Oeiras 22,67% da população tinha formação superior, em Lisboa 21,01%, e em Cascais 19,04% (INE, 2007e). Estes dados, apesar de já não serem recentes, parecem denotar uma baixa qualificação da população local, factor que é considerado essencial para o desenvolvimento económico e, do ponto de vista da presente análise, importante para a medição do talento existente.

Se se analisar a quantidade de diplomados numa perspectiva mais estrita, olhando para a quantidade de pessoas com formação superior em áreas científicas ou tecnológicas – um bom indicador de talento numa vertente da criatividade, por se tratarem de áreas naturalmente propensas à ocorrência de inovação – verifica-se que a própria Região Oeste é pobre nesse aspecto. Segundo dados do INE (2010b), esta região apresenta dos valores mais baixos de diplomados do ensino superior em áreas científicas e tecnológicas, por 1000 habitantes: em 2003/2004 foram apenas 2 (por cada 1000 habitantes), um valor que subiu nos anos seguintes

até aos 3,3 registados em 2006/2007, mas que voltou a descer para 1,2 no ano lectivo seguinte. Este valor, registado em 2007/2008, era o 24º de entre todas as 28 regiões NUTS III do nosso país, uma posição desmotivadamente baixa.

As perspectivas são um pouco mais animadoras quando se olha para a quantidade de trabalhadores afectos à investigação e desenvolvimento: o Oeste era, em 2009, a 11ª região do país com mais pessoas ocupadas nessas tarefas, com 184 trabalhadores registados (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011c), sendo o Concelho da Lourinhã um dos concelhos melhor posicionados de entre os do Oeste, já que registou um crescimento acentuado de 2008 – quando existiam apenas 4 trabalhadores afectos a I&D – para 2009 – ano em que foram identificadas 19 pessoas com essas funções (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011c), posicionando-se no 4º posto entre os municípios da região. É um crescimento animador mas o valor é ainda baixo. Deve também ser tido em conta o facto de que a distribuição desses trabalhadores não ser uniforme por entre as várias freguesias: 2 foram registados na freguesia da Lourinhã e 17 na da Marteleira. Outro aspecto a relevar é que na Marteleira, em 2008, existiam apenas 2 (Instituto dos Registos e do Notariado, 2011c), o que pode indiciar um crescimento esporádico e, quiçá, até associado a apenas uma empresa.

O que todos estes dados indiciam é que, analisando o concelho do ponto de vista da variável Talento, tal como definida por Richard Florida (2007), não se pode classificar a situação actual como boa.

Uma análise do factor Tecnologia torna-se mais difícil de efectuar dada a escassez de dados disponíveis a um nível geográfico limitado a um âmbito concelhio. Ainda assim, os dados disponibilizados pelo Eurostat sobre registo de patentes na Europa revelam que o nosso país, na sua globalidade, tem um desempenho modesto a este nível, sendo que apenas a Região de Lisboa e Vale do Tejo (NUTS II) se demarca das restantes, ainda que ligeiramente. Assim, foram registadas nesta região, em 2005, 16,166 patentes por cada milhão de habitantes, e apenas 10,212 na Região Centro (Eurostat, 2011) – o suficiente, ainda assim, para ser a 2ª região nacional com números mais elevados. Em 2006 o número desceu em ambas: 10,431 por milhão de habitantes em Lisboa e Vale do Tejo e 7,06 no Centro, que foi ultrapassado pela região Norte, com 8,077 (Eurostat, 2011). Estes registos estiveram, no entanto, muito distantes do que aconteceu em grande parte da Europa, especialmente no seu centro, habitualmente mais desenvolvido. A média nas regiões europeias incorporadas no estudo de 2006 foi de 100,777 patentes registadas por milhão de habitantes (Eurostat, 2011).

Embora sejam dados relativos a um âmbito geográfico mais alargado do que seria desejável para ter uma noção inequívoca do que acontece no território municipal da Lourinhã, dão uma

ideia aproximada do que lá se passa. Além disso, tendo em conta a natureza não muito desenvolvida do tecido empresarial do concelho e os sectores de actividade onde opera, percebe-se que, de facto, não existirá investimento em I&D que possa levar a afirmar que a Lourinhã está bem posicionada no factor Tecnologia.

O factor de Tolerância reflecte os valores de uma população, a sua diversidade, a sua abertura a novas pessoas e a novas ideias. O Índice de Diversificação Social³² constitui um bom contributo para a medição deste factor. Em 2001, aquando da realização dos Censos desse ano, o Concelho da Lourinhã registava um índice de 0,77, superior à média nacional, que era de 0,73 (INE, 2007f). Na região Oeste, apenas o Concelho do Bombarral registava um índice superior (0,79). Nem na região da Grande Lisboa nem do Pinhal Litoral – regiões vizinhas do Oeste, com as quais pode existir concorrência pela atracção de pessoas – se registavam valores superiores ao da Lourinhã (INE, 2007f). A tal não é alheia a proporção de residentes de nacionalidade estrangeira registada na altura, que era de 1,65%, superior à média do Oeste de 1,60% (INE, 2007i).

Nos últimos anos tem ocorrido, na Lourinhã, um aumento da quantidade de população estrangeira, mas que também tem existido noutros pontos do país. Em 2004 houve um número de pedidos de estatuto de residente por um conjunto de pessoas correspondente a 0,14% da população do território; em 2006 esse valor foi já de 0,5%³³ (INE, 2008). No entanto, esta é uma tendência encontrada em muitos outros concelhos e a Lourinhã tem-se limitado a acompanhar a evolução da média nacional – que foi de 0,16% em 2004 e 0,59% em 2006 (INE, 2008). A evolução parece menos animadora quando vista numa perspectiva relativa face aos concelhos vizinhos. Em 2004, no Oeste, a Lourinhã apresentava o valor mais elevado (*ex aequo* com as Caldas da Rainha) e superior a todos os registados na região do Pinhal Litoral (embora inferior ao de todos os concelhos da Grande Lisboa, à excepção de Mafra) (INE, 2008); em 2006, o que os dados do INE (INE, 2008) revelam (apesar do seu carácter provisório) é que era já ultrapassada por quase todos os concelhos do Oeste, constituindo o Bombarral e o Cadaval as únicas excepções.

Ainda assim, no Retrato Territorial de Portugal, divulgado pelo INE (2011d) e referente a 2009, o Concelho da Lourinhã surge como um dos apenas 46 concelhos portugueses com um

³² O Índice de Diversificação Social é uma medida do peso de cada grupo sócio-económico numa unidade territorial, ponderada pelo número de grupos sócio-económicos; varia entre 0 (especialização máxima) e 1 (diversificação máxima).

³³ Apesar de a consulta a esta informação ter sido feita já em 2011, os valores de 2006 são ainda indicados pelo INE como provisórios.

quociente de localização da população de nacionalidade estrangeira³⁴ superior a 1; neste grupo, do Oeste, para além da Lourinhã, apenas cabem os municípios de Torres Vedras, Caldas da Rainha, Alenquer e Arruda dos Vinhos (INE, 2011d).

Em relação à população de origem estrangeira residente na Lourinhã, existia em 2009, segundo dados do SEF, uma distribuição por 45 países de origem. Entre eles incluem-se a Ucrânia, Roménia, Brasil, Moldávia, Rússia, China, Reino Unido, Marrocos, Alemanha, Angola, Cabo Verde ou França (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, 2011). Estes números parecem indiciar a existência de alguma diversidade na população estrangeira da Lourinhã, sendo que essa população provém de países diferentes, uns mais próximos, outros mais longínquos, uns mais desenvolvidos, outros mais pobres.

Em 2009, 9,2% dos casamentos celebrados na Lourinhã foram entre indivíduos de nacionalidade portuguesa e nacionalidade estrangeira (países extra-comunitários), um valor que era de apenas 2% em 2000 (INE, 2010c). Mas esta proporção também tem crescido noutros locais e existiam, nesse ano de 2009, seis concelhos do Oeste com uma proporção maior (INE, 2010c). Portanto, esta não é uma variável que demonstre que a Lourinhã esteja especialmente bem posicionada no factor Tolerância.

Outra forma de analisar este factor é olhando para valores tradicionais como a natureza dos casamentos que, em Portugal, são tradicionalmente católicos. Em 2009, apenas 35,7% dos casamentos no concelho foram católicos (INE, 2011a), o que coloca a Lourinhã como o 6º concelho do Oeste com menos casamentos dessa natureza. É preciso, no entanto, fazer notar que, segundo a mesma fonte, a média do Oeste é inferior à média nacional em quase 8 pontos percentuais (35,4% contra 43,1%), o que demonstra que existe na região uma forma menos tradicional de encarar o casamento.

Outro aspecto onde o Oeste parece surgir mais destacado é na preocupação com a acessibilidade do território e a mobilidade da população: segundo o Censo de 2001, nesse ano, 75% dos edifícios da região eram acessíveis a pessoas com mobilidade reduzida, enquanto a média nacional era de apenas 66,5% (INE, 2007g). No Concelho da Lourinhã, o valor era de 78,8%, superior à média da região – apenas era superior em 4 concelhos, mas também neles com valores a rondar os 79% / 80% (INE, 2007g).

Em conclusão, constata-se que o Concelho da Lourinhã parece não se apresentar bem posicionado nos vectores Talento e Tecnologia face à Região Oeste e às regiões vizinhas –

³⁴ O quociente de localização da população de nacionalidade estrangeira por município mede a sobre-representação da população estrangeira num município, face ao contexto mais amplo do país; um valor superior a 1 indica a existência de uma sobre-representação face à realidade total do país (INE, 2011d).

algo que terá origens antigas, decorrendo do carácter tradicionalmente rural do território, embora apresente sinais de melhorias, nomeadamente, no que concerne à especialização de trabalhadores em I&D –; já em relação à Tolerância, o cenário é um pouco melhor – não obstante o facto de, aparentemente, vir a perder terreno recentemente, a tolerância está embutida nos genes do Municípios. Assim sendo, será importante investir sobretudo na melhoria dos dois primeiros vectores, como forma de posicionar melhor a Lourinhã em termos de atractividade da criatividade.

7.2. Qualidade de vida no Concelho da Lourinhã

Um estudo, de 2009, sobre a qualidade de vida dos concelhos portugueses (Manso e Simões, 2009), colocava a Lourinhã num 92º lugar entre 278 municípios. Este estudo teve em conta diversas variáveis, maioritariamente extraídas do Anuário Estatístico de 2006, do INE, relativas a questões como equipamentos de saúde, de comunicação, educativos ou culturais, taxas de natalidade e mortalidade da população, dinamismo económico, mercado de trabalho, despesas autárquicas em ambiente, entre várias outras (Manso e Simões, 2009). Não sendo a melhor, a posição ocupada pelo Concelho da Lourinhã nesse estudo não deixa de ser, à escala nacional, uma posição acima da média. Já à escala regional, revela-se como menos positiva: oito concelhos do Oeste estão melhor posicionados (as exceções são Bombarral, Sobral de Monte Agraço e Cadaval), assim como todos os da Grande Lisboa e três do pinhal litoral (Manso e Simões, 2009). Ainda assim, é de assinalar o facto de o concelho do Oeste com melhor avaliação – Nazaré – estar apenas em 33º lugar e de o segundo – Caldas da Rainha – já ocupar apenas a 41ª posição de entre os concelhos do país. Negativo é o facto de o Concelho da Lourinhã ter descido 11 posições face à que ocupava num estudo análogo de 2007, referente a dados de 2004 (Manso e Simões, 2009).

Este estudo dá um contributo importante para a análise da qualidade de vida no município da Lourinhã, mas é importante aprofundar e olhar o concelho de uma forma que possibilite ter uma ideia mais concreta e apresentar de um modo genérico o território a quem não o conhece. Assim sendo, segue-se uma análise dos factores importantes para a atracção de gente criativa, tal como sumarizados no Capítulo 3. Apresenta-se de seguida um resumo das condições encontradas no concelho, sendo possível fazer uma consulta mais pormenorizada no Anexo 5.

- Amenidades básicas: A inexistência de um hospital é um factor negativo mas existe um centro de saúde com três extensões distribuídas pelo concelho e a rede de farmácias é qualificada como boa. Existem infra-estruturas de segurança e socorro e a taxa de

criminalidade é baixa. A rede de estabelecimentos bancários é abrangente, existindo ainda assim uma predominância de caixas de crédito agrícola mútuo.

- Localização e estética do local: Como pontos fortes apresenta a proximidade a Lisboa, a costa extensa e esteticamente agradável, assim como outros locais de beleza natural assinalável que possibilitam o contacto com a natureza e transmitem tranquilidade, e o clima especial, que não é especialmente quente no Verão nem muito agreste no Inverno. O eventual impacto negativo das suiniculturas nos cursos de água assume-se como um factor negativo.
- Infra-estruturas de conexão: Há falta de acessos de qualidade para entrar e sair do concelho, embora o previsto IC11 se assuma como uma solução para o problema, caso venha a ser efectivamente construído. Não existe transporte ferroviário, mas existe um terminal de autocarros e praças de táxi espalhadas pelo território. Existem quatro *hotspots* de *wi-fi* no concelho (três na vila da Lourinhã e um na Praia da Areia Branca).
- Alojamento adequado às necessidades das pessoas: O preço do património imobiliário é baixo. Em sentido inverso, o mercado de arrendamento apresenta-se como pouco desenvolvido e não existem programas municipais de financiamento para habitação.
- Herança cultural e autenticidade: O Concelho da Lourinhã tem uma herança cultural rica, muito devido ao espólio único de achados paleontológicos e ao legado da Batalha do Vimeiro e da história de Pedro e Inês. Tem-se assistido à fruição deste património e os dinossauros têm-se assumido mesmo como símbolo do território.
- Abertura a forasteiros e à diversidade: Existe já o hábito de receber visitantes de fora e a própria população do concelho inclui várias pessoas de nacionalidade estrangeira, de origens diversas.
- Actividades físicas, actividades ao ar livre e exercício físico: A riqueza natural do território possibilita passeios a pé ou de bicicleta, existindo mesmo rotas definidas para o efeito. Há equipamentos desportivos variados e espalhados pelo concelho e estão em construção ciclovias. Existem boas condições para a prática de desportos aquáticos.
- Juventude e pólos de ensino: Não existem estabelecimentos de ensino superior; existia uma escola de formação profissional dedicada à agricultura, mas encerrou em 2009.
- Vida nocturna variada e vibrante: Há alguns bares na vila da Lourinhã e na Praia da Areia Branca, mas a oferta não é propriamente variada.
- Actividades culturais estimulantes: A actual oferta de equipamentos culturais é pouco vasta. No entanto, está prevista a construção de prevista de um novo museu para albergar

o espólio paleontológico, que permita fornecer uma experiência mais vibrante aos visitantes, e de um espaço de cultura, criatividade e conhecimento. Tanto um como o outro poderão contribuir de forma positiva para a actividade cultural do concelho.

- Capacitação e envolvimento da população: Existem diversas associações de carácter recreativo, cultural ou social e algumas mais preocupadas com o desenvolvimento local e com a gestão do território, onde intervêm algumas pessoas dinâmicas e com capacidade de liderança. É relevante o facto de a população ter sido tido em conta na elaboração dos dois planos estratégicos encomendados pelo Município da Lourinhã. As associações recreativas existentes podem ser um meio de chegar a toda a população e de enriquecer o espírito empreendedor no concelho.

Este levantamento de informação permite dar a conhecer, de forma sucinta, o que é o Concelho da Lourinhã e quais as condições que tem para oferecer a quem nele se fixe. Dada a informação analisada e as conclusões a que deu origem, parece ser relevante citar um excerto do documento disponibilizado pela CML relativo à fase de diagnóstico do Plano Estratégico da Lourinhã: “*A Lourinhã dispõe dos factores primários, tradicionais, de Qualidade de Vida (QV) (...) Tem agora de apostar na valorização dos factores que, contemporaneamente, mais contribuem para a QV*” (MANUAL, 2010: 8). Isto resume a ideia que a análise anterior permite formular. De facto, o concelho apresenta-se provido das condições básicas – excluindo o problema dos acessos –, dispõe de riqueza natural, histórica, cultural e social, mas apresenta-se menos forte em aspectos como os serviços de educação e formação ou no carácter vibrante da animação cultural ou da vida nocturna.

8. Estratégia de Intervenção

Uma vez diagnosticado o estado actual das condições estruturais do empreendedorismo no país, das características dos empreendedores nacionais, do tecido empresarial do Concelho da Lourinhã, da sua capacidade de atracção de gente criativa e empreendedora e das suas tendências de desenvolvimento, pretende-se agora delinear uma estratégia de promoção do empreendedorismo criativo e inovador.

Em resumo, o estudo anterior permitiu concluir que, em termos da envolvente do fenómeno do empreendedorismo no nosso país (Capítulo 4):

- existe, nos portugueses, um grande desejo de serem os seus próprios patrões;
- é, no entanto, bem inferior a proporção de pessoas que concretizam esse desejo;
- tem-se assistido, nos últimos anos, a uma melhoria nas condições estruturais do empreendedorismo;
- a educação e a formação ainda não promovem adequadamente o empreendedorismo;
- a nossa cultura ainda não valoriza convenientemente o risco e a responsabilidade individual;
- a crise económica que atravessamos é encarada como um factor de dificuldade extra na criação de uma empresa.

A análise centrada nos actores principais do fenómeno (feita também no Capítulo 4) permitiu constatar que o empreendedor português:

- é jovem, tendencialmente bem instruído e motivado pela perspectiva de ganhar mais dinheiro e de abraçar novos desafios;
- recorre pouco a apoio profissional, mas simultaneamente queixa-se da existência de pouca informação;
- na fase inicial da empresa, investe sobretudo na aquisição de equipamentos e *software*, embora a aquisição de equipamentos (além de terrenos e edifícios) seja a que obriga a um investimento mais pesado;
- após a constituição da empresa, encontra dificuldades ao nível da obtenção de financiamento e de recrutamento de recursos humanos.

Todos estes factores devem ser ponderados e tidos em conta em qualquer estratégia de promoção do empreendedorismo, seja ela de carácter nacional, regional ou local. Embora sejam preocupações de âmbito mais alargado, podem ser trabalhadas numa perspectiva mais local.

No entanto, para se poder traçar uma estratégia ao nível de um município, torna-se necessário ter presente outros factores, que só a ele dizem respeito. Deste modo, apresenta-se de seguida uma análise SWOTT³⁵ do Concelho da Lourinhã sob a perspectiva da possibilidade de implementação de uma estratégia que tenha por objectivo a promoção do empreendedorismo. Pretende-se que esta estratégia assente em dois vectores: por um lado, a mobilização do capital humano já existente e, por outro, a atracção de novas pessoas capazes de se integrarem com sucesso no território e de desenvolverem uma actividade empreendedora; pretende-se ainda que se apresente como uma estratégia de desenvolvimento sustentável, que tenha como pilares a preservação dos valores e herança cultural existentes, assim como a cooperação entre actores públicos e privados, numa lógica de ecossistema.

Nesta análise têm-se em conta factores que concernem às características do concelho, do seu tecido empresarial, do apoio dado ao empreendedor e da sua atractividade (Capítulos 5, 6 e 7). Todos eles se tornam importantes na elaboração da estratégia pretendida. A análise das tendências assume relevo pois enquadra a análise (e, conseqüentemente, a estratégia) num contexto mais global. Por exemplo, o reconhecimento crescente da importância do empreendedorismo facilita a sua promoção, uma vez que já existe uma pré-disposição para tal, quer ao nível das pessoas, quer ao nível das instituições. Outras tendências, como a aposta nacional no mar ou nas energias renováveis, áreas onde a Lourinhã apresenta grande potencial, sustentam a importância da promoção de uma actividade empreendedora nessas áreas.

