



FICHA NACIONAL - PORTUGAL



ÍNDICE

RESUMO

1. INTRODUÇÃO
2. OFERTA DE SERVIÇOS DE APOIO
 - 2.1 ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
 - 2.2 GRUPOS-ALVO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
 - 2.3 TIPOS DE SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
 - 2.4 PROMOÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
 - 2.5 QUALIDADE E PREÇOS DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
 - 2.6 OBJECTIVOS DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS
3. PROCURA DE SERVIÇOS DE APOIO
 - 3.1 PARTICIPAÇÃO NOS SERVIÇOS DE APOIO
 - 3.2 SENSIBILIZAÇÃO DAS EMPRESAS RELATIVAMENTE AOS SERVIÇOS DE APOIO
 - 3.3 CONTEÚDO DOS SERVIÇOS DE APOIO
 - 3.4 CONDIÇÕES E PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO
 - 3.5 POTENCIAL DO MERCADO DE SERVIÇOS DE APOIO NO FUTURO
4. SÍNTESE E CONCLUSÕES

ANEXO



RESUMO

OBJECTIVO DO ESTUDO

A criação de um enquadramento adequado ao desenvolvimento das empresas constitui um elemento fundamental da política pública de promoção do espírito empresarial na Europa. A natureza e a prestação dos serviços de apoio às empresas foram objecto de alterações consideráveis desde que se começaram a considerar como uma característica cada vez mais importante da política económica, facto que, em alguns Estados-Membros da União Europeia, se viria a traduzir numa proliferação dos serviços. A Carta Europeia das Pequenas Empresas, adoptada pelos Estados-Membros em Santa Maria da Feira em 19/20 de Junho de 2000, apela à criação de apoio de alta qualidade às pequenas empresas, de fácil acesso e compreensão e orientado para as suas necessidades. No intuito de verificar se os actuais serviços dão resposta às necessidades específicas das empresas de menores dimensões, a Direcção-Geral da Empresa da Comissão Europeia encomendou a realização, entre Dezembro de 2000 e Junho de 2002, do presente estudo sobre "serviços de apoio a microempresas, pequenas empresas e empresas individuais" ao Instituto Austriaco de Investigação sobre Pequenas Empresas (*Österreichisches Institut für Gewerbe- und Handelsforschung - IfGH*), em colaboração com membros da Rede Europeia de Investigação sobre as PME (ENSR) e outras instituições parceiras de todos os Estados-Membros da União Europeia e da Noruega.

O presente estudo tem três objectivos:

- Fornecer uma panorâmica global, descritiva e analítica dos actuais serviços de apoio nacionais e locais, ou dos seus respectivos sistemas integrados, tendo em conta as necessidades das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais (análise do ponto de vista da oferta);
- analisar as necessidades das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais da Europa tendo em conta a organização, promoção, conteúdo e prestação dos serviços de apoio (análise do ponto de vista da procura);
- fornecer dados globais com vista à melhoria da oferta dos serviços de apoio à disposição das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais dos Estados-Membros da União Europeia e da Noruega.

DEFINIÇÃO E METODOLOGIA UTILIZADA

Para efeitos de análise do mercado dos serviços de apoio, o presente estudo aplica uma definição propositadamente restrita do termo "serviços de apoio". Assim, um serviço de apoio que seja objecto de análise no quadro do presente estudo deve preencher os seguintes critérios:

- ter por origem uma iniciativa política pública,
- orientar-se para microempresas, pequenas empresas ou empresas individuais, quer por objectivo explícito, quer por aplicação prática,
- ser prestado sob condições não comerciais,
- uma parte considerável do serviço deve ter uma natureza não financeira.

Com base nesta definição, foram identificados e analisados 335 serviços de apoio, desde serviços de prestação de informação e aconselhamento até serviços de formação específica para PME que, obviamente, representam apenas uma pequena parte de todo o apoio externo disponível para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais na Europa. A informação utilizada para a análise da *oferta* foi recolhida pelos institutos de investigação participantes de cada um dos Estados-Membros da União Europeia e da Noruega, em conformidade com orientações comuns, tendo sido reunida numa base de dados electrónica sobre serviços de apoio ("*IfGH/ENSR Support Services Database*").

As conclusões relativas à *procura* têm por base uma análise exaustiva de documentação e uma análise empírica aprofundada das necessidades e experiência das empresas de menores dimensões em matéria de utilização de serviços de apoio. Em Outubro de 2001, realizou-se, nomeadamente, um inquérito telefónico



harmonizado com base num questionário fechado comum. A amostra total incluiu mais de 1200 empresas da União Europeia e Noruega, permitindo assim uma avaliação pormenorizada das necessidades de diferentes tipos de empresa relativamente a classes de dimensão, sector e fase de desenvolvimento. A nível nacional, os resultados baseiam-se na análise estatística de cerca de 75 entrevistas realizadas a microempresas, pequenas empresas e empresas individuais de cada país. Assim, as variações nacionais em relação à média da UE devem ser interpretadas cuidadosamente devido à dimensão comparativamente reduzida da amostra. Contudo, atendendo à solidez metodológica e à fiabilidade estatística do contexto subjacente à análise realizada a nível europeu, os resultados nacionais devem constituir bons indicadores da situação em cada país.



PRINCIPAIS RESULTADOS

Baixa participação de pequenas empresas nos serviços de apoio

A taxa de participação das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais europeias nos serviços de apoio é bastante baixa. Apenas 20% das empresas de menores dimensões da União Europeia e da Noruega recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos. Esta percentagem é ainda mais reduzida quanto menor for a dimensão de uma empresa, variando entre uma taxa de participação de 15% no caso das empresas individuais e 35% no caso das pequenas empresas (10 a 49 trabalhadores).

As mulheres, os empresários orientados para o crescimento e as pessoas com um nível de educação elevado são quem mais recorre aos serviços de apoio

A participação das empresas nos serviços de apoio difere consoante as características específicas do proprietário ou gestor de uma empresa. As empresárias, por exemplo, parecem estar mais dispostas a recorrer a serviços de apoio do que os seus congéneres masculinos. Enquanto 27% das empresas detidas por mulheres recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos, esta percentagem é de apenas 17% no caso das empresas cujo proprietário é um homem. Por outro lado, os empresários que possuem habilitações de nível secundário ou superior recorrem com mais frequência aos serviços de apoio do que os empresários com habilitações de nível básico. Além disso, tal como se atesta pelas taxas de participação superiores a 30% das empresas cujo número de trabalhadores aumentou mais de 10% nos últimos três anos, a decisão de recorrer, ou não, a serviços de apoio parece estar estreitamente relacionada com o crescimento do emprego.

É necessário uma perspectiva exterior das necessidades das pequenas empresas

A maioria das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais que não recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos afirma não ter sentido qualquer necessidade de obter apoio externo. Este parece, aliás, ser o caso dos empresários individuais, já que a percentagem de empresas deste tipo que consideram não ter necessidade de recorrer a auxílio externo ascende a quase 60%. Esta atitude poderá justificar-se pelo facto de muitas pequenas empresas perderem a capacidade de perspectivar as suas próprias necessidades devido ao seu grande envolvimento nas actividades diárias. Esta tendência parece salientar que a identificação externa das necessidades constitui um elemento fundamental da prestação de apoio às pequenas empresas.

Pequenas empresas não estão sensibilizadas para a existência dos serviços de apoio

Mais de três quartos das empresas não dispõem de informação sobre a existência e disponibilidade do apoio que lhes pode ser prestado. Por conseguinte, a participação relativamente baixa das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais europeias nos serviços de apoio poderá também estar relacionada com o nível reduzido de informação sobre os serviços de apoio prestados. Sensibilizar os empresários para a existência e disponibilidade dos serviços de apoio é, por conseguinte, um dos principais desafios que se colocarão à política de apoio no futuro.

Pequenas empresas preferem contactos directos com os prestadores de serviços

Os empresários de pequenas empresas preferem, de modo geral, que os prestadores de serviço os contactem directamente ou mesmo os visitem. Todavia, estes instrumentos de promoção (relativamente dispendiosos) são raramente utilizados pelos prestadores. A promoção dos serviços de apoio faz-se sobretudo através da Internet (nas páginas dos prestadores) e da imprensa ou mediante apresentações em feiras comerciais, exposições e seminários.

Pequenas empresas podem pensar em termos globais mas agem a nível local

As empresas preferem procurar serviços de apoio a nível local ou regional, o que corresponde, efectivamente, à forma como os serviços de apoio se organizam hoje em dia na União Europeia e na Noruega. Os pontos de contacto dos serviços de apoio estão descentralizados e podem ser contactados tanto a nível regional como a nível local. Contudo, parece importante que as entidades públicas adoptem uma abordagem mais estratégica do apoio que dispensam e garantam que esse apoio seja bem coordenado com a prestação de outros serviços,



particularmente a nível regional. Convém, assim, evitar as iniciativas isoladas, para não confundir o cliente e facilitar o processo de sensibilização.



Procura de tipos específicos de serviços varia consoante a localização de uma empresa

As necessidades das empresas em matéria de serviços de apoio variam consoante os diversos tipos de regiões. A percentagem de empresas que exigem diferentes tipos de serviços de apoio nas regiões do objectivo n.º 1, por exemplo, é mais elevada do que em qualquer outra região. 75% das empresas localizadas nas regiões do objectivo n.º 1 manifestaram necessidade de obter serviços financeiros, enquanto apenas 52% das empresas que não estão localizadas em zonas desfavorecidas o fizeram. Do mesmo modo, há inegavelmente uma maior procura de balcões únicos em zonas rurais (com menos de 50 000 habitantes) do que em zonas urbanas. Por conseguinte, as entidades públicas têm de garantir que as empresas possam ter acesso prático a todos os serviços de apoio de que necessitam, independentemente da sua localização geográfica.

Pequenas empresas requerem apoio mais personalizado e serviços mais orientados

A maioria das empresas registou uma forte procura de apoio personalizado que tivesse em conta a sua classe de dimensão, fase de desenvolvimento ou o seu domínio de actividade. A maior parte dos serviços de apoio oferecidos às microempresas, pequenas empresas e empresas individuais nos Estados-Membros da União Europeia e na Noruega está, todavia, orientada para as PME em geral e não é objecto de qualquer política de apoio às empresas independente. Do mesmo modo, os serviços orientam-se, geralmente, para todas as fases do ciclo de vida das empresas, dando apenas ênfase às empresas em fase de arranque e de desenvolvimento inicial.

Pequenas empresas revelam alguma insatisfação com o nível de compreensão demonstrado pelos prestadores de serviços

Embora a grande maioria das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais da União Europeia e Noruega que tenha recorrido a serviços de apoio nos últimos cinco anos se sinta satisfeita com a experiência mais recente, as opiniões são, comparativamente, mais críticas no que diz respeito à compreensão da sua actividade pelo prestador e ao efeito que o serviço teve na empresa. Neste contexto, as entidades públicas responsáveis pela prestação de serviços de apoio devem garantir que as organizações de apoio tenham acesso aos recursos humanos e materiais necessários para prestar serviços de alto nível. É extremamente importante que as organizações possuam pessoal com qualificações, competências e experiência prática necessárias para compreender as pequenas empresas e prestar toda a gama de serviços de que estas necessitam.

CONCLUSÕES

Sensibilizar o público para a existência dos serviços de apoio constituirá, no futuro, um objectivo importante da política de apoio.

Uma parte considerável das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais é impedida de participar nos serviços de apoio devido à pouca sensibilização para este tipo de apoio. Por este motivo, sensibilizar as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais para os serviços de apoio parece constituir o maior desafio que, no futuro, se colocará aos prestadores de serviços europeus. A promoção coerente e eficaz dos serviços de apoio tem de ser realizada entre públicos bem definidos de empresas e de empresários potenciais, a fim de aumentar a adesão das pequenas empresas.

Serviços de apoio devem orientar-se especificamente para as necessidades das pequenas empresas

A maior parte das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais prefere recorrer a serviços de apoio orientados especificamente para empresas da mesma dimensão e fase de desenvolvimento. Por conseguinte, o apoio às empresas deve ter em conta as necessidades distintas dos diversos tipos de pequenas empresas, fornecendo pacotes de serviços distintos para os diferentes grupos de destinatários. É necessário, também, garantir serviços de apoio coerentes, para que as empresas possam aceder facilmente a um pacote de serviços que cubra todas as principais funções de gestão. A fim de assegurar que as empresas recebam o apoio de que necessitam, os prestadores de serviços devem instituir procedimentos e mandatos que permitam determinar o melhor tipo de aconselhamento à disposição do cliente.



A orientação para o cliente tem de ser um princípio fundamental dos serviços de apoio

É necessário implementar, por rotina, sistemas de garantia de qualidade que, se for caso disso, façam referência a definições formais de normas de qualidade. Além disso, a avaliação regular da eficácia e eficiência dos serviços de apoio tem de tornar-se uma parte integrante da cultura da prestação de serviços de apoio. Os prestadores de serviços e os decisores políticos devem recorrer, continuamente, a instrumentos de avaliação para melhorar a qualidade, concepção e rendibilidade dos serviços de apoio.



FICHA NACIONAL - PORTUGAL

1. INTRODUÇÃO

O seguinte relatório constitui uma das dezasseis fichas nacionais elaboradas para a Comissão Europeia no âmbito de um estudo de investigação sobre "serviços de apoio para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais". As fichas nacionais têm por objectivo fornecer uma análise exhaustiva quer da procura (público) do mercado de serviços de apoio (ver capítulo 2), quer das necessidades das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais no que diz respeito ao apoio externo (ver capítulo 3), relativamente a cada Estado-Membro da União Europeia e à Noruega. Para fins da informação relativa a Portugal, o Instituto Austríaco de Investigação sobre Pequenas Empresas (IfGH) trabalhou em colaboração com a empresa Tecinvest de Lisboa.

