



IAPMEI

Parcerias para o Crescimento

Observatório da Criação de Empresas

Resultados do inquérito 2007

Agosto de 2008

Índice

Nota Introdutória.....	2
Os empreendedores.....	3
Quem são os empreendedores portugueses?	3
Que percurso profissional apresentam?	7
Qual o seu envolvimento com a empresa que estão a criar?.....	10
O que os motiva a seguir a via empreendedora?	13
As start-ups	14
Como são as start-ups portuguesas?	14
Que parceiros de negócio procuram os empreendedores nacionais?	17
Em que investem e como se financiam os empreendedores em Portugal?	19
Que mercados elegem as start-ups nacionais?	24
A que serviços de apoio recorrem?	29
Com que dificuldades se deparam?	32

Nota Introdutória

“O espírito empresarial, ou empreendedorismo, constitui a dinâmica de identificação e aproveitamento económico de oportunidades, fundamental para a promoção do crescimento económico qualificado. Não há crescimento económico sem dinâmica de empreendimento. Independentemente das estratégias promotoras de factores dinâmicos de competitividade – inovação, qualificação, *design*, *marketing* –, decisiva será a promoção de quem as dinamize, isto é, dos nossos empreendedores, empresários e empresas, razão pela qual a promoção das condições que facilitam a implementação daquelas estratégias, por um lado, e do espírito empresarial, por outro lado, será fundamental.” Esta é uma ideia central do Plano Estratégico do IAPMEI 2005-2008.

O conhecimento do fenómeno do empreendedorismo em Portugal é, por isso, particularmente relevante para o IAPMEI, enquanto organismo público nacional que tem como missão constituir-se como instrumento de política económica privilegiado do agenciamento público das condições favoráveis para o reforço do espírito e da competitividade empresarial.

Nesse sentido, o Instituto tem vindo a desenvolver, desde 1999, com a colaboração da Rede Nacional de Centros de Formalidades das Empresas (CFE), o Observatório da Criação de Empresas, projecto que tem por objectivo manter um bom nível de conhecimento dos novos empresários e das novas sociedades, dos seus pontos fortes e das suas principais necessidades, através da recolha de informações relevantes sobre os empreendedores e as *start-ups* portuguesas.

Os dados que se apresentam de seguida resultam da análise dos inquéritos recolhidos durante o ano de 2007 na Rede Nacional de CFE, respeitando a 891 empresas (sociedades) e a 1518 empresários.

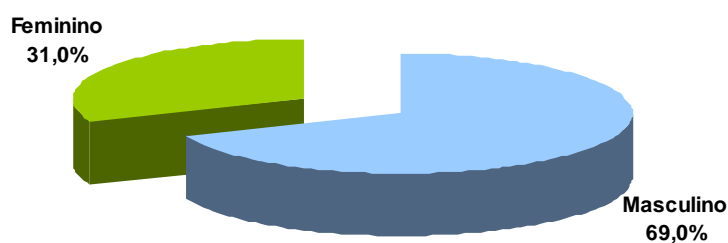
A maioria das empresas inquiridas pretende vir a exercer a sua actividade principal nos serviços (40,4%), comércio (26,3%), construção (14,3%) e turismo (11,3%), mas a amostra inclui também empresas que operarão nos sectores da agricultura e pescas (1%) e indústria e energia (6,7%).

Os empreendedores

Quem são os empreendedores portugueses?

Na sua maioria, os empreendedores portugueses ainda são homens. A proporção entre homens e mulheres é de aproximadamente 2/3 para 1/3, rácio que tem mantido alguma estabilidade nos anos mais recentes.

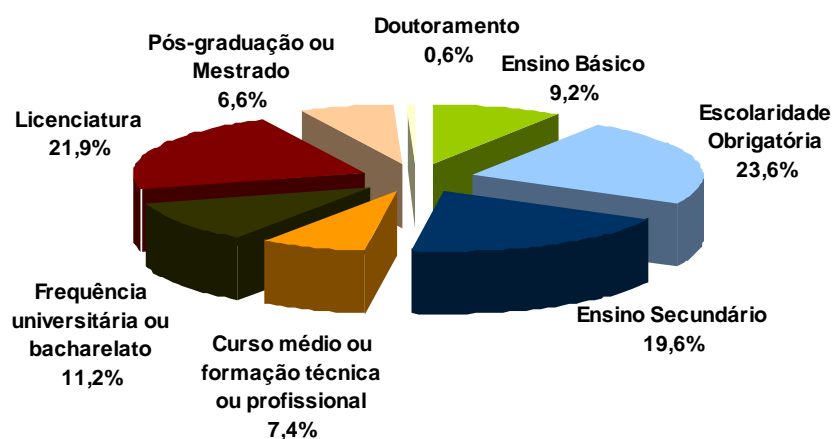
Género dos empreendedores



Por outro lado, os empreendedores portugueses são jovens. A idade mais frequente dos empreendedores é de 30 anos, sendo que a idade média é de 37 anos. Mais de metade dos novos empresários (52,4%) tem 35 anos ou menos e cerca de 4/5 (79,1%) têm 45 anos ou menos. Empreendedores com 65 anos ou mais representam, por seu turno, somente 1,7% do total.