O quadro seguinte apresenta o resultado desta análise.

³⁵ Trata-se de uma extensão da habitual ferramenta SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities e threats*), aos quais se junta um novo vector: *trends* (ou tendências).

Forças:

- Existência de uma boa dinâmica empresarial
- Proximidade a Lisboa
- Capacidade de atracção de pessoas, materializada num saldo migratório positivo
- Abertura a forasteiros
- Bom posicionamento no vector Tolerância
- Oferta de boa qualidade de vida aos residentes (segurança, tranquilidade, beleza natural, condições para actividades físicas e ao ar livre, etc.)
- Herança histórico-cultural rica
- Preço baixo dos bens imobiliários
- Envolvimento da população nos destinos do território

Oportunidades:

- Existência de indícios de uma transformação no tecido empresarial
- Perspectivas de crescimento da população activa
- Rejuvenescimento dos agricultores
- Aposta em actividades inovadoras de sectores tradicionais (como a agricultura biológica) e em novos sectores (turismo, costa e mar, energias renováveis), onde há ainda muito por crescer e com potencial para a geração de novos negócios
- Previsão de construção de infra-estruturas que podem potenciar melhorias ao nível da vida das populações e das empresas
- Criação prevista de um órgão camarário responsável pelo empreendedorismo
- Abertura da CML para a necessidade de promoção do empreendedorismo, da criatividade e da inovação

Fraquezas:

- Actividade empresarial incidente em actividades tradicionalmente pouco inovadoras
- Aposta pouco pronunciada na promoção do empreendedorismo
- Mau posicionamento nas variáveis Talento e Tecnologia (nomeadamente, devido à baixa qualificação da população)
- Falta de acessos de qualidade (rodoviários e ferroviários)
- Inexistência de ensino superior e de ensino profissional
- Carácter pouco vibrante das actividades culturais e da vida nocturna

Ameaças:

- Aproximação dos concelhos vizinhos em termos de diversidade existente na população
 - Existência de alunos da Lourinhã que têm de ir estudar a outros concelhos
 - A crise económica nacional pode implicar atrasos e cortes nos investimentos previstos
-

Tendências:

- Reconhecimento do empreendedorismo como muito importante no desenvolvimento económico
 - Previsão de uma aposta nacional nas economias do mar
 - Aposta nacional na produção de energias renováveis
 - Falta de fundos ao nível do poder local
 - Dificuldade crescente no acesso ao crédito
-

Tabela 2 - Análise SWOTT da capacidade de atracção de empreendedores para o Concelho da Lourinhã

A análise das características do Concelho da Lourinhã e do que existe nele actualmente revela que há ainda um longo caminho a percorrer na procura de uma aposta forte no empreendedorismo e da atractividade de empreendedores. Há no entanto, muitos factores positivos que podem ser animadores.

Tendo como base a investigação e a análise realizadas neste estudo, a estratégia que se propõe divide-se em cinco dimensões de intervenção que se assumem como essenciais para o objectivo pretendido e assenta sobre três pilares correspondentes a preocupações que terão forçosamente que existir e que sustentam a estratégia, garantindo a sua robustez e sustentabilidade.

Cada dimensão de intervenção agrupa várias opções estratégicas mais específicas e orientadas.

O esquema seguinte resume a estratégia delineada:

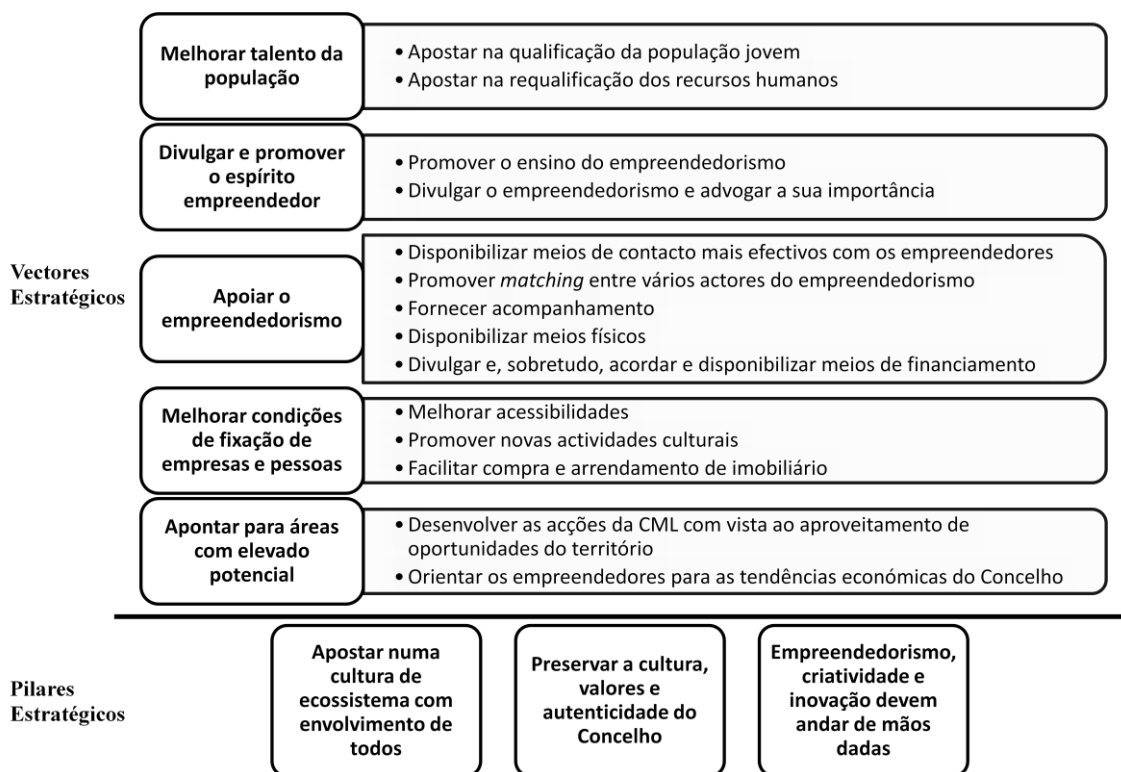


Figura 6 - Estratégia de Intervenção

Procede-se, de seguida, a uma análise mais pormenorizada da estratégia, começando pela sua base, pelos pilares que a sustentam:

- Apostar numa cultura de ecossistema com envolvimento de todos: Reconhece-se que a implementação de qualquer estratégia tem mais possibilidades de sucesso quando toda a gente se revê nela; deste modo, é importante a participação do sector público (autárquico) e do privado (população e empresas já existentes).

Além disso, a promoção do empreendedorismo não deve incidir apenas em partes da população ou num grupo demográfico específico: deve abranger jovens e menos jovens; empregados, desempregados e reformados; homens e mulheres; portugueses e estrangeiros.

- Preservar a cultura, valores e autenticidade do concelho: Tal é relevante não só para garantir que as medidas a ser tomadas preservem as características do território, como também o carácter sustentável do desenvolvimento que se advoga – garantindo que não há artificialidades e tendo presente a importância da preservação de um carácter autêntico e, se possível, único.
- Empreendedorismo, criatividade e inovação devem andar de mãos dadas: O empreendedorismo que se pretende desenvolver não é a mera criação de um negócio – o ser patrão de si próprio –; pretende-se a geração de valor acrescentado através da inovação. Deste modo, é preciso ter sempre presente o valor da criatividade e do espírito inovador, quer na implementação da estratégia, quer por parte dos empreendedores.

Uma vez expostos os pilares estratégicos, é altura de especificar as opções estratégicas contidas em cada um das cinco dimensões, enriquecendo a sua apresentação com algumas medidas que podem ser implementadas:

Melhorar talento da população

Apostar na qualificação da população jovem:

É necessário garantir que os jovens não abandonam precocemente os estudos, através de campanhas de sensibilização, levando até eles pessoas que são exemplos de sucesso, ou aumentando a diversidade da oferta formativa – aqui, a reanimação do ensino profissional assume um grande relevo. Seria igualmente importante que, com estas medidas, se limitasse a saída de jovens do concelho para estudar fora e que até se conseguisse atrair estudantes de concelhos vizinhos. Instalações como a da antiga Casa Escola Agrícola Rio Grande (ou de outras escolas que tenham encerrado e permaneçam sem ocupação) podem ser aproveitadas para este fim. Escolas profissionais (ou até mesmo universidades) de concelhos vizinhos podem ser parceiros neste intento.

Apostar na requalificação dos recursos humanos:

Uma estratégia de qualificação da população não se pode cingir aos estudantes – os

recursos humanos futuros –; tem de ter em conta também a força de trabalho actual. Desde logo, na perspectiva desta dissertação, para que existam empreendedores em potência mais qualificados; mas também para haja acesso a mão-de-obra mais qualificada – afinal, uma das dificuldades apontadas por muitos empreendedores (IAPMEI, 2008b). Isto pode ser feito dando continuidade a iniciativas nacionais de sucesso como a Novas Oportunidades – existe um CNO na Escola Secundária da Lourinhã (Escola Secundária da Lourinhã, 2011), mas também disponibilizando formação a empresários já em exercício (foi relatada anteriormente a sua baixa qualificação), assim como formação em empreendedorismo a desempregados e reformados. A formação aos empresários pode até ser paga por eles, ou ser implementada num formato que mescle formação paga com formação grátis³⁶.

Divulgar e promover o espírito empreendedor

Promover o ensino do empreendedorismo:

O espírito empreendedor deve ser inculcado desde cedo e o ensino do empreendedorismo deve continuar ao longo da formação. Os dados constantes da Tabela 1 - Condições Estruturais do Empreendedorismo (2001 - 2007) demonstram que o ensino do empreendedorismo em Portugal é ainda insuficiente (sobretudo ao nível do Ensino Básico e Secundário), embora tenha registado melhorias nos últimos anos. De modo a promover uma melhoria neste factor, devem ser criados programas educativos para alunos de vários níveis de ensino, que devem ter por base uma componente predominantemente prática – baseada na abordagem «*learning by doing*» -, em que os alunos consigam reter informação importante sobre a criação e gestão de uma empresa ou sobre a criação e promoção de um produto, e que lhes permita reconhecer o valor do empreendedorismo, da criatividade, do risco e da responsabilidade individual. Havendo reanimação do ensino profissional no concelho, também esse deve ser contemplado, ainda para mais porque permite outras abordagens e uma aplicação prática mais efectiva dos conhecimentos adquiridos. Esta promoção do ensino do empreendedorismo pode também passar pelo contacto dos alunos com empreendedores de sucesso, com o dia-a-dia de empresas, ou por acções um pouco diferentes como campos de férias. Os concursos de ideias são também um meio importante, por contribuírem para um

³⁶ Neste domínio, a Iniciativa Formação para Empresários, da Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE) constitui um bom exemplo (Associação Nacional de Jovens Empresários, 2011c).

exercício criativo por parte dos alunos, recompensando o seu esforço com prémios. O ensino do empreendedorismo e estes concursos de ideias devem também ser alargado à restante população, tendo em conta as especificidades de alguns grupos como os desempregados, os imigrantes ou mesmo as mulheres.

Divulgar o empreendedorismo e advogar a sua importância:

Esta opção estratégica encerra em si a necessidade sentida de valorizar mais o empreendedorismo e o gosto pelo risco em Portugal (tal como visto no Capítulo 4). Os concursos de ideias assumem-se ainda como uma forma de chegar à população e de promover o empreendedorismo. A realização de seminários e *workshops* também presta um bom serviço a esta causa. Campanhas de sensibilização para o empreendedorismo – através do *site* da CML, Facebook, rádios e jornais locais ou cartazes – serão também úteis, assim como divulgação a ser feita nas escolas ou nos centros de emprego.

Apoiar o empreendedorismo

Disponibilizar meios de contacto mais efectivos com os empreendedores:

Será essencial chegar com alguma agilidade aos empreendedores. A criação do gabinete especializado que está previsto é um bom passo nesse sentido, mas é necessário conseguir um alcance maior. Como a instalação de vários pontos (físicos) de apoio pelo concelho seria algo muito dispendioso, a aposta deve passar por medidas como a criação de uma linha telefónica ou pela *internet* – através da criação de um *site* / portal especialmente orientado para o empreendedorismo, ou recorrendo a ferramentas de comunicação *online* já existentes (fóruns, *chats*, Messenger, Skype, Facebook, Twitter, etc). No Capítulo 4 constatou-se que os empreendedores portugueses recorrem pouco a apoio especializado e, embora não existam dados concretos que o confirmem, é possível que tal se deva, em parte, à falta de informação. Nesse sentido deve ser promovido o contacto com os empreendedores, para que tenham informação sobre as opções disponíveis. Esta medida assume-se como importante face a essa necessidade.

Promover *matching* entre vários actores do empreendedorismo:

É importante estimular o contacto entre empreendedores, investidores, gestores e consultores, pessoas com perfis diferentes, mas que podem beneficiar da colaboração mútua. A criação de um portal ou de uma rede social – onde possam estar todos em contacto – pode ser uma medida a adoptar; mas a estratégia pode passar também pela

criação de um banco de ideias, bolsas de mentores (gestores experientes que colaborem com os empreendedores), ou pela promoção de contactos entre empreendedores e empresários já instituídos que estejam dispostos a apadrinhar a empresa (contribuindo monetariamente, tendo, em sentido inverso, outras contrapartidas).

Fornecer acompanhamento:

Uma das principais funções de um gabinete de apoio ao empreendedor será a de os aconselhar e disponibilizar-lhes acompanhamento ao longo do processo de criação da sua empresa. Tal pode passar por serviços de diagnóstico, consultoria financeira, aconselhamento jurídico, ou pelo apoio noutras necessidades sentidas pelos empreendedores. O papel dos mentores – apresentados atrás – é também importante nesta opção estratégica.

Divulgar e, sobretudo, acordar e disponibilizar meios de financiamento:

Como visto no Capítulo 4, a falta de apoio financeiro é uma das dificuldades comumente apontadas na fase inicial de uma empresa (IAPMEI, 2008b). Deve ser feita uma divulgação exhaustiva dos meios financeiros aos dispor dos empreendedores e empresários, mas deve-se ir ainda mais longe: deve-se trabalhar no sentido de conseguir protocolos vantajosos com essas entidades e procurar novas formas de financiamento. Os *business angels*, pelo facto de estarem mais predispostos a investimentos em *early stage* do que entidades tradicionais como as sociedades de capital de risco ou os bancos (Rose, 2011; Diário Económico, 2009), podem ser especialmente importantes. Conceitos inovadores como o *crowd funding* – que consiste na angariação de dinheiro proveniente de variadas fontes – devem ser estudados. Mesmo nos meios tradicionais pode haver lugar a novas abordagens: as caixas agrícolas, pelo seu carácter mutualista, diferente do dos bancos normais, não sentiram tanto os efeitos da crise (Sousa, 2011; iOnline, 2009) e, como tal, podem ter mais capital pronto para disponibilizar. Os reformados (estrangeiros ou nacionais) que se fixam na Lourinhã podem também ser aliciados para investir em empresas do concelho (ou para colaborar com o seu conhecimento e a sua rede de contacto).

Disponibilizar meios físicos:

Será também importante a disponibilização de locais onde instalar as novas empresas, sobretudo na sua fase inicial. A criação do planeado Pólo Tecnológico do Oeste daria uma grande ajuda nesta intenção. A criação dos habituais ninhos de empresas ou centros

de incubação poderá ser uma forma de o fazer, mas implica custos que podem não ser facilmente comportados. A reconversão de instalações já existentes poderá ser uma forma de contornar o problema³⁷. Pode-se ainda pensar em soluções em que a ocupação das instalações não seja inteiramente grátis – embora com condições atractivas – e / ou em regime de *cowork*³⁸, que comportará menos custos para quem lá se instalar.

Melhorar condições de fixação de empresas e pessoas

Melhorar acessibilidades:

Como visto na secção 3.6, as infra-estruturas de conexão são um dos factores importantes na atracção de pessoas. No entanto, esta é uma preocupação que não passa apenas pela responsabilidade da governação local. O previsto IC11 resolveria este problema, mas é algo que depende da governação central. Ainda assim, deve ser feita pressão para a sua construção (ou de acessos alternativos, desde que com condições para melhorar grandemente o acesso ao Concelho da Lourinhã a partir de Lisboa, de Leiria e dos concelhos vizinhos).

Promover novas actividades culturais:

Também aqui, a construção de infra-estruturas já projectadas (como o novo Museu do Jurássico ou o Espaço Urbano da Cultura, Criatividade e Conhecimento), constituiria uma contribuição importante. Até lá, há que promover actividades culturais mais vibrantes, com carácter inovador, com contacto entre público e artistas, com espectáculos apelativos e com temas relevantes e variados, tal como preconizado por Richard Florida (2002).

Facilitar compra e arrendamento de imobiliário:

Apesar de o preço dos bens imobiliários não ser elevado quando comparado com os registados noutros locais, deve existir uma preocupação com as condições de aquisição ou arrendamento de casas, escritórios, armazéns ou instalações de qualquer outro tipo, pois passa por aqui muita da capacidade de atracção de pessoas e empresas. Assim,

³⁷ São bons exemplos a LXFactory, em Alcântara – um espaço criativo onde a actividade empresarial de pequena dimensão partilha o espaço com actividades e eventos dinâmicos e modernos, que nasceu da reconversão de um antigo complexo fabril – ou o «Armazém de Ideias» previsto para Óbidos – através do aproveitamento de uns antigos celeiros, inserido num projecto de dinamização da criatividade no concelho (Público, 2011).

³⁸ Trata-se da partilha de um espaço de trabalho por profissionais independentes / empreendedores que, apesar de continuarem a desenvolver o seu trabalho de forma individual, beneficiam da sinergia gerada pelo contacto diário com outras pessoas (troca de ideias, colaboração, interacção social, etc).

devem ser criados programas de incentivo, quer à compra, quer ao arrendamento, ou até a modalidades de natureza intermédia. A criação e disponibilização de uma base de dados de bens imobiliários disponíveis pode também ser importante.

Apontar para áreas com elevado potencial

Desenvolver as acções da CML com vista ao aproveitamento de oportunidades do território:

O papel do Município da Lourinhã no aproveitamento das oportunidades do território assume grande importância: é à CML que compete conduzir os destinos do território, apontar estratégias e dinamizar o aproveitamento das oportunidades. Embora não tenha e não o deva fazer sozinha, é a Câmara que tem como responsabilidade criar condições para a fruição de muitos dos recursos do território.

Orientar os empreendedores para as tendências económicas do concelho:

Se compete à CML a definição do caminho a seguir e o zelo pela preservação da cultura e valores do território, e se se pretende preservar essa cultura (1º pilar estratégico) e apostar num modelo de desenvolvimento em ecossistema (2º pilar), esta opção estratégica reveste-se de extrema importância. É necessário alinhar as pretensões dos empreendedores e investidores com os objectivos preconizados para o território. Nesse sentido, a CML deve divulgar oportunidades de negócio que surjam associadas às estratégias traçadas. Pode até formatar negócios a que empreendedores possam dar seguimento. Esta preocupação deve também estar presente a outros níveis, como nos concursos de ideias realizados: deve ser dada primazia a ideias alinhadas com a estratégia municipal; não quer isto dizer, de modo algum, que não possam surgir pessoas com ideias de negócio noutras áreas, ou que as ideias dessas pessoas deixem de fazer sentido; quer dizer, sim, que deve haver uma reflexão sobre a pertinência desses projectos para o concelho e uma tentativa de os enquadrar e adaptar às estratégias planeadas.