A primeira parte de cada ficha nacional é dedicada à análise da *procura* no mercado de serviços de apoio orientados para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Neste contexto, a informação sobre a estrutura organizativa dos prestadores de serviços e as principais características dos serviços oferecidos às microempresas, pequenas empresas e empresas individuais foi recolhida de forma descentralizada: os institutos de investigação participantes de cada Estado-Membro da União Europeia e da Noruega analisaram exhaustivamente a oferta de serviços de apoio nos respectivos países em conformidade com orientações comuns, tendo comunicado as suas conclusões ao IfGH, o qual reuniria a informação relativa aos dezasseis países na base de dados electrónica de serviços de apoio IfGH/ENSR (*IfGH/ENSR Support Services Database*). Os principais resultados relativos a Portugal são apresentados no segundo capítulo do presente relatório, acompanhados por gráficos (informação quantitativa) e enriquecidos com informação qualitativa pormenorizada.

A primeira parte de cada ficha nacional é dedicada à análise da *procura* no mercado de serviços de apoio orientados para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Foram inquiridas cerca de 75 empresas em cada país da União Europeia e na Noruega sobre as suas necessidades e experiência prática em matéria de serviços de apoio e de apoio externo em geral, o que equivale a uma população total de 1200 empresas. Em Outubro de 2001, realizou-se, nomeadamente, um inquérito telefónico harmonizado com base num questionário fechado comum. Para o efeito, realizaram-se amostras aleatórias estratificadas de microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em cada Estado-Membro da União Europeia e na Noruega, tendo-se procedido, após a realização do inquérito, à ponderação das amostras para harmonizar as estimativas. Consequentemente, os resultados apresentados no relatório baseiam-se nos dados ponderados por classe de dimensão e sector das empresas e são representativos, assim, da estrutura da população total de microempresas, pequenas empresas e empresas individuais de cada país. No total, foram entrevistadas e ponderadas em conformidade empresas de sete sectores distintos (indústria transformadora e construção, comércio grossista e retalhista, transportes e comunicações, banca e finanças, serviços às empresas, serviços de reparação e outros serviços e turismo) e três classes de dimensão (nomeadamente, pequenas empresas (10 a 49 trabalhadores), microempresas (1 a 9 trabalhadores) e empresas individuais). Os principais resultados relativos a Portugal são apresentados no terceiro capítulo do presente relatório.

A última parte de cada ficha nacional é dedicada à elaboração das principais conclusões da investigação efectuada no decurso do projecto.



2. OFERTA DE SERVIÇOS DE APOIO

Este capítulo do relatório tem por objectivo efectuar uma análise sistemática da oferta no mercado dos serviços de apoio orientados para *microempresas, pequenas empresas e empresas individuais* em Portugal através da apresentação, entre outros dados, de informação sobre a estrutura organizativa dos prestadores de serviços, os grupos-alvo e os tipos dos serviços oferecidos, bem como informação sobre a promoção, a qualidade e os objectivos dos serviços prestados a microempresas, pequenas empresas e empresas individuais.

A fim de realizar uma avaliação exaustiva e pormenorizada das características específicas dos serviços oferecidos, aplicou-se, nesta parte da análise, uma definição estrita do termo "serviços de apoio". Assim, para ser seleccionado e subseqüentemente analisado, um serviço de apoio teria de cumprir os seguintes critérios:

- Ter por origem uma iniciativa política pública e o prestador de serviços ser uma entidade pública ou agir em conformidade com políticas públicas acordadas no caso de ser uma entidade privada (critérios relativos ao prestador).
- Estar orientado para micros e pequenas empresas e empresas individuais, quer por objectivo explícito, quer por aplicação prática e orientar-se directamente para empresas e empresários (critérios relativos aos utilizadores).
- Ser prestado sob condições não comerciais. Envolver o fornecimento de informação, aconselhamento ou formação ou incluir serviços às empresas prestados sob condições não comerciais. Uma parte considerável do serviço ser de natureza não financeira (critérios relativos ao conteúdo).

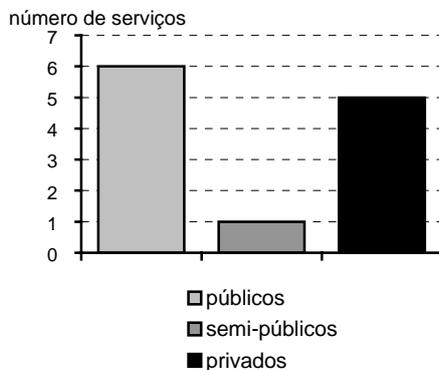
De acordo com os critérios supramencionados, foram identificados em Portugal 12 serviços de apoio¹. Contudo, convém salientar que, devido ao relativo rigor da definição, os serviços seleccionados representam apenas uma pequena parte de todo o apoio externo disponível para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal. Excluíram-se da análise, nomeadamente, todos os tipos de apoio meramente financeiro, por exemplo, empréstimos ou garantias, e todos os tipos de subvenções, bem como benefícios fiscais para pequenas empresas. Em Portugal, o Gabinete de Gestão do POE (Programa Operacional da Economia) é um dos maiores organismos que oferecem este tipo de apoio financeiro. Também não se incluíram na presente análise os serviços que reembolsam os custos ou as despesas de formação dos trabalhadores ou de utilização de aconselhamento externo em determinados domínios comerciais.

¹ No anexo, inclui-se uma lista dos serviços de apoio mencionados no capítulo 2.



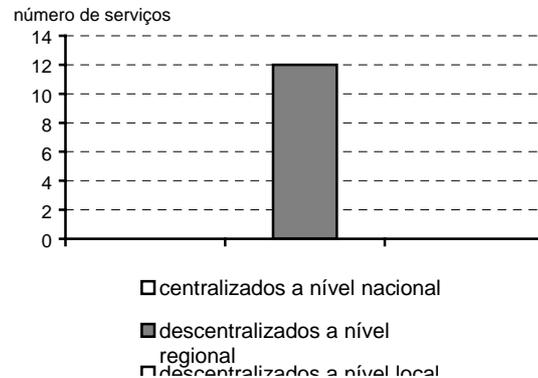
2.1 ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

Gráfico 1: Estatuto das principais organizações de serviços identificadas



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Gráfico 2: Organização dos pontos de contacto dos serviços identificadas



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Tal como se verifica no gráfico 1, os serviços de apoio disponíveis em Portugal são oferecidos sobretudo por prestadores de serviços públicos ou privados. Os organismos públicos que oferecem serviços pertencem, em geral, aos ministérios da economia, da agricultura e do emprego. As organizações privadas envolvidas na prestação de medidas de apoio a pequenas empresas são, em geral, instituições não lucrativas. Em Portugal, estas organizações privadas costumam assumir a forma de parcerias entre as entidades públicas e instituições privadas ou semi-públicas, por exemplo, associações industriais, câmaras de comércio e centros de inovação empresarial. Um exemplo deste tipo de cooperação é o parque TAGUSPARK ("Incubação de empresas"), uma entidade privada composta por parceiros públicos e privados.

O IAPMEI (Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento) é uma instituição pública que desempenha um papel fundamental na política de apoio às empresas em Portugal. Estabelece a ligação entre as iniciativas públicas e as organizações privadas ou semi-públicas, por exemplo, agindo como accionista em determinadas organizações privadas que oferecem serviços de apoio. Além disso, o IAPMEI mantém uma estreita colaboração com as associações industriais, a fim de poder utilizar os seus fundos nas acções de apoio em curso.

Independentemente do estatuto jurídico das principais organizações de serviços de apoio em Portugal, muitas beneficiam de contribuições financeiras da Comissão Europeia através, por exemplo, das suas direcções-gerais ou dos fundos estruturais europeus.

Os serviços de apoio disponíveis em Portugal são, não só, parcialmente financiados pelas instituições europeias como alguns desses serviços actuais tiveram origem em iniciativas europeias, nomeadamente, os Centros de Inovação Empresarial, os Business Angels (investidores privados) os Euro Info Centres ou o programa LIFT.

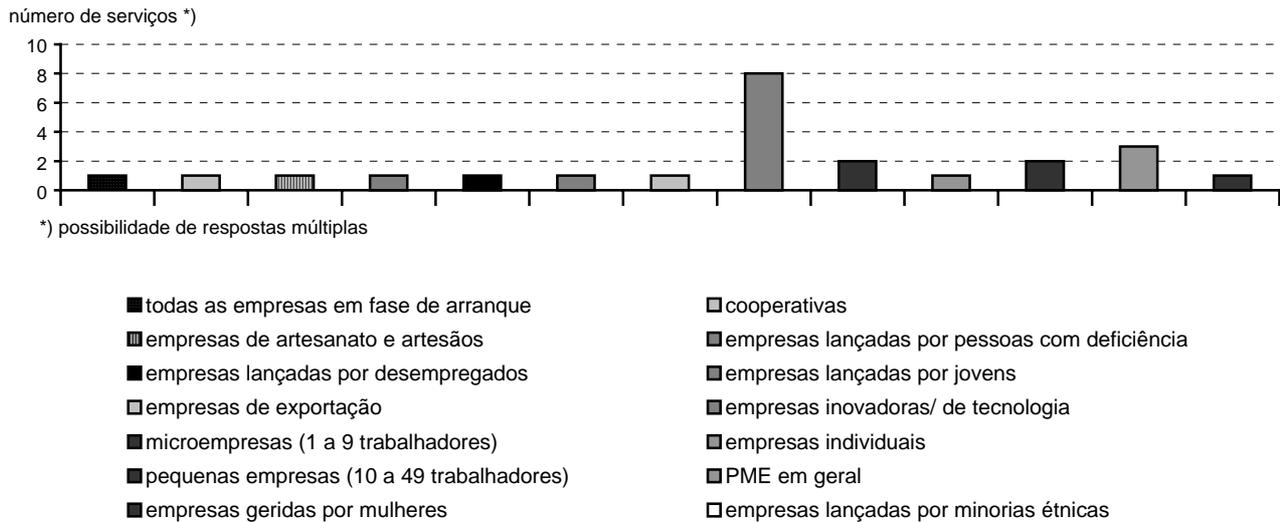
Todos os serviços de apoio disponíveis em Portugal estão organizados de forma descentralizada. Consoante o serviço, existem pontos de contacto em quase todas as capitais de distrito (ver gráfico 2).



2.2 GRUPOS-ALVO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

Tal como se referiu anteriormente, este relatório analisa apenas os serviços de apoio orientados para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Contudo, em muitos países e também em Portugal, estas empresas são consideradas como um subgrupo das pequenas e médias empresas (PME) e não costumam ser objecto de uma política distinta de apoio às empresas. Por conseguinte, incluem-se na presente análise os serviços que, embora não sendo explicitamente orientados para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais, são sobretudo utilizados por estas empresas.

Gráfico 3: População-alvo dos serviços identificados



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

A maioria dos serviços de apoio disponíveis em Portugal para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais orienta-se para empresas inovadoras e de base tecnológica, como viveiros de empresas e parques tecnológicos. Dá-se particular ênfase às empresas lançadas por jovens. O Programa "Ninhos de Empresas" constitui um bom exemplo de auxílio à criação de empresas por jovens. Estes serviços de "incubação" tentam incentivar as capacidade criativas e empresariais dos jovens, auxiliando-os a instituir as suas próprias empresas de serviços.

A grande diversidade das medidas de apoio portuguesas (ver o gráfico 3) deve-se ao facto de o Programa REDE -Consultoria, Formação e Apoio à Gestão de Pequenas Empresas - oferecer uma vasta gama de apoio a praticamente todos os tipos de grupo-alvo. O Programa REDE é organizado pelo IEFP (Instituto do Emprego e Formação Profissional) com o auxílio de organizações industriais e incide no aumento da competitividade e do crescimento das pequenas e microempresas através do fornecimento dos recursos de gestão e formação necessários, tendo por base as necessidades das empresas.

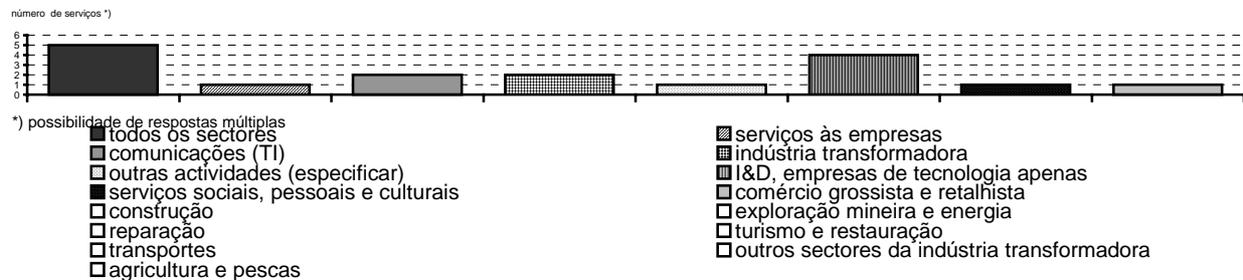
O gráfico 5 mostra que a maioria das organizações de apoio oferece serviços orientados para todas as fases de desenvolvimento de uma empresa, embora algumas das organizações também forneçam apoio específico a fases especiais do ciclo de vida das empresas. É interessante verificar que, em comparação com outros países da União Europeia, Portugal é um dos poucos países onde parece haver apoio específico para cada fase distinta do ciclo de vida da empresa. Há, em particular, apoio considerável para empresas em fase de crescimento.