Contudo, apesar de jovens, os empreendedores tendem a ser profissionais com grande experiência de trabalho – cerca de 2/3 têm mais de 10 anos de tempo de trabalho –, à qual cada vez mais se alia um elevado nível de habilitações académicas – mais de 40% têm, pelo menos, frequência universitária, sendo que perto de 3/4 destes (72,2%) concluíram efectivamente uma licenciatura ou fizeram inclusivamente estudos pós-graduados, mestrados ou doutoramentos. Ainda assim não deve ser de menosprezar o facto de aproximadamente 1/3 dos empreendedores (32,8%) terem, no máximo, a escolaridade obrigatória.

Habilitações literárias dos empreendedores



Estas são características gerais dos empreendedores nacionais, mas é certo que existem particularidades em alguns segmentos que importa destacar.

Uma das mais relevantes prende-se com a questão das habilitações académicas, nomeadamente com o facto de as mesmas diferirem entre sectores. Na área dos serviços, por exemplo, pode constatar-se que a maioria dos empreendedores tem já, no mínimo, frequência universitária – nas novas empresas do sector financeiro essa percentagem é de 45,5%, mas sobe para os 54,7% nas actividades imobiliárias, para os 58,5% nas empresas de informática e similares, para os 61,9% no ensino e investigação e mesmo para mais de 70% nos serviços de consultoria e serviços às empresas (73,2%) e na saúde e serviços sociais (75%). Em contrapartida, há ainda sectores onde os empreendedores de menores habilitações mantêm uma expressão particularmente significativa, como nos transportes e comunicações (onde 57,9% têm, no máximo, o 9º ano), construção (55,2%), indústria transformadora (54,9%) e hotelaria e restauração (47,4%)¹.

Outra particularidade tem a ver com o equilíbrio de género, uma vez que, ao mesmo tempo que existem sectores onde a proporção de homens e de mulheres é já muito semelhante – caso da maioria dos serviços, como a intermediação financeira, das actividades imobiliárias, do ensino e investigação e da saúde e serviços sociais –, outros existem em que o predomínio masculino é consideravelmente superior à média

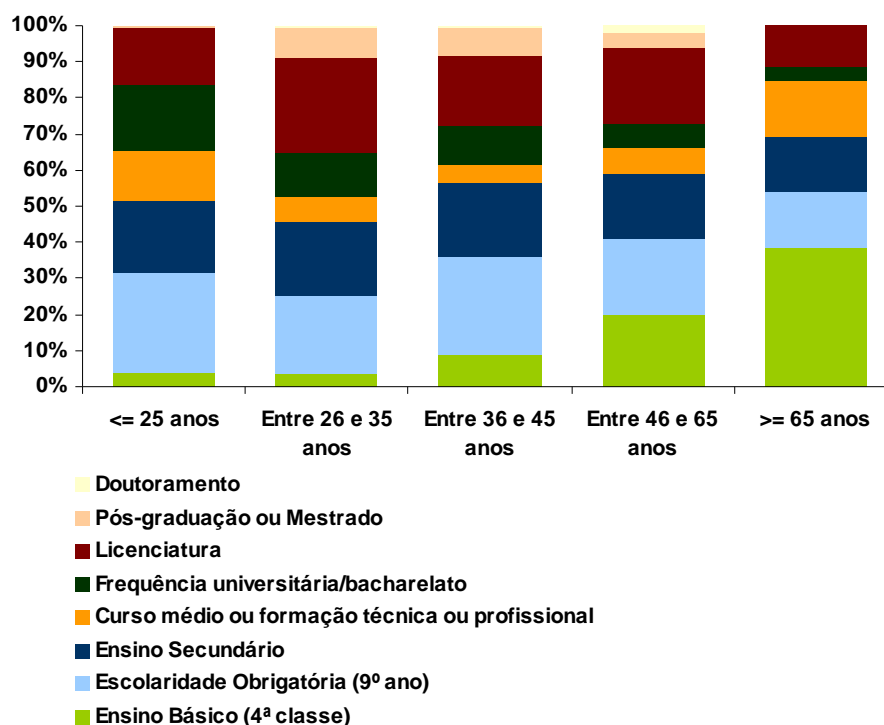
¹ De notar que não estamos a falar de valores extrapolados para o universo, mas sim de resultados directos da amostra, que não pretende ser representativa a nível sectorial.

– na construção, por exemplo, os homens ainda representam mais de 85% dos empreendedores.