As opções estratégicas agora apresentadas dão um carácter abrangente à estratégia delineada. Não se foca apenas no apoio ao empreendedorismo, assumindo a preocupação com outros factores, e assentando em preocupações que devem existir numa estratégia de desenvolvimento deste tipo.

9. Conclusões

A estratégia apresentada – sob a forma de linhas gerais de intervenção – foi elaborada tendo presente o objectivo inicial que se propôs para esta dissertação: olhar o empreendedorismo do ponto de vista de um município interessado em promovê-lo, através da estimulação da população residente a criar o seu negócio e da atracção de novas pessoas empreendedoras que encarem o Concelho da Lourinhã como um bom local para se instalarem e criarem o seu negócio.

Com o intuito de chegar à estratégia final, foram completados vários passos que permitiram obter informação essencial ao cumprimento do objectivo último: a delineação da referida estratégia. Cada um destes passos foi também respondendo a objectivos intermédios propostos no início do trabalho.

A análise do contexto do empreendedorismo nacional permite ter uma perspectiva global do fenómeno no nosso país: quais as condições existentes e qual o perfil do empreendedor português.

O estudo do tecido empresarial e das actividades económicas do concelho possibilita conhecer a evolução económica prevista e as tendências de desenvolvimento que se vislumbram para o território.

O levantamento do que existe em termos de apoio ao empreendedorismo no concelho fornece uma fotografia do ponto de partida na estratégia; o estado da arte ao nível nacional e internacional serve de fonte de inspiração para as medidas a adoptar, possibilitando ainda a identificação de potenciais parceiros.

Por fim, a análise do posicionamento do concelho na perspectiva dos 3 Ts de Richard Florida (2002) e da qualidade de vida existente, indica até que ponto é que o território pode ser atractivo aos olhos das pessoas criativas e empreendedoras que se pretende atrair e dá indícios de qual o caminho a seguir com vista a esse objectivo.

Ao longo da dissertação foi possível aceder a bases informativas sólidas para a delineação de uma estratégia que se assume como abrangente, que não perde de vista alguns valores essenciais como a preocupação com a preservação da identidade e com o envolvimento de todos, e que se apresenta como podendo ter possibilidade de sucesso; tal dependerá, no entanto, das acções a ser implementadas, do grau de compromisso para com a estratégia e também de alguns factores externos não controláveis pelo município.

No final, o que ganha um município com a existência de uma estratégia de fomento do empreendedorismo nestes moldes? Tem ao seu dispor linhas orientadoras que abrangem vários domínios (qualificação, financiamento, atractividade), o que torna a estratégia a implementar completa e com maior probabilidade de sucesso. Não se trata aqui apenas de tentar criar mais empresas apoiando o empreendedorismo com dinheiro e instalações; essas preocupações também têm de estar presentes, mas o objectivo é criar uma cultura verdadeiramente empreendedora, em que o território esteja pleno de gente capaz que o sente, que o conhece, e que anseia por um futuro de êxito para si próprio e para o local onde vive. Em última instância, espera-se conseguir um desenvolvimento económico e social sustentado e sustentável do qual beneficiem habitantes, empresas e território em si. Para além de tudo isto, com a instalação de uma cultura empreendedora e criativa, não é só o tecido empresarial que tira benefícios; também contribui para o empreendedorismo num sentido mais lato – para o envolvimento da população noutros temas do foro governativo, associativo ou social.

O que têm os empreendedores a ganhar com uma estratégia destas? O grande benefício é a possibilidade de acesso a um local onde o empreendedorismo é incentivado e – mais importante – alinhado com as linhas de desenvolvimento do território. Quem já reside no concelho é incentivado à prossecução dos seus intentos de natureza empreendedora; quem chega de fora, tem a hipótese de se fixar num local que o valoriza e o apoia; uns e outros, todos beneficiam das condições que são dadas aos empreendedores e da orientação que lhes é dada.

Como nota final, deve-se salientar que o método de trabalho levado a cabo nesta dissertação não é específico para o Concelho da Lourinhã; pode ser aplicado em qualquer outro concelho ou região. Apenas a estratégia delineada é específica, por decorrer das características do território analisado.

Bibliografia

- Bandura, A. (1997), *Self-efficacy: The exercise of control*, New York: W. H. Freeman and Co.
- Baron, R. A. (2007), *Cognition and Affect: Invaluable Tools for Answering “Why”, “How” and “What” Questions about Entrepreneurs and the Entrepreneurial Process*, Em: Minniti, M. (ed.), *Entrepreneurship: The Engine of Growth, Volume 1*, West Port CT: Praeger
- Barreto, H. (1989), *The Entrepreneur in micro-economic theory: disappearance and explanation*, London: Routledge
- Belanciano, V. (2008), Richard Florida: O guru do conceito das cidades criativas, *Público*, 17 de Abril
- Bosma, N., Z. J. Acs, E. Autio, A. Coduras e J. Levie (2009), *Global Entrepreneurship Monitor: 2008 Executive Report*, Babson College, Universidad del Desarrollo e London Business School
- Decreto-Lei n.º 244/2002 de 5 de Novembro, *Diário da República n.º 255/2002 – 1.ª Série*, Ministério das Cidades, Ordenamento do Território e Ambiente, Lisboa
- Decreto-Lei n.º 372/2007 de 6 de Novembro, *Diário da República n.º 213/2007 – 1.ª Série*, Lisboa
- Decreto-Lei n.º 31/2011 de 7 de Março, *Diário da República n.º 46/2011 - 1.ª Série*, Lisboa
- Drucker, P. (1985), *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*, New York: Harper & Row
- Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books
- Florida, R. (2007), *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, New York: HarperCollins Publishers
- Florida, R. (2008), *Who’s Your City?*, New York: Basic Books
- GEP (2007a), *Número de Empresas por Concelho e Actividade Económica, segundo a Dimensão da Empresa*, Quadros de Pessoal 2007, Gabinete de Estratégia e Planeamento, Ministério do Trabalho e da Segurança Social
- GEP (2007b), *Número de Empresas por Concelho e Actividade Económica, segundo o Escalão de Volume de Negócios da Empresa*, Quadros de Pessoal 2007, Gabinete de Estratégia e Planeamento, Ministério do Trabalho e da Segurança Social
- Invest Lisboa (2011b), *Invest Lisboa*, Comunicação de Rui Coelho na Conferência “Empreenda por favor!”, Cascais, 18 de Março

- Koppl, R. (2007), *Entrepreneurial Behavior as a Human Universal*, Em: Minniti, M. (ed.), *Entrepreneurship: The Engine of Growth, Volume 1*, Westport, CT: Praeger
- Landry, C. (2008), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Earthscan
- Morris, M. H. (1998), *Entrepreneurial intensity: Sustainable advantages for individuals, organizations and societies*, Westport, CT: Quorum Books
- Portaria n.º 127/2009 de 30 de Janeiro, *Diário da República n.º 21/2009 – 1.ª Série*, Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, Lisboa
- Robinson, K. (2001), *Out of Our Minds: Learning to be Creative*, Chichester, West Sussex: Capstone
- Sarkar, S. (2010), *Empreendedorismo e Inovação*, Lisboa: Escolar Editora
- Trigo, V. (2003), *Entre o Estado e o Mercado: Empreendedorismo e a Condição do Empresário na China*, Coleção ISCTE - Escola de Gestão / Ad Litteram
- Trigo, V., C. Almeida, A. Castro, A. Lebre, A. Esteves, B. Leal, R. Sanchez (2010a), *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Concelho da Lourinhã – Fase I: Diagnóstico*, Lisboa: ISCTE-IUL
- Trigo, V., C. Almeida, A. Castro, B. Leal, L. Martins (2010b), *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Concelho da Lourinhã – Fase II: Opções Estratégicas*, Lisboa: ISCTE-IUL
- Trigo, V., C. Almeida, A. Castro, B. Leal, L. Martins (2010c), *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Concelho da Lourinhã – Fase III: Plano de Acção*, Lisboa: ISCTE-IUL
- Trigo, V., C. Almeida, A. Castro, B. Leal, L. Martins (2011), *Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico do Concelho da Lourinhã*, Lisboa: ISCTE-IUL

Webliografia

- Acs, Z. e C. Armington (2004), *Employment Growth and Entrepreneurial Activity in Cities*, Jena: Max Planck Institute for Research into Economic Systems, <http://www.regionalinnovation.org.uk/object/download/2496/doc/Session%201%20Acs.pdf>
- Ahmad, N. e A. Hoffman (2007), *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship*, OECD, <http://www.oecd.org/dataoecd/21/51/39629644.pdf>
- AMO – Associação de Municípios do Oeste (2008), *Oeste – Programa Territorial de Desenvolvimento 2008-2013*, <http://www.oestecim.pt/uploads/ProgramaTerritorialdeDesenvolvementodoOeste.pdf>
- Arte ao Vento (2009), *Moinhos de Vento na Região Oeste*, Acedido em 25 de Maio de 2011, em: http://www.arteaovento.com.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=6&Itemid=22
- Associação de Desenvolvimento Regional do Oeste (2011), *Oeste Empreendedor – Da Qualificação à Coesão*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.adro.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=5174c00d-e111-4f9c-9bb9-907b06e2ef87&m=c23>
- Associação Industrial da Região Oeste (2010), *Academia de Empreendedores da Região Oeste*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em: <http://www.airo.pt/News/newsdetail.aspx?news=cec53a90-3e49-48c2-8e70-e99afafb0261>
- Associação Industrial da Região Oeste (2011a), *Academia de Empreendedores da Região Oeste: Plano Regional de Promoção e Estímulo ao Empreendedorismo 2009*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em: <http://www.airo.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=63603c71-4f12-466b-80b0-a2b414b8386a&m=b69>
- Associação Industrial da Região Oeste (2011b), *Concurso de Empreendedorismo 2011 - Cerimónia de entrega da prémios*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em: <http://www.airo.pt/News/newsdetail.aspx?news=17c64d21-8cf6-460a-aa88-bd7497d02f20>
- Associação Nacional de Jovens Empresários (2011a), *Academia dos Empreendedores: Apresentação*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em: <http://www.anje.pt/academia/default.asp?id=10&mnu=10>
- Associação Nacional de Jovens Empresários (2011b), *Academia dos Empreendedores: Empreendedorismo Integrado desde 1997*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em: http://www.anje.pt/academia/media/dossier_academia_2010.pdf

- Associação Nacional de Jovens Empresários (2011c), *Formação para Empresários 2010-2011*, Acedido em 16 de Maio de 2011, em:
<http://www.anje.pt/2005/default.asp?id=1&ACT=5&content=1006&mnu=1>
- Associação para o Desenvolvimento de Peniche (2007a), *OESTE EMPREENDEDOR realiza Mostra “O Meu 1º Negócio”*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
http://cms.adepe.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=110&Itemid=83
- Associação para o Desenvolvimento de Peniche (2007b), *Participantes europeus debatem o empreendedorismo e o desenvolvimento regional*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
http://cms.adepe.pt/index.php?option=com_content&task=view&id=88&Itemid=83
- Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã (2011a), *Directório das Associações na Lourinhã*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em:
<http://sites.google.com/site/adlourinha/directorio/instituicoes-1/associacoes>
- Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã (2011b), *Linhas de Acção, Objectivos e Ideias da ADL*, Acedido em 11 de Maio de 2011, em:
<http://sites.google.com/site/adlourinha/ADL/linhas-de-accao>
- Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã (2011c), *Promoção do Empreendedorismo Local: Divulgação e sensibilização sobre o MICROCRÉDITO no concelho da Lourinhã*, Acedido em 11 de Maio de 2011, em:
<http://sites.google.com/site/adlourinha/conferencias/empreendedorismo>
- Backer, Koen De (2008), *Definition and Measurement of High Growth Enterprises*, Comunicação proferida no INNO-Views Policy Workshop, Bruxelas, [Versão Electrónica], <http://bit.ly/jX0Kq5>
- Baptista, R., V. Escária e P. Madruga (2008), *Entrepreneurship, Regional Development and Job Creation: the Case of Portugal*, http://mpa.ub.uni-muenchen.de/2136/1/MPRA_paper_2136.pdf
- Barroso, C. (2006a), *Gabinetes de Apoio ao Empreendedor ajudam a criar negócios*, Acedido em 24 de Abril de 2011, no website do Jornal Oeste Online:
<http://www.oesteonline.pt/noticias/noticia.asp?nid=12032>
- Barroso, C. (2006b), *Oeste Empreendedor apresentou-se à Região*, Acedido em 24 de Abril de 2011, no website do Jornal Oeste Online:
<http://www.oesteonline.pt/noticias/noticia.asp?nid=11878>
- Burnham, R. (2000), *The Battle of Vimeiro, Portugal: 21 August 1808*, Acedido em 8 de Maio de 2011, no website The Napoleon Series: http://www.napoleon-series.org/military/virtual/c_vimeiro.html
- Business in Małopolska (2011), *Cooperation*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
<http://businessinmalopolska.com/strona/pokaz/tytul/cooperation>

- Calçada, F. (2006), *Gabinete de apoio ao empresário a funcionar*, Acedido em 11 de Maio de 2011, no *website* do Jornal Oeste Online:
<http://www.oesteonline.pt/noticias/noticia.asp?nid=11549>
- Câmara Municipal da Amadora (2008), *Amadora Empreende: Programa Municipal de Empreendedorismo Social*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em:
<http://www.amadora-empreende.net/>
- Câmara Municipal do Bombarral (2006), “*Já Pensaste em Criar o Teu Negócio*” – *workshops no Oeste*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.cm-bombarral.pt/News/newsdetail.aspx?news=2a774bf6-7450-4d30-84bd-5e5435acd98f>
- CG International (2011a), *Curriculum for Enterprise & Entrepreneurship*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.cginternational.org/Curriculum/Curriculum.htm>
- CG International (2011b), *Programs*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
<http://www.cginternational.org/Programs/Programs.htm>
- CG International (2011c), *When can we do it!*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
<http://www.cginternational.org/When/When.htm>
- CG International (2011d), *Who are we?*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
<http://www.cginternational.org/about/about.htm>
- CG International (2011e), *Youth Entrepreneurship*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.cginternational.org/YouthEnt/YouthEnt.htm>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009a), *Qué es EIE*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/eie/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009b), *Qué es EJE*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/eje/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009c), *Qué es EME*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/eme/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009d), *Qué es TMP*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/tmp/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009e), *¿Qué es JES?*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/jes/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2009f), *¿Qué es PETIT?*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/petit/cont/presentacion>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2011a), *Proyectos*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://www.valnaloneuca.com/valnaloneuca/proyectos/>
- Ciudad Industrial del Valle del Nalón (2011b), *Quiénes Somos*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: http://www.valnaloneuca.com/valnaloneuca/quienes_somos/

- Coelho, C. (2010), *Glocal – empreender e inovar no mundo rural*, Comunicação proferida no 1º Congresso Internacional de Empreendedorismo e Valorização Sustentável do Território, Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Ponte de Lima, [Versão Electrónica], http://www.evst.ipvc.pt/files/Painel_4_GLOCAL_Empreender_em_Espa_o_Ru ral_Cristina_Coelho.pdf
- Comissão Europeia (2011), *Glossário*, Acedido em 8 de Abril de 2011, em: http://ec.europa.eu/economy_finance/focuson/inflation/glossary_pt.htm
- Commission of the European Communities (2008), Communication from the Commision to the European Council: A European Economic Recovery Plan, http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication13504_en.pdf
- Comunidade Intermunicipal do Oeste (2011), *Oeste Digital: Rede Intermunicipal de Acesso à Internet – Hotspots*, Acedido em 26 de Maio de 2011, em: <http://www.oestecim.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=554b68af-a3c4-46f4-a948-b092fb3b4b86&m=c19>
- CP – Comboios de Portugal (2011), *Mapa dos Serviços*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: http://www.cp.pt/StaticFiles/Imagens/PDF/Passageiros/mapas/mapa_servicos.pdf
- Crédito Agrícola (2011), *Lista de Caixas Associadas Crédito Agrícola*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.credito-agricola.pt/CAI/Institucional/Caixas/OfficeDetail?z=5190&s=1>
- Diário Económico (2009), Q&A for Jacek Blonski – Vice-President of European Business Angel Network and CEO of Lewiatan Business Angels (the largest Business Angels Network in Poland), Acedido em 25 de Junho de 2009, no site da Gesventure: http://www.gesventure.pt/vcit2009/discursos/q&a_ft_lisbon.pdf
- Diário Económico (2010), Comprar casa é mais vantajoso que arrendar?, *Diário Económico*, 28 de Setembro, http://economico.sapo.pt/noticias/comprar-casa-e-mais-vantajoso-do-que-arrendar_99883.html
- Díaz, J. M. P. (2010), *Educação para o Empreendedorismo – A experiência de VALNALÓN*, Comunicação proferida no 1º Congresso Internacional de Empreendedorismo e Valorização Sustentável do Território, Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Ponte de Lima, [Versão Electrónica], http://www.evst.ipvc.pt/files/Confer_ncia_Abertura_Educa_o_para_o_Empreende dorismo_A_experi_ncia_de_VALNAL_N_Jos_P rez_D_az.pdf
- DinoKart (2009), *Pista*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em: <http://www.dinokart.com.pt/kartodomo.php>

- DNA Cascais (2010), *Candidaturas abertas para Pós-Graduação em Inovação e Empreendedorismo no Turismo*, Acedido em 25 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Default.aspx?ID=644&M=News&PID=2291&NewsID=2634>
- DNA Cascais (2011a), *Banco de Ideias*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Banco-de-Ideias.aspx?ID=627>
- DNA Cascais (2011b), *Business Angels*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Business-Angels.aspx?ID=636>
- DNA Cascais (2011c), *Capital de Risco*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Capital-de-Risco.aspx?ID=635>
- DNA Cascais (2011d), *Clínicas Empresariais*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Cl%C3%ADnicas-Empresariais.aspx?ID=1466>
- DNA Cascais (2011e), *Empreendedorismo Social*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Empreendedorismo-Social.aspx?ID=628>
- DNA Cascais (2011f), *Espírito empreendedor do Concelho de Cascais contraria a crise*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Default.aspx?ID=568&M=News&PID=11849&NewsID=3070>
- DNA Cascais (2011g), *Formação “Escolas Empreendedoras”*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Forma%C3%A7%C3%A3o-Escolas-Empreendedoras.aspx?ID=624>
- DNA Cascais (2011h), *Interim Management*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Interim-Management.aspx?ID=630>
- DNA Cascais (2011i), *Ninhos de Empresas*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Ninho-de-Empresas.aspx?ID=629>
- DNA Cascais (2011j), *O que é?*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/O-que-%C3%A9.aspx?ID=616>
- DNA Cascais (2011k), *Serviços*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/SERVI%C3%87OS.aspx?ID=619>
- DNA Cascais (2011l), *Soluções de Financiamento*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/Solu%C3%A7%C3%B5es-de-Financiamento.aspx?ID=631>
- DNA Cascais (2011m), *5º Concurso “Escolas Empreendedoras”*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/5%C2%BA-Concurso-Escolas-Empreendedoras.aspx?ID=625>