A maioria dos serviços lançados por iniciativas europeias não se centra numa fase específica do ciclo de vida, orientando-se, pelo contrário, para todas as fases de desenvolvimento. Pelo contrário, o Programa LIFT



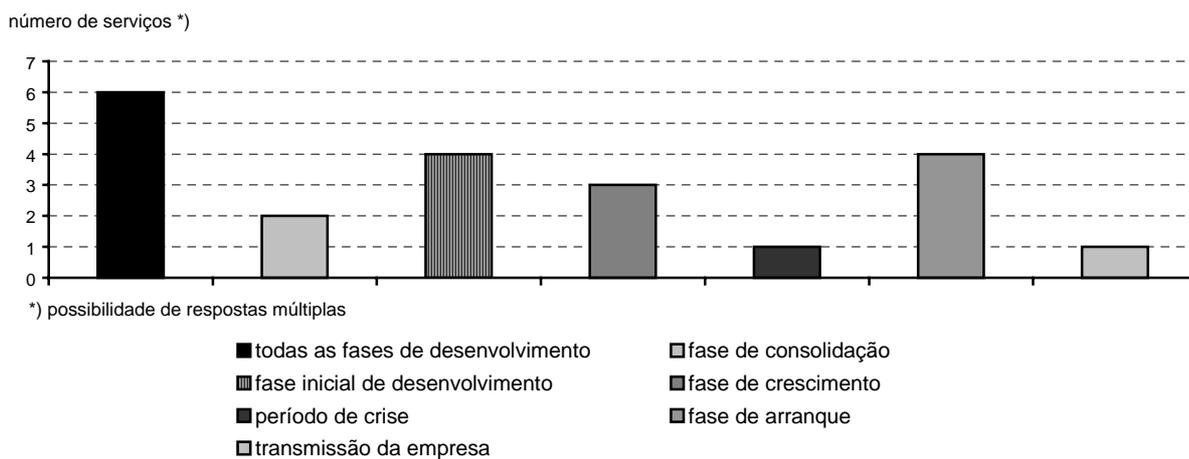
(Ligação da Inovação, Finanças e Tecnologia) representa um bom exemplo da orientação para fases especiais do ciclo de vida, pois tem por objectivo apoiar as empresas em fase de arranque e em fase inicial de desenvolvimento.

Gráfico 4: Sectores visados pelos serviços identificados



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Gráfico 5: Fase de desenvolvimento da empresa visada pelos serviços identificados



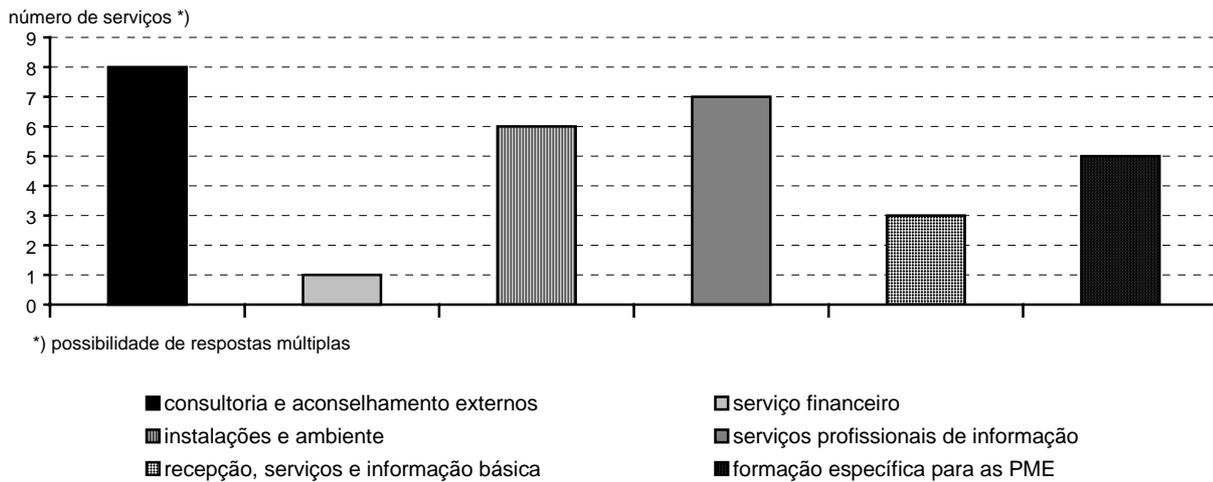
Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001



2.3 TIPOS DE SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

Ao analisar os tipos de serviços de apoio oferecidos a microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal, afigura-se necessário recordar a definição utilizada nesta parte da avaliação. Para o efeito, excluíram-se da análise, nomeadamente, todos os tipos de apoio meramente financeiro, por exemplo, empréstimos ou garantias, e todos os tipos de subvenções, bem como benefícios fiscais para pequenas empresas. Por este motivo, não é de estranhar que dificilmente se encontrem serviços financeiros.

Gráfico 6: Tipos de serviços identificados



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

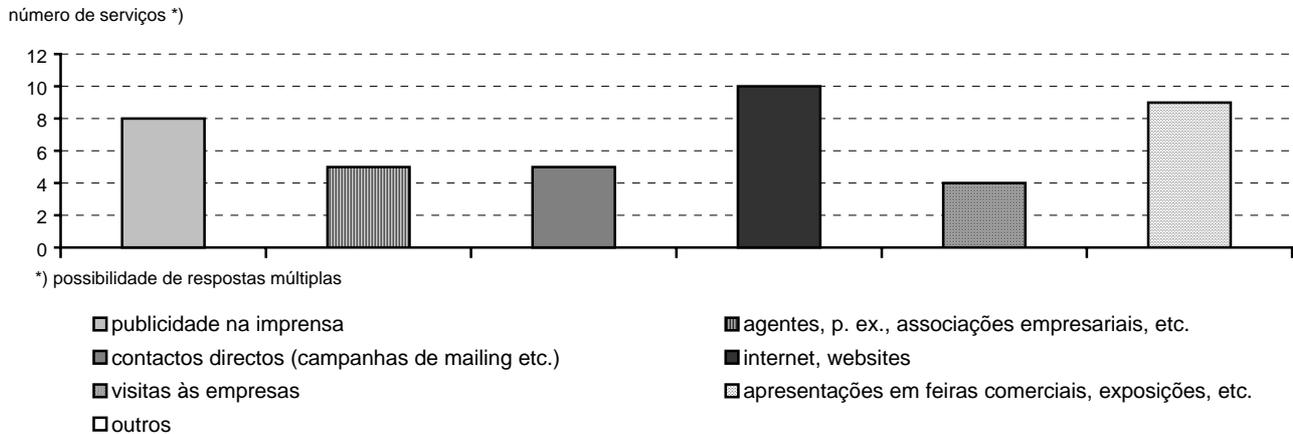
Em Portugal, os prestadores de serviços parecem concentrar-se na consultoria e no aconselhamento externo, bem como em serviços profissionais de informação e em instalações e ambiente (ver gráfico 6). Uma análise mais pormenorizada revela que o aconselhamento em domínios específicos da actividade empresarial, o planeamento e a estratégia empresariais, a instituição de contactos comerciais e as actividades de consultoria são predominantes no quadro dos actuais serviços de apoio a microempresas, pequenas empresas e empresas individuais.

Para além de todos os tipos de aconselhamento, a disponibilização de instalações constitui um importante tipo de serviço oferecido. Alguns viveiros de empresas disponibilizam instalações e dão aconselhamento de carácter geral a empresas recém-criadas, outros, como é o caso da SOGISTFIPP - Sociedade de Incubação Sectorial, SA, colocam unidades de incubação à disposição, exclusivamente, de empresas de base tecnológica.



2.4 PROMOÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

Gráfico 7: Promoção dos serviços identificados

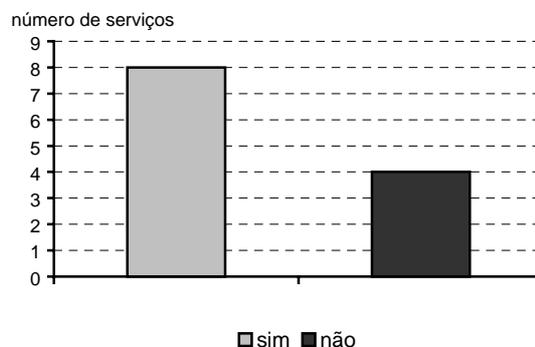


Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Em conformidade com o gráfico 7, a Internet é o canal de comunicação mais importante utilizado pelos prestadores de serviços, que transmitem nos seus websites informação essencial sobre os serviços disponíveis para microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Crê-se serem sobretudo os clientes mais jovens, familiarizados com a Internet, quem utiliza este meio para obter a informação desejada. Para além da Internet, outros meios preferenciais para a introdução dos serviços são, por exemplo, as apresentações em feiras comerciais ou exposições, onde se dá maior relevo aos contactos pessoais. Este tipo de apresentação é mais adequado para os empresários que pretendem obter informação personalizada sobre a sua situação específica. O método tradicional de publicidade na imprensa é também amplamente utilizado para fins de comunicação e promoção, sendo comum não só em Portugal como também em todos os países mediterrânicos, com excepção de França.

2.5. QUALIDADE E PREÇOS DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

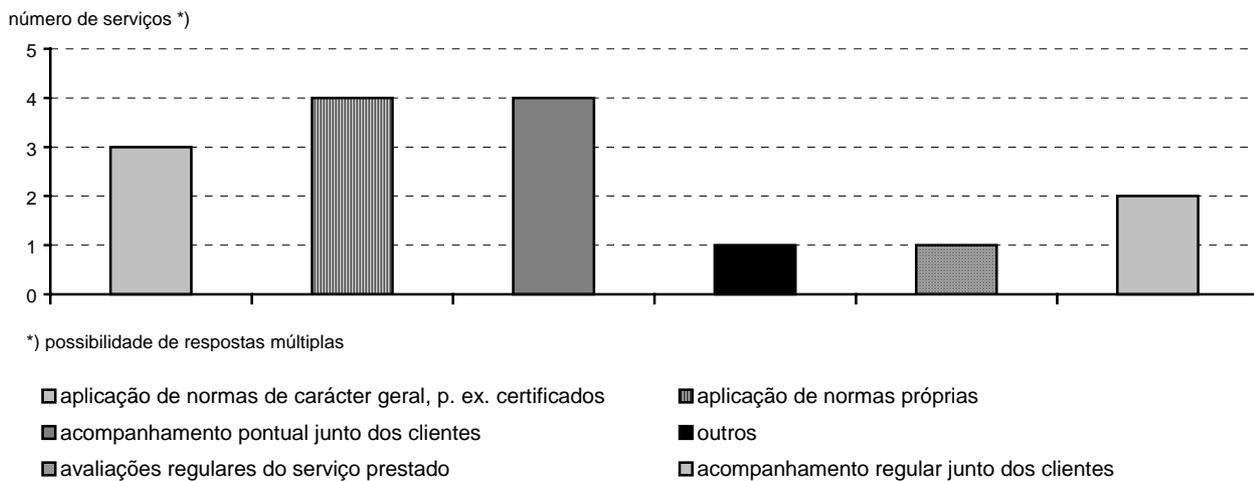
Gráfico 8: Existência de mecanismos de garantia de qualidade



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001



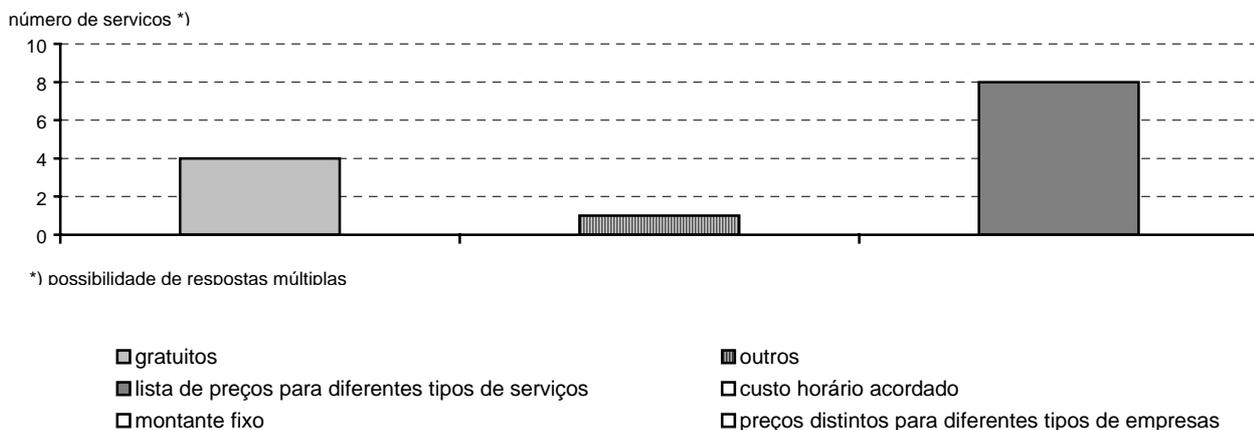
Gráfico 9: Tipo de mecanismos de garantia de qualidade



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Dois terços dos serviços de apoio existentes aplicaram mecanismos de garantia da qualidade no quadro da sua organização (ver gráfico 8). Os dois mecanismos de garantia da qualidade mais frequentes são as normas próprias e o acompanhamento pontual junto dos clientes. As normas de carácter geral, nomeadamente, certificados de qualidade, são utilizadas pelos formadores responsáveis pela consultoria e pela formação específica. Dado que os mecanismos de garantia da qualidade não são adoptados com regularidade, não existem resultados de avaliação fiáveis.

