Configurações, vol. 10, 2012, pp. 95-108

(Des)emprego e empreendedorismo: repensar as políticas públicas

Nélia Nobre*

Resumo

Na conjuntura atual de desemprego o empreendedorismo é tido como uma medida recorrente das políticas ativas de emprego. Pretende-se com este artigo contribuir para o retratamento das políticas de apoio ao empreendedorismo em casos de necessidade e de oportunidade, tendo em conta o papel das redes no processo. Esta reflexão resulta da análise de 24 casos de desempregados/as que criaram o seu próprio emprego. Foram realizadas entrevistas semidiretivas, analisadas sob os princípios da análise de conteúdo. Os resultados mostram que as políticas são um estímulo à criação do próprio emprego pelo capital financeiro que representam, o papel das redes é subaproveitado e que os conceitos de necessidade e oportunidade não são estáticos.

Palavras-chave: desemprego, empreendedorismo de necessidade, empreendedorismo de oportunidade, redes sociais

Introdução

Os discursos do empreendedorismo são retomados como uma estratégia para fazer face aos efeitos perversos do desemprego persistente, estrutural e de aparente irreversibilidade, que tem tomado conta das agendas políticas. Neste sentido as políticas de apoio ao empreendedorismo são vistas como medidas cada vez mais recorrentes das políticas ativas de emprego. Partindo da análise documental dessas políticas é notório que não há distinção entre necessidade e oportunidade. Como estão estas medidas a ser vivenciadas e percecionadas pelos indivíduos? Quais as especificidades de quem empreende por necessidade

* Universidade do Minho (nobrenelia@gmail.com)

Configuracoes 10_Dez2012.indb 95 15-09-2013 23:55:20

e por oportunidade? Que outros recursos os indivíduos mobilizam para colmatar lacunas? São as primeiras questões levantadas neste quadro.

Este artigo parte dos resultados de uma pesquisa onde se procurou conhecer como os recursos, formais e informais, são mobilizados para o empreendedorismo, em casos de necessidade e de oportunidade (Nobre, 2011). O estudo desenvolveu-se em torno de três níveis de análise: a nível macro as políticas de apoio ao empreendedorismo numa conjuntura atual de desemprego; a nível micro os indivíduos como destinatários dessas medidas e, a nível *meso,* as instituições que fazem a ponte de ligação entre ambos os níveis.

Este artigo pretende contribuir para o retratamento das políticas de apoio ao empreendedorismo, numa conjuntura atual de desemprego. Como Ferreira (2007) refere, conhecer as especificidades do real contribui para uma melhor delineação das práticas. Por outro lado, as novas exigências e necessidades da economia levam a repensar os próprios conceitos e abordagens (Gündoğdu, 2012).

Num primeiro momento é feita uma conceptualização dos conceitos de empreendedorismo, focando a sua relação com o desemprego e as redes sociais. Em seguida são apresentados os principais resultados e, por fim, as conclusões e reflexões saídas desta análise.

1. Conceptualizações

1.1. Empreendedorismo: definições em torno do conceito

A palavra empreendedorismo deriva de *entrepreneur*, da economia francesa, significando alguém que toma a seu cargo uma determinada atividade, estimulando o progresso económico por encontrar uma melhor forma de fazer. Cantillon, no século XVIII, introduziu a noção de alguém que toma decisões para obter recursos, assumindo riscos. Smith refere como alguém que reage a mudanças económicas, transformando a procura em oferta. Schumpeter aponta o empreendedorismo como um processo de criação destruidora revolucionador dos padrões de produção (*in* Dees, 2001; Sarkar, 2009).

Hatten (2009) distingue empreendedorismo de gestão de pequenos negócios, referindo que o primeiro implica uma *startup* e o seu processo, enquanto o pequeno negócio se reporta a um longo período, independentemente de ter iniciado uma empresa. A pessoa empreendedora é aquela que cria um negócio, pela identificação de oportunidades, criando uma organização para a colocar em prática (Bygrave e Zacharaki, 2011) e difere da inventora, pois integra recursos e transforma a invenção num negócio viável, com proatividade, inovação e assumindo riscos (Barringer, 2010). Sarkar (2009) apresenta uma tipologia de perfil: motivação, tomada de riscos, valores, assertividade, persistência, responsabilidade, autoconfiança, independência emocional e a capacidade de adaptação.

Gündoğdu (2012) refere que os conceitos de empreendedorismo, inovação e intrapreendedorismo têm-se dissipado, sendo ténues as suas limitações e alcances. Embora relacionados, implicam questões diferentes. Por isso, apresenta um conceito para abarcar as especificidades de cada um: *innopreneneurship*. Os valores necessários para o empreendedorismo são necessários para esta conceptualização. O *innopreneur* é um *entrepreneur* não sendo o inverso igualmente valido, pela orientação para a inovação e para o *intrapreneurship*, *ie*, para parcerias. O objetivo é transformar o *entrepreneur* num *innopreneur*.