- DNA Cascais (2011n), *5º Conc. Ideias de Negócio de Cascais*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.dnacascais.pt/5%C2%BA-Conc.-Ideias-de-Neg%C3%B3cio-de-Cascais.aspx?ID=626>
- EQUAL (2006), *Responding to industrial restructuring by opening up entrepreneurship to young people and women*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: http://ec.europa.eu/employment_social/equal/practical-examples/entrep-06-es-valnalon_en.cfm
- EQUAL (2011), *What is EQUAL?*, Acedido em 25 de Abril de 2011, em: http://ec.europa.eu/employment_social/equal/index_en.cfm?noredirect
- European Business & Innovation Centre Network (2008), *What is a Business Innovation Centre (BIC)?*, Acedido em 5 de Abril de 2011, em: <http://www.ebn.be/DisplayPage.aspx?pid=17>
- European Commission (2010a), *Entrepreneurship in the EU and Beyond: Analytical report*, http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_283_en.pdf
- European Commission (2010b), *Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth*, [http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET EN BARROSO 007 - Europe 2020 - EN version.pdf](http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20007%20Europe%2020%20-%20EN%20version.pdf)
- European Parliament (2000), *Lisbon European Council 23 and 24 March 2000: Presidency Conclusions*, Acedido em 8 de Abril de 2011, em: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm
- Eurostat (2011), *Patent applications to the EPO by priority year, by NUTS 2 region: Number of applications per million of inhabitants*, Acedido em 6 de Maio de 2011, em: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tgs00040>
- Escola Secundária da Lourinhã (2011), *CNO Lourinhã – Entrada*, Acedido em 17 de Maio de 2011, em: <http://cno.eslourinha.pt/>
- Expresso (2009), *Portugueses alugam mais casas* [Versão electrónica], *Expresso*, 17 de Setembro, <http://aeiou.expresso.pt/portugueses-alugam-mais-casas=f536213>
- Freguesia da Lourinhã (2011a), *Equipamentos Culturais*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.jf-lourinha.pt/Index.aspx?id=6zwWuKDAadmM=&m=s>
- Freguesia da Lourinhã (2011b), *Equipamentos Desportivos*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em: <http://www.jf-lourinha.pt/Index.aspx?id=ToE+r78Gh3c=&m=s>
- Freguesia da Lourinhã (2011c), *Estádio Municipal da Lourinhã*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.jf-lourinha.pt/Index.aspx?id=reDMv5qE3Lo=&m=s>
- GEM (2004), *The Global Entrepreneurship Monitor – Projecto GEM Portugal 2004*, [Versão Electrónica], <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=442>

- GEM (2007), Global Entrepreneurship Monitor – Projecto GEM Portugal 2007, [Versão Electrónica], <http://www.spi.pt/Downloads/GEM.pdf>
- GEM (2011), Global Entrepreneurship Monitor – 2010 Global Report, [Versão Electrónica], <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=1093>
- GesEntrepreneur (2011a), *A nossa experiência*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: http://www.gesentrepreneur.com/pdf/experiencia_gesentrepreneur.pdf
- GesEntrepreneur (2011b), *Apresentação Institucional*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: http://www.gesentrepreneur.com/pdf/apresentacao_institucional.pdf
- GesEntrepreneur (2011c), *Quem Somos*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: http://www.gesentrepreneur.com/quem_somos/apresentacao.asp
- Global Surf School & Camp (2010), *Localização*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em: <http://www.globalsurfschool.com/pt/localizacao.html>
- Gomes, Francisco (2007), *Caldas da Rainha: Câmara e AIRO lançam Academia de Empreendedores da Região Oeste*, Acedido em 21 de Maio de 2011, no website do Jornal Oeste Online: <http://www.oesteonline.pt/noticias/noticia.asp?nid=17679>
- IAPMEI (2001), *Centros de Apoio à Criação de Empresas: o que são?*, Acedido em 14 de Dezembro de 2010, em: <http://www.iapmei.pt/iapmei-art-03.php?id=360>
- IAPMEI (2008a), *Sobre as PME em Portugal*, http://www.iapmei.pt/resources/download/sobre_pme_2008.pdf
- IAPMEI (2008b), *Observatório da Criação de Empresas – Resultados do Inquérito 2007*, http://www.iapmei.pt/resources/download/oce_2007.pdf
- IAPMEI (2010), *Entidades Participadas*, Acedido em 14 de Dezembro de 2010, em: http://www.iapmei.pt/iapmei-ins-01.php?tema_id=5
- IAPMEI (2011a), *Finanças Empresariais – Garantia Mútua*, Acedido em 25 de Abril de 2011, em: <http://www.iapmei.pt/acessivel/iapmei-art-03.php?id=820>
- IAPMEI (2011b), *O que é o FINICIA?*, Acedido em 25 de abril de 2011, em: <http://www.iapmei.pt/iapmei-mstplindex.php?msid=12>
- INE (2001), *Recenseamento Geral da Agricultura 1999 – Ribatejo e Oeste*, http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=377090&att_display=n&att_download=y
- INE (2007a), *Empresas em Portugal 2007*, [Versão Electrónica] http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=69637939&att_display=n&att_download=y

- INE (2007b), Factores de Sucesso das Iniciativas Empresariais,
http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=6189102&att_display=n&att_download=y
- INE (2007c), *População residente (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 20 de Dezembro de 2010), em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000972&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007d), *População empregada (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2001) e Actividade económica (CAE Rev. 2.1); Decenal*, Acedido em 20 de Dezembro de 2010) -
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000670&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007e), *Proporção da população residente com ensino superior completo (%) por Local de residência (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000985&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007f), *Índice de diversificação social (N.º) por Local de Residência (à data dos Censos 2011); Decenal*, Acedido em 4 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000679&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007g), *Proporção de edifícios acessíveis a pessoas com mobilidade condicionada (%) por Localização geográfica (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 1 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000724&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007h), *Proporção de alojamentos clássicos arrendados ou subarrendados (%) por Localização geográfica (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000977&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007i), *Proporção da população residente de nacionalidade estrangeira (%) por Local de residência (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 3 de Novembro de 2010, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000976&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2007j), *Índice de renovação da população em idade activa (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 9 de Janeiro de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000665&contexto=bd&selTab=tab2

- INE (2007k), *Proporção de alojamentos familiares clássicos de uso sazonal (%) por Localização geográfica (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 3 de Novembro de 2010, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001043&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2008), *População estrangeira que solicitou estatuto de residente por habitante (%) por Local de residência; Anual*, Acedido em 4 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001288&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2009a), *O Empreendedorismo em Portugal: Indicadores sobre a Demografia das Empresas*,
http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=71484861&att_display=n&att_download=y
- INE (2009b), *Anuário Estatístico da Região Centro 2008*,
http://www.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=79318514&att_display=n&att_download=y
- INE (2009c), *Empresas (N.º) por Localização geográfica e Escalão de pessoal ao serviço; Anual*, Acedido em 3 de Dezembro de 2010, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0002164&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2009d), *Proporção de profissionais socialmente mais valorizados (%) por Local de residência (à data dos Censos 2001); Decenal*, Acedido em 9 de Janeiro de 2010, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000973&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010a), *Estatísticas Territoriais*, Acedido em 20 de Dezembro de 2010, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_unid_territorial&menuBOUI=13707095&contexto=ut&selTab=tab3
- INE (2010b), *Diplomados do ensino superior em áreas científicas e tecnológicas por 1000 habitantes (N.º) por Localização Geográfica (NUTS – 2002); Anual*, Acedido em 4 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000888&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010c), *Proporção de casamentos celebrados entre indivíduos de nacionalidade portuguesa e nacionalidade estrangeira (países extracomunitários - %) por Local de registo; Anual*, Acedido em 4 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0002144&contexto=bd&selTab=tab2

- INE (2010d), *Hospitais (N.º) por Localização geográfica e Natureza institucional; Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000358&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010e), *Estabelecimentos de bancos e caixas económicas (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2002); Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000224&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010f), *Estabelecimentos de caixas de crédito agrícola mútuo (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2002); Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000225&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010g), *Valor médio dos prédios transaccionados (€/N.º) por Localização geográfica e Tipo de prédio; Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0001077&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010h), *Municípios com linhas ou programas municipais de financiamento (N.º) por Localização geográfica e Tipo de programa municipal de financiamento; Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0004258&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2010i), *Farmácias e postos farmacêuticos móveis por 1000 habitantes (N.º) por Localização geográfica; Anual*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000369&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2011a), *Proporção de casamentos católicos (%) por Local de residência; Anual*, Acedido em 1 de Maio de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000602&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2011b), *Taxa de criminalidade (%) por Localização geográfica e Categoria de crime; Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000849&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2011c), *Crimes registados (N.º) pelas autoridades policiais por Localização geográfica e Categoria de crime; Anual*, Acedido em 30 de Abril de 2011, em:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0000848&contexto=bd&selTab=tab2
- INE (2011d), *Retrato Territorial de Portugal 2009*, [Versão electrónica],
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=118877009&PUBLICACOESmodo=2

- Iniciativa Glocal (2010), *Lançamento da Linha SOS Empreendedor 707 30 62 94*,
Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/newsDesGlocal.aspx?mtid=3&lg=PT&mid=46&SNI
D=108&pageindex=0](http://www.iniciativaglocal.eu/newsDesGlocal.aspx?mtid=3&lg=PT&mid=46&SNI
D=108&pageindex=0)
- Iniciativa Glocal (2011a), *Glocal em acção > Apoio ao Empreendedor > Fases do
processo*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=38&mmid=17&mtid=
3&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=38&mmid=17&mtid=
3&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011b), *Glocal em acção > Apoio ao Empreendedor > Programa
Individual de Formação*, Acedido em 24 de abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=40&mmid=17&mtid=
3&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=40&mmid=17&mtid=
3&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011c), *Glocal em acção > Apoio ao Empreendedor > Programa
Premium*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=39&mmid=17&mtid=
3&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=39&mmid=17&mtid=
3&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011d), *Glocal em acção > Apoio ao Empreendedor > Serviços
Associados aos dois Programas*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=41&mmid=17&mtid=
3&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=41&mmid=17&mtid=
3&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011e), *Glocal em acção > Ideias / Oportunidades*, Acedido em 24
de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=16&mmid=3&mtid=3
&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=16&mmid=3&mtid=3
&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011f), *Glocal em acção > SIM – Sistema de Microcrédito > O SIM*,
Acedido em 24 de Abril de 2011, em:
[http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=42&mmid=18&mtid=
3&lg=PT](http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=42&mmid=18&mtid=
3&lg=PT)
- Iniciativa Glocal (2011g), *Iniciativa > Apresentação*, Acedido em 24 de Abril de 2011,
em: <http://www.iniciativaglocal.eu/showContentType2.aspx?mid=6&mtid=1&lg=PT>
- Instituto dos Registos e do Notariado (2011a), *Empresas constituídas*, Acedido em 10
de Maio de 2011, em:
<http://www.estatisticasempresariais.mj.pt/Paginas/filtros.aspx?estatistica=18>
- Instituto dos Registos e do Notariado (2011b), *Empresas extintas*, Acedido em 10 de
Maio de 2011, em:
<http://www.estatisticasempresariais.mj.pt/Paginas/filtros.aspx?estatistica=19>
- Instituto dos Registos e do Notariado (2011c), *Trabalhadores afectos a Investigação e
Desenvolvimento*, Acedido em 3 de Maio de 2011, em:
<http://www.estatisticasempresariais.mj.pt/Paginas/filtros.aspx?estatistica=11>

- Instituto Politécnico de Leiria (2011), *Escolas e outras Unidades*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=5623
- Instituto Superior Politécnico do Oeste (2011), *O Instituto – Missão e Objectivos*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.ispo.pt/index.php/instituto/o-instituto>
- Invest Lisboa (2011a), *Escritórios Virtuais Invest Lisboa*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://ev.investlisboa.com/pacotes-de-servi-os/>
- iOnline (2009), *Presidente do Crédito Agrícola defende que bancos cooperativos resistem melhor à crise*, Acedido em 16 de Maio de 2011, em: <http://www.ionline.pt/conteudo/27061-presidente-do-credito-agricola-defende-que-bancos-cooperativos-resistem-melhor--crise>
- Jornal Alvorada (2008), *Casa Escola Agrícola da Lourinhã corre o risco de encerrar no final de 2009: Sobrevivência comprometida por falta de cursos*, [Versão Electrónica], Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.alvorada.pt/noticia.php?id=2979>
- Jornal Alvorada (2009a), *Extinção da associação foi decidida em Assembleia Geral realizada nas Caldas da Rainha: Ponto final na Casa Escola Agrícola*, [Versão Electrónica], Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.alvorada.pt/noticia.php?id=3674>
- Jornal Alvorada (2009b), *Nova obra resulta do entendimento de três entidades do concelho da Lourinhã: Rotunda assinala Capital dos Dinossauros*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.alvorada.pt/noticia.php?id=3516>
- Junior Achievement Portugal (2008a), *Factos e Números*, Acedido em 25 de Abril de 2011, em: http://portugal.ja-ye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1002:1042790462209052:::1002:P1002_HID_ID,P1016_HID_INSTITUTION_ID:8752,7
- Junior Achievement Portugal (2008b), *Parceiros*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: <http://portugal.ja-ye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1009:2010452227004608>
- Junior Achievement Portugal (2008c), *Secundário*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: http://portugal.ja-ye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1002:3231391747828321:::1002:P1002_HID_ID:6813
- Junior Achievement Portugal (2008d), *Sobre Nós*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: http://portugal.ja-ye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1002:1042790462209052:::1002:P1002_HID_ID,P1016_HID_INSTITUTION_ID:6799,7

- Junior Achievement Portugal (2008e), *Universitário*, Acedido em 25 de Outubro de 2010, em: http://portugal.ja-ye.org/pls/apex31mb/f?p=17000:1002:2843263363018464:::1002:P1002_HID_ID:6814
- Jornal de Notícias (2009), Cavaco pede “ousadia” aos empreendedores [Versão electrónica], *Jornal de Notícias*, 16 de Novembro, http://www.jn.pt/PaginaInicial/Nacional/Interior.aspx?content_id=1422030&page=-1
- Lee, S. Y., R. Florida, Z. J. Acs (2004), *Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation*, <http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Creativity%20and%20Entrepreneurship.%20A%20Regional%20%28Lee.%20Florida.%20Acs%29.pdf>
- Lusa (2008), ‘Mentalidade antiquada’ prejudica Portugal, diz economista, *Lusa*, 17 de Abril, <http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Portugal%20%27Mentalidade%20antiquada%27%20prejudica%20Portugal,%20diz%20economista.pdf>
- Manso, J. R. P., N. M. Simões (2009), *Indicador Sintético de Desenvolvimento Económico e Social ou de Bem-estar dos Municípios do Continente Português*, Observatório para o Desenvolvimento Económico e Social da Universidade da Beira Interior, <http://www.dge.ubi.pt/pmanso/Estudo%20sobre%20qualidade%20de%20vida%20dos%20concelhos%20portugueses%202009.pdf>
- MANUAL – Estudos de Habitação, Urbanismo e Arquitectura, Lda. (2010), *Plano Estratégico da Lourinhã: Diagnóstico Estratégico, Outubro de 2010*, [Versão Electrónica], <http://www.cm-lourinha.pt/Download.aspx?x=d0fc0c1e-5c49-4df4-9519-6a021d0f6838>
- Manuel, E. G. (2006), *Entrepreneurship and Economics*, http://mpra.ub.uni-muenchen.de/2136/1/MPRA_paper_2136.pdf
- Martins, N., C. Figueiredo, F. Azevedo, F. Ribeiro, M. Proença, M. J. Abreu (2007), *Cidades Inovadoras e Competitivas para o Desenvolvimento Sustentável*, Departamento de Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais - Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território, e do Desenvolvimento Regional, http://www.dpp.pt/pages/files/Relatorio_Cidades_Inteligentes.pdf
- Martins, N., E. Domingos, F. Ribeiro, P. de Carvalho (2008), *Política de Cidades Polis XXI: Redes Urbanas para a Competitividade e a Inovação*, Departamento de Prospectiva e Planeamento e Relações Internacionais – Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território, e do Desenvolvimento Regional, http://www.dpp.pt/pages/files/Redes_Urbanas_Relat_Final.pdf
- Ministério da Saúde (2011), *Início > Prestadores*, Acedido em 7 de Maio de 2011, em: <http://www.min-saude.pt/Portal/servicos/prestadoresV2/?providerid=469>

- Município da Lourinhã (2008), *Acta 03/2007: Reunião Ordinária de 29 de Janeiro de 2008 (Pública)*, [Versão Electrónica], Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/Download.aspx?x=b645c3cc-d032-4917-a041-d178a752da68&q=aer%C3%B3dromo>
- Município da Lourinhã (2011a), *Outros contactos úteis*, Acedido em 7 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=300451bb-7b5b-4954-9744-d847f266c731>
- Município da Lourinhã (2011b), *Moledo*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=92205119-cf42-47ff-817c-65581ca4a095&q=in%C3%AAs>
- Município da Lourinhã (2011c), *"Moledo Com Vida" dá mote a projecto de parceria entre a Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa e a Câmara Municipal da Lourinhã/Junta de Freguesia de Moledo*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=2c2a6a43-80f8-4415-9346-2e9a773f882b&q=in%C3%AAs>
- Município da Lourinhã (2011d), *Moledo: Inauguração de Esculturas Alusivas a D. Pedro e D. Inês*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=4dd92249-2a00-4c31-97ac-eb5e3d640ef4>
- Município da Lourinhã (2011e), *Recital da Orquestra Metropolitana de Lisboa na Igreja Matriz do Moledo*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=6ed5c239-9512-4f39-acee-ed46c1e117d2>
- Município da Lourinhã (2011f), *Moinhos de Vento*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=946a1ad1-699a-43ba-aa2f-6e8b1447eafd&m=c71>
- Município da Lourinhã (2011g), *Homologação de Percursos Pedestres do Concelho*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=932812ba-aaaa-435b-a3b7-0d04324f4c48>
- Município da Lourinhã (2011h), *Desporto*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=d5b0f392-5d51-4dcb-9cb3-fa270174170c&m=a21>
- Município da Lourinhã (2011i), *Passeio Pedestre no Moledo – Na Rota de Pedro e Inês*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=679de561-23dc-4565-9cd1-c8b3ee1c0a40>
- Município da Lourinhã (2011j), *Passeio Pedestre Celebra Dia Internacional dos Monumentos e dos Sítios*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/News/newsdetail.aspx?news=4141d2a7-87a0-4eb5-b686-77e77132656f>

- Município da Lourinhã (2011k), *Ciclovía Lourinhã – Praia da Areia Branca*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=8f8bc362-1942-4a1e-8f56-b73968631e78>
- Município da Lourinhã (2011l), *Infra-estruturas Desportivas*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=7bd08089-f025-4d60-a9c5-409d88b0a652&m=b83>
- Município da Lourinhã (2011m), *Um Projecto para Portugal, para a Região Oeste e para a Lourinhã...*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=a5e63992-6b12-4dc2-a2bb-6cc1b594ace1&m=c85>
- Município da Lourinhã (2011n), *A Batalha do Vimeiro*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=f171a339-a174-4242-93af-94b92010258c&m=c244>
- Município da Lourinhã (2011o), *Região Demarcada*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=60dfccb9-0f22-4207-9007-c6febdf252a4>
- Município da Lourinhã (2011p), *Parque da Fonte Lima*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=db0008da-dad3-4246-8192-1524cadf1e11&m=c74>
- Município da Lourinhã (2011q), *Transportes*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=f7ee76e7-8eca-4d28-838c-9b5610ed3c32>
- Município da Lourinhã (2011r), *Bares*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/catalogs/listentities.aspx?m=b250&category=18&page=2>
- Município da Lourinhã (2011s), *Associações do Concelhos da Lourinhã*, Acedido em 9 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=41f161d5-743e-47ba-84ab-e95fa66b5103&m=b87>
- Município da Lourinhã (2011t), *GIP – Gabinete de Inserção Profissional*, Acedido em 11 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=ccd82149-3447-4d4b-9c23-8b1d9cdd3a42&m=a114>
- Município da Lourinhã (2011u), *Gabinete de Apoio ao Empresário da Lourinhã – ACIRO*, Acedido em 11 de Maio de 2011, em: <http://www.cm-lourinha.pt/custompages/showpage.aspx?pageid=1d752813-1187-4c98-bedc-92bec9f1d432&m=b42>