E será ainda de salientar o facto de haver algumas diferenças entre o perfil de homens e mulheres em matéria de habilitações, sendo que estas tendem a ter níveis académicos mais elevados do que aqueles. Ou seja, enquanto que, entre os empreendedores do género masculino, apenas pouco mais de 1/3 frequentaram o ensino superior (35,4%), metade das empreendedoras tem, pelo menos, frequência universitária (50,6%). Esta situação terá também, numa pequena parte, a ver com a estrutura etária de um e de outro grupo, na medida em que os números mostram que o nível de habilitações tende a ser mais elevado nos estratos etários mais jovens. Aliás, como acontece com a estrutura populacional do país como um todo.

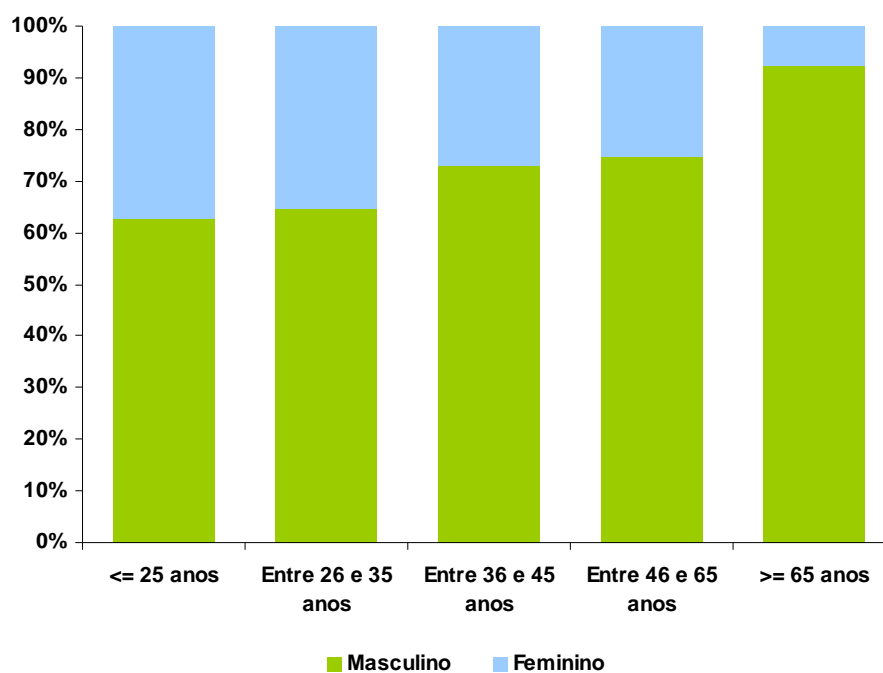
Assim, pode verificar-se que, se entre os empreendedores com mais de 45 anos ainda são mais expressivas as habilitações iguais ou inferiores ao 9º ano de escolaridade – 42,2% dos casos, face a 32,3% de indivíduos com frequência universitária, licenciatura ou mesmo estudos pós-graduados –, entre os empreendedores com 35 anos ou menos já são maioritários os que, no mínimo, frequentaram o ensino superior (44,8%), sendo, por outro lado, comparativamente pouco significativa a proporção dos que têm somente o ensino obrigatório (26,5%). Bons indícios, portanto.

Habilitações dos empreendedores, por escalão etário



De salientar que as empreendedoras são, na sua maioria, mais jovens do que os seus congéneres masculinos – a sua idade média é de cerca de 35 anos, face aos 38 dos homens, sendo que, se perto de metade dos empreendedores do género masculino tem 35 anos ou menos (48,8%), essa percentagem sobe para os 60,6% entre as mulheres. Adicionalmente, é marginal o número de empreendedoras com 65 ou mais anos, enquanto que entre os homens eles ainda representam 2,3%.

Peso de cada género em cada escalão etário



Voltando à questão das diferenças do nível de habilitações por género, será de notar que, se olharmos separadamente para escalões etários, se pode constatar que, em faixas etárias mais elevadas, as maiores habilitações tendem a ser mais um pouco mais frequentes entre os homens (no escalão etário de 46 anos ou mais, 34,9% dos homens têm, no mínimo, frequência universitária, ao passo que apenas 23% das mulheres possuem esse nível mínimo de habilitações), mas que, se nos detivermos nos escalões etários mais jovens, a situação se inverte notoriamente (é de 38,4% a percentagem de empreendedores do sexo masculino com menos de 36 anos que frequentou, pelo menos, o ensino superior, valor que sobe para os 56,4% no caso das mulheres da mesma faixa etária).

Que percurso profissional apresentam?

A situação profissional não revela ser uma determinante da capacidade empreendedora, na medida em que o número de empreendedores que já eram empresários na altura da criação deste projecto empresarial é perfeitamente idêntico ao daqueles que exerciam uma profissão por conta de outrém (cerca de 34%, em qualquer dos casos, sendo que, no caso dos empresários, 2/3 seriam empresários noutra sociedade e 1/3 em nome individual).