Esta proposta revela a perda do núcleo original do empreendedorismo: a inovação. Partindo do conceito original, Dees (2001) aponta a noção de empreendedorismo social. Reporta-se a soluções de inovação para problemas sociais, gerando mudança social, e não apenas o lucro privado. Para empreendedores/as sociais a missão social é central, devendo deslocar recursos para criar mais-valia social, reconhecer e seguir oportunidades, atuando com recursos limitados.

A discussão do conceito é vasta. A definição que importa para os objetivos presentes é o empreendedorismo, enquanto criação do próprio emprego apresentada por Batista e Thurik (2007) por referência ao negócio próprio como forma de autoemprego, de fazer face ao desemprego e potenciar o crescimento económico. Estamos perante um quadro de pequenos negócios e não tanto de um empreendedorismo que *ultrapassa fonteiras* ao constituir bens de exportação ou uma filial noutro país, ao que Hisrich (2013) chama de *international entrepreneurship*.

Como as definições sugerem, o empreendedorismo foca a questão da oportunidade, noção avançada por Drucker[1] que tem inspirado as visões contemporâneas (Dees, 2001). Porém, a atividade empreendedora pode ser impulsionada pela necessidade dada a: "…ausência de outras oportunidades de obtenção de rendimento (nomeadamente, o trabalho dependente) que leva os indivíduos à criação de uma empresa, dado considerarem não possuir melhores alternativas" (GEM[2], 2010: 26).

Também Portela *et al.* (2008: 31) fazem a distinção entre indivíduos que "irão detetar [*sic*] precocemente uma oportunidade de negócio potencialmente lucrativa e acreditar que alcançarão maiores níveis de utilidade e rendimento caso se tornem empresários". São indivíduos dirigidos para o autoemprego, protagonistas de empreendedorismo de oportunidade, de tradição *Shumpeteriana*. Por outro lado, os agentes de empreendedorismo de necessidade procuram uma alternativa a empregos inadequados, ou mesmo à inexistência deles: "há quem se veja arrastado pelas circunstâncias e ouse criar uma empresa, não por identificar sagazmente a designada janela de oportunidade de negócio, mas por instante necessidade" (*idem, ibidem*).

[1] Parte da definição de Say: empreendedorismo como criação de valor ao transferir recursos de uma área de baixa produtividade para outra de maior rendimento

[2] *Global Entrepreneurship Monitor*

1.2. Desemprego e empreendedorismo

O desemprego é apresentado pelo INE[3] como indivíduos (15-74 anos) simultaneamente nestas situações de trabalho remunerado ou não: não ter trabalho, procurar ativamente emprego e estar disponível para trabalhar. Segundo dados do EUROSTAT (2012),[4] a taxa de desemprego em Portugal era de 15,7%. A média da Europa dos 27 era de 10,6%, numa tabela liderada pela Espanha, com uma taxa de 25,8% por oposição à Áustria com 4,4%. Os EUA tinham, à data, uma taxa de 7,8% e o Japão de 4,2%.

O desemprego tem tomado conta das agendas políticas e o empreendedorismo tem sido visto como uma forma de crescimento económico e de criação de emprego (Batista e Thurik, 2007). Estes autores relacionam as duas noções: o desemprego leva ao aumento da atividade empreendedora (*refugee effect*) e, por outro lado, o empreendedorismo leva à diminuição do desemprego (*entrepreunerial effect*). Como referem, a literatura sugere que as políticas públicas diminuem o desemprego pelo empreendedorismo mas não promovem, necessariamente, o crescimento económico. Encorajam desempregados/as a serem empreendedores/as.

GEM (2010: 29) evidencia o atual papel económico do empreendedorismo: "a interligação entre empreendedorismo e inovação assume especial interesse, na medida em que as iniciativas de negócio relacionadas com a inovação se revelam cada vez mais importantes para o crescimento económico". A relação é também evidenciada no Plano Nacional de Emprego (GEP[5], 2010: 47), focando os grupos vulneráveis no mercado:

> Para a criação de emprego e correlativo combate ao desemprego, são ainda essenciais os apoios específicos ao empreendedorismo, designadamente os destinados à criação de novas empresas por parte de desempregados, jovens à procura do primeiro emprego e outros públicos em situação de desfavorecimento face ao mercado de trabalho, bem como o apoio à criação do próprio emprego por beneficiários de prestações de desemprego.