- Município das Caldas da Rainha (2007), *Plano Regional de Promoção e Estímulo ao Empreendedorismo 2007-2008*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.cm-caldas-rainha.pt/portal/page/portal/CALDAS_COMPETITIVA/ACADEMIA_EMPREENDEDORES_OESTE
- Município de Óbidos (2006), *“Oeste Empreendedor” incentiva à criação do próprio emprego*, Acedido em 16 de Março de 2010, em: <http://www.cm-obidos.pt/manchete/detalhe.aspx?detail=1&id=2545604>
- Município de Peniche (2007), *Oeste Empreendedor promove sessões de trabalho com técnicos*, Acedido em 24 de Abril de 2011, em: <http://www.cm-peniche.pt/News/newsdetail.aspx?m=b86&news=34a4c14e-fb59-43fa-b5c3-c690f75c54c7>
- Nazaré Qualifica (2008a), *Escolas Empreendedoras*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=42
- Nazaré Qualifica (2008b), *Banco de Ideias*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=40
- Nazaré Qualifica (2008c), *Finicia – Nazaré*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=30&Itemid=44
- Nazaré Qualifica (2008d), *Finicia Jovem*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=46
- Nazaré Qualifica (2008e), *Outras Soluções de Financiamento*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=31&Itemid=45
- Nazaré Qualifica (2008f), *Empreendedorismo Social*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=33&Itemid=47
- Nazaré Qualifica (2008g), *Business Angels*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=34&Itemid=48
- Nazaré Qualifica (2008h), *Capital de Risco*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Itemid=49

- Nazaré Qualifica (2008i), *Incubadoras de Empresas*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=50
- Nazaré Qualifica (2010a), *Concurso "Escolas Empreendedoras" da Nazaré*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=51
- Nazaré Qualifica (2010b), *Parque Empresarial*, Acedido em 21 de Maio de 2011, em:
http://www.nazarequalifica.pt/website/index.php?option=com_content&task=view&id=29&Itemid=43
- OECD (2002), *OECD Small and Medium Enterprise Outlook*,
http://pintoconsulting.blog385.com/eng/wp-content/uploads/2009/04/23_sme_outlook_2002.pdf
- OECD (2010), *OECD Factbook 2010: Economic, Environmental and Social Statistics* [Versão electrónica], OECD Publishing, http://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-factbook-2010/self-employment-rates-table_factbook-2010-table144-en
- Oeste Empreendedor (2007), “*Entrepreneurship as a Regional Development Strategy: Final Report*”, [Versão electrónica],
http://www.entreeprojektet.se/upload_docs/190_Oeste%20Empreendedor%20rapport%20konferens%2017-18%20April.pdf
- OESTE.TV (2007), *Oeste Empreendedor – Um ano de projecto – I*, Acedido em 22 de Novembro de 2009, em: <http://www.oeste.tv/televisao/?v=MjA4>
- Portugal Diário (2009), *Traçado do IC11 «chumbado» por causa da agricultura*, Acedido em 7 de Maio de 2011, em: <http://diario.iol.pt/ambiente/ambiente-agricultura-ic11-estradas-torres-vedras-iol/1035756-4070.html>
- PricewaterhouseCoopers (2010), *Talent Mobility 2020: The next generation of international assignments*, [Versão electrónica],
<http://www.pwc.com/gx/en/managing-tomorrows-people/future-of-work/pdf/talent-mobility-2020.pdf>
- Público (2011), *Óbidos: Câmara investe 1,6 milhões em Praça da Criatividade*, Acedido em 23 de Janeiro de 2011, em: <http://publico.pt/1476650>
- Ripar Surf School (2011), Acedido em 9 de Maio de 2011, em:
<http://www.riparsurfschool.com/localizacao.html>
- Rose, D. S. (2011), *Are experienced angel investors really more tolerant of smaller markets than VCs?*, Acedido em 16 de Maio de 2011, no site Quora:
<http://www.quora.com/Are-experienced-angel-investors-really-more-tolerant-of-smaller-markets-than-VCs>

SAL Sistemas de Ar Livre (2011), *Passeios Pedestres SAL*, Acedido em 8 de Maio de 2011, em: http://www.sal.pt/m1_agenda_passeios/pp_tributo_a_cesar.shtml

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (2011), *População Estrangeira Residente em Portugal*, Acedido em 4 de Maio de 2011, em: <http://sefstat.sef.pt/Lisboa.aspx>

Sousa, M. (2011), *Ciclo de Conferências comemora centenário do Crédito Agrícola*, Acedido em 16 de Maio de 2011, no website do Jornal das Caldas Online: <http://www.jornaldascaldas.com/index.php/2011/05/12/ciclo-de-conferencias-comemora-centenario-do-credito-agricola-2/>

Anexos

Anexo 1 – Classe Criativa

Richard Florida dividiu a Classe Criativa em dois subgrupos: um núcleo super-criativo (*super-creative core*) – que inclui cientistas, professores universitários, escritores, ou artistas – e os profissionais criativos – que trabalham, por exemplo, em sectores tecnológicos ou financeiros.

Fora da sua definição de Classe Criativa ficam pessoas como os operários ou os trabalhadores dos serviços.

A decomposição por categorias ocupacionais, tal como definida por Florida (2002: 328), é a seguinte³⁹:

Creative Class

Super-Creative Core

- *Computer and mathematical occupations;*
- *Architecture and engineering occupations;*
- *Life, physical, and social science occupations;*
- *Education, training, and library occupations;*
- *Arts, design, entertainment, sports and media occupations.*

Creative Professionals

- *Management occupations;*
- *Business and financial operations occupations;*
- *Legal occupations;*
- *Healthcare practitioners and technical occupations;*
- *High-end sales and sales management.*

Working Class

- *Construction and extraction occupations;*
- *Installation, maintenance, and repair occupations;*
- *Production occupations;*
- *Transportation and material moving occupations-*

Service Class

- *Health care support occupations;*
- *Food preparation and food-service-related occupations;*

³⁹ De modo a permitir que a ideia transmitida seja mais fiel à definição do autor, preservam-se as designações das categorias no inglês original.

- *Building and grounds cleaning and maintenance occupations;*
- *Personal care and service occupations;*
- *Low-end sales and related occupations;*
- *Office and administrative support occupations;*
- *Community and social service occupations;*
- *Protective service occupations.*

Agriculture

- *Farming, fishing and forestry occupations.*

Anexo 2 – Modelo para Medição do Empreendedorismo (OCDE / Eurostat)

Determinants						Entrepreneurial Performance			Impact		
Regulatory Framework	R&D and Technology	Entrepreneurial Capabilities	Culture	Access to Finance	Market Conditions	Firms	Employment	Wealth	Job Creation	Economic Growth	Poverty Reduction
Administrative Burdens for Entry	R&D Investment	Training and experience of entrepreneurs	Risk Attitude in Society	Access to Debt Financing	Anti-Trust Laws	Employer firm birth rate	High Growth Firm Rate by Employment	High Growth Firm Rate by Turnover			
Administrative Burdens for Growth	University/ Industry Interface	Business and Entrepreneurship Education (skills)	Attitudes Towards Entrepreneurs	Business Angels	Competition	Employer firm death rate	Gazelle Rate by Employment	Gazelle Rate by Turnover			
Bankruptcy Regulations	Technological Cooperation Between Firms	Entrepreneurship Infrastructure	Desire for Business Ownership	Access to VC	Access to the Domestic Market	Business churn	Ownership rate start-ups	Value-added by young firms			
Safety, Health and Environmental Regulations	Technology Diffusion	Immigration	Entrepreneurship Education (mindset)	Access to Other Types of Equity	Access to Foreign Markets	Net business population growth	Ownership rate business population	Productivity contribution, young firms			
Product Regulation	Broadband Access			Stock Markets	Degree of Public Involvement	Survival rate, 3 and 5 years	Employment: 3 and 5 year old firms	Innovation Performance, young or small firms			
Labour Market Regulation	Patent System; Standards				Public Procurement	Proportion 3 and 5 year survival	Average firm size after 3 and 5 years	Export Performance, Small firms			
Court & Legal Framework											
Social and Health Security											
Income taxes; Wealth/Bequest Taxes											
Business and Capital Taxes											

Tabela 3 - Modelo para medição do empreendedorismo (OCDE/Eurostat); Fonte: Ahmad et al., 2007

Anexo 3 – Ranking Global Creativity Index

Ranking	País	GCI	Talento				Tecnologia			Tolerância		
			Índice de Talento	Classe Criativa	Índice de Capital Humano	Índice de Talento Científico	Índice de Tecnologia	Índice de I&D	Índice de Inovação (Patentes)	Índice de Tolerância	Índice de Valores	Índice de Auto-Expressão
1	Suécia	0,808	0,642	22,93	16,94	5.186	0,819	4,27	195,97	0,964	1,60	2,22
2	Japão	0,766	0,702	-	19,20	5.321	0,785	3,09	261,53	0,811	1,84	0,68
3	Finlândia	0,684	0,728	24,66	14,80	7.110	0,626	3,40	141,09	0,698	0,80	1,04
4	E.U.A.	0,666	0,601	23,55	28,34	4.099	0,827	2,82	307,06	0,571	-0,53	1,64
5	Suíça	0,637	0,541	22,05	15,83	3.592	0,625	2,64	196,38	0,744	0,77	1,45
6	Dinamarca	0,613	0,597	21,29	21,50	3.476	0,385	2,09	89,38	0,858	1,11	1,96
7	Islândia	0,612	0,658	24,12	18,85	-	0,463	3,04	67,38	0,717	0,37	1,72
8	Países Baixos	0,611	0,643	29,54	20,87	2.572	0,366	2,02	83,05	0,824	0,81	2,05
9	Noruega	0,595	0,686	18,77	27,60	4.377	0,279	1,62	58,94	0,819	1,26	1,46
10	Alemanha	0,577	0,468	20,09	13,48	3.153	0,511	2,50	136,77	0,753	1,13	1,08
11	Canadá	0,548	0,603	24,96	20,38	2.978	0,400	1,85	116,02	0,641	-0,18	1,78
12	Austrália	0,528	0,672	30,14	19,24	3.439	0,246	1,53	45,13	0,665	-0,20	2,00
13	Bélgica	0,526	0,571	30,41	12,70	2.953	0,338	1,96	69,80	0,670	0,48	1,20
14	Israel	0,525	0,371	20,48	-	1.563	0,670	3,62	152,45	0,533	0,25	0,37
15	Reino Unido	0,517	0,567	25,70	18,00	2.666	0,327	1,90	67,43	0,657	0,26	1,37
16	Coreia do Sul	0,465	0,371	8,80	17,47	2.880	0,465	2,96	74,73	0,560	1,08	-0,43
17	França	0,462	0,378	-	11,87	2.718	0,364	2,20	68,27	0,643	0,49	0,97
18	Nova Zelândia	0,459	0,510	27,07	13,92	2.197	0,175	1,11	32,22	0,693	0,09	1,87
19	Áustria	0,438	0,311	17,20	6,83	2.313	0,339	1,94	72,43	0,665	0,22	1,48
20	Irlanda	0,414	0,586	33,47	13,96	2.190	0,190	1,17	37,25	0,467	-0,92	1,27

21	República Checa	0,382	0,317	16,60	11,13	1.466	0,148	1,30	1,56	0,681	1,19	0,42
22	Grécia	0,371	0,403	22,81	12,39	1.400	0,074	0,67	2,45	0,636	0,73	0,62
23	Espanha	0,365	0,449	19,81	16,89	1.948	0,115	0,96	6,54	0,532	0,09	0,56
24	Estónia	0,36	0,500	26,23	-	1.947	0,082	0,76	0,73	0,498	1,24	-1,14
25	Federação Russa	0,339	0,521	21,10	-	3.494	0,112	1,00	1,62	0,385	1,08	-1,86
26	Itália	0,335	0,252	13,59	10,05	1.128	0,162	1,04	29,49	0,591	0,18	0,93
27	Ucrânia	0,296	0,404	20,09	-	2.118	0,103	0,95	0,43	0,380	0,90	-1,68
28	Eslováquia	0,291	0,304	15,08	10,32	1.774	0,068	0,65	0,19	0,500	0,65	-0,39
29	Hungria	0,282	0,374	18,50	14,05	1.440	0,113	0,95	5,89	0,358	0,38	-1,22
30	Croácia	0,280	0,224	13,74	-	1.187	0,110	0,98	1,83	0,505	0,08	0,35
31	Bulgária	0,275	0,329	19,76	-	1.167	0,058	0,57	0,38	0,437	1,15	-1,52
32	Letónia	0,262	0,344	20,94	-	1.078	0,038	0,40	0,42	0,403	0,70	-1,25
33	Uruguai	0,240	0,220	15,45	9,00	276	0,021	0,26	0,60	0,478	-0,22	0,50
34	Polónia	0,239	0,331	17,01	11,89	1.473	0,070	0,67	0,41	0,315	-0,44	-0,56
35	Portugal	0,234	0,243	13,91	6,63	1.754	0,085	0,78	1,20	0,373	-0,89	0,47
36	China	0,230	0,031	-	1,43	584	0,109	1,00	0,15	0,550	1,16	-0,61
37	Geórgia	0,219	0,345	15,54	-	2.421	0,030	0,33	0,38	0,282	-0,04	-1,32
38	Argentina	0,199	0,193	11,43	9,12	684	0,045	0,45	1,36	0,357	-0,94	0,40
39	Turquia	0,186	0,212	14,74	8,90	306	0,065	0,63	0,16	0,282	-0,83	-0,35
40	Chile	0,185	0,160	-	9,02	419	0,055	0,54	0,78	0,339	-0,88	0,18
41	Índia	0,177	0,085	-	6,00	157	0,137	1,23	0,17	0,309	-0,53	-0,50
42	México	0,164	0,150	5,28	13,29	225	0,043	0,43	0,81	0,299	-1,47	0,58
43	Brasil	0,159	0,128	-	7,67	323	0,083	0,77	0,64	0,266	-1,27	0,06
44	Peru	0,132	0,138	9,67	8,09	229	0,000	0,08	0,15	0,258	-1,33	0,07
45	Roménia	0,127	0,131	9,76	-	879	0,035	0,37	0,45	0,214	-0,25	-1,62

Tabela 4 - Ranking de países segundo o GCI; Fonte: Florida, 2007

Anexo 4 – Pesquisa de exemplos de promoção e apoio do empreendedorismo

A pesquisa efectuada incidiu sobre projectos de duas tipologias: em primeiro lugar, projectos de carácter local ou regional que servem, sobretudo, de inspiração e que podem fornecer exemplos de iniciativas a implementar no Concelho da Lourinhã; em segunda instância, iniciativas de carácter geográfico mais abrangente que, para além de fonte de inspiração, são levadas a cabo por organizações que podem ser potenciais parceiras na criação de projectos de fomento do empreendedorismo no Concelho da Lourinhã.

Começa-se, então, por apresentar alguns exemplos de projectos vocacionados para incentivar o empreendedorismo, de carácter municipal ou regional.

Oeste Empreendedor

O Oeste Empreendedor foi um projecto resultante de uma parceria entre a Associação de Desenvolvimento Regional do Oeste (ADRO), a Associação Industrial da Região do Oeste (AIRO), a Associação para o Desenvolvimento de Peniche (ADEPE) e a Cooperativa de Educação e Reabilitação de Cidadãos Inadaptados de Peniche (Cercipeniche), às quais se juntaram, numa segunda fase, a Associação Comercial, Industrial e Serviços do Oeste (ACIRO), o Instituto Politécnico de Leiria (IPL), o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) e a empresa Janela Digital (Barroso, 2006b). Foi co-financiado pelo Fundo Social Europeu e pelo Estado Português, através da iniciativa comunitária EQUAL (Barroso, 2006b). Teve o seu início em Setembro de 2005 e decorreu até Agosto de 2007 (OESTE.TV, 2007).

Os seus objectivos passavam por capacitar as pessoas para a criação da sua própria empresa, proporcionar condições para a criação e expansão de novas empresas e potenciar a intervenção das organizações regionais de apoio ao empreendedorismo e de desenvolvimento local (Barroso, 2006b).

Entre os projectos levados a cabo contam-se:

- a realização de *workshops* subordinados ao tema do empreendedorismo, especialmente orientados para um público jovem, estudantil (Câmara Municipal do Bombarral, 2006);

- a promoção de concursos de ideias, de âmbito regional, em estabelecimentos de ensino e formação profissional sediados nas cidades de Caldas da Rainha, Torres Vedras e Peniche, com prémios monetários para os alunos autores das melhores ideias de negócio (Associação para o Desenvolvimento de Peniche, 2007a);
- a criação de gabinetes do empreendedor, responsáveis por atender pessoas com ideias de negócio, dando-lhes aconselhamento, formação e acompanhamento na criação das suas actividades empresariais; foram criados nas instalações de quatro dos parceiros do Oeste Empreendedor: AIRO – nas Caldas da Rainha –, ADEPE – em Peniche –, ACIRO e ADRO – ambas em Torres Vedras (Barroso, 2006a);
- a realização de sessões de trabalho com técnicos envolvidos no apoio a empreendedores e / ou empresários, de modo a partilhar ferramentas e competências (de modo bi-direccional) e a estreitar relações com eles, cimentando uma rede de promoção do empreendedorismo na região (Município de Peniche, 2007);
- a partilha de experiências com parceiros de outros países (País-de-Gales, Alemanha e Suécia (Município de Óbidos, 2007; Associação para o Desenvolvimento de Peniche, 2007b; Oeste Empreendedor, 2007).

Após o fim do projecto, a expectativa é a de que a rede criada contribua para, de uma forma integrada, promover sinergias entre os actores do desenvolvimento económico e fomentar e apoiar o empreendedorismo (Associação de Desenvolvimento Regional do Oeste, 2011).

Academia de Empreendedores da Região Oeste

A Academia de Empreendedores da Região Oeste é uma iniciativa da Associação Industrial da Região Oeste (AIRO), em parceria com a Câmara Municipal das Caldas da Rainha, com o objectivo de estimular o empreendedorismo na Região Oeste (Município das Caldas da Rainha, 2007).

A acção desta iniciativa passa por três tipos de acções:

- Concurso regional de promoção e estímulo ao empreendedorismo para jovens dos 18 aos 35 anos, com o objectivo de criarem uma nova empresa, produto ou tecnologia, e recebendo prémios monetários e de apoio (incubação e consultoria)

no arranque da empresa (Gomes, 2007; Associação Industrial da Região Oeste, 2011a);

- Promoção de seminários de estímulo ao empreendedorismo em estabelecimentos de ensino superior da região – designadamente, nos pólos da Universidade Católica e do Instituto Politécnico de Leiria nas Caldas da Rainha (Município das Caldas da Rainha, 2007; Associação Industrial da Região Oeste, 2011a);
- Promoção do empreendedorismo em instituições de ensino, através de três programas, orientados para 2.º, 3.º ciclos e secundário⁴⁰ (Associação Industrial da Região Oeste, 2010; Associação Industrial da Região Oeste, 2011b).