Aliás, ainda que a experiência empresarial prévia tenha uma expressão considerável entre os empreendedores, o que se constata é que há quase um equilíbrio entre os que a possuem e aqueles para quem se trata de uma primeira experiência no mundo empresarial (46,5% e 53,5%, respectivamente). Sendo certo que, entre aqueles que se encontravam a trabalhar por conta de outrém quando optaram por criar a sua própria empresa, uma pequena parte (cerca de ¼) já havia tido, no passado, algum tipo de incursão no mundo dos negócios.

Por outro lado, à semelhança do que já se havia constatado em anos anteriores, há um outro grupo que tem algum peso entre os empreendedores – o dos desempregados. De facto, 12,8% dos novos empresários encontravam-se, à data da criação da sua empresa, em situação de desemprego. A criação do próprio emprego pode, por isso, ter sido encarada como a melhor solução para ultrapassar esta situação conjuntural. Até porque, mostram os resultados, este grupo é relativamente jovem, sendo que mais de metade dos indivíduos tem 34 anos ou menos. Note-se,

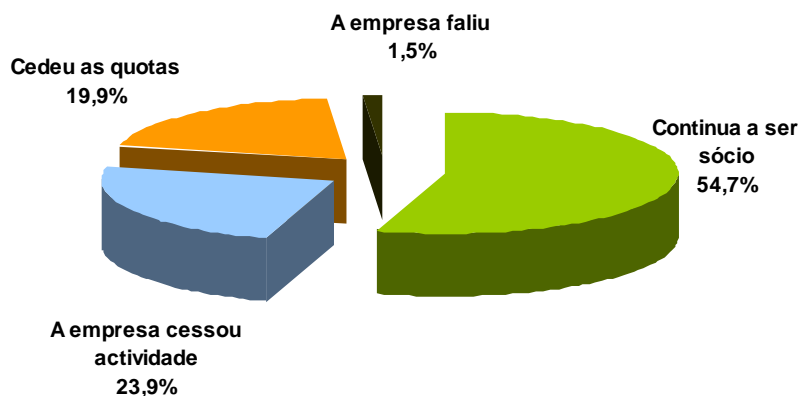
além disso, que uma parte destes empreendedores (28,6%) já havia tido uma experiência empresarial prévia, o que pode ter também contribuído para esta decisão.

Numa altura em que, por toda a Europa, é notória a crescente preocupação com o envelhecimento activo da população, é também interessante constatar que 2,4% dos empreendedores nacionais são reformados. Na sua maioria trata-se efectivamente de indivíduos com idade próxima da idade legal de reforma (61,6% têm 60 anos ou mais), 59% dos quais com 65 anos ou mais, sendo que para um grande número destes se trata de uma primeira experiência empresarial. Ainda assim, é certo que mais de metade (58,3%) dos reformados que decidiram avançar para uma actividade empreendedora afirma já ter sido empresário numa fase do seu percurso profissional.

A experiência empresarial na família parece, por seu turno, poder ter alguma influência na opção empreendedora, se tivermos em conta que ela existe em 62,2% dos casos. Na maioria destes casos os empreendedores revelam que pais ou sogros (42,9% dos casos) ou irmãos ou cunhados (38,8%) são ou já foram empresários (em mais de 1/3 dos casos ambas as situações, isto é, tanto pais ou sogros como irmãos ou cunhados possuem experiência empresarial prévia).

De salientar que mais de metade dos empreendedores que já eram empresários (54,7%) continua a ser sócio de outra(s) empresa(s), conjugando o seu papel de empresário em várias unidades empresariais. Cerca de 1/5, por seu lado, optaram por ceder as suas quotas noutras sociedades, enquanto que pouco menos de ¼ viram as suas anteriores empresas cessar actividade. Casos de falência de anteriores projectos empresariais são muito raros, sendo indicados por apenas 1,5% dos empreendedores.