Gráfico 10: Determinação dos preços dos serviços identificados



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Embora o presente estudo analise os serviços de apoio que não assentam em condições comerciais do mercado, os serviços não têm, necessariamente, de ser gratuitos. É evidente que determinados serviços são integralmente subsidiados e não exigem quaisquer taxas, enquanto outros (sobretudo as organizações privadas) têm de cobrir os seus custos de funcionamento, pelo que, em geral, estabelecem listas de preços para diferentes tipos de serviços.

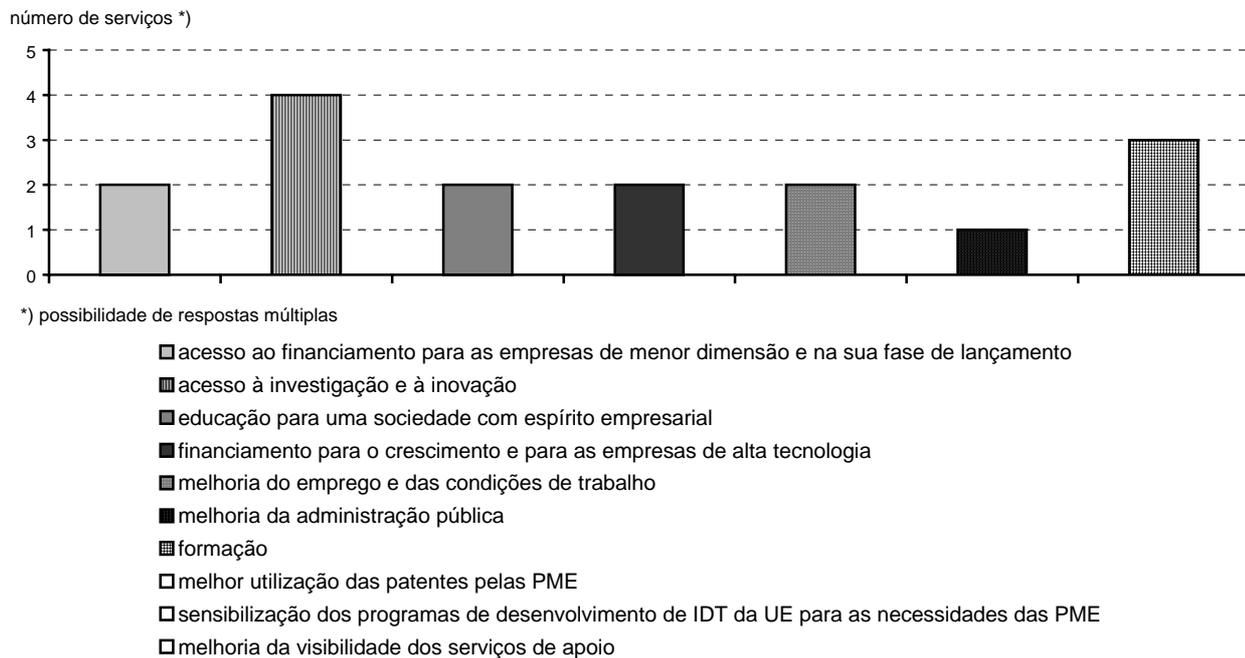


2.6 OBJECTIVOS DOS SERVIÇOS DE APOIO IDENTIFICADOS

O apoio público às microempresas, pequenas empresas e empresas individuais assenta na noção de que o crescimento económico está estreitamente relacionado com o desenvolvimento destas empresas. Os objectivos das diversas formas de apoio são complexos e visam diferentes quadros da vida empresarial. Muitos serviços oferecem consultoria e aconselhamento de carácter prático, incidindo, em particular nos sectores ou em diferentes fases de desenvolvimento. Consoante o principal interesse do serviço, os objectivos poderão centrar-se, por exemplo, no fornecimento de informação sobre serviços de apoio, no reforço da preparação das empresas em fase de arranque e dos empresários potenciais, na melhoria da competitividade ou da capacidade inovadora das PME ou na manutenção de postos de trabalho. A concretização destes objectivos deverá conduzir a um bem estar e um crescimento económico mais elevados e sustentáveis. O plano de acção para promover o espírito empresarial e a competitividade, lançado pela Comissão Europeia em 1999, estabeleceu uma série de objectivos prioritários extremamente importantes para a promoção do espírito empresarial e a instituição de um enquadramento empresarial que fomente a criação e o crescimento de novas empresas, a fim de melhorar a competitividade da economia europeia (gráfico 11). A classificação das medidas de apoio nacionais de acordo com os referidos objectivos do plano de acção contribuirá para apresentar uma panorâmica bem estruturada e sistemática da finalidade dos diversos serviços de apoio disponíveis junto das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal.

A ênfase dada à investigação e inovação, que já se verificara nos capítulos anteriores, permite, assim, concluir que o objectivo do acesso à investigação e à inovação constitui uma grande prioridade dos serviços de apoio actualmente existentes em Portugal. A formação dirigida a empresários e trabalhadores é outros dos objectivos visados com frequência pelos actuais serviços de apoio do país.

Gráfico 11: Objectivos do plano de acção contemplados pelos serviços identificados



Fonte: Base de dados de serviços de apoio IfGH/ENSR, 2001

Em geral, os serviços oferecidos não costumam ter por objectivo a melhoria da administração pública, embora a Rede Nacional dos Centros de Formalidades das Empresas em Portugal pretenda melhorar e simplificar as relações entre empresas e a administração pública. Diversas delegações da administração pública estão agrupadas em balcões únicos em sete cidades portuguesas, abrangendo todas as regiões, a fim de fornecer apoio jurídico e/ou administrativo às empresas e gerir os seus processos. Graças à optimização dos processos e à redução significativa dos prazos, os centros são considerados como um bom exemplo de uma



**SERVIÇOS DE APOIO A MICROEMPRESAS, PEQUENAS EMPRESAS E EMPRESAS
INDIVIDUAIS**



administração pública mais eficiente e orientada em função do utente, tendo recebido, em 2000, o Prémio de Qualidade - Serviços Públicos, atribuído pelo Secretariado para a Modernização Administrativa.



3. PROCURA DE SERVIÇOS DE APOIO

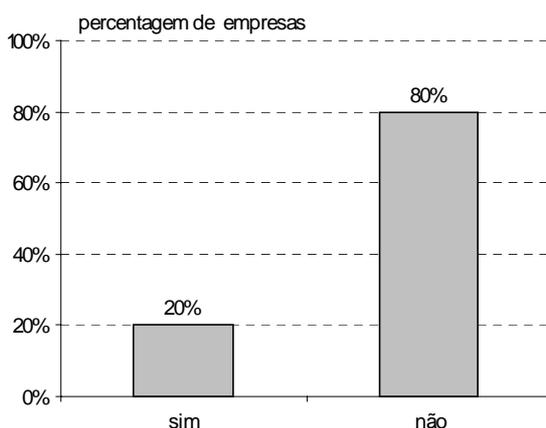
Este capítulo tem por objectivo analisar sistematicamente a procura no mercado de serviços de apoio orientados para *microempresas, pequenas empresas e empresas individuais* em Portugal, examinando, para o efeito, a participação das empresas nos serviços de apoio, a sua sensibilização para a disponibilidade destes últimos, as suas necessidades em matéria de conteúdo, as condições e a concepção dos serviços de apoio e analisando ainda outras questões, por exemplo a atitude geral dos empresários para com os serviços de apoio.

A definição do termo serviços de apoio aplicada nesta parte do estudo de investigação inclui todos os tipos de serviços, nomeadamente, fornecimento de informação, aconselhamento, formação ou outros serviços às empresas oferecidos sob condições não comerciais e de carácter não financeiro. Todavia, os resultados aqui apresentados não se relacionam directamente com os serviços referidos no capítulo 2 do presente relatório. Além disso, os resultados apresentados têm por base 75 entrevistas telefónicas realizadas em Portugal embora, devido à respectiva ponderação dos dados, digam respeito à população total de microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal (ver capítulo 1). Contudo, devido ao número relativamente reduzido de observações no que diz respeito a questões específicas de nível local, os resultados poderão apresentar erros de amostragem consideráveis, pelo que deverão ser interpretados cuidadosamente.

3.1 PARTICIPAÇÃO NOS SERVIÇOS DE APOIO

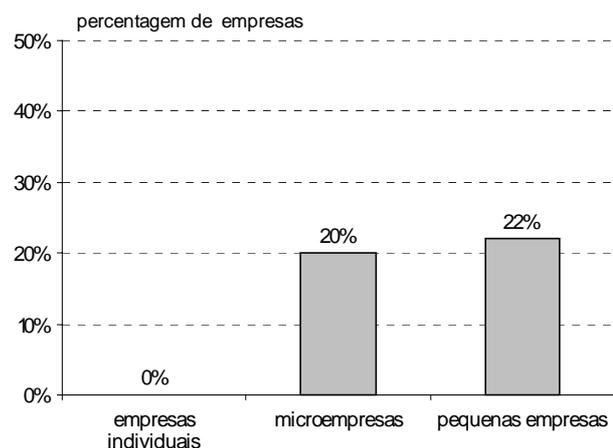
Melhorar o acesso das pequenas empresas a apoio de alto nível às empresas constitui um dos principais objectivos políticos da Comissão Europeia já enunciado em diversos documentos, nomeadamente, o *Plano de Acção para Promover o Espírito Empresarial e a Competitividade* (Comissão Europeia, 1999) e a *Carta Europeia das Pequenas Empresas* (Comissão Europeia 2000) aprovada no Conselho Europeu de Santa Maria da Feira. A fim de manter a competitividade e contribuir para o crescimento económico e o emprego na Europa, as pequenas empresas necessitam do melhor enquadramento possível, bem como de sistemas de informação e de apoio de fácil acesso e compreensão, que se adequem às suas necessidades. Embora existam diversos serviços de apoio para as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas (ver capítulo 2), só uma parte relativamente pequena das empresas tira partido desses serviços.

Gráfico 12: Taxa de participação das empresas



Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Gráfico 13: Taxa de participação das empresas, por classe de dimensão



Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

De acordo com o gráfico 12, a taxa de participação (ou seja, a percentagem de empresas que recorreu a serviços de apoio nos últimos cinco anos) das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas foi bastante reduzida. Só um quinto das empresas de menores dimensões recorreu a um mecanismo de apoio nos últimos cinco anos. A repartição por classe de dimensão revela que são sobretudo as



microempresas (1 a 9 trabalhadores, 20%) e as pequenas empresas (10 a 49 trabalhadores, 22%) quem usufruí de serviços de apoio. Pelo contrário, as empresas individuais que recorrem a serviços de apoio são extremamente raras (ver gráfico 13). As taxas de participação reduzidas que se verificam em Portugal não divergem dos resultados anteriores apresentados por Dores Guerreiro, *et alia*, em 2000.

Em média, 20% das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais da União Europeia e da Noruega recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos. As variações nacionais relativamente a este valor devem ser interpretadas cuidadosamente, porque os erros de amostragem poderão ser de +/- 10%. Contudo, o quadro 1 permite concluir que, em comparação com os outros países europeus, a taxa de participação portuguesa se encontra na média. As taxas de participação dos Países Baixos, da Irlanda e da Dinamarca estão acima da média, enquanto na Suécia, na Grécia e na Noruega poucas microempresas, pequenas empresas e empresas individuais recorreram a qualquer serviço de apoio nos últimos cinco anos.

Quadro 1: Taxa de participação das empresas, por país

país	taxa de participação ^{*)}	
Países Baixos		34 %
Irlanda	<i>consideravelmente</i>	32 %
Dinamarca	<i>acima da média</i>	28 %
Reino Unido		27 %
Finlândia		25 %
França		22 %
UE (15) e Noruega		20 %
Alemanha	<i>média</i>	20 %
Portugal		20 %
Bélgica		20 %
Espanha		19 %
Áustria		16 %
Itália		16 %
Suécia	<i>consideravelmente</i>	10 %
Grécia	<i>abaixo da média</i>	6 %
Noruega		3 %
Luxemburgo		**)

^{*)} percentagem de empresas que recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos; erro de amostragem máximo a nível nacional: +/- 10%

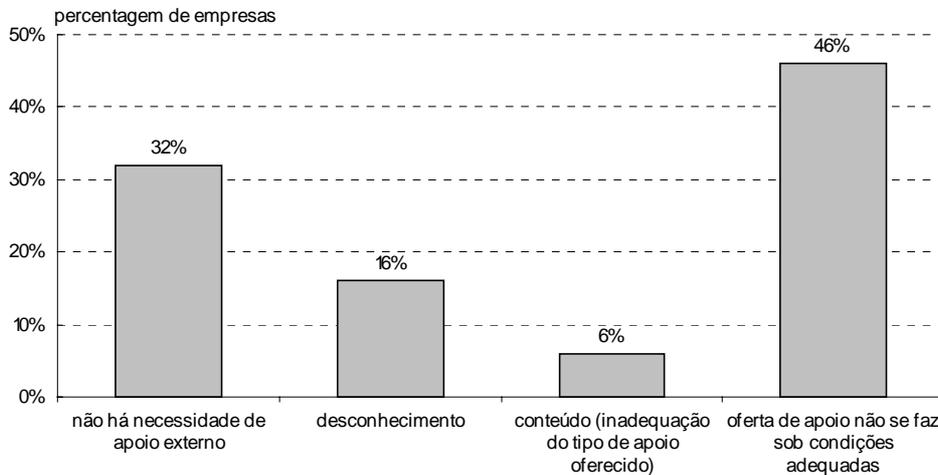
^{**)} não existem dados fiáveis disponíveis

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Pode haver várias razões para que as empresas não recorram aos serviços de apoio disponíveis no seu país. Na sua maioria, essas razões podem dividir-se em quatro grupos: a) as empresas consideram não necessitar de auxílio externo, b) as empresas desconhecem a existência e disponibilidade dos serviços de apoio, c) o conteúdo dos serviços de apoio disponíveis não se adequa às necessidades das empresas, e d) a oferta dos respectivos serviços de apoio não se faz em condições adequadas. O gráfico 14 mostra as principais razões para a falta de participação das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal.