No entanto, apesar do seu objectivo inicial passar pelo incentivo ao empreendedorismo por toda a Região Oeste, a sua intervenção tem incidido essencialmente no município das Caldas da Rainha (Associação Industrial da Região Oeste, 2010; Associação Industrial da Região Oeste, 2011b; Município das Caldas da Rainha, 2007; Gomes, 2007).

Iniciativa GLOCAL

A Iniciativa GLOCAL intervém na região de Trás-os-Montes e Alto Douro e resulta de uma parceria entre uma empresa de consultoria e várias entidades da região. Iniciou actividade em 2002 e é co-financiada pela Iniciativa Comunitária EQUAL⁴¹ (Iniciativa Glocal, 2011g).

Entre as suas acções contam-se:

- Linha SOS Empreendedor: criada para permitir o acesso gratuito a informação especializada e o redireccionamento para serviços de apoio ao empreendedor (Iniciativa Glocal, 2010);
- Mercado de Ideias: que é um espaço onde os empreendedores podem propor as suas ideias de negócio para serem apadrinhadas por empresas ou empresários da região, promovendo assim o *matching* em relações de *win-win* (Iniciativa Glocal, 2011e);

⁴⁰ As designações dos programas têm variado ligeiramente desde a 1ª edição, mas a sua natureza específica por ciclo de estudos tem-se mantido (Associação Industrial da Região Oeste, 2011a; Associação Industrial da Região Oeste, 2010; Associação Industrial da Região Oeste, 2011b).

⁴¹ A IC EQUAL é uma iniciativa da União Europeia, na área do desenvolvimento dos recursos humanos, que tem por missão combater as desigualdades e a discriminação no acesso ao trabalho (EQUAL, 2011).

- Formação Fases do Processo Empreendedor: formação de 2 dias, para potenciais empreendedores, onde são estimulados a apresentar ideias de negócio e / ou trabalhar oportunidades já detectadas para o seu concelho (Iniciativa Glocal, 2011a);
- Programa Premium: desenvolvido para preparar os empreendedores e premiá-los pelo seu trabalho, compreende quatro fases: (i) Ateliers de Ideias, (ii) Formação Inicial de Empreendedores (em sala), (iii) Formação-acção (orientada para a análise e resolução de problemas reais) e (iv) Galeria de Negócios, com atribuição de prémios (Iniciativa Glocal, 2011c);
- Programa Individual de Formação: para os empreendedores que não se enquadrem na metodologia do Programa Premium; consiste em (i) Balanço de Competências Individual e (ii) Formação-acção (Iniciativa Glocal, 2011b);
- Tutoria e Acompanhamento: acompanhamento ao longo das várias fases de constituição do projecto empresarial por parte de um tutor / consultor, para apoio à maturação da ideia, concepção do plano de negócios, montagem da operação de financiamento, etc (Iniciativa Glocal, 2011d);
- Montagem da Operação de Financiamento: apoio dado ao empreendedor, na fase de arranque da actividade, no acesso a financiamento adequado (Iniciativa Glocal, 2011d);
- Sistema de Mentores Voluntários: orientação dada por um mentor voluntário (empresário ou gestor implementado ou reformado) em áreas práticas da criação e gestão do negócio, podendo o empreendedor beneficiar da experiência, conhecimento do mercado e rede de contactos do mentor (Iniciativa Glocal, 2011d; Coelho, 2010);
- Sistema de Apadrinhamento: financiamento de projectos por parte de empresas e empresários da região, através de participações minoritárias e preferencialmente temporárias no capital social das empresas (Coelho, 2010);
- Serviços de Incubação, através de dois tipos de serviço: a INCUTAD – implementada em conjunto com a UTAD e orientada para negócios com elevado grau de inovação, desenvolvidos por recém-licenciados –, e a Incubadora Real – instalada em Vila Real e orientada para a promoção da participação da comunidade rural no desenvolvimento do empreendedorismo (Iniciativa Glocal, 2011d);

- Empreender em Rede: iniciativa que assenta em na cooperação inter-empresarial e em que são identificadas áreas de negócio para empreendedores, fornecendo-lhes planos de negócio, com o negócio já formatado e integrado numa rede de trabalho, o que reduz significativamente o risco de criação do mesmo (Iniciativa Glocal, 2011d; Coelho, 2010);
- Sistema de Microcrédito SIM: resultante de uma parceria com o Crédito Agrícola, com um valor até um limite de 75% do montante investido, até um máximo de 25 000€ (Iniciativa Glocal, 2011f).

O projecto tem tido sucesso, tendo já sido implementado noutras zonas do país e tendo recebido várias distinções ao longo dos anos (Coelho, 2010). De modo a disseminar o projecto, disponibilizam um «*package metodológico*» a quem esteja interessado em implementar a ideia noutros locais (Coelho, 2010).

DNA Cascais

A DNA Cascais é uma associação sem fins lucrativos, criada pela Câmara Municipal de Cascais, com o objectivo de contribuir para a promoção, incentivo e desenvolvimento do empreendedorismo no Concelho de Cascais (DNA Cascais, 2011j). Esta associação desenvolveu um conceito de Ecosistema Empreendedor, que assenta em vários vectores e se materializa nas seguintes iniciativas:

- Formação Escolas Empreendedoras: funciona nas escolas do concelho que aderiram ao projecto, e passa, primeiro, pela preparação dos professores e, posteriormente pela transmissão de conhecimentos sobre empreendedorismo aos alunos dos 10º, 11º e 12º anos; a formação é baseada numa abordagem «*learning by doing*», com actividades e experiências, e é feita em parceria com a GesEntrepreneur⁴² (DNA Cascais, 2011g);
- Concurso Escolas Empreendedoras: é um concurso de ideias para escolas e alunos do Concelho de Cascais, que decorre todos os anos, com o intuito de incentivar o empreendedorismo e a criatividade; cada equipa participante tem direito a um guião para elaboração de um plano de negócios e, no final, são premiadas as melhores ideias e as melhores escolas (DNA Cascais, 2011m);

⁴² A GesEntrepreneur é uma empresa especializada na educação em empreendedorismo (GesEntrepreneur, 2011c). O seu trabalho será analisado, mais adiante, no contexto deste levantamento de projectos de apoio ao empreendedorismo.

- Concurso de Ideias de Negócios do Concelho de Cascais: é também um concurso de ideias, mas para um público mais vasto e com um intuito diferente; o objectivo é seleccionar ideias de negócio e apoiar a criação ou robustecimento de novas empresas em torno dessas ideias; as áreas de negócio são pré-definidas, sendo as ideias avaliadas por categorias, segundo a área em que se inserem; os projectos vencedores e finalistas recebem prémios que vão desde a oferta de consultoria e apoio especializado na criação do negócio, até prémios monetários para realização do capital social das novas sociedades (DNA Cascais, 2011n);
- Banco de Ideias de Cascais (BIC): trata-se de um sistema de identificação e registo de projectos inovadores susceptíveis de gerar interesse por parte de investidores; a ideia é que empreendedores sem capacidade própria para implementar os seus projectos possam registar as suas ideias no BIC, para que potenciais financiadores tenham conhecimento delas, permitindo que os projectos sejam assim implementados, beneficiando da aproximação entre detentores de ideias e financiadores (DNA Cascais, 2011a);
- Empreendedorismo Social: é também promovida a criação de empresas por municípios sem condições de aceder aos mecanismos financeiros e legais habituais, assim como a criação de empresas que colmatem deficiências sociais identificadas no concelho (DNA Cascais, 2011e);
- Ninho de Empresas: trata-se de um espaço onde é fornecida incubação física, incubação virtual, arrendamento de posto de trabalho e onde as empresas têm ao seu dispor um auditório, salas de formação, salas de reunião, assim como outro tipo de instalações; actualmente existe ainda apenas um ninho de empresas no Concelho de Cascais, mas está prevista a criação de mais (DNA Cascais, 2011i);
- Clínicas Empresariais, que disponibilizam três serviços: (i) optimização das condições de arranque das empresas (apoio na optimização de planos de negócio e de estudos de viabilidade financeira, aconselhamento sobre financiamento, etc), (ii) diagnóstico financeiro e (iii) consultório fiscal (prestação de serviços de auditoria, assessoria fiscal e consultoria financeira e empresarial) (DNA Cascais, 2011d);
- Bolsa de *Interim Management*: promovendo o *matching* entre empreendedores inexperientes e gestores com experiência no arranque e desenvolvimento de negócios; a DNA funciona apenas como intermediária, sendo a negociação entre

gestores e empresas (seja quanto à forma de operacionalização, tempos afectos ou formas de compensação pelo apoio prestado) feita directamente entre eles (DNA Cascais, 2011h);

- *Business Angels*: existe um protocolo entre a DNA e o Clube de Business Angels de Cascais (membro da Federação Nacional de Business Angels e da European Business Angels Network), com vista ao fornecimento de soluções de financiamento às pequenas e médias empresas do concelho (DNA Cascais, 2011b);
- Soluções de Financiamento (disponibilizadas em parceria com o BPI): (i) Microcrédito, para projectos até 25 000€ de micro-empresas, com Garantia Mútua da Lisgarante⁴³, (ii) FAME Cascais – um fundo de 500 mil euros (400 mil de fundos municipais e 100 mil do BPI, suportados por garantia mútua –, para micro e pequenas empresas de áreas de actividade seleccionadas e (iii) Linha de Crédito, disponibilizada no âmbito do protocolo do BPI, para investimentos que não se enquadrem nos apoios anteriores (DNA Cascais, 2011i);
- Capital de Risco: apoios financeiros no âmbito do Programa FINICIA⁴⁴, assim como de outros fundos de capital de risco para financiamento de projectos (DNA Cascais, 2011c);
- Portal Ecosistema Empreendedor: implementado *online*, visando facilitar a interacção entre empreendedores, financiadores, *interim managers* e outros actores, e oferecendo-lhes fontes e meios de partilha de informação;
- Pós-Graduação em Inovação e Empreendedorismo no Turismo: grau académico administrado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, em cuja génese a DNA Cascais participou, actuando ainda como parceiro na leccionação do curso (DNA Cascais, 2010);
- Seminários e conferências sobre empreendedorismo (DNA Cascais, 2011k).

Desde o seu nascimento, em 2006, a DNA Cascais contribuiu já para a criação de 130 empresas, num investimento global de 15,6 milhões de euros, resultando em 372 postos

⁴³ A Garantia Mútua é um sistema privado de apoio às PME criado com o objectivo de prestar garantias financeiras que lhes facilitem a obtenção de crédito em condições adequadas (IAPMEI, 2011a). A Lisgarante é uma das quatro Sociedades de Garantia Mútua existentes no país (IAPMEI, 2011a).

⁴⁴ O FINICIA é um programa concebido para facilitar o acesso a financiamento e assistência na criação de empresas ou em empresas em fase de arranque (IAPMEI, 2011b). Funciona através de uma partilha do risco dos financiamentos entre o Estado, instituições bancárias, sociedades de capital de risco, *business angels* e sociedades de garantia mútua (IAPMEI, 2011b).

de trabalho. Estimam que dentro de três anos, estes números subam para 22 milhões de euros de investimento e 673 postos de trabalho (DNA Cascais, 2011f). São números encorajadores, mas a filosofia da agência não é reger-se pelos números, mas sim pela qualidade dos projectos apoiados (como foi referido pelo Presidente da Câmara de Cascais, Carlos Carreiras, numa conferência realizada na sede da DNA Cascais, a 18 de Março de 2011).

Ciudad Tecnológica de Valnalón

O projecto Ciudad Tecnológica de Valnalón (inicialmente conhecido como Ciudad Industrial del Valle del Nalón) surgiu das cinzas de um processo severo de reestruturação industrial; a indústria metalúrgica, que dominava a economia da região (município de Langreo, nas Astúrias) entrou em crise profunda na década de 80; a solução encontrada foi a aposta no empreendedorismo, que começou a ser materializada em 1987 (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2011b). O projecto aposta fortemente no ensino do empreendedorismo ao longo da vida, começando logo nas crianças do ensino primário. São estas algumas das suas iniciativas:

- **Emprender en mi Escuela:** programa educativo para alunos da primária, em que têm de trabalhar, durante o ano lectivo, na criação de uma cooperativa, na idealização de produtos (objectos simples, de uso corrente), na sua fabricação, no planeamento da sua venda e, por fim (no final do ano), vendê-los num mercado local (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009c);
- **Empresa Joven Europea:** programa educativo para alunos do ensino secundário, mas também de bacharelatos de de graus de formação profissional; passa também pela idealização e criação de produtos, mas a venda já não é efectuada num mercado local, mas sim a outras mini-empresas (criadas do mesmo modo) de outras localidades (e mesmo de fora do país); os alunos investem algum do seu próprio dinheiro nos projectos, mas há também acordos com algumas instituições bancárias para a cedência de micro-crédito para este fim; dada a natureza relacional do programa, é necessário existir inter-comunicação entre alunos de várias escolas, comunicação essa que é muitas vezes feita recorrendo a videoconferência e a novas tecnologias e, maioritariamente, em inglês (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009b);

- O projecto Jóvenes Emprendedores Sociales consiste na criação de uma associação social por parte de alunos do ensino secundário, apostando numa metodologia de aprendizagem individual de cada aluno, em que os professores são meros orientadores e se espera que os alunos sejam proactivos e cooperativos (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009e);
- Programa Educativo de Tecnología, Innovación y Trabajo: projecto piloto para fomento da inovação tecnológica, da criatividade e do espírito empreendedor nos alunos do secundário; é um curso ao longo do qual os alunos devem idealizar um produto inovador, que depois devem apresentar ao público (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009f);
- Empresa y Iniciativa Emprendedora: é um módulo de 88 horas do currículo de todas as formações profissionais (tanto de grau médio como superior), em que se pretende ensinar os alunos a gerir uma empresa, a empreender e a assumir responsabilidades, através da criação de um estudo de viabilidade de uma ideia empresarial (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009a);
- Taller de Empresarios: é um programa educativo promovido pelas associações empresariais locais e coordenado pela sociedade Ciudad Industrial del Valle del Nalón, destinado aos alunos mais velhos; consiste em *workshops* com empresários e tem como objectivo melhorar a cultura empresarial dos alunos (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2009d).

Além destas iniciativas, o projecto de Valnalón disponibiliza incubadoras de empresas, centros empresariais, uma pré-incubadora (para que os empreendedores encontrem orientação para tomar as decisões correctas antes da criação do seu negócio), um centro de serviços avançados de comunicações (para auxiliar as empresas no uso das novas tecnologias), um centro de formação ocupacional, um centro de manutenção e serviços à produção, uma escola de hotelaria e um centro de ensino (Ciudad Industrial del Valle del Nalón, 2011a).

É ainda de assinalar o facto de apoiarem de uma forma especial o empreendedorismo feminino, tendo consciência das suas especificidades – tradicionalmente, as mulheres apresentam dificuldades e restrições que os homens não apresentam (como a gestão da casa e da família, a desigualdade no mercado de trabalho ou a falta de apoio da família para se lançarem em projectos próprios) e, assim sendo, é disponibilizado apoio específico para elas (EQUAL, 2006).

Muitas das iniciativas postas em prática em Valnalón foram já implementadas noutras localidades das Astúrias, de outras regiões de Espanha e mesmo em Portugal (Díaz, 2010).

Amadora Empreende

O Amadora Empreende é um programa municipal de empreendedorismo social. Como tal, privilegia o estabelecimento no Município da Amadora de iniciativas empreendedoras de pessoas ou grupos de pessoas com dificuldade de acesso ao mercado de trabalho ou em risco ou situação de exclusão, assim como de empresas de carácter social, vocacionadas para o serviço comunitário ou com o fim de gerar excedentes como garantia de sustentabilidade de organizações e práticas sociais (Câmara Municipal da Amadora, 2008).

O programa aposta em duas vertentes: no potencial dos jovens – trabalhando no sentido de os qualificar e de criar oportunidades para recém-licenciados e finalistas do ensino profissional – e no potencial empreendedor de públicos menos favorecidos – capacitando-os e criando-lhes oportunidades profissionais, de modo a alterar a sua condição de dependência de apoios sociais.

Esta dicotomia do programa reflecte-se na existência de dois projectos âncora de apoio ao empreendedorismo: (i) o «Quick Amadora» – orientado para os jovens – e (ii) o «Quem não arrisca não petisca» destinado aos desempregados. Ambos consistem em concursos de ideias e conseqüente apoio à implementação das melhores (Câmara Municipal da Amadora, 2008).

Nazaré Qualifica

A Nazaré Qualifica E.M. é uma empresa municipal criada pelo respectivo município com o intuito de estimular o empreendedorismo.

A sua estratégia assenta num conceito de Ecossistema Empreendedor muito semelhante ao preconizado pela DNA Cascais, com as seguintes iniciativas:

- Escolas Empreendedoras: Projecto destinado aos alunos do 3º Ciclo do Ensino Básico e do Ensino Secundário da Nazaré, com o objectivo de promover nos alunos competências empreendedoras – autonomia, responsabilidade,

criatividade, pró-actividade, etc – através de um conjunto de actividades eminentemente práticas (Nazaré Qualifica, 2008a);

- Concurso “Escolas Empreendedoras” da Nazaré (CEEN): concurso de ideias para as escolas e alunos do concelho, com prémios para as melhores – que devem ser inovadoras, exequíveis, apresentar vantagens competitivas e ser susceptíveis de dar origem a um novo produto ou serviço – e avaliação por parte de uma comissão técnica da Câmara Municipal da Nazaré (Nazaré Qualifica, 2010a);
- Banco de Ideias: sistema de identificação e registo de projectos inovadores susceptíveis de gerar interesse por parte de possíveis investidores, concebidos por empreendedores sem capacidade própria para a sua implementação (Nazaré Qualifica, 2008b);
- Finicia Nazaré: fundo de 250 mil euros (50 mil de fundos municipais e 200 mil do parceiro BPI, em que a componente bancária é assegurada por garantia mútua), destinado a projectos inovadores no contexto local, e serviços à comunidade identificados como prioritários (Nazaré Qualifica, 2008c);
- Finicia Jovem: fundo semelhante, mas destinado a jovens até aos 35 anos (Nazaré Qualifica, 2008d);
- Outras Soluções de Financiamento, disponibilizadas através de um protocolo com o BPI; compreende uma linha de microcrédito para micro e pequenas empresas, uma linha de crédito – com financiamento repartido entre BPI e Turismo de Portugal – destinada à construção, remodelação ou reequipamento de empreendimentos turísticos e ainda outros produtos e serviços financeiros (genéricos) disponibilizados pelo BPI de apoio ao investimento (Nazaré Qualifica, 2008e);
- Empreendedorismo Social: projecto que visa promover a criação de empresas por munícipes que, de outro modo, teriam dificuldade em aceder aos mecanismos legais e financeiros que o acto implica, assim como promover a criação de empresas que vêm colmatar deficiências sociais verificadas no concelho (Nazaré Qualifica, 2008f);
- Encaminhamento de boas ideias de negócio que necessitem de capital, para serem implementadas, para um clube de *business angels* (Nazaré Qualifica, 2008g);

- Disponibilização de protocolos com sociedades de capital de risco para financiamento de projectos que não sejam enquadráveis nas convencionais formas de financiamento (Nazaré Qualifica, 2008h);
- Está prevista a instalação de um parque empresarial, promovido pela Nazaré Qualifica E.M. e pelo Município da Nazaré – a Área de Localização Empresarial de Valado dos Frades –, que apresenta uma localização geográfica de excelência, no centro do País, entre os dois principais pólos de desenvolvimento do País (as áreas metropolitanas da Grande Lisboa e do Grande Porto), e servido por boas acessibilidades – a linha ferroviária do Oeste, o nó da A8 e, dentro de pouco tempo, o IC9 (Nazaré Qualifica, 2010b);
- Estão também em processo de idealização incubadoras a instalar na futura Área de Localização Empresarial de Valado dos Frades (Nazaré Qualifica, 2008i).