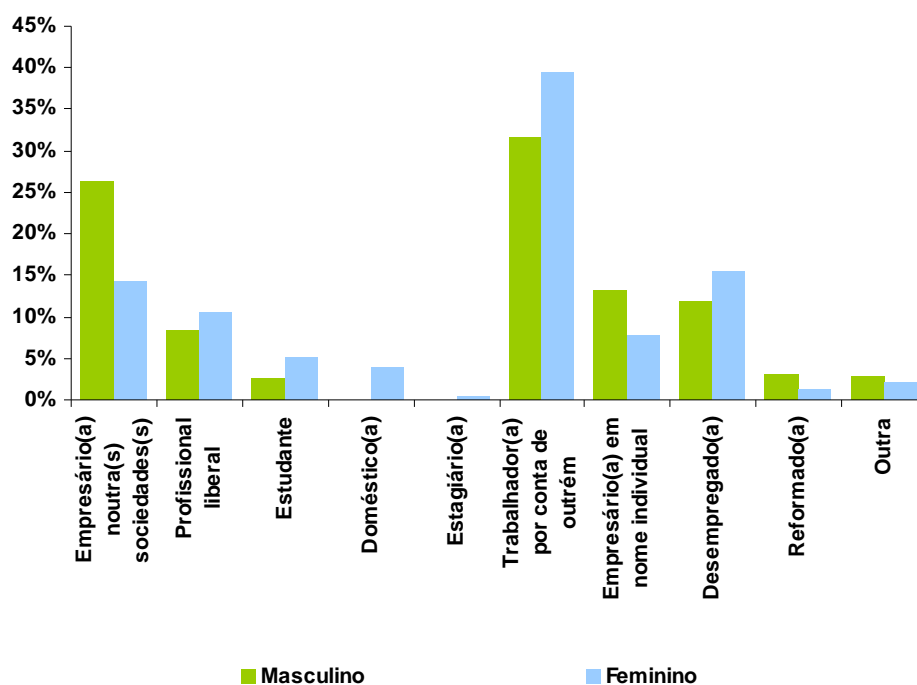
Situação dos empreendedores com experiência empresarial face à empresa anterior



Olhando isoladamente para empreendedoras e para empreendedores relativamente a estas matérias pode constatar-se que persistem algumas diferenças de género ao nível da experiência empresarial.

Pode ver-se, por exemplo, que a proporção de mulheres com experiência empresarial prévia é consideravelmente menor do que a de homens (enquanto que mais de metade (51,7%) dos empreendedores tiveram essa experiência, são pouco mais de 1/3 (34,2%) as mulheres que também a tiveram). E em consonância, que há proporcionalmente um pouco menos de empreendedoras que eram empresárias, quer em sociedades quer em nome individual, no momento da criação da sua empresa, do que empreendedores a exercerem essas funções (39,5% e 21,8%, respectivamente). Ao invés, é um pouco mais frequente encontrar-se trabalhadores por conta de outrem e profissionais liberais entre as mulheres do que entre os homens (39,4% face a 31,7% e 10,5% face a 8,5%, respectivamente).

Situação profissional anterior, por género



Curiosamente, a falta de experiência empresarial anterior parece ser como que “substituída” pela experiência empresarial próxima por parte das empreendedoras, se tivermos em conta que mais de 2/3 têm empresários na família (67,7% das mulheres

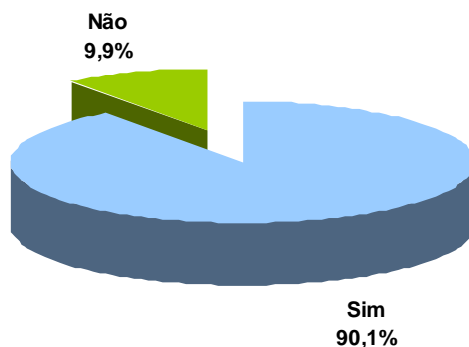
tem familiares empresários, enquanto que entre os homens essa percentagem desce ligeiramente, para os 59,8%).

De notar que não se detectaram diferenças ao nível dos comportamentos de homens e mulheres face às suas empresas anteriores, sendo muito semelhante a percentagem dos que mantêm as sociedades, dos que cederam quotas, dos que cessaram actividade ou dos entraram em processo falência.

Qual o seu envolvimento com a empresa que estão a criar?

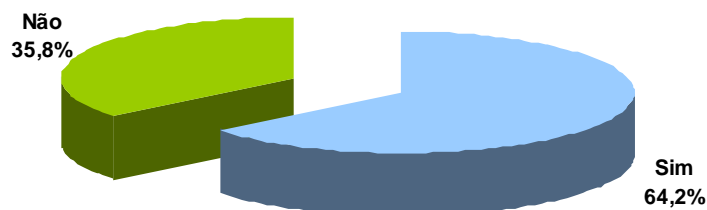
Independentemente da opção do empreendedor relativamente à sua situação profissional prévia à criação da empresa, certo é que o nível de envolvimento com o novo projecto é extremamente elevado. A começar pelo facto de a quase totalidade dos empreendedores (90,1%) pretender ter uma participação activa na vida da empresa.

Envolvimento activo na sociedade



Isto, apesar de 64,2% manifestarem a intenção de manter a sua situação profissional anterior. Ou seja, a maioria não vai abdicar da sua carreira actual para se dedicar a um novo projecto; vai conciliar ambos os projectos. O que é válido, tanto para aqueles que já eram empresários anteriormente, como para muitos trabalhadores por conta de outrém.