Gráfico 14: Principais razões pelas quais não se utilizam os serviços de apoio¹⁾

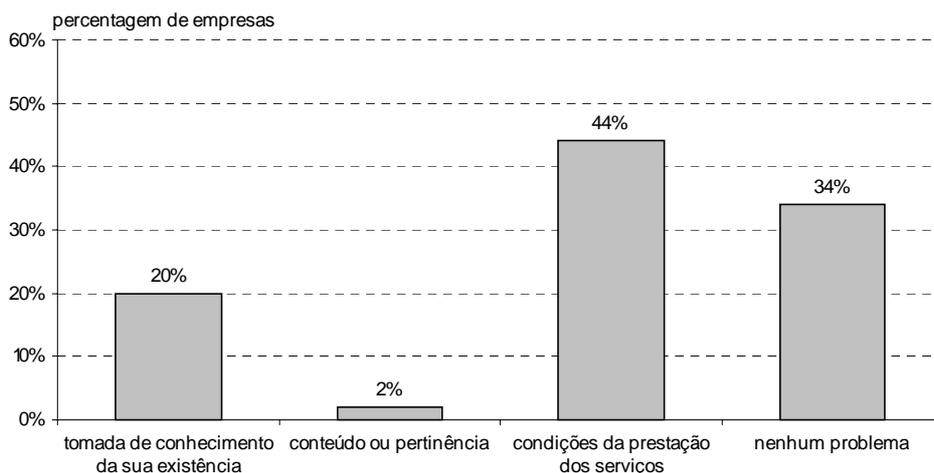


¹⁾ exclusivamente empresas que não recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

As condições dos serviços de apoio oferecidos constituem a principal razão para que muitas empresas não os utilizem. 46% das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas consideram que estas condições não são adequadas. Em segundo lugar, quase um terço das empresas não considera necessitar de mecanismos de apoio. Comparativamente, o desconhecimento (16%) ou as questões relativas ao conteúdo (6%) são menos importantes enquanto obstáculos à utilização de serviços de apoio. Porém, tal como se mostra no ponto 3.2, tal não implica que o nível de sensibilização se possa considerar satisfatório, mas apenas que as condições de prestação do serviço constituem um problema mais grave.

Gráfico 15: Principais dificuldades de utilização dos serviços de apoio¹⁾



¹⁾ exclusivamente empresas que recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Inquiridas sobre as principais dificuldades com que se depararam ao utilizar serviços de apoio, 44% das empresas que usufruíram de mecanismos de apoio criticaram as condições de prestação dos serviços,



nomeadamente, os preços ou a prontidão de resposta (ver gráfico 15). Um quinto das empresas teve dificuldade em obter informações sobre os serviços de apoio existentes. Pelo contrário, as questões relativas ao conteúdo ou à pertinência de um mecanismo de apoio só representaram problemas para 2% das empresas. Mais de um terço das empresas não se deparou com quaisquer problemas.

O conteúdo dos serviços parece, em princípio, ir ao encontro das necessidades das empresas, mas deverá prestar-se mais atenção à elaboração e instituição de condições que sejam mais atraentes e que as PME possam utilizar com mais facilidade (ver também o ponto 3.4). O gráfico 10 mostra que os serviços oferecidos mediante pagamento correspondem a mais do dobro dos serviços gratuitos. Este facto - que revela uma tendência oposta à verificada na maior parte dos restantes países europeus - poderá justificar a referência, muito superior à média, às condições problemáticas de prestação de serviços.

Nos capítulos seguintes, faz-se uma análise mais exaustiva das razões pelas quais os serviços de apoio não são utilizados pelas microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal. Partindo do problema da *falta de sensibilização*, apresenta-se a taxa de informação sobre a existência e disponibilidade dos serviços de apoio em Portugal por meio de uma comparação transnacional de "*taxas de informação*" (ou seja, a percentagem de empresas bem informadas sobre a existência e disponibilidade dos serviços de apoio). Envidaram-se esforços no sentido de detectar incompatibilidades entre as necessidades das empresas no que diz respeito à forma como pretendem ser informadas sobre os serviços de apoio e a forma como os prestadores promovem, de facto, os serviços que oferecem. Esta informação é apresentada no *ponto 3.2*.

Os problemas relativos ao *conteúdo dos serviços de apoio* são analisados por meio da comparação da oferta do mercado de serviços de apoio (ver capítulo 2) com as necessidades da microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Envidaram-se esforços no sentido de detectar as incompatibilidades entre as necessidades das empresas em matéria de auxílio externo e aquilo que está realmente disponível no mercado de serviços de apoio. Os respectivos resultados são apresentados no *ponto 3.3* do presente relatório.

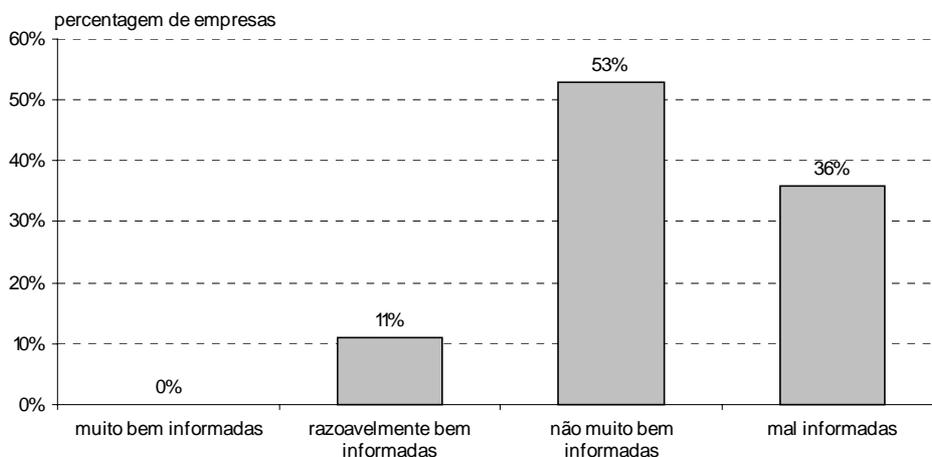
Por fim, as *condições de prestação* e respectivos problemas são investigados partindo da satisfação dos utilizadores dos serviços de apoio. O nível de satisfação das empresas em matéria de utilização dos serviços de apoio é acompanhado por uma comparação transnacional de "*taxas de satisfação*" (ou seja, a percentagem de empresas satisfeitas com a utilização dos serviços de apoio). Esta informação é apresentada no *ponto 3.4*.

3.2 SENSIBILIZAÇÃO DAS EMPRESAS RELATIVAMENTE AOS SERVIÇOS DE APOIO

Se, do lado da procura, existe um "desconhecimento" potencial, do lado da oferta poderá encontrar-se a "falta de visibilidade" dos serviços de apoio. Sensibilizar os empresários para a existência e a disponibilidade dos serviços de apoio constitui um dos principais desafios da política de apoio às pequenas e médias empresas, sobretudo no que diz respeito às microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Diversos estudos empíricos anteriores identificaram este problema como sendo um dos principais obstáculos à utilização dos serviços de apoio pelas pequenas empresas (ver, por exemplo, o *Observatório Europeu para as PME*, Comissão Europeia 2000). O gráfico 15 mostra que também 20% das empresas que recorreram a este tipo de serviços tiveram grandes dificuldades em saber da existência desse apoio. Este capítulo tem por objectivo aprofundar o problema da sensibilização, quer através do fornecimento de dados sobre a taxa de informação das empresas relativamente à disponibilidade dos serviços de apoio adequados à sua actividade, quer pela identificação de potenciais incompatibilidades entre as necessidades das empresas no que diz respeito à forma como pretendem ser informadas sobre os serviços de apoio e a forma como os prestadores promovem, de facto, os serviços que oferecem.



Gráfico 16 Taxa de informação das empresas sobre serviços de apoio

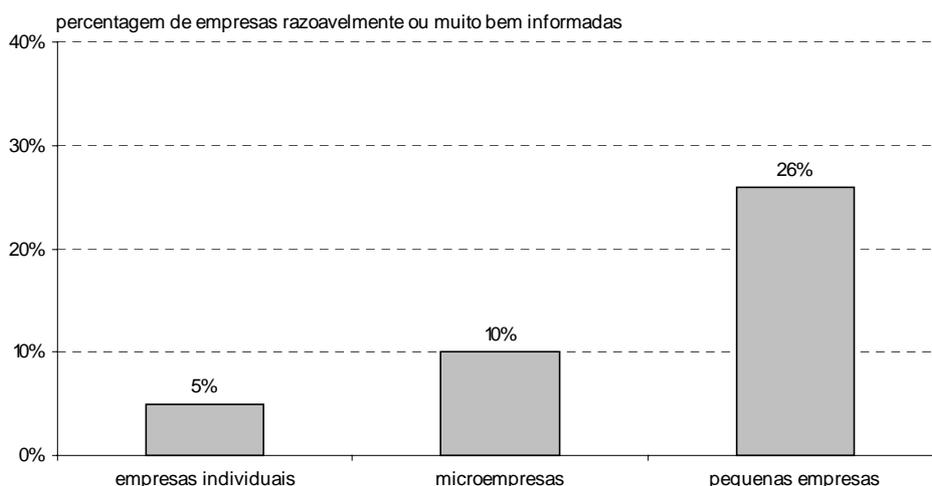


Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Como se pode verificar no gráfico 16, as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas estão bastante mal informadas sobre a existência e a disponibilidade dos serviços de apoio que lhes são oferecidos. Nenhuma empresa considerou estar "muito bem" informada e apenas 11% das empresas se manifestaram "razoavelmente bem" informadas. Assim, na totalidade, quase 90% das empresas em Portugal carecem de informação sobre a disponibilidade dos serviços de apoio à sua actividade.

Este resultado, que, de certa forma, é surpreendente quando comparado com os resultados em matéria de participação nos serviços de apoio, pode justificar-se por um maior nível de diferenciação das taxas de informação das empresas. "Não muito bem informada", neste contexto, parece significar a existência de algum conhecimento relativamente à existência de mecanismos de apoio, o qual é suficiente para impedir que a falta de informação constitua um entrave à participação. Contudo, parece também haver margem para que as empresas recebam informação mais pormenorizada sobre os serviços de apoio e possam encarar com mais satisfação a sua taxa de informação.

Gráfico 17: Taxa de informação das empresas sobre serviços de apoio, por classe de dimensão



Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

A taxa de informação das empresas sobre a existência e disponibilidade dos serviços de apoio diminui com a classe de dimensão, tal como se mostra no gráfico 17. Enquanto 26% das pequenas empresas e 10% das



microempresas afirmam estar "muito bem" ou, pelo menos, "razoavelmente bem" informadas, apenas 5% das empresas individuais se sentem suficientemente informadas.

A taxa de informação média das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais dos Estados-Membros da União Europeia e da Noruega é de 24%. Novamente, as variações nacionais em relação a este valor devem ser interpretadas cuidadosamente, porque os erros de amostragem poderão ser de +/- 10%. Contudo, o quadro 2 permite concluir que, em comparação com os outros países europeus, a taxa de participação das empresas portuguesas se encontra claramente abaixo da média. Também em França e na Grécia se verifica uma taxa de informação reduzida, enquanto, pelo contrário, na Bélgica e nos Países Baixos, o número de microempresas, pequenas empresas e empresas individuais informadas sobre a existência e disponibilidade de serviços de apoio é bastante superior à média da UE.