Pode com isto afirma-se que o empreendedorismo, na conjuntura atual, é encarado como uma estratégia para fazer face às sequelas do desemprego. As políticas desempenham a sua função nesta matéria, porém são uma parte de um complexo processo. Ao longo da sua trajetória os indivíduos coletam contactos e recursos que podem potenciar a atividade empreendedora nuns casos e noutros não. Vejamos contributos do papel das redes.

[3] Instituto Nacional de Estatística.

[4] Dados disponibilizados a 31 de outubro de 2012.

[5] Gabinete de Estudos e Planeamento.

1.3. Redes e empreendedorismo

O conceito de rede social é associado a Barnes, em 1954, por alusão ao conjunto de relações entre pessoas ou grupos. É uma abordagem da estrutura social dos indivíduos no contexto envolvente (Mercklé, 2004). As redes relacionais são uma forma de capital, o capital social. Portugal (2007) diz que o conceito generalizou-se, após 1990, em domínios que transcendem as ciências sociais. Uma definição consensual é controversa. No presente artigo interessa a relação do capital social com o empreendedorismo. Consideremos a definição de Sousa (2008: 30), que aponta o empreendedorismo como uma atividade económica socialmente localizada: "…um ativo [*sic*] que pode ser acumulado e gera benefícios, que podem ter uma natureza muito diversa (aumento da eficiência, redução dos custos de transação, [*sic*] etc).

A pessoa empreendedora estabelece pontes conectando recursos, o que requer habilidade. É, por si, criador/a de redes, pois, ao identificar oportunidades, mobiliza recursos para colmatar lacunas; desbloqueia rotas preenchendo descontinuidades nas redes. Gera assim novas rotas e expande o mercado, conectando recursos aparentemente não compatíveis (Vale, Wilkinson e Amâncio, 2008).

Kontien e Ojala (2011) reconhecem a importância das redes pessoais para identificar oportunidades de internacionalização do empreendedorismo. A família responde de forma reativa às oportunidades que surgem por acaso, ao invés de ser proativa. A confiabilidade é importante na consolidação das relações, porém valoriza a pertinência dos laços fracos para o desenvolvimento das atividades (*idem*).

Esta posição vai ao encontro de Granovetter (2000), referindo a força dos laços fracos, pois permite aos indivíduos aceder a outros nichos de informação que não possíveis de alcançar no seu núcleo próximo, permitindo evitar redundâncias da informação. Greve (1995) refere a importância da confiança nos laços como uma forma de sustentabilidade e difusão do negócio.

Sousa (2008) faz um levantamento da importância das redes no empreendedorismo: têm uma importância central no processo inicial de implementação do empreendimento; a rede pode afetar o modo e a identificação de oportunidades; permite aceder aos recursos (humanos, financeiros), e a informações privilegiadas. São importantes na fase inicial pois suportam, aconselham e edificam a confiança. Porém, as redes não são estáticas e o indivíduo terá de mobilizá-las de acordo com a fase do negócio. A autora refere que, à medida que o negócio se expande, os laços interpessoais perdem relevância em relação às redes interorganizacionais. Em fases avançadas do negócio existem mais contactos indiretos e as redes tornam-se mais amplas (Greve, 1995; Vale e Guimarães, 2010).

2. Considerações metodológicas

Os resultados obtidos derivam da análise de entrevistas semidiretivas a indivíduos que recorreram aos apoios institucionais do Centro de Emprego (CE) de Coimbra para criar o seu próprio emprego e, eventualmente, o de outras pessoas. Foram entrevistados 28 indivíduos, em 25 entrevistas que representam 24 casos. A abertura institucional do CE permitiu o acesso aos casos mas também a rotinas institucionais, durante o período de trabalho de campo (março, abril e maio de 2011).

Todos os casos se encontravam ativos no momento da entrevista e tinham no máximo 3 anos de existência. As idades variam entre os 28 e 55 anos, sendo a média de 40. As áreas de atividade são diversificadas não havendo um padrão. Das 28 pessoas entrevistadas, 18 tinham formação ao nível do ensino superior, em áreas diversificadas. Todos os nomes são fictícios.

As medidas de apoio reportam-se a Iniciativas Locais de Emprego (ILE's) e à Criação do Próprio Emprego (CPE's). As ILE's visam apoiar projetos de criação de empresas que geram novos postos de trabalho com o objetivo de dinamizar as economias locais. Destinam-se a desempregados/as involuntários/as e jovens à procura do 1º emprego. O segundo programa prevê a criação de empresas de pequena dimensão que contemplem a criação de postos de trabalho e a dinamização das economias locais. Destina-se a desempregados/as há mais de 9 meses, que nunca tenham exercido qualquer atividade; jovens (18-35 anos) à procura do 1º emprego; trabalhadores/as independentes com rendimento inferior à retribuição mínima garantida.