Manutenção da situação profissional após início de actividade da empresa



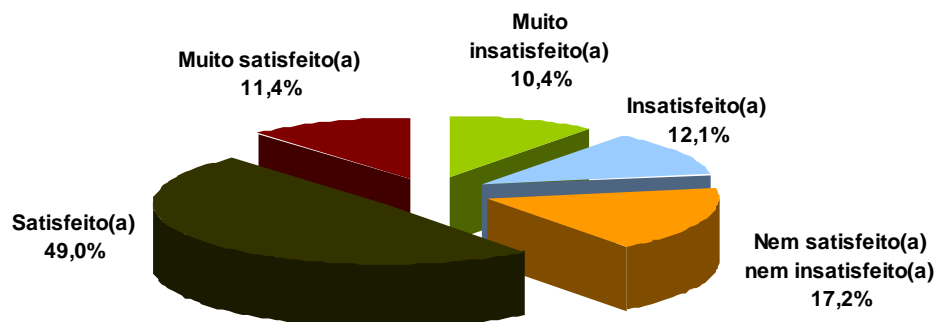
No caso dos empresários, pode verificar-se que a grande maioria dos que já participavam noutra(s) sociedade(s) vão manter essa(s) participação(ões) (somente 14,2% dizem que vai(ão) deixar); e que um pouco mais de metade dos que eram empresários em nome individual vai manter essa sua área de negócio (47,6% vão deixar de o ser, muitos dos quais possivelmente porque a constituição da sociedade lhes permitiu alterar o seu enquadramento fiscal, ainda que a actividade se mantenha).

No caso dos trabalhadores por conta de outrém, constata-se igualmente que uma maioria muitíssimo expressiva (70,5%) não tenciona deixar de o ser, pretendendo conciliar esse seu emprego com o seu projecto empresarial. Reduzir o risco inerente a uma opção desta natureza – o lançamento numa actividade por conta própria – pode ser uma explicação para isto, mas a verdade é que também se pode ler dos resultados que os empreendedores não procuram a experiência empreendedora como uma alternativa a uma situação profissional não compensadora – em termos económicos ou em termos de realização profissional –, o que leva a crer que a opção de conjugar diferentes vertentes profissionais é, acima de tudo, uma opção “positiva”, de melhorar um percurso profissional que já de si satisfaz.

Senão, vejamos. 60,4% dos empreendedores afirmam-se satisfeitos ou mesmo muito satisfeitos com a situação profissional prévia à criação da sua empresa. Os níveis de satisfação são particularmente elevados entre aqueles que já eram empresários (acima dos 75%), mas são também bastante expressivos entre os trabalhadores por conta de outrém (61,6% destes dizem-se satisfeitos ou muito satisfeitos com a sua situação anterior). Aliás, como será natural, apenas entre os desempregados a

insatisfação é dominante (71,7% sentiam-se insatisfeitos ou muito insatisfeitos com a situação em que se encontravam).

Grau de satisfação com a situação profissional



E o esforço de conciliação pretende ser elevado, se tivermos em conta que quase 2/3 dos empreendedores que vão tentar conjugar situação profissional prévia com a actividade na nova empresa (64,2%) tencionam trabalhar diariamente no negócio que estão a lançar (42% dos quais a tempo inteiro, mesmo). Aqueles que já eram empresários, assim como os que exercem simultaneamente uma profissão liberal, são os que mais frequentemente dizem querer trabalhar numa base diária na nova empresa, mas é de salientar que são mais de metade os trabalhadores por conta de outrém que o pretendem fazer também, se bem que, naturalmente, sejam menos aqueles que o poderão fazer a tempo inteiro (enquanto que 61% dos empresários em nome individual ou 49% dos profissionais liberais que se vão manter como tal afirmam que irão trabalhar a tempo integral no novo negócio, por exemplo, essa percentagem desce para os 10,5% entre os trabalhadores por conta de outrém).