Quadro 2: Taxa de informação das empresas sobre serviços de apoio, por país

país	taxa de informação ¹⁾	
Bélgica		45 %
Países Baixos		43 %
Áustria	<i>consideravelmente acima da média</i>	36 %
Suécia		36 %
Finlândia		34 %
Itália		31 %
Dinamarca		30 %
Espanha		29 %
Noruega		27 %
Irlanda		25 %
UE (15) e Noruega	<i>média</i>	24 %
Alemanha		22 %
Reino Unido		18 %
França	<i>consideravelmente abaixo da média</i>	15 %
Portugal		11 %
Grécia		6 %
Luxemburgo		**)

¹⁾ empresas relativamente ou muito bem informadas sobre serviços de apoio; erro de amostragem máximo a nível nacional: +/- 10%

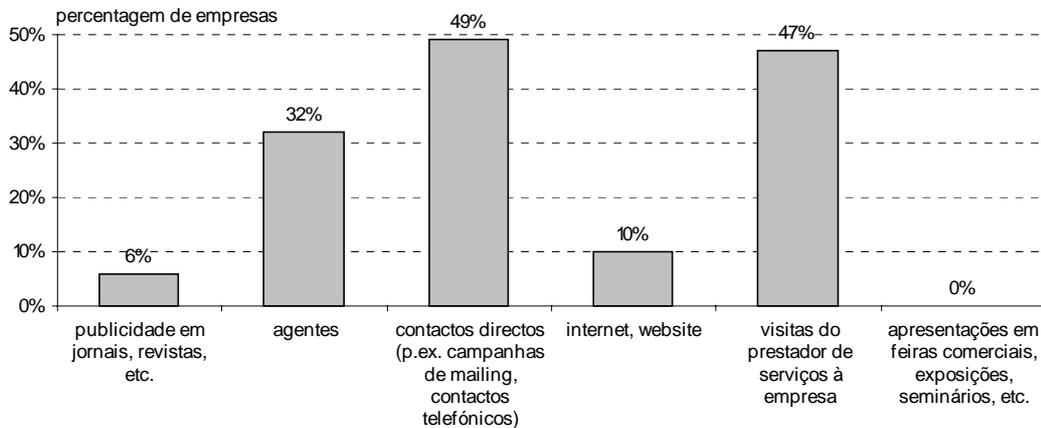
²⁾ não existem dados fiáveis disponíveis

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Os problemas relacionados com a falta de informação, nomeadamente, o desconhecimento por parte das empresas dos Estados-Membros da UE e da Noruega poderá prender-se com a eficácia das actividades de promoção dos prestadores de serviços de apoio. Tal como se referiu no ponto 2.4, há já alguma informação sobre serviços de apoio em Portugal disponível na Internet, que se revela assim como a fonte de informação mais valiosa. Todavia, a análise das preferências das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais quanto aos meios para a transmissão de informação indica que serão necessárias medidas suplementares para aumentar o nível de sensibilização em matéria de serviços de apoio em Portugal.



Gráfico 18: Preferência das empresas relativamente ao tipo de actividades de promoção¹⁾



¹⁾ possibilidade de respostas múltiplas

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Relativamente ao meio de transmissão de informação preferido pelas microempresas, pequenas empresas e empresas individuais de Portugal, o gráfico 18 permite concluir que estas empresas preferem a transmissão de informação por contacto directo (49%) e por meio de visitas efectuadas pelo prestador de serviços (47%), ou ainda através de agentes (32%). A promoção baseada na Internet (10%) e a publicidade na imprensa tradicional (6%) não parecem ser muito populares. O meio de comunicação que reúne menos consenso (pelo menos enquanto fonte de informação sobre serviços de apoio) são as apresentações em feiras comerciais, exposições ou eventos similares.

Quando se analisa a forma como os serviços de apoio são, de facto, promovidos em Portugal (ver o ponto 2.4), verifica-se que os prestadores de serviços recorrem bastante à Internet para apresentar os seus serviços. Contudo, a maior parte das empresas parece preferir contactos directos para obter informação personalizada sobre as condições e as vantagens dos serviços de apoio. Se se eliminar as incompatibilidades entre as actividades de promoção preferidas pelas empresas e aquelas efectivamente aplicadas pelos prestadores de serviços, isto é, se se der maior importância às visitas pessoais e aos contactos directos - que, obviamente, são alguns dos meios de promoção mais dispendiosos - deverá ser possível aumentar o nível de sensibilização das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal.

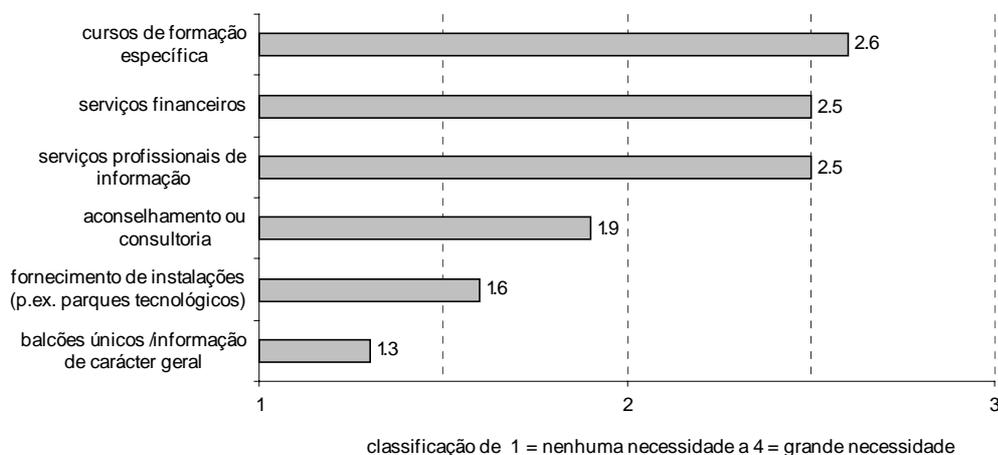
De modo geral, as empresas portuguesas preferem claramente procurar serviços de apoio a nível local: 57% das empresas tentariam, em primeiro lugar, encontrar serviços de apoio na sua região geográfica. Pelo contrário, apenas 14% efectuariam pesquisas a nível regional e 16% a nível nacional ou mesmo europeu. Tendo em conta a organização real dos serviços de apoio em Portugal (descentralizados a nível regional, como se mostra no gráfico 2), pode concluir-se que, em geral, a oferta responde às necessidades das empresas.



3.3 CONTEÚDO DOS SERVIÇOS DE APOIO

Uma vez solucionado o problema da falta de sensibilização, as empresas deparam-se ainda com dificuldades para identificar o tipo de medida de apoio que se adequa ao seu próprio desenvolvimento. Tal como se referiu no ponto 3.1, os conteúdos dos mecanismos de apoio disponíveis (ou seja, os tipos de apoio oferecidos, a orientação dos serviços de apoio, etc.) não parecem constituir um dos principais motivos que impedem as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas de procurar auxílio no quadro de um programa de um serviço de apoio. Além disso, praticamente nenhuma empresa considerou o conteúdo como uma das principais dificuldades da utilização dos serviços. Contudo, há alguns tipos de serviços que parecem ser mais importantes para as empresas. Assim, o presente capítulo pretende detectar as incompatibilidades entre as necessidades das empresas em matéria de auxílio externo e os tipos de serviços de apoio efectivamente disponíveis no mercado.

Gráfico 19: Necessidade de obtenção de diferentes tipos de serviços de apoio

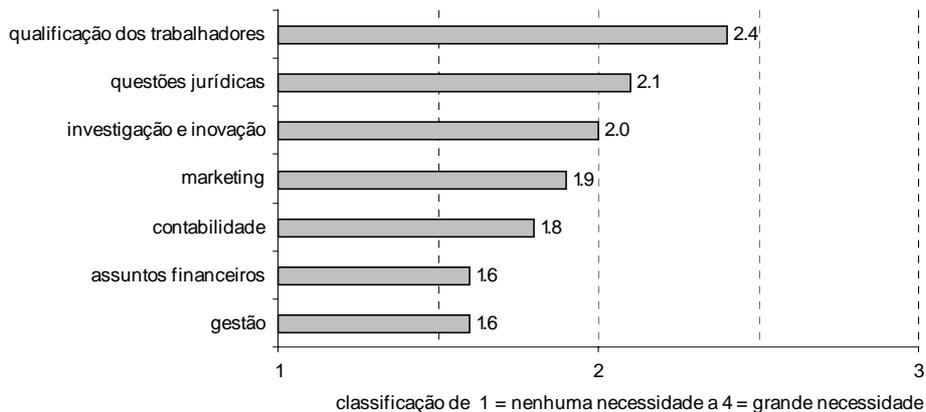


Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

As microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas manifestaram, em geral, apenas uma necessidade moderada de obter serviços de apoio: numa escala de 1 - nenhuma necessidade - a 4 - grande necessidade - a média é de 2,1. Contudo, a procura de cursos de formação específica, serviços financeiros e serviços profissionais de informação é manifestamente mais elevada do que a procura de aconselhamento ou consultoria, o fornecimento de instalações ou a procura de balcões únicos que prestem informação de carácter geral (ver gráfico 19). Ao comparar a procura e a oferta do mercado de serviços de apoio em Portugal, verifica-se que embora as empresas não pareçam ter grande necessidade de aconselhamento e consultoria, estes representam, contudo, o tipo de serviços de apoio mais comum. Existem, todavia, diversos serviços que podem responder às necessidades das empresas em matéria de cursos de formação específica e de serviços profissionais de informação.



Gráfico 20: Necessidade de obtenção de apoio externo, por domínios de actividade



Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Repartidas por domínio de actividade, as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas procuram apoio para melhorar as qualificações dos seus trabalhadores, para incentivar a investigação e o desenvolvimento e para o tratamento de questões jurídicas. Os assuntos financeiros e as questões relativas à gestão das empresas parecem requerer menos auxílio (ver gráfico 20). Os dados relativos aos assuntos financeiros são particularmente surpreendentes, porque a procura de serviços de apoio neste domínio é bastante elevada em toda a Europa.

Tal como na maior parte dos outros países europeus, uma das razões apontadas pelas empresas de todas as classes de dimensão para justificar por que motivo os serviços de apoio são relativamente pouco utilizados, poderá ser a inexistência de orientação para um grupo alvo por parte dos serviços de apoio, pelo menos no que diz respeito à classe de dimensão e ao sector das empresas. A maior parte das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas (93%) prefere recorrer a serviços de apoio orientados especificamente para empresas da mesma *classe de dimensão*. Mais de 70% atribuiu grande importância à obtenção de apoio orientado em função da dimensão da empresa.

Além disso, a maior parte das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas (96 %) considera importante que os serviços de apoio se orientem especificamente para empresas do respectivo *sector*. Porém, se compararmos estes dados com a oferta de serviços de apoio (ver gráfico 4), pode determinar-se que a procura de serviços de apoio específicos por sector é consideravelmente mais elevada do que a sua oferta real. Quase todos os serviços de apoio oferecidos em Portugal se dirigem a todos os sectores sem distinção ou visam os sectores da tecnologia e da inovação. A oferta de serviços específicos noutros sectores é muito reduzida.

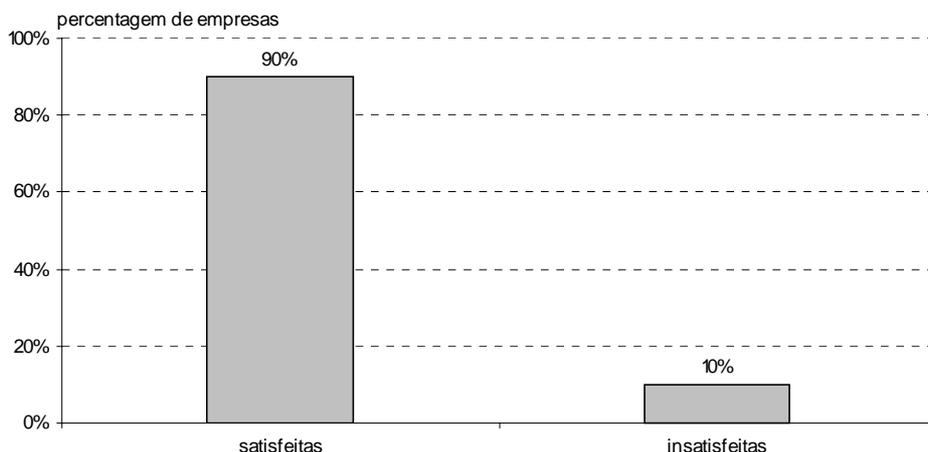
A maior parte das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas (93%) prefere recorrer a serviços de apoio orientados especificamente para a sua *fase de desenvolvimento* actual. Crê-se, em particular, que as empresas necessitam mais de apoio externo na fases de arranque, na fase inicial de desenvolvimento e nas fases de crise. Tendo em conta a oferta de serviços de apoio (ver gráfico 5), pode concluir-se que, em Portugal, há, de facto, uma vasta gama de apoio à disposição das empresas em diversas fases de desenvolvimento, ao contrário do que se verifica na maioria dos restantes países europeus.



3.4 CONDIÇÕES E PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE APOIO

Sensibilizar as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais para a disponibilidade de apoio e oferecer tipos de serviços adequados ou pertinentes poderá ser insuficiente para aumentar a utilização dos serviços de apoio por estas empresas, se elas tiverem dúvidas sobre a sua qualidade ou o seu valor real. Tal como se mencionou no ponto 3.1, para muitas microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas, as condições de prestação dos serviços representam a principal dificuldade da utilização de serviços de apoio. Por outro lado, muitas pequenas empresas em Portugal afirmam não recorrer aos serviços de apoio existentes porque crêem que a sua oferta não se faz em condições adequadas. É necessário superar esta lacuna em matéria de credibilidade, a fim de não perder potenciais participantes que, em geral, acreditam na utilidade do auxílio externo e poderão recorrer aos serviços de apoio com regularidade se estes forem oferecidos em condições aceitáveis. Assim, o presente capítulo pretende aprofundar o problema da prestação dos serviços de apoio, fornecendo dados sobre as taxas de satisfação das empresas em relação à oferta de serviços de apoio e identificando potenciais incompatibilidades entre as preferências das empresas quanto às formas específicas de comunicação, pagamento, etc., e a forma como os serviços de apoio são, de facto, prestados.