Um desafio metodológico colocado foi distinguir entre necessidade e oportunidade. A literatura aponta a noção risco *vs* subsistência. No terreno esta proposta verificou-se rígida e pouco operacional para caraterizar os negócios, pela ambiguidade dos discursos. Por outro lado, tratando-se de empresas de desempregados/as, a necessidade é o denominador comum. Porém, pretendeu-se identificar a oportunidade nestas situações de modo a verificar como o desemprego constituiu uma rampa de lançamento para o empreendedorismo. Vejamos exemplos elucidativos da operacionalização desta diferenciação:

> Eu no espaço de um ano investi cinco mil euros em publicidade. (*Alexandra*, roupa)
> Se uma pessoa não tiver 100% de certeza que é isto que quer, se não tiver força de vontade e achar "pronto vou passar por um monte de dificuldades mas é mesmo isto que eu quero", então não vale a pena. (*Mara* e *Arnaldo*, *design*)
> [O *site*] É uma das coisas que temos que oportunamente que fazer, efetivamente. (*Januário*, climatização)

Estes excertos são exemplos que evidenciam uma intencionalidade de querer fazer da empresa um projeto de vida. Identificaram formas de evoluir esse projeto, como rentabilizar recursos, captação de clientes/fornecedores, pensar

Configuracoes 10_Dez2012.indb 100 15-09-2013 23:55:21

novas formas de fazer. Nesta situação foram identificados 13 casos de oportunidade. Por oposição, nos restantes 11 está patente não só a falta de alternativas e a necessidade de subsistência mas também a evidência de um desligamento e receio de investir nesta atividade. A postura é regressiva, que em alguns casos é justificada pelas adversidades da conjuntura atual:

> Quanto a esta atividade eu vou-lhe ser muito franco: neste momento face à situação, como isto está a funcionar, eu vou ponderar muito seriamente em eventualmente arranjar, por exemplo, um grupo. (*Rodrigo*, geladaria)
> Para mim chega, para mim chega... (*Cristiano*, *bricolage*)
> Tenho um bocado de receio estar-me a aventurar estar a fazer esses grandes projetos e depois não ter capacidade de conseguir pagar. Ir devagarinho. (*Cláudia*, *take-away*)
> Tenho um bocado de aversão gosto muito de ter os pés assentes na terra. (*Carolina*, contabilidade).

A diferenciação foi centrada na voz dos indivíduos captando as suas perceções da atividade, a vivência dos seus percursos, motivações e apoios. Apenas com uma análise devida do momento da entrevista, do seu discurso, e ainda pelo estabelecimento de comparações entre os casos foi possível compreender a situação de necessidade e de oportunidade. Esta distinção importa para compreender os resultados que se expõem em seguida.

3. Resultados

3.1. Os apoios institucionais

Para quem empreende por necessidade há uma tendência a (sobre)valorizar os apoios, tanto a nível financeiro como técnico. Sem esse apoio não teria sido possível de todo avançar com a ideia de negócio. *Isabel* expressa a satisfação do apoio técnico e financeiro: *tive tudo de mão beijada*. *Cláudia* demonstra afinidade ao falar do apoio recebido, chegando a emocionar-se:

> Fartei-me de chorar de alegria! Nunca tive nada de bom a não ser isto! Foi, foi, foi uma coisa… eu não tenho palavras para descrever foi uma sensação única que… eu nunca tinha tido nada, não é? Parece que foi Deus, não sei, agarrei-me a ela [à técnica] a chorar e disse "realmente Deus existe!" porque é daquelas sensações quando a gente sente assim… pronto, em baixo. Foi muito bom. (*Cláudia, take-away*).

Para *Cândida* significou melhorias significativas no seu estado de saúde mental e no ambiente familiar. Para os casos de necessidade não teria sido possível avançar com a ideia de um negócio próprio devido ao défice de capital inicial:

> Teria que fazer aquele investimento, teria que o pagar todo do meu bolso, não é, e assim tive um apoio. Eu acho que para uma pessoa começar, hoje em dia, é muito importante. Principalmente com a situação que cada vez está mais o país, que os bancos para emprestarem alguma coisa… (*Tina*, contabilidade).

Para quem empreende por oportunidade o financiamento é visto como uma forma de rentabilizar recursos. *Ruben* refere: *todos os apoios que fossem possíveis canalizar para a criação da empresa eu tentei obtê-los*. *Hélder* tinha algum capital mas ao saber desta possibilidade procurou o CE. O financiamento nestes casos é visto como um direito, como um potenciador da atividade:

> Eu nunca entendi aquilo como um apoio porque no fundo foi um subsídio, ou foi um pagamento integral dos subsídios que estavam em… que teria direito até ao final do período em que estava [desempregado]. Portanto, se foi ao encontro às necessidades que nós tivemos para arrancar com o negócio, não. Muito longe disso, mas é sempre um apoio (…) nem achei pouco nem achei muito, ok, era aquilo que eu tinha direito. Vou dar início a uma atividade nova, tenho direito então vou ter o usufruto. (*Nelson*, imobiliária).