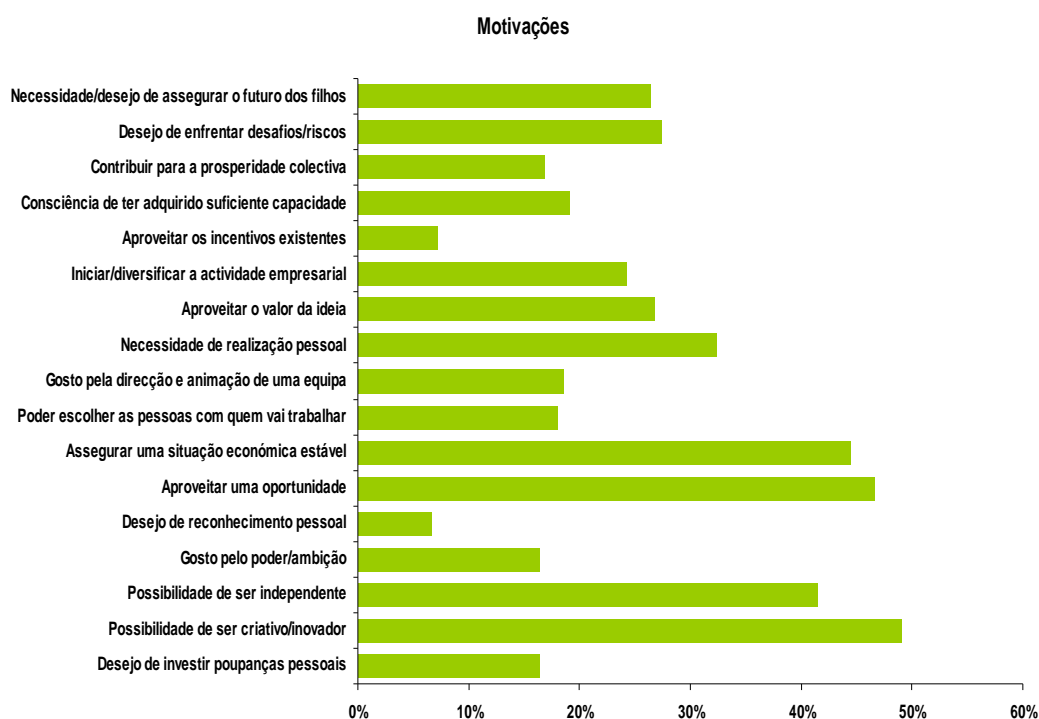
Dois outros grupos de grande dedicação ao seu projecto empresarial, em termos de tempo de trabalho, são as domésticas e os desempregados. Se tal parece ser imediato no segundo caso, poderia não o ser no primeiro, uma vez que durante muito tempo foram relativamente comuns os casos de sociedades compostas por um casal sem que houvesse participação activa do elemento feminino na vida da empresa. Mas o certo é que estas novas empreendedoras parecem efectivamente sê-lo, desenvolvendo activamente projectos nos mais diversos sectores de actividade (ex.:

comércio, indústria transformadora e diversas áreas de serviços) e dedicando-se aos mesmos, na grande maioria das vezes, a tempo inteiro.

O que os motiva a seguir a via empreendedora?

São vários os factores que levam os portugueses a desenvolver o seu próprio projecto empresarial. A possibilidade de ser criativo/innovador, o aproveitar uma oportunidade, assegurar uma situação económica estável e poder ser independente parecem ser os factores que mais motivam os empreendedores nacionais para a iniciativa empresarial, sendo referidos em mais de 40% dos casos.

Mas revela-se também importante para muitos o facto de o projecto empresarial vir dar resposta a uma necessidade de realização pessoal (32,4% dos casos).

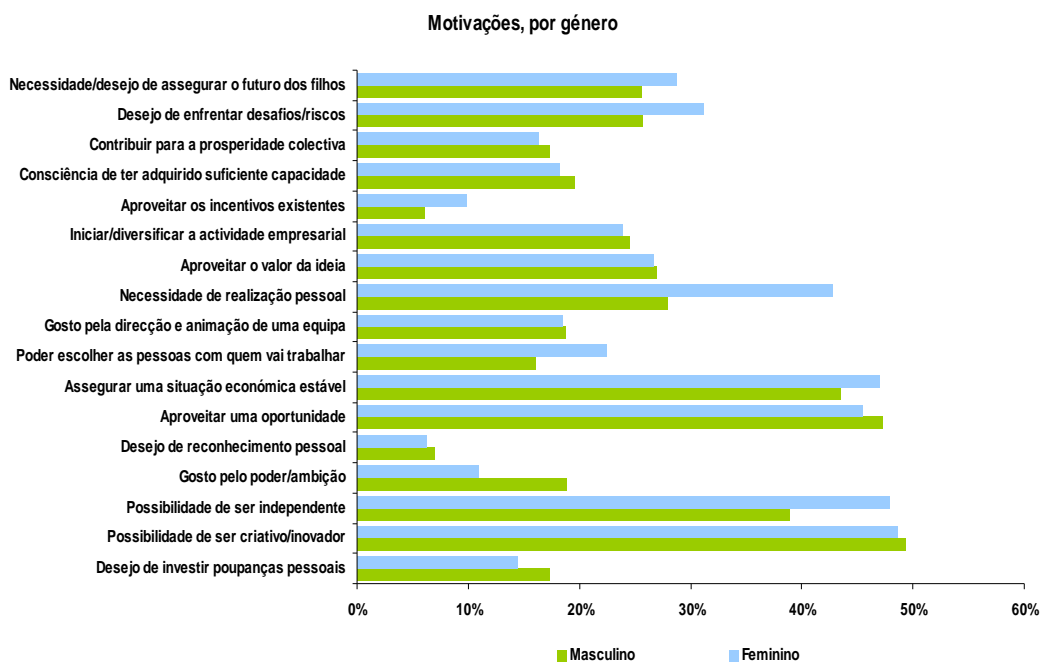


O desejo de enfrentar o risco ou um desafio e aproveitar o valor da ideia são outros aspectos frequentemente focados, assim como, num plano associado à estabilidade financeira, a necessidade ou desejo de assegurar o futuro dos filhos (questões destacadas em mais de ¼ dos casos).