Gráfico 21: Taxa de satisfação das empresas¹⁾



¹⁾ exclusivamente empresas que recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

A taxa de satisfação média das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais dos Estados-Membros da União Europeia e da Noruega relativamente aos serviços de apoio utilizados nos últimos cinco anos é de 80 %. É praticamente impossível interpretar as variações nacionais em relação a este valor porque os erros de amostragem são comparativamente elevados, correspondendo a +/- 15%. Não obstante, crê-se que Portugal e a Irlanda se encontram entre os países com uma taxa de satisfação mais elevada, ao contrário da Dinamarca e do Luxemburgo, que registam uma baixa taxa de satisfação relativamente aos serviços de apoio utilizados. Devido à grande variação dos respectivos valores correspondentes verificada em alguns países, não se procedeu à sua inclusão na tabela de comparação das taxas de satisfação por país.



Quadro 3: Taxa de satisfação das empresas, por país

país	taxa de satisfação ¹⁾	
Irlanda	média	90 %
Portugal		90 %
Espanha		85 %
Bélgica		82 %
Reino Unido		81 %
UE (15) e Noruega		80 %
Finlândia		80 %
França		79 %
Países Baixos		76 %
Alemanha		76 %
Luxemburgo		69 %
Dinamarca		67 %
Áustria		51 % ^{**)}
Grécia		68 % ^{**)}
Itália	82 % ^{**)}	
Noruega	64 % ^{**)}	
Suécia	22 % ^{**)}	

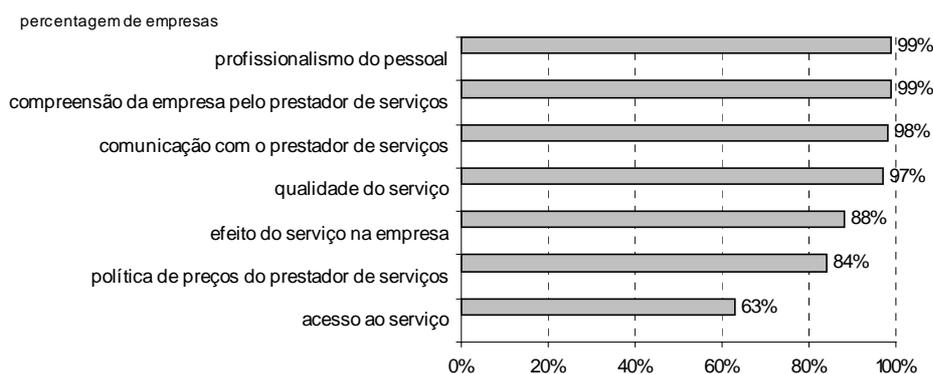
¹⁾ empresas relativamente ou muito satisfeitas com a utilização mais recente dos serviços de apoio; erro de amostragem máximo a nível nacional: +/- 15 %

^{**)} devido ao número reduzido de observações, os erros de amostragem poderão atingir +/- 25%

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Enquanto o gráfico 21 apresenta, em termos gerais, a taxa de satisfação das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais de Portugal em relação aos serviços de apoio utilizados, o gráfico 22 mostra o grau de satisfação no que respeita a aspectos mais específicos relacionados com a prestação de serviços de apoio.

Gráfico 22: Satisfação em relação à utilização de serviços de apoio, por aspecto¹⁾



¹⁾ exclusivamente empresas que recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

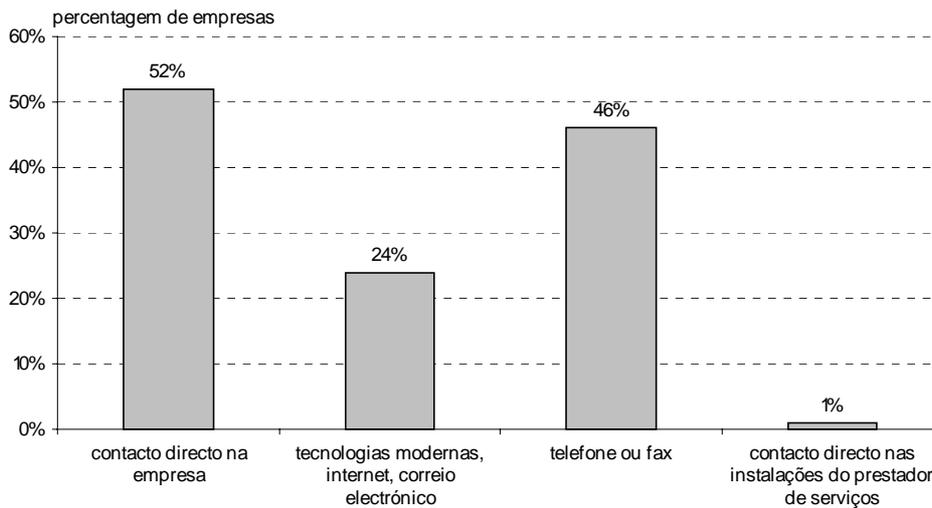
Tal como se mostra no gráfico 22, a maioria das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal que recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos estão muito satisfeitas com os aspectos em questão. O aspecto que registou um nível mais baixo é o do acesso ao próprio serviço, cuja taxa de satisfação é de apenas 63%. O segundo nível mais baixo, nomeadamente 84%, corresponde à taxa de satisfação relativa à política de preços dos serviços utilizados. O efeito global do serviço na empresa obteve um



nível de satisfação de 88%. No que diz respeito aos restantes aspectos, as taxas de satisfação são de quase 100%.

Os gráficos seguintes analisam três características distintas da prestação de serviços: a forma de comunicação com o prestador, a forma de pagamento e os mecanismos de garantia de qualidade. Pretende-se analisar as preferências das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais de Portugal em relação a estes aspectos e comparar os resultados com a oferta do mercado português de serviços de apoio.

Gráfico 23: Preferência das empresas relativamente à forma de comunicação com o prestador de serviço¹⁾



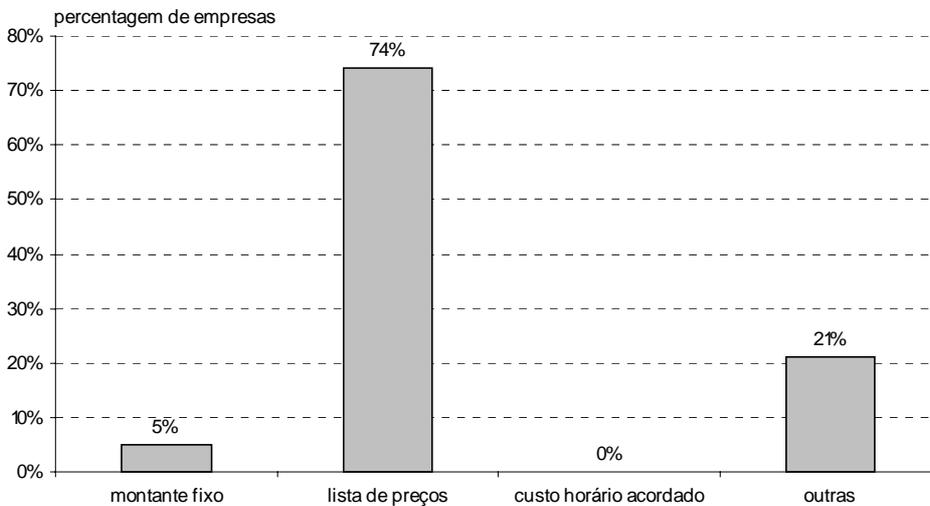
¹⁾ possibilidade de respostas múltiplas

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

As microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal preferem claramente a comunicação directa com o prestador de serviços nas instalações da empresa (52%). Apenas 24% de todas as empresas se manifestam a favor da possibilidade de recorrer às tecnologias modernas (sobretudo a Internet) para comunicar com o prestador, ao passo que 46% preferem comunicar através do telefone ou por meio de fax (ver gráfico 23). Tendo em conta os canais de comunicação preferencialmente utilizados pelos prestadores de serviços portugueses (Internet e apresentações em feiras comerciais, etc., ver o gráfico 7), afigura-se razoável uma maior utilização da comunicação directa com os clientes e da comunicação através de meios electrónicos mais "tradicionais".



Gráfico 24: Preferência das empresas relativamente à forma de pagamento



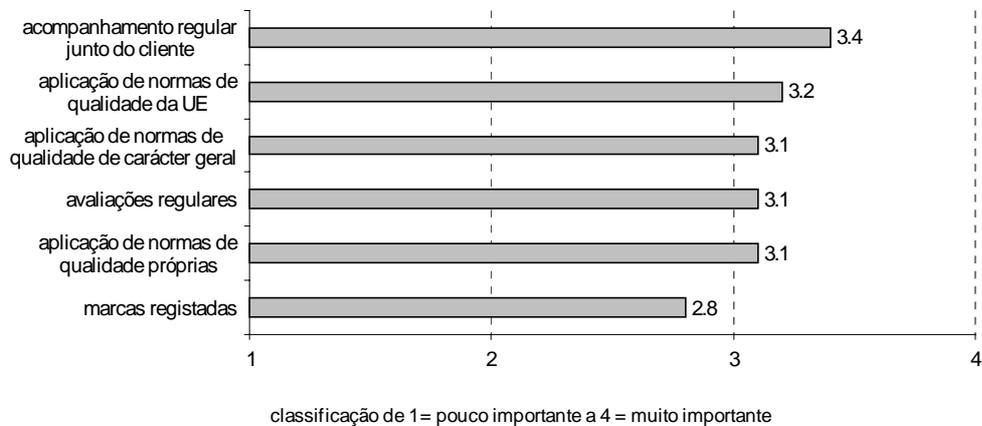
Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Em Portugal, há uma clara preferência por modelos de fixação de preços baseados em listas de preços pré-definidos. 74% das empresas preferem esta forma de pagamento a outras alternativas (gráfico 24). Apenas 5% das empresas preferem pagar montantes fixos. O custo horário acordado é a forma de pagamento que reúne menor consenso, porque quase nenhuma empresa deseja pagar desta forma os serviços de apoio que utiliza. 21% das empresas optam por outros métodos de pagamento. Tendo em conta a situação no lado da oferta (ver gráfico 10), pode concluir-se que a oferta corresponde, em geral, às preferências dos empresários, porque a maior parte dos serviços são oferecidos quer gratuitamente, quer com base numa lista de preços.

Para as empresas, é difícil avaliar a qualidade dos serviços antes de os ter efectivamente utilizado. Contudo, a fim de aumentar a confiança das empresas na fiabilidade dos respectivos prestadores, aconselha-se a aplicação de medidas de garantia de qualidade que, para além de serem indispensáveis à garantia da alta qualidade da prestação dos serviços, possuem grande visibilidade e são reconhecidas pelas empresas. A aplicação de normas de qualidade ou o acompanhamento regular dos clientes, por exemplo, são essenciais para que a promoção dos serviços de apoio seja bem sucedida. Determinar as medidas de qualidade adequadas - ou seja, aquelas em que as empresas mais confiam - e dar-lhes a necessária visibilidade junto das empresas pode ser imprescindível para reforçar a sua opinião sobre a utilidade dos serviços de apoio. O gráfico 25 classifica alguns critérios de qualidade importantes para as empresas portuguesas.



Gráfico 25: Critérios que, do ponto de vista das empresas, constituem uma qualidade elevada



Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Quando as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal tentam avaliar a qualidade do prestador de serviços, o indicador de qualidade que consideram mais importante é o acompanhamento regular do cliente. A aplicação de normas de qualidade de qualquer tipo não é considerada tão importante, embora, segundo a avaliação das empresas, ainda ocupe uma posição de destaque. Os indicadores menos importantes para determinar a qualidade são as marcas registadas (ver gráfico 25). Tendo em conta os mecanismos de garantia de qualidade efectivamente aplicados, verifica-se que os prestadores de serviços portugueses preferem recorrer ao acompanhamento pontual junto dos clientes e a normas próprias. Assim, em geral, não parece haver uma grande incompatibilidade entre os instrumentos de gestão da qualidade em que as empresas confiam e os que são, de facto, aplicados, embora as normas próprias aplicadas aos serviços oferecidos pareçam constituir sobretudo um instrumento para garantir, com sucesso, a qualidade desses serviços e não para indicar uma qualidade elevada junto de potenciais clientes.



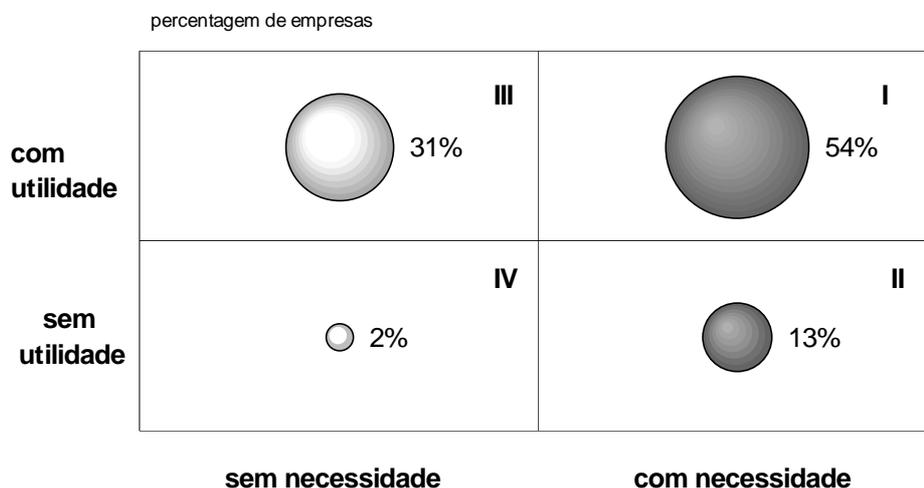
3.5 POTENCIAL DO MERCADO DE SERVIÇOS DE APOIO NO FUTURO

A seguinte matriz dá uma panorâmica do potencial que o mercado de serviços de apoio em Portugal poderá constituir no futuro para diferentes tipos de empresas e inclui a respectiva estratégia a aplicar no intuito de aumentar a adopção e utilização dos serviços de apoio. Para o efeito, a atitude das empresas para com os serviços de apoio foi dividida de acordo com duas características:

- classificação subjectiva das empresas quanto à *utilidade* geral dos serviços de apoio, e
- indicação, pelas empresas, da sua própria *necessidade de recorrer a serviços de apoio*.