Já o apoio técnico é alvo de fortes críticas relativas ao funcionamento, o que não acontece em casos de necessidade:

> O apoio é mesmo na altura, é quando as pessoas estão desesperadas, a falta de informação, quando uma pessoa tenta fazer uma pergunta… aí sim, deveríamos ter um apoio mais humano (*Alexandra,* roupa).
> O problema não está nas políticas, está nas pessoas que protagonizam (*Leandro*, consultadoria).
> O apoio e os esclarecimentos que nos são dados para apresentarmos um projeto deste género não vão de encontro às necessidades do cidadão normal, comum (*Nelson*, imobiliária).

Os discursos permitem concordar com Thurik *et al*. (2008): os apoios institucionais são um estímulo ao empreendedorismo pelo capital inicial que representam. Em casos de necessidade não teria sido possível avançar e em casos de oportunidade são vistos como uma forma de rentabilizar recursos. Empreendedores/as tendem a ter um certo *encanto* face aos apoios, enquanto os segundos tendem a ter uma postura mais crítica, incidente na dimensão técnica e não tanto no financiamento.

3.2. O (sub)aproveitamento das redes

As políticas têm o seu papel; no entanto são uma parte do todo, pois o sucesso das atividades não depende meramente desta vertente. A literatura aponta que

cabe ao indivíduo recorrer e mobilizar estrategicamente as suas redes para rentabilizar a sua atividade económica socialmente localizada.

A frase de *Tânia* ilustra os casos analisados: *uma pessoa nunca está sozinha*. Em 21 dos 24 casos, os indivíduos identificam pelo menos uma ou outra pessoa de suporte. *Madalena* refere que, se precisar, sabe que pode recorrer à família. Para além da confiança (Greve, 1995; Granovetter, 2000; Kontien e Ojala, 2011), as redes têm um importante papel de divulgação da empresa e de apoio emocional:

> Temos um grupo de amigos e de familiares, maridos mulheres e tudo mais, que ajudam, isso é sempre bom. Uma pessoa não se sente sozinha. E mesmo o apoio psicológico. Pronto, nós temos a página da internet, temos um blog, temos uma página no *facebook*. E muitas vezes, a maior parte dos comentários que lá temos são da família! Também é incentivador (*Tânia*, construção).
> Na prática, quem me apoiou mais foi o meu irmão, basicamente… a minha esposa é um apoio psicológico (*Ruben*, produção de *software*).
> - O meu sócio é meu irmão. Isso também tem muita influência, é a confiança.
> - É o ajudarmo-nos um ao outro, mais solidariedade familiar do que propriamente outro que não me conhece de lado nenhum.
> - Nós conseguimos chegar a um acordo, sem qualquer desconfiança um do outro e pronto (*Patrício* e *Amílcar*, arquitetura).

Vale e Guimarães (2010) referem a importância de ambientes empresariais, ou seja, conhecer pessoas numa situação semelhante constitui uma mais-valia para a atividade, pela troca de experiências. Pode afirmar-se que os indivíduos não conhecem pessoas nessas situações ou, conhecendo, os contactos e a troca de informações não são frequentes:

> *Há pouco falou-me numa pessoa que conhecia que também tinha recorrido aos apoios do CE. Tem perceção como é o caso dessa pessoa?*
> Sei que é uma empresa de construção ou qualquer coisa, ou de engenharia. Mas não sei bem, não sei como é que, o que é… não faço ideia.
> *Mas acha que eles têm as mesmas dificuldades...*
> Não faço ideia. Não faço ideia por acaso não… em relação a esse aspeto não falámos (*Tânia*, construção).

Em empresas com mais do que indivíduo o recurso às redes é residual. O/a sócio/a é a rede pelos conhecimentos diferentes e complementares, ao que Oliveira (2008) chama de coletivos híbridos. Este surge como um indiciador de pontos fortes das empresas. *Januário*, *Leandro* e *Nelson* não identificam qualquer apoio, são atividades centradas e dependentes do indivíduo e na pessoa que está ao lado na empresa:

> Nós trabalhamos numa área muito específica (...) nem tínhamos a quem recorrer para ter os devidos apoios a não ser aquilo que nós conhecíamos do *metier*, não é? Porque é muito específica. *Januário*, climatização

Os resultados permitem concordar com Oliveira (2008): as redes em Portugal são *pequenas* apesar da sua *grandeza*. O seu papel é subaproveitado. Os contactos são ocasionais, não havendo uma mobilização estratégica das redes para colmatar lacunas. Greve (1995) e Vale e Guimarães (2010) lembram: em fases iniciais, as redes não são tão amplas. À medida que o negócio avança, os contactos indiretos aumentam. Este pode ser um motivo justificativo do fraco recurso às redes, dado que as empresas tinham no máximo 3 anos de existência.