Trata-se assim de um programa completo de estímulo ao empreendedorismo, que abrange o seu fomento, assim como apoio financeiro e logístico.

Invest Lisboa

A Invest Lisboa é uma parceria entre a Câmara Municipal de Lisboa e a Associação Comercial de Lisboa / Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, que conta com o apoio da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) e que tem como objectivo a promoção e a captação de empresas e investimentos para Lisboa (Invest Lisboa, 2011b).

Fornecer serviços de (i) consultoria da ideia à implementação dos projectos, (ii) apoio ao processo de decisão, fornecendo informações e contactos com instituições locais e nacionais, (iii) identificação de oportunidades de negócio, parceiros e localizações de acordo com as necessidades dos projectos (Invest Lisboa, 2011b).

Disponibilizam ainda uma solução de baixo custo para instalação de empresas que não necessitam de espaço físico permanente: os Escritórios Virtuais Invest Lisboa. Esta solução fornece serviços como domiciliação social e fiscal, salas de reuniões ou atendimento telefónico personalizado e existe em três pacotes, cujos preços variam entre os 55€ e os 75€ mensais (sem IVA), de acordo com os serviços pretendidos (Invest Lisboa, 2011a). Para além dos serviços fornecidos pela Invest Lisboa, as empresas podem beneficiar de outros, opcionais, concedidos por uma rede de parceiros, e que vão

do apoio jurídico e da contabilidade ao *design* e consultoria em *marketing* ou em tecnologias de informação (Invest Lisboa, 2011a).

Está prevista, para Setembro de 2011, a abertura do Atlantic Business Center, um espaço de escritórios e de serviços de apoio, com cerca de 800m², na Rua da Prata (Invest Lisboa, 2011b).

Além de tudo isto, organizam *workshops* gratuitos para dotar os empreendedores de ferramentas para implementarem os seus projectos (Invest Lisboa, 2011b).

Business in Małopolska Centre

O Business in Małopolska Centre (CeBiM) é uma iniciativa única na Polónia que, tirando partido das potencialidades da região de Małopolska (situada no sudeste da Polónia, tendo em Cracóvia a sua principal cidade), busca a melhoria dos serviços de investimento e de exportação, apostando assim na sua promoção económica (Business in Małopolska, 2011). Foi constituída por instituições locais de governação e de desenvolvimento e tenta potenciar o investimento externo e as exportações locais, oferecem diversos serviços (Business in Małopolska, 2011):

- um sistema integrado de serviços ao investidor (*one-stop-shop*);
- um sistema de apoio público ao investimento;
- a maior base de dados de investimento imobiliário (com identificação de propriedades para compra);
- uma base de dados de empresas exportadoras e compradores estrangeiros;
- apoio aos exportadores regionais com base em fundos próprios e fundos da UE;
- coordenação de actividades promocionais de natureza económica;
- fortalecimento da imagem económica de Małopolska;
- participação conjunta em projectos financiados com fundos da UE;
- apoio a projetos de Parceria Público-Privada.

Apresentam-se, de seguida, algumas iniciativas mais abrangentes, independentes de um âmbito geográfico.

Junior Achievement Portugal

A Associação Aprender a Empreender – Junior Achievement Portugal é uma organização sem fins lucrativos⁴⁵ que promove o empreendedorismo, o gosto pelo risco, a criatividade e a inovação nas próximas gerações (Junior Achievement Portugal, 2008d).

O seu trabalho é desenvolvido através de programas educativos adequados a várias idades de crianças e jovens; há programas para o 1º ciclo (1º e 2º anos), para o 3º ciclo (9º ano), para o ensino secundário e também universitário. Entre eles podem-se destacar:

- A Empresa: programa para alunos do secundário, no qual criam uma empresa real, sob a coordenação e orientação de voluntários oriundos de empresas locais; durante um ano lectivo, os alunos produzem e vendem produtos e serviços, elegem directores, vendem acções, realizam reuniões de accionistas, por fim, liquidam a empresa (Junior Achievement Portugal, 2008c);
- Enterprise Without Borders: insere-se no programa A Empresa e foi desenvolvido para dar a oportunidade aos jovens de criarem parcerias internacionais, através de um *website* onde devem registar as suas mini-empresas e contactar com as várias mini-empresas criadas a nível europeu, criando parcerias (Junior Achievement Portugal, 2008c);
- Braço Direito: é um dia no qual os alunos acompanham voluntários no seu ambiente de trabalho, adquirindo conhecimentos sobre a estrutura organizacional de uma empresa, ética profissional, opções de carreira ou de outro tipo (Junior Achievement Portugal, 2008c);
- Graduate Programme: destinado a alunos universitários, consiste numa formação sobre empreendedorismo administrada por um voluntário; tem como propósito ajudar os alunos a compreender melhor a estrutura do sistema empresarial e os seus benefícios (Junior Achievement Portugal, 2008e).

⁴⁵ A JA Portugal é a congénere portuguesa da Junior Achievement, criada em 1919, nos E.U.A – a maior e mais antiga organização mundial educativa sem fins lucrativos (Junior Achievement Portugal, 2008d).

O Junior Achievement Portugal tem como parceiros várias grandes empresas portuguesas ou a operar em Portugal, assim como algumas câmaras municipais (Junior Achievement Portugal, 2008b). Os programas são maioritariamente executados por voluntários, colaboradores dessas empresas ou inscritos em nome individual (Junior Achievement Portugal, 2008a).

GesEntrepreneur

A GesEntrepreneur – Empreendedorismo Sustentável, Lda é uma empresa líder na educação em empreendedorismo criada em 2006, resultando de uma parceria estratégica entre Francisco Banha e a CG International⁴⁶ (GesEntrepreneur, 2011c). Nasceu de uma constatação de que a oferta de ensino de empreendedorismo que se fazia em Portugal se limitava às técnicas de negócio, girando muito em torno da construção de um plano de negócios e descurava o trabalhar dos comportamentos e atitudes que moldam um empreendedor (GesEntrepreneur, 2011c).

Ao longo da sua existência, foram desenvolvidos alguns produtos:

- Ensino de Empreendedorismo nas Escolas, através de programas baseados na metodologia «*learning by doing*», adaptados às idades dos alunos; os projectos decorrem em várias fases, iniciando-se com a formação dos professores, e passando depois por aulas práticas de empreendedorismo para os alunos, criação de planos de negócios no âmbito de concursos de ideias até a viagens a centros de empresas e de incubação europeus, para os alunos vencedores dos concursos (GesEntrepreneur, 2011a);
- Formação de Formadores e Facilitadores em Empreendedorismo: trata-se de uma formação em que a GesEntrepreneur é pioneira e em que preparam os participantes com saberes teóricos e práticos que lhes permitam desenvolver projectos empreendedores e lhes proporcionam o contacto com um novo modelo de ensino de empreendedorismo centrado no participante (GesEntrepreneur, 2011a);
- Programa de Avaliação do Perfil Empreendedor: é um programa destinado a analisar as características, atitudes e qualidades empreendedoras de um indivíduo, através da observação do seu comportamento durante 5 dias; é

⁴⁶ A CG International é uma instituição que trabalha em todo o mundo, no desenvolvimento do empreendedorismo (CG International, 2011d). Também ela será, mais adiante, incluída neste processo de análise.

destinado a indivíduos que têm um projecto que querem ver financiado por uma entidade, que as incubadoras pretendem «transformar» em futuros empreendedores ou que apenas se querem avaliar a si próprios (GesEntrepreneur, 2011a);

- Formação de Empreendedorismo no Feminino: programa destinado a promover o empreendedorismo entre as mulheres, tendo como meta o combate do desemprego feminino (GesEntrepreneur, 2011b);
- Corporate Entrepreneurship: é uma actividade destinada a empresas, associações, universidades e entidades públicas e visa descobrir, estimular e motivar o potencial criativo dos participantes, para que tenham melhores condições de o utilizar no meio onde estão inseridos (GesEntrepreneur, 2011a);
- KidBiz Camp: trata-se de um campo de férias de empreendedorismo com a duração de 5 dias, destinado a crianças e jovens, onde são realizadas diversas actividades práticas e divertidas (GesEntrepreneur, 2011a);
- Biz Camp: destina-se a universidades, empresas e associações e consiste em 5 dias de actividades do tipo «*learning by doing*», com vista a desenvolver o potencial empreendedor dos participantes (GesEntrepreneur, 2011a);
- Turismo Empreendedor: não é mais do que a dinamização de visitas às principais capitais europeias, por parte de jovens, com vista a permitir que estes conheçam novas realidades e desenvolvam redes de contactos, através de visitas a universidades e incubadoras e do contacto com empreendedores locais (GesEntrepreneur, 2011a);
- Reinserção Social de Reclusos: engloba formação pessoal, formação social e educação em empreendedorismo a reclusos, de modo a ajudá-los a construir auto-estima, auto-confiança, a facilitar a sua reintegração social e a reduzir a taxa de reincidência (GesEntrepreneur, 2011a).

Desde a sua fundação, a GesEntrepreneur já trabalhou com vários municípios e instituições de ensino, assim como com cinco estabelecimentos prisionais e algumas associações (GesEntrepreneur, 2011a; GesEntrepreneur, 2011b). A sua intervenção nas escolas significou que, apenas no ano lectivo de 2009/2010, 6530 alunos (de 77 escolas) tiveram acesso a formação sobre empreendedorismo (GesEntrepreneur, 2011b).

Academia dos Empreendedores

A Academia dos Empreendedores foi lançada em 1997, pela Associação Nacional de Jovens Empresários (ANJE), com o apoio do Instituto de Emprego e Formação Profissional (Associação Nacional de Jovens Empresários, 2011a).

Tem como objectivo impulsionar a capacidade empreendedora da juventude portuguesa, aumentando a sua capacidade de iniciativa, e sensibilizar para a possibilidade de criação do próprio emprego como uma via de combate ao desemprego (Associação Nacional de Jovens Empresários, 2011a).

Com esse fim, foi desenvolvido um Plano Integrado de Apoio ao Empreendedorismo que contempla 17 iniciativas, separadas em 4 níveis de intervenção (Associação Nacional de Jovens Empresários, 2011b):

1. Sensibilização

- Organização de visitas de estudo, destinadas aos estudantes do secundário e profissional, onde lhes são apresentadas soluções no apoio ao empreendedorismo;
- *Road-show* com exposições e seminários práticos com informação sobre criação de empresas e emprego, apoios, financiamento e oportunidades de negócio;
- Bolsa de Estudantes de Elevado Potencial, que tem por objectivo recolher, avaliar e promover currículos de empreendedores de elevado potencial;
- Conferências práticas, em que especialistas do tema expõem o seu conhecimento aos jovens empreendedores, num ambiente informal;

2. Criação de Empresas

- Concurso de Ideias: a Academia dos Empreendedores selecciona alguns estabelecimentos de ensino e institui um concurso em cada um deles, convidando os seus estudantes a concorrerem com ideias de negócio inovadoras e premiando-os os vencedores com uma acção de formação;
- Centro de Ideias, que visa promover as boas ideias de jovens empreendedores junto de quem os possa apoiar;
- Prémio do Jovem Empreendedor: corresponde a um prémio monetário para recompensar os melhores projectos de criação ou expansão de

empresas, apresentados por jovens empreendedores, e avaliados por especialistas;

- Escola de Empreendedores, que é um curso de uma semana, em regime residencial, e em que os jovens empreendedores têm acesso a formação que lhes possibilite o desenvolvimento de capacidades humanas e comportamentais como a iniciativa, a criatividade ou a capacidade de assumir riscos;

3. Expansão de Empresas:

- Bolsa de consultores de diferentes áreas ao serviço dos empreendedores;
- Negócios à Mesa, que tem por objectivo reunir empresários de diversos sectores, mas que possam ter interesses em comum, para que possam trocar experiências ou acertar projectos durante um jantar;
- Feira do Empreendedor, que se constitui como um ponto de apoio aos empreendedores, disponibilizando informação, consultoria, formação, serviços, etc;
- Jovens Promessas, que corresponde a uma iniciativa de apoio promocional gratuito às jovens empresas que se destacaram noutras actividades da Academia dos Empreendedores;

4. Informação:

- *Website* inteiramente dedicado à promoção do empreendedorismo e do emprego, onde é disponibilizada informação de apoio aos jovens empreendedores;
- *academiahotnews*: publicação electrónica, enviada mensalmente por correio, com informação seleccionada apoio à criação, gestão e internacionalização de empresas;
- Guias Práticos Sectoriais, disponibilizados mensalmente, *online*, com informação específica sobre criação de um negócio numa determinada área;
- Cartões Temáticos, electrónicos, enviados quinzenalmente a uma selecção de contactos, com o intuito de manter os empreendedores informados sobre matérias do seu interesse;

- CD-Card do Empreendedor: CD criado pela Academia dos Empreendedores em parceria com duas empresas, e que contém informação relativa a apoio ao empreendedorismo.

A Academia dos Empreendedores tem um âmbito nacional e, como tal, apresenta alguns resultados assinaláveis em termos de quantidade: em 2010 foram levadas a cabo 186 acções, que totalizaram um número de 567.796 participantes (Associação Nacional de Jovens Empresários, 2011b).

CG International

A CG International auto-intitula-se como a organização líder mundial em desenvolvimento do empreendedorismo, e orgulha-se por a sua pequena equipa ser já responsável por ajudar mais de 500 mil pessoas a explorar o empreendedorismo (CG International, 2011d).

No seu trabalho por inúmeros países e regiões do globo, foram desenvolvendo vários programas, dos quais se destacam (para o caso em estudo):

- Assesment Week: é um program de 5 dias, em que os participantes são guiados através de um exploração do seu interesse pessoal e capacidade para criarem um negócio (CG International, 2011b);
- KidzBiz Business Camps: campo de férias para crianças, durante 5 dias, onde podem explorar e desenvolver a sua criatividade, confiança e capacidade de resolução de problemas, através de actividades participativas e divertidas (CG International, 2011b);
- Tech Tour: trata-se de um programa para jovens, em que são levados a visitar empresas de tecnologia, sendo as visitas conduzidas pelos próprios donos; é vista como uma óptima forma de encorajar os jovens a olhar para os sectores de alta tecnologia, computação e biotecnologia (CG International, 2011b);
- Entrepreneurial Transitions: para indivíduos reformados ou em via de se reformarem e que queiram explorar o empreendedorismo e queiram avaliar as suas próprias capacidades empreendedoras; é um programa de ensino centrado nos participantes, que lhes irá fornecer actividades e experiências que lhes permitam identificar e desenvolver ferramentas que necessitam para o sucesso empresarial e que lhes possibilite determinar quais os passos a dar para criarem e

operarem com sucesso um negócio na área do seu interesse (CG International, 2011b);

- Economic Independence for Women é um programa desenhado para ajudar as mulheres a ganhar independência financeira através do empreendedorismo (CG International, 2011b);
- Venture: programas de 7 a 10 meses, para indivíduos que queiram criar os seus negócios, com ênfase na interacção com empreendedores experientes de todo o mundo, em determinado sector; existem programas especialmente orientados de acordo com a área de negócio (CG International, 2011b);
- Future Trek: programa de criação de empresas, com a duração de 7 a 10 meses, orientado para pessoas que estejam satisfeitas com a sua situação profissional e com o que trabalho que fazem, e que queiram criar a sua própria empresa; no programa tenta-se suportar o crescimento das aptidões empreendedoras dos participantes, através de diversas estratégias de ensino, de experiência directa e de apoio na fase inicial do negócio (CG International, 2011b);
- Entrepreneurial Olympics: competição de 2 a 4 horas, para alunos dos ensinos secundário e universitário; é uma actividade de *team building* divertida e motivadora, onde lhes é dada a oportunidade de demonstrarem as suas aptidões e atitudes relacionadas com o empreendedorismo (CG International, 2011e);
- Têm também vários programas curriculares de ensino do empreendedorismo nas escolas, que promover o empreendedorismo em várias idades e em diversos sectores de actividade: Computers & Businesses, Science & Entrepreneurship, Agri-Venture, etc (CG International, 2011a).

A CG International trabalha com indivíduos, empresas, ONG, comunidades e governos, com vista a usar o empreendedorismo para criar melhores condições de vida (CG International, 2011c). É possível estabelecer parcerias com a CG International, de três maneiras distintas (CG International, 2011c): (i) a CG International envia os seus materiais e a entidade local adapta-os e modifica-os; (ii) a entidade local dá *input* sobre a sua realidade e a própria CG International adapta os seus materiais; (iii) a entidade local desenvolve programas e materiais de raiz, embora contando com o apoio e consultoria da CG International.

Anexo 5 – Investigação sobre a Qualidade de vida no Concelho da Lourinhã

No Capítulo 3, mais especificamente na secção 3.6, foram listados alguns factores importantes para a atracção de gente criativa. Essa listagem resultou da análise da bibliografia sobre o tema.

O Concelho da Lourinhã será analisado, de seguida, à luz desses factores.

Amenidades básicas

Na Lourinhã não existe qualquer hospital (INE, 2010d), mas existe um centro de saúde, ao qual estão associadas três extensões – nas freguesias de Ribamar, Reguengo Grande e Moita dos Ferreiros – e uma unidade de saúde familiar (Ministério da Saúde, 2011). Os hospitais públicos mais próximos (e únicos na Região Oeste) encontram-se em Torres Vedras e nas Caldas da Rainha, existindo ainda dois hospitais privados – um nas Caldas da Rainha e outro, mais longe, na Nazaré (INE, 2010d).

No que diz respeito a farmácias, um dos moradores entrevistados para o PEDTL caracterizou a rede existente como excelente. A pesquisa efectuada⁴⁷ identificou 7 farmácias espalhadas por cinco localidades do concelho.

Existe um quartel de bombeiros, sediado na capital do concelho, assim como um gabinete da Protecção Civil (Município da Lourinhã, 2011a).

A segurança é assegurada pela Guarda Nacional Republicana, que se encontra instalada em dois postos territoriais – um em Moita dos Ferreiros, outro na Lourinhã (Município da Lourinhã, 2011a). A taxa de criminalidade no concelho foi, em 2010, de 31,8%⁴⁸ (INE, 2011b), o 4º valor mais baixo do Oeste e, na Grande Lisboa, apenas batido por Vila Franca de Xira e Odivelas (onde, apesar disso, os números absolutos são cinco vezes superiores). A maioria dos 819 crimes cometidos na Lourinhã em 2010 foram crimes contra o património (419) e apenas 190 foram crimes cometidos contra pessoas (INE, 2011c).

Entre as amenidades consideradas básicas há ainda que considerar a existência de 11 estabelecimentos bancários (INE, 2010e) – instalados essencialmente na sede de concelho (como foi possível constatar através da pesquisa nos *sites* dos principais

⁴⁷ Através da procura *online* no *site* da Câmara Municipal da Lourinhã, nas Páginas Amarelas e em directórios de empresas.