Crê-se que estas características influenciam consideravelmente a disponibilidade das empresas para virem a participar em serviços de apoio no futuro. A conjugação destas duas características numa matriz produz quatro tipos distintos de empresas e permite avaliar o potencial do mercado de serviços de apoio, bem como determinar estratégias específicas com vista à mobilização deste potencial. A matriz constante no gráfico 26 distribui as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais portuguesas que ainda não participaram em qualquer tipo de serviço de apoio nos últimos cinco anos de acordo com a sua atitude para com os serviços de apoio.

Gráfico 26: Matriz estratégica relativa ao potencial do mercado de serviços de apoio em Portugal¹⁾



¹⁾ exclusivamente empresas que não recorreram a serviços de apoio nos últimos cinco anos

Fonte: Inquérito às pequenas empresas IfGH/ENSR, 2001

Quadrante I: Este quadrante descreve a percentagem de empresas que indicaram necessitar de apoio externo e acreditam na utilidade dos serviços de apoio. Estas empresas estão dispostas a participar em serviços de apoio, mas parecem carecer de informação sobre a disponibilidade ou a forma de acesso aos mesmos. Este grupo de empresas é, provavelmente, muito sensível a qualquer tipo de *medidas de sensibilização e actividades de promoção* realizadas pelos prestadores de serviços de apoio. As empresas deste quadrante são as que têm mais probabilidade de vir a recorrer a serviços de apoio no futuro. Correspondem a 54% de todas as empresas que não utilizaram serviços de apoio nos últimos cinco anos em Portugal. A melhoria e o reforço das actividades de marketing e de promoção dos actuais serviços de apoio, através do contacto directo de potenciais clientes ou do aumento do número de visitas dos agentes às empresas poderá constituir o melhor meio de as mobilizar.

Quadrante II: As empresas neste quadrante manifestaram, em geral, necessidade de recorrer a serviços de apoio, embora duvidem da sua utilidade. Tal poderá dever-se a um certo descontentamento com a actual oferta de serviços de apoio. Estas empresas poderão ser particularmente receptivas a estratégias que visem a melhoria do *conteúdo* e das *condições de prestação* dos serviços, por exemplo, uma melhor orientação dos



serviços prestados em função do grupo-alvo ou a melhoria das estratégias de comunicação e da compreensão das necessidades das empresas. As empresas neste quadrante (apenas 13% em Portugal) são bastante críticas em relação aos serviços de apoio, mas poderão ser mobilizadas através da melhoria do conteúdo e dos mecanismos de prestação dos serviços de apoio.

Quadrante III: Este quadrante inclui a percentagem de empresas que, em geral, considera os serviços de apoio úteis mas entende que, no seu caso específico, não há necessidade de recorrer aos mesmos. Geralmente, é mais difícil mobilizar empresas que consideram não necessitar de apoio externo do que as empresas que não recorrem a serviços de apoio por outros motivos, como seja a falta de informação ou a insatisfação com a oferta. Contudo, como estas empresas acreditam na utilidade dos serviços de apoio, é possível que sejam receptivas a estratégias que visem a *difusão de informação sobre o mérito dos serviços de apoio* através, por exemplo, da disseminação de "boas práticas" ou da apresentação de taxas de sucesso de empresas que tenham recorrido a serviços de apoio. Em Portugal, 31% das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais parecem ser receptivas a este tipo de estratégia. Contudo, a atitude deste grupo comparativamente mais vasto de empresas também está relacionada com uma dificuldade que deve ser ultrapassada, nomeadamente, a de identificar as necessidades ou de enfrentar os problemas económicos ou de funcionamento inerentes à sua actividade diária. Não obstante, a maioria das empresas portuguesas parece estar, pelo menos, convencida da utilidade dos serviços de apoio, o que constitui um bom ponto de partida para a realização de mais actividades neste domínio.

Quadrante IV: Por último, o quadrante IV descreve a percentagem de empresas que não só entendem não necessitar de serviços de apoio como não acreditam na sua utilidade. Esta atitude, verificada sobretudo junto das empresas de menores dimensões, é conforme aos resultados de um estudo anterior realizado sobre as PME da União Europeia (*Alten and Weiß, 2000*), no qual se constatou que muitas pequenas empresas não possuem a devida competência para avaliar correctamente as suas próprias necessidades e, a partir daí, determinar a procura de apoio específico. O desconhecimento das suas próprias necessidades poderá, por conseguinte, gerar uma má aceitação dos serviços de apoio em oferta no mercado, à qual se associa, frequentemente, uma atitude de suspeita contra intervenções "externas" e a pouca vontade de deixar que os prestadores de serviços de apoio externos tomem conhecimento das questões económicas e de funcionamento da empresa. Este grupo de empresas tem maiores probabilidades de não ser receptivo a quaisquer medidas tradicionais de promoção ou sensibilização, pelo que é muito provável que não venha a recorrer a serviços de apoio no futuro. Felizmente, correspondem apenas a 2% das empresas em Portugal.



4. SÍNTESE E CONCLUSÕES

Em Portugal, os serviços de apoio são oferecidos por entidades públicas ou privadas. É frequente que as organizações privadas formem parcerias com as entidades públicas. As organizações semi-públicas parecem ser menos frequentes. A oferta de serviços de apoio está organizada a nível regional. Os serviços oferecidos destinam-se, sobretudo, às PME em geral, pelo que não fazem distinções baseadas na dimensão das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais. Muitos serviços estão orientados para fases de desenvolvimento específicas de uma empresa (em particular, a fase de crescimento). Portugal é um dos poucos países europeus que oferece apoio a todas as fases do ciclo de vida de uma empresa. No que diz respeito à orientação por sector dos serviços, a maior parte dos serviços visa quer as empresas de base tecnológica/ inovadora, quer todos os sectores sem distinção. Alguns serviços destinam-se a jovens empresários.

Os serviços de apoio portugueses oferecem, sobretudo, consultoria e aconselhamento externo e serviços profissionais de informação ou fornecem instalações. A maior parte dos prestadores oferecem os seus serviços a preços pré-estabelecidos em listas. Os serviços oferecidos a título gratuito são raros. Dois terços dos serviços aplicam instrumentos de gestão de qualidade, nomeadamente, o acompanhamento pontual dos clientes e a aplicação de normas próprias. Tanto as avaliações como os acompanhamentos dos clientes efectuados com mais regularidade são menos comuns. Embora os objectivos dos serviços sejam diversificados, dá-se alguma ênfase à melhoria do acesso da empresa à investigação e à inovação. Para contactar os clientes, o principal canal de comunicação utilizado pelos prestadores de serviços em Portugal é a Internet, embora também recorram a apresentações em feiras comerciais e a publicidade em jornais ou revistas.

No que diz respeito ao lado da procura, as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal não parecem fazer muito uso dos serviços de apoio oferecidos. Em comparação com os restantes países europeus, a taxa de participação de Portugal (20%) representa um valor médio. Por seu turno, as empresas individuais raramente recorrem a serviços de apoio. O principal motivo que leva as empresas portuguesas a não utilizarem os serviços de apoio é o facto de estes não serem oferecidos sob condições adequadas. Além disso, a taxa de informação das microempresas, pequenas empresas e empresas individuais é consideravelmente inferior à média, pois apenas 11% das empresas de menores dimensões consideram estar bem ou muito bem informadas sobre a existência ou a disponibilidade dos referidos serviços. A sensibilização das empresas para o apoio que têm à sua disposição poderá ser fomentada através de visitas pessoais ou de contactos directos (por exemplo, por campanhas de *mailing*, por contactos telefónicos, etc.). Porém, muitos prestadores de serviço não recorrem a estes dois tipos de promoção por serem muito dispendiosos.

De modo geral, as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal consideram não ter grande necessidade de recorrer a serviços de apoio, motivo pelo qual a procura de cursos de formação específica, de serviços financeiros e de serviços profissionais de informação é mais elevada do que a procura de aconselhamento ou de consultoria, ou ainda de balcões únicos e de informação de carácter geral. No que diz respeito a domínios específicos da actividade empresarial, as empresas de menores dimensões parecem necessitar apenas de auxílio em matéria de qualificação do pessoal e de questões jurídicas e de I&D. Um dos motivos para que a necessidade de serviços de apoio seja comparativamente baixa poderá dever-se à fraca orientação destes serviços em função do grupo-alvo, nomeadamente no que diz respeito às classes de dimensão e aos sectores das empresas.

Em geral, os empresários portugueses que utilizaram serviços de apoio estão muito satisfeitos com a experiência. A taxa de satisfação de 90% é uma das mais elevadas da Europa, sendo comparável apenas à da Irlanda. A política de preços e o acesso ao próprio serviço constituem dois domínios que poderão beneficiar de melhorias. Em termos globais, a utilização dos serviços de apoio poderá beneficiar de uma melhor orientação dos serviços em função das empresas de menores dimensões e de sectores específicos, bem como da melhoria da promoção dos actuais serviços especializados e de condições de participação mais adequadas (provavelmente menos dispendiosas). Quando as microempresas, pequenas empresas e empresas individuais em Portugal tentam avaliar a qualidade do prestador de serviços, o indicador de qualidade que consideram mais importante é o acompanhamento regular do cliente.

ANEXO

Lista dos serviços de apoio identificados

Designação	Organização	Nome de contacto e endereço	telefone/fax	correio electrónico/ página Web
Rede Europeia de 'Business Angels' (<i>European Business Angels Network - EBAN</i>)		Monica Reino Avenue des Arts 12, Bte 7 1210 Bruxelles	Tel.: 32/2/2184313 Fax: 32/2/2184583	Info@eban.org www.eban.org
Centros de Inovação Empresarial (<i>Business Innovation Centres - BIC</i>)		Ben Butters Avenue de Tervuren 168, Bte 25 1150 Bruxelles	Tel.: 32/2/7611085 Fax: 32/2/7729574	Bbu@ebn.be www.ebn.be
Euro Info Centres	Rede de Euro Info Centres		Info-eic@fcis.cec.eu.int	http://europa.eu.int/comm/enterprise/networks/eic/eic.html
Centro de Ligação para a Inovação (<i>Innovation Relay Centre - IRC</i>)		George Barton 2, Rue Pletzer 8080 Helfent-Bertrange	Tel.: 352/4410122200 Fax: 352/4410122055	Info@ircnet.lu www.cordis.lu/irc
Ligação da Inovação, Finanças e Tecnologia (<i>Linking Innovation, Finance and Technology - LIFT</i>)	Comissão Europeia	Steve Glange 11, Rue de Bitbourg 1273 Luxembourg	Tel.: 352/428001 Fax: 352/428003	Info@lift.lu www.lift.lu
Rede Nacional dos Centros de Formalidades das Empresas	IAPMEI – Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e ao Investimento	António Souta Gestor da Rede e Vogal do Conselho de Administração do IAPMEI Rua Rodrigo da Fonseca, 73 1295-190 Lisboa	Tel.: 351/21/3836082 Fax: 351/21/3836211	asouta@mail.telepac.pt www.cfe.iapmei.pt
Programa “Ninhos de Empresas”	Fundação da Juventude	Maria Galdes Directora-Geral Rua das Flores, 69 4050-265 Porto	Tel.: 351/22/3393530 Fax: 351/22/3393544	fjuventude@mail.telepac.pt http://www.fjuventude.pt
GrupUnave - Incubadora de Empresas da Universidade de Aveiro	Universidade de Aveiro	Cristiana Figueiredo Directora-Geral Rua José Rabumba, 56 3810 – 125 Aveiro	Tel.: 351/234/379770 Fax: 351/234/421748	cf@grupunave.pt http://www.grupunave.pt/

Designação	Organização	Nome de contacto e endereço	telefone/fax	correio electrónico/ página Web
Incubadora de Empresas do Instituto Pedro Nunes Incubadora da Universidade de Coimbra	IPN – Instituto Pedro Nunes	Nuno Silva Gestor de Marketing Rua Pedro Nunes 3030-199 Coimbra	Tel.: 351/239/700900 Fax: 351/239/700965	nsilva@ipn.pt http://www.ipn.pt
Programa Rede (4ª Edição)/ Consultoria, Formação e Apoio à Gestão de Pequenas Empresas	IEFP (Instituto do Emprego e Formação Profissional)	José Manuel Sousa Rego Director-Geral R. Xabregas, 52 1949-003 Lisboa	Tel.: 351/21/8614510 Fax: 351/21/8614619	rede.mail@iefp.pt http://rede.iefp.pt
Incubação de empresas Taguspark	Taguspark	Carlos Freire Responsável pela Incubação Taguspark – Núcleo Central, 100 2780 Oeiras	Tel.: 351/21/4226991 Fax: 351/21/4226901	cfreire@taguspark.pt www.taguspark.pt
SOGISTFIPP – Sociedade de Incubação Sectorial, SA Incubadora do Instituto Politécnico do Porto	Instituto Politécnico do Porto	José Freitas Director-Geral Rua Dr. António Bernardino de Almeida, 537 4200-072 Porto	Tel.: 351/22/8347900 Fax: 351/22/8302556	secretariado@sogist.pt www.sogist.pt