3.3. Desemprego: a alavanca para o empreendedorismo

Para finalizar, a literatura evidencia as políticas como estímulo ao empreendedorismo. Os discursos mostram que perante uma situação de desemprego indesejada a primeira opção que ocorre é procurar emprego por conta de outrem:

> Inicialmente não tinha esta ideia, nem me passava pela cabeça sequer ter o meu próprio negócio (…) Eu ia estar um ano e meio no desemprego, provavelmente. E comecei a pensar que não ia aguentar um ano e meio à procura. Enviava imensos currículos e não me chamavam para nada, absolutamente. E depois comecei a pensar que se calhar a hipótese era abrir algo dentro deste género (*Isabel*, material ortopédico).

O empreendedorismo é fruto da dificuldade de ingressar no mercado de trabalho ou da insatisfação perante o que ele oferece. *Ruben*, após ter sondado opções considerou que ter um trabalho próprio seria mais adequado às suas expectativas:

> Cheguei à conclusão é que tinha formação a mais, experiência a mais, para aquilo que o mercado de trabalho estava na altura a contratar pessoas… para ganhar nem um terço daquilo que eu ganhava! E eu achei que tanto investimento em tempo e em formação não fazia sentido estar a desperdiçar e começar a ganhar muito menos daquilo que eu ganhava. E então surgiu a hipótese de criar a minha própria empresa (*Ruben*, produção de *software*).

Cristiano, Júlio e *Renato* referem a idade e o baixo nível de escolaridade como entraves que acentuam a dificuldade de reingressar no mercado de trabalho. S*ou velho para me arranjarem emprego, sou novo para ser reformado,* diz *Cristiano*. Para além destes fatores, *Cláudia* refere variadas vezes os *três filhos pequeninos* como um estímulo para criar do seu próprio emprego. A família

é um aspeto apontado pelas mulheres entrevistadas que levou a *optarem* pelo empreendedorismo, pela flexibilidade que este proporciona:

> Tinha tido um filho, queria ter mais e portanto tudo se juntou. O apoio que queria dar à família e estando em casa, trabalhando por conta própria é-me permitido isso, não é? Porque tenho uma flexibilidade de horário que não teria trabalhando para terceiros. Juntaram-se algumas circunstâncias, que de fato era a opção mais viável. *Soraia*, tradução

No caso dos irmãos *Amílcar* e *Patrício* a insatisfação com o mercado de trabalho é central na entrevista. Os seus discursos são intensos ao falarem de assédio moral e selva num mercado de trabalho competitivo e sem reconhecimento. Não obstante todo esse descontentamento, a ideia de um negócio próprio e em conjunto surge após o insucesso e dificuldade de ter um emprego por conta de outrem.

Alexandra é a única exceção. Tinha uma vida profissional estável e bem-sucedida em Lisboa. Decide ir para Coimbra, por motivos familiares e por uma proposta de trabalho. O seu contrato foi anulado nos primeiros 15 dias e, abruptamente, vê-se sem nada. De imediato procurou criar o seu próprio emprego. Todos os restantes casos referem que mediante uma situação de desemprego a primeira opção que ocorre é procurar emprego por conta de outrem, não obstante o descontentamento face à situação do mercado de trabalho.

Retomando Thurik *et al*. (2008) podemos acrescentar que o desemprego está ligado ao empreendedorismo por ser uma condição *sine qua non* de acesso aos apoios institucionais. Está ligado também porque o influência, na medida em que a condição leva a ver no empreendedorismo a alternativa (mais) plausível de fazer face à situação de desemprego indesejada. Porém pode concluir-se que não é a causa direta pois a primeira opção que ocorre é procurar trabalho por conta de outrem. O empreendedorismo surge pela dificuldade de encontrar emprego.

3.4. Necessidade e oportunidade: contributos para a afinação dos conceitos

Em determinados casos dicotomizar necessidade-oportunidade tornou-se uma tarefa ambígua pela evidência de ambas as caraterísticas em diferentes fases do negócio. Uma análise mais profunda, detalhada e comparativa permitiu distinguir os casos. Foram exatamente estas situações que suscitaram uma reflexão dos conceitos. Vejamos os dois casos.