⁴⁸ Esta taxa é calculada pela fórmula (Número de crimes / População residente) * 1000 (INE, 2011b).

bancos a operar em Portugal) e outras tantas de caixas de crédito agrícola mútuo (INE, 2010f) – espalhadas por várias localidades do município (Crédito Agrícola, 2011). O carácter tradicionalmente rural do Concelho da Lourinhã explica a forte presença de estabelecimentos deste último tipo, num número que, no Oeste, apenas é superado por Torres Vedras, com 15 (INE, 2010f).

Localização e estética do local

A proximidade a Lisboa é um factor relevante, que conta bastante para a possibilidade de atracção quer de pessoas de zonas mais distantes da capital, quer das que já vivam na área de Lisboa, mas tenham interesse em se realocar num local que, embora mais longe, lhes ofereça condições de vida que de outra forma não teriam. A localização junto ao mar também é importante devido a toda a beleza natural que lhe está associada. De facto, o Concelho da Lourinhã possui uma zona costeira extensa e esteticamente agradável, que alterna praias e escarpas, numa simbiose interessante entre mar e campo. Existe ainda outro local de beleza assinalável – o Planalto das Cesaredas⁴⁹ –, que também enriquece a beleza do território e o contacto com a natureza que nele é possível usufruir. Em zona mais urbana (embora deslocado do centro da vila da Lourinhã), existe um parque com uma área verde de 10 000 m² que oferece aos residentes e visitantes a possibilidade de gozarem de um espaço de repouso e de lazer (Município da Lourinhã, 2011p).

O contacto com a natureza e a proximidade ao mar serão mesmo o que leva muita gente a fixar-se na Lourinhã (seja por via de segunda residência ou de residência permanente); é isso que revelam alguns inquéritos e entrevistas que fizeram parte do trabalho de pesquisa do PEDTL. Outros factores revelados nesse estudo são o clima – que nem é muito quente no Verão, nem muito frio no Inverno⁵⁰ –, a tranquilidade reinante, assim como a segurança e a ausência de poluição (especialmente quando comparado com locais como Lisboa ou alguns dos seus concelhos circundantes).

O tema da poluição não é, no entanto, consensual, principalmente junto de alguns habitantes que referem a existência de alguma poluição dos cursos de água, mesmo com libertação de cheiros, sobretudo nalgumas zonas do interior do concelho, causada pela actividade das suiniculturas. No entanto, a informação que foi possível recolher junto de

⁴⁹ Abrange áreas dos concelhos da Lourinhã, Peniche, Óbidos e Bombarral.

⁵⁰ É o que revelaram conversas com população local; as próprias visitas ao Concelhos permitiram verificar a existência de um microclima.

responsáveis autárquicos é que se trata de um problema já resolvido e que já não se manifesta⁵¹.

Infra-estruturas de conexão

A importância da localização do Concelho da Lourinhã como factor de atracção é ameaçada pela falta de acessos de qualidade. A distância da A8 à vila da Lourinhã ainda representa alguns quilómetros que se materializam em cerca de 15 / 20 minutos de viagem por estrada nacional. Esteve prevista a construção de um itinerário complementar – o IC11 – que deveria ligar Torres Vedras a Peniche, passando pela Lourinhã, mas a sua construção não avançou, devido a uma recusa do Ministério do Ambiente ao seu traçado (Portugal Diário, 2009). Os acessos foram mesmo o principal factor negativo referido pelos entrevistados para o PEDTL. Ainda assim, há que considerar que o acesso a Lisboa, a Leiria ou a outras cidades vizinhas é melhor noutros pontos do Concelho da Lourinhã do que na própria sede, dado que ficam mais próximos de nós de ligação à A8.

Em termos de transportes públicos, existe um terminal de autocarros no centro da Lourinhã (Município da Lourinhã, 2011q) – de onde partem e onde chegam autocarros de longo curso – e várias praças de táxi espalhadas pelos principais locais do concelho (Lourinhã, Marteleira, Moita dos Ferreiros, Ribamar e Praia da Areia Branca). Não existe uma estação de comboios na Lourinhã, sendo que as mais próximas estão no Bombarral e em Torres Vedras (CP – Comboios de Portugal, 2011). Está planeada a construção de um aeródromo que substituirá o Aeródromo de Santa Cruz (no Concelho de Torres Vedras) para um espaço mais a norte, entre a Lourinhã e Torres Vedras, junto ao projectado IC11 (AMO 2008; Município da Lourinhã, 2008). Este projecto está incluído no Programa Territorial de Desenvolvimento do Oeste (AMO, 2008) mas não terá ainda arrancado.

Relativamente à conexão digital, existem quatro *hotspots* de *wi-fi* que permitem o acesso à *internet* em banda larga – três na vila da Lourinhã e um na Praia da Areia Branca). Foram instalados no âmbito do projecto Oeste Digital (Comunidade Intermunicipal do Oeste, 2011).

⁵¹ Em nenhuma das visitas ao Concelho foi possível sentir o cheiro desagradável referido por alguns habitantes.

Alojamento adequado às necessidades das pessoas

O preço das casas na Lourinhã é bastante inferior ao das casas dos concelhos da Grande Lisboa e, além disso, é também dos mais baixos da Região Oeste. Em 2009, o valor médio dos prédios transaccionados na Lourinhã foi de 68 790€, enquanto que o valor médio na Grande Lisboa foi de 169 689€ e no Oeste de 99 499€ (INE, 2010g). No Oeste, apenas no Cadaval (37 121€), Bombarral (57 724€) e Sobral de Monte Agraço (64 514€) o custo dos prédios foi inferior (INE, 2010g). Este é um factor com muito peso na fixação de população e também de empresas e é importante para a Lourinhã um bom posicionamento neste factor face aos municípios vizinhos.

Por outro lado, o mercado de arrendamento está pouco desenvolvido: os dados que foi possível obter remontam já as 2001, à altura do censo desse ano, mas indicam uma proporção de apenas 9,99% de alojamentos clássicos arrendados ou subarrendados no concelho (INE, 2007h); este valor era o 4º mais baixo do Oeste, muito longe dos 25,34% da Nazaré ou dos 23,25% de Peniche, e longe também dos números registados na Grande Lisboa, em que a média era de 32,06% (INE, 2007h).

Segundo o INE (2010h), não existia, em 2009, qualquer programa municipal de financiamento, quer para construção, aquisição de habitação, reabilitação ou arrendamento.

O preço baixo das casas deverá ter influência na reduzida taxa de casas alugadas. Ainda assim, dada a actual situação de crise, será importante a promoção do arrendamento como forma de atrair pessoas.

Herança cultural e autenticidade

A Lourinhã tem uma herança histórica e cultural rica, com início praticamente nos primórdios da Terra – antes sequer da existência de seres humanos –, até hoje. O espólio de achados paleontológicos existente confere-lhe uma dimensão histórica praticamente única no país. A Batalha do Vimeiro – que, pelo facto de ter ditado a derrota francesa na Primeira Invasão (Município da Lourinhã, 2011n; Burnham, 2000), representa uma das mais relevantes ocorridas em Portugal – assume também um papel importante. Também a história de Pedro e Inês, que preenche o imaginário romântico colectivo do nosso país, passa pelo concelho, nomeadamente pelo Moledo, onde terá existido uma casa onde ambos se encontravam (Município da Lourinhã, 2011b). A paisagem do território é polvilhada por moinhos de vento e também eles fazem parte da sua herança cultural. Tudo isto contribui para a riqueza intangível do território e, como tal, deverá ser

preservado, também porque é essencial para a criação de um carácter único do concelho, algo que o distinga dos demais. Existe algum trabalho nesse sentido e, por exemplo, a existência do Centro de Interpretação da Batalha do Vimeiro poderá contribuir para manter viva a memória da batalha e ser um dos principais pontos de atracção turística do concelho. A CML tem também apostado no aproveitamento da história de Pedro e Inês: a povoação do Moledo foi decorada com várias estátuas alusivas ao tema (Município da Lourinhã, 2011c; Município da Lourinhã, 2011d), o município passou a fazer parte da Associação de Amigos de D. Pedro e D. Inês (Município da Lourinhã, 2011e), e têm também sido criados eventos inspirados na história (Município da Lourinhã, 2011e). O património dos moinhos tem igualmente sido aproveitado, existindo alguns que têm sido remodelados e até utilizados de forma comercial (Município da Lourinhã, 2011f). Quanto aos dinossauros – património histórico-cultural com maior potencial para afirmar a singularidade da Lourinhã –, têm-se tornado – precisamente – o grande símbolo da vila da Lourinhã e também do concelho. Prova disso são as grandes estátuas colocadas numa rotunda à entrada da vila (Jornal Alvorada, 2009b), mas também o facto de muitas empresas locais os utilizarem como forma de promoção, incorporando mesmo o prefixo “dino” nas suas designações⁵².

O carácter rural do território é também parte integrante da sua herança cultural e o mesmo se passa com a gastronomia, em especial, com a Aguardente da Lourinhã⁵³.

Toda esta herança cultural, em conjunto com a herança natural, terá de ser nutrida e utilizada para reforçar a identidade e autenticidade do concelho. Tal deve ser feito por razões económicas e de qualidade de vida, mas também – olhando nesta perspectiva da atracção de capital humano – para que exista um forte sentimento de pertença na população e para que se consigam atrair novas pessoas que se identifiquem com o património intangível existente.

⁵² Facto que foi possível constatar durante o processo de criação de uma base de dados com as empresas da Lourinhã, assim como em visitas ao Concelho, mas que pode ser facilmente confirmado por uma pesquisa simples em qualquer directório *online* de empresas; a título de exemplo fica a pesquisa seguinte: <http://portalnacional.com.pt/lisboa/lourinha/empresas/search%7Cdino/>.

⁵³ A qualidade da Aguardente da Lourinhã é reconhecida, tendo sido mesmo conseguida a categorização de produto com Denominação de Origem Controlada e a criação de uma Região Demarcada, uma de apenas três em toda a Europa, no que a aguardentes diz respeito (Município da Lourinhã, 2011o).

Abertura a forasteiros e à diversidade

O Concelho da Lourinhã está, tradicionalmente, aberto a forasteiros, pois trata-se de um território habituado a receber visitantes de outras zonas do país e também do estrangeiro. Já há muitas décadas atrás, as praias da Lourinhã recebiam veraneantes de outras partes de Portugal. Como visto na secção anterior, o município alberga residentes de vários países de origem; também os visitantes e turistas têm proveniências diversas: os inquéritos do PEDTL aos agentes turísticos locais revelaram que os visitantes chegam da Rússia, de Itália, do Reino Unido, de França, de Espanha, da Alemanha, da Ásia, do Brasil, da Escandinávia, entre várias outras proveniências.

Actividades físicas, actividades ao ar livre e exercício físico

Os amantes das actividades ao ar livre têm a possibilidade de usufruir da tranquilidade e beleza do território através da utilização de percursos pedestres definidos pela Câmara Municipal da Lourinhã. São três as rotas existentes e integram, nos seus percursos, a herança natural ou história do território: uma é dedicada aos dinossauros, outra ao Planalto das Cesaredas e a última à Batalha de Vimeiro (Município da Lourinhã, 2011g).

Além das rotas oficiais, existem muitos outros percursos por onde passear a pé ou de bicicleta; a CML costuma, inclusivamente, organizar um troféu anual de BTT (Município da Lourinhã, 2011h), assim como passeios pedestres organizados quer pela autarquia, quer por empresas e associações privadas (Município da Lourinhã, 2011i; Município da Lourinhã, 2011j; SAL Sistemas de Ar Livre, 2011).

Estão em construção ciclovias que deverão unir, por percurso ciclável, a vila da Lourinhã a outros pontos do concelho, nomeadamente às praias (Município da Lourinhã, 2011k). A sua conclusão dotará o território de um novo equipamento de grande valor para os amantes de actividades ao ar livre como são, como visto anteriormente, os membros da Classe Criativa.

Além destes equipamentos, existem ainda outros, embora de carácter um pouco diferente. A pesquisa efectuada permitiu identificar vários equipamentos de índole desportiva ou de lazer pertencentes no Concelho da Lourinhã: o Estádio Municipal da Lourinhã – que compreende também um parque desportivo com, nomeadamente, cinco campos de ténis (Freguesia da Lourinhã, 2011c) –, um campo de ténis na Praia da Areia Branca, três outros campos de futebol espalhados pelo concelho, cinco polidesportivos descobertos, o pavilhão do Hóquei Clube da Lourinhã, um pavilhão gimnodesportivo

pertencente à Escola Secundária da Lourinhã, quatro outros pavilhões da pertença de associações recreativas das aldeias locais, duas piscinas municipais – uma na Lourinhã e outra na Marteleira –, assim como umas piscinas de uma associação de desenvolvimento local, um *skate* parque localizado no centro da via da Lourinhã, um mini-campo para basquetebol e futebol dedicado às crianças (Município da Lourinhã, 2011; Freguesia da Lourinhã, 2011b; Trigo *et al.*, 2010a) e ainda um mini-golfe.

O *surf*, o *bodyboard* e o *kitesurf* são outras actividades que é possível fazer, dado que existem boas praias para esse efeito e várias escolas de *surf* (Global Surf School & Camp, 2010; Ripar Surf School, 2011). Os amantes dos desportos motorizados dispõem de um *kartódromo* (DinoKart, 2009).

Apesar da existência de todos estes equipamentos, é de notar o facto de um dos entrevistados do PEDTL – que deixou Lisboa para se fixar na Praia da Areia Branca, embora continue a trabalhar na capital – ter referido que tinha de se deslocar a concelhos vizinhos (Óbidos, Caldas da Rainha e Torres Vedras) para usufruir de infra-estruturas desportivas e de lazer que não existiam na Lourinhã. Tal pode indiciar que as infra-estruturas não estão suficientemente divulgadas ou que pode ser difícil o acesso às mesmas.

Juventude e pólos de ensino

O cenário em termos da existência de pólos de ensino não é mais desejável. Não existem estabelecimentos de ensino superior no Concelho da Lourinhã, embora existam em concelhos vizinhos como Torres Vedras, Caldas da Rainha e Peniche (Instituto Politécnico de Leiria, 2011; Instituto Superior Politécnico do Oeste, 2011). Existia uma instituição de formação profissional especialmente dedicada à agricultura – a Casa Escola Agrícola Rio Grande – que, no entanto, encerrou em 2009 por falta de verbas (Jornal Alvorada, 2008; Jornal Alvorada, 2009a). A existência de um estabelecimento deste género poderia ser importante para a atracção de capital humano – estudantes, professores, investigadores –, considerando o facto de a agricultura ser historicamente importante no concelho e, portanto, central a uma estratégia de desenvolvimento local. O seu encerramento tem de ser visto como algo negativo, embora a Câmara pondere aproveitar as instalações para um novo projecto na área da formação profissional (Jornal Alvorada, 2009a).

Esta preocupação deve constituir uma prioridade estratégica, não só para atrair gente qualificada, como também para evitar a fuga de jovens – o relatório de diagnóstico do

PEL referiu a existência de vários alunos da Lourinhã a frequentar cursos em escolas profissionais de Torres Vedras (MANUAL, 2010).

Vida nocturna variada e vibrante

A vida nocturna na vila da Lourinhã não é especialmente vasta, tal como não o é no restante território do concelho. Ainda assim, existem alguns bares, principalmente na Lourinhã e na Praia da Areia Branca, tal como foi possível constatar através da observação no local e tal como está indicado no próprio *site* da CML (Município da Lourinhã, 2011r).

Actividades culturais estimulantes

Também as actividades culturais não são abundantes. Mesmo em termos de equipamentos culturais, a oferta apresenta-se como pouco vasta: existe um centro cultural onde estão uma biblioteca, uma galeria e um auditório que funciona por vezes como cinema (Freguesia da Lourinhã, 2011a), o Museu da Lourinhã (dedicado à exposição do património paleontológico, arqueológico e etnográfico), um museu etnográfico no interior do concelho (no Reguengo Grande) e um núcleo museológico de uma instituição particular (Fundação João XXIII) em Ribamar (Trigo *et al.*, 2010a). Está prevista a construção de um Museu do Jurássico, com melhores condições para albergar o espólio paleontológico e para fornecer uma experiência diferente e mais moderna (nomeadamente através de multimédia) aos visitantes (Município da Lourinhã, 2011m). Foi também prevista, e até incluída no Programa de Desenvolvimento Territorial do Oeste (AMO, 2008), a construção de um novo espaço cultural no concelho. Com a designação de Espaço Urbano da Cultura, Criatividade e Conhecimento, a sua concepção foi assumida como um “*projecto estruturante para a economia do concelho da Lourinhã e da região Oeste*” (AMO, 2008: 124) onde poderão ser desenvolvidos “*projectos com interesse cultural que possam ajudar a catapultar a dinamização e a identidade regional*” (AMO, 2008: 124). Um projecto deste género poderá ser importante para estimular os temas do conhecimento e da criatividade no concelho.

Capacitação e envolvimento da população

A capacitação e o envolvimento da população podem ser atestados pela quantidade de associações e movimentos existentes. Existem diversas associações de índole recreativa,

cultural ou social no concelho (Município da Lourinhã, 2011s; Associação para o Desenvolvimento Local da Lourinhã, 2011a); tal como foi referido na entrevista ao Eng.º António Gomes – da Louricoop –, praticamente qualquer aldeia tem a sua. No entanto tratam-se de organizações de carácter pouco interventivo, onde a preocupação incide mais na gestão de um espaço de convívio e na organização pontual de festas.

Para além destas, existem outras associações e movimentos com uma postura mais proactiva, evidenciando a preocupação com o desenvolvimento local e com outras questões importantes na gestão do território. Entrevistas informais com pessoas locais permitiram ficar com a ideia de que existem algumas pessoas dinâmicas e preocupadas com o desenvolvimento do concelho e com o crescente bem-estar dos seus habitantes que impulsionam algumas associações e movimentos com uma visão mais estratégica.

Na entrevista ao Eng.º António Gomes, este referiu também que existem cerca de 20⁵⁴ pessoas proactivas, com capacidade de liderança e que, segundo ele, não buscam protagonismo. Referiu também que a restante população se costuma mobilizar em termos de causas, mas que depois tem tendência a esmorecer e que, por isso, considera ser necessária a existência de uma liderança forte.

Em boa verdade, esta liderança poderia / deveria vir da própria Câmara Municipal, já que é a entidade que trata dos destinos do município e a única com o poder de dar voz à população. No modelo de desenvolvimento preconizado nesta dissertação, essa liderança assume-se como uma forma de capacitar a população – ouvindo as suas preocupações, tirando partido das suas ideias – e de, no final, a orientar para a perseguição de um objectivo comum. Recentemente (em 2010) a CML encomendou a realização de dois planos estratégicos – o PEDTL e o PEL – através dos quais se escutou a voz da população, tendo-a em conta na delineação das estratégias a adoptar.

As associações recreativas existentes, apesar de pouco interventivas (actualmente), podem ser um meio de chegar a toda a população e de enriquecer o espírito empreendedor no concelho. A existência de uma visão única e unificadora que valoriza o empreendedorismo será, à luz das teorias que inspiram parte desta dissertação (Florida, 2002; Landry, 2008), um aspecto que contribuirá para a atracção de mais pessoas com esse espírito.

⁵⁴ Um número que, ainda assim, não pode ser considerado elevado.