A falta de alternativas no mercado de trabalho levou *Tânia* à criação da empresa. É um percurso inicial marcado pela necessidade, que se alia à do seu cunhado, também desempregado. Aquando a entrevista, ele saiu da empresa que ficará apenas a cargo de *Tânia*. Esta saída é um ponto de viragem na tra-

jetória da empreendedora que passa a encarar o negócio como seu, como um projeto que pretende fazer vingar, contrariamente ao receio inicial de avançar sozinha com algo próprio.

Por oposição, *Marco* e *Rodrigo* identificaram uma oportunidade de negócio, numa feira de *franchising*. A introdução de um produto inovador bem como os estudos de mercado feitos indiciavam que o negócio tinha os requisitos de sucesso. Apesar da fase próspera, os empreendedores mostram um desligamento face ao negócio pois ele não correspondeu às previsões e expectativas.

Pode identificar-se pontos de viragem nestas trajetórias numa conjuntura atual de incerteza. Esses casos incitam que os conceitos não são estáticos: se num momento inicial os indivíduos empreendem por necessidade ou por oportunidade não significa que mantenham essa postura. Há fatores internos ou externos que fazem alternar as orientações iniciais. Necessidade e oportunidade podem existir separadamente ao longo do tempo. A conjuntura atual é indiciadora deste tipo de posição, pois, como os/as entrevistados/as afirmam, é cada vez mais difícil estabelecer previsões. A postura empreendedora é alvo de mutações ao longo de várias fases e o empreendedorismo deve ser vista como um processo e não como um momento (GEM, 2010). Por este motivo e pela evidência empírica é necessário um aprofundamento desta matéria, de modo a compreender as trajetórias empreendedoras e a estabelecer critérios de avaliação para medir e classificar os casos de necessidade e oportunidade.

4. Considerações Finais

Este artigo teve por objetivo contribuir para o retratamento das políticas de apoio ao empreendedorismo, na atual conjuntura de desemprego. Procurou-se entender a efetividade das políticas em casos de necessidade e oportunidade, com o ideal de que conhecer o real contribui para uma melhor delineação das práticas.

Verificou-se que os apoios institucionais são um estímulo ao empreendedorismo pelo capital inicial que representam. Em casos de necessidade não teria sido possível avançar com um negócio e em casos de oportunidade foram uma forma de potenciar os recursos de partida. Relativamente às redes, o seu papel é subaproveitado, os contactos são ocasionais, não havendo uma mobilização estratégica para colmatar lacunas ou rentabilizar recursos. Perante o desemprego a primeira opção que ocorre é procurar emprego por conta de outrem, não obstante o descontentamento face à situação do mercado de trabalho. As políticas incitam assim desempregados/as a serem empreendedores/as.

Alguns casos analisados colocaram particular dificuldade de distinção necessidade-oportunidade, pela ambiguidade de discursos e situações. Esses casos incitam que os conceitos não são estatísticos pois há fatores, internos ou externos ao indivíduo, que fazem alterar as trajetórias empreendedoras. Os

casos analisados mostram que é necessário um aprofundamento nesta matéria, de modo a compreender as trajetórias empreendedoras e a estabelecer critérios de avaliação para medir e classificar necessidade e oportunidade.

A literatura mostra que o empreendedorismo tem sido alvo de diferentes abordagens. Porém, é notório que continua fortemente ligado à vertente económica. Os discursos centram-se na valorização da dimensão financeira, subvalorizando fatores contextuais e as redes. Também documentos como o GEP (2010), o GEM (2010) e as próprias políticas evidenciam esta vertente. Na conjuntura atual, o empreendedorismo é tido como uma medida cada vez mais recorrente das políticas ativas de emprego, como uma estratégia de fazer face ao desemprego. Estas mutações, nos conceitos e práticas, indiciam a necessidade de novas conceptualizações, como Gündoğdu (2012) aponta, para melhor definir intervenções (Ferreira, 2007).

O cruzamento de divergências que Oliveira (2008) chama de coletivos híbridos parecem ressaltar como um ponto forte destes casos, pois cruzam diferentes saberes e recursos. Por exemplo, pessoas que não estão em situação de elegibilidade face aos programas com pessoas que estando têm lacunas a outros níveis. Estas diferenças são complementares e indiciam pontos fortes para o desenvolvimento das atividades empreendedoras. No entanto, os casos analisados têm no máximo três anos de existência, o que pode ser um curto espaço de tempo para avaliar os seus impactos.

O estudo reporta-se a uma zona geográfica restrita, num espaço de tempo, a indivíduos desempregados, cujas empresas eram recentes e em funcionamento. Os resultados podem estar marcados pelas dinâmicas locais, nomeadamente do mercado local de emprego. Para o aprofundamento destas questões será enriquecedor diversificar estes elementos e estudá-los longitudinalmente.

Bibliografia

BATISTA, Rui e THURIK, Roy (2007), "The relationship between entrepreneurship and unemployment: is Portugal an outlier?" *Technological Forecasting & Social Change*, 74 (1): 75-79.

BARRINGER, Bruce (2010), *Entrepreneurship – successfully launching new ventures*, Boston: Pearson.

BYGRAVE, William e ZACHARAKIS, Andrew (2011), *Entrepreneurship*, Hoboken: Wiley.

FERREIRA, Virgínia (2007), "Conclusões comentadas, expostas na Conferência de peritos em Igualdade de Género, Empregabilidade e Empreendedorismo", *Presidência Portuguesa da União Europeia*, Lisboa, 3 e 4 de outubro de 2007.

GRANOVETTER, Mark (2000), *Le Marché autrement – les réseaux dans l'économie*, Paris: Desclée de Brouwer.

GREVE, Arent (1995), "Networks and Entrepreneurship», *Scandinavian Journal of Management, Elsevier Science*, 11 (1) 1-24.

HATTEN, Timothy (2009), *Small Business Mangement* – Entrepreneurship and Beyond, S.I, South-Western.

HISRICH, Robert (2013), *International Entrepreneurship*, Los Angeles: SAGE.

KONTIEN, Tanja e OJALA, Arto (2011), "Network ties in the international opportunity recognition of family SME's", *International Business Review*, 20: 440-453.

MERCKLÉ, Pierre (2004), *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris: La Découverte.

NOBRE, Nélia (2011), *A mobilização de recursos para o empreendedorismo: o contraste nos casos de necessidade e de oportunidade*, dissertação de Mestrado apresentada à Universidade de Coimbra.

OLIVEIRA, Luísa (2008), *Sociologia da Inovação*, Lisboa, Celta.

PORTELA, José (coord.), HESPANHA, Pedro, NOGUEIRA, Cláudia, TEIXEIRA, Mário, BATISTA, Alberto (2008), *O micro empreendedorismo em Portugal*, Lisboa: Greca.

PORTUGAL, Sílvia (2007), "Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica", *Oficina do CES*, 271: 1-35.

SARKAR, Soumodip (2009), *Empreendedorismo e Inovação*, Lisboa: Escolar Editora.

SOUSA, Cristina (2008), "Redes Sociais e Empreendedorismo", WP nº 2008/68, *Dinâmia*, Centro de Estudos Sobre a Mudança Socioeconómica, ISCTE.

THURIK, Roy; CARREE, Martin; STEL, André; AUDRESTSCH, David (2008), "Does self-employment reduce unemployment?" *Jounal of businnes Venturing*. SciencDirect, 23: 673-686.

VALE, Gláucia e GUIMARÃES, Liliane (2010), "Redes Sociais na Criação e na Mortalidade de Empresas", *Revista de Administração de Empresas*, 50 (3): 325-337.

Documentos em suporte eletrónico

DEES, J. Gregory (2001), "The meaning of social entrepreneurship". [Online] Disponível em www.caseatduke.org. [Consultado a 3 de dezembro de 2012].

EUROSTAT (2012), *Eurostat news release euro indicators. Euro Area unemployment rate at 11,6%*. [Online] Disponível em: http://epp.eurostat.ec.europa.eu [Consultado a 18 de dezembro de 2012].

GEM (2010), *GEM Portugal 2010 – Estudo sobre o Empreendedorismo*, [Online] Disponível em: www.gemconsortium.org, [Consultado a 18 de dezembro de 2012].

GEP (2010), *Plano Nacional de Emprego (2008-2010)*, [Online] Disponível em: www.gep.msss.gov.pt/[Consultado a 28 de novembro de 2012].

GÜNDOĞDU, Mehmet (2012), "Rethinking Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Innovation: a Multi-Concept Perspetive", *Procedia,* 41, 296-303., [Online] Disponível em: www.sciencedirect.com [Consultado a 18 de dezembro de 2012].

VALE, Gláucia, WILKINSON John e AMÂNCIO Robson (2008), "Empreendedorismo, Inovação e Redes – uma nova abordagem", *Revista de Administração de Empresas*, 7 (1). [Online] Disponível em: http://rae.fgv.br, [Consultado a 14 de junho de 2011].

INE (2012), [Online] Disponível em:http:www.ine.pt [Consultado a 18 de dezembro de 2012].

INCENTIVOS (2012), [Online] Disponível em:http://www.incentivos.com.pt [Consultado a 18 de dezembro de 2012].

PORTAL DOS INCENTIVOS (2012), [Online] Disponível em: http://www.portaldosincentivos.pt [Consultado a 18 de dezembro de 2012].