O desejo de reconhecimento social, ao invés, ainda que também referido, constitui uma motivação apenas para uma minoria (6,7% dos casos).

É interessante constatar que as motivações de homens e mulheres, em matéria de empreendedorismo, são muito semelhantes. Ter a possibilidade de ser criativo ou

inovador, aproveitar uma oportunidade, assegurar uma situação económica estável, poder ser independente e aumentar a realização pessoal são os grandes factores motivadores de ambos os géneros. No entanto, eles têm uma importância relativa ligeiramente diferente para empreendedores e empreendedoras.



As empreendedoras, ainda que tendo igualmente sido primordialmente motivadas por estes cinco factores, valorizam comparativamente mais do que os seus congéneres masculinos a possibilidade de independência, de estabilidade financeira e a realização pessoal – valorizam-no consideravelmente mais, saliente-se (as mulheres apontam estes factores em 47,9%, 47% e 42,8% dos casos, ao passo que os homens se referem aos mesmos em 38,8%, 43,5% e 27,9% dos casos, respectivamente) –, enquanto que estes perseguiram um pouco mais a possibilidade de serem criativos ou inovadores ou de aproveitarem uma oportunidade (se bem que, neste caso, as diferenças entre género não sejam significativas – 49,4% e 47,2% dos casos entre os empreendedores e 48,6% e 45,4% dos casos entre as empreendedoras).

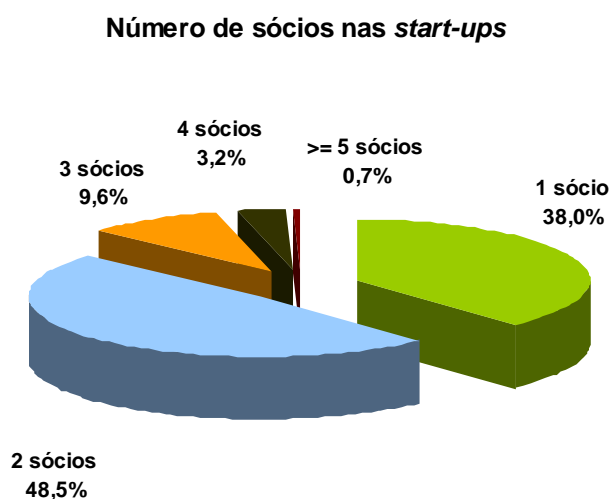
As start-ups

Como são as start-ups portuguesas?

A reduzida dimensão é o denominador comum das *start-ups* portuguesas. Poucos sócios, poucos postos de trabalho, capitais sociais mínimos, investimentos relativamente comedidos, privilégio da actuação num mercado de relativa proximidade

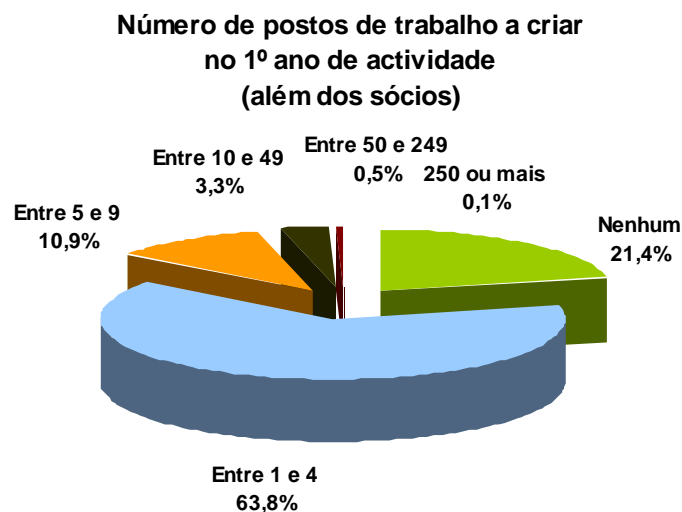
numa primeira fase e, em consonância, expectativas de negócio moderadas no curto prazo. São traços partilhados por uma parte significativa das *start-ups* nacionais.

Senão, vejamos. 38% das *start-ups* são constituídas por um único empreendedor, sendo que 48,5% são constituídas por dois empreendedores. O que significa que cerca de 87% das novas sociedades em Portugal têm, no máximo, dois sócios, ou seja, que há uma clara preferência dos empreendedores nacionais em desenvolverem as suas iniciativas empresariais sozinhos ou apenas com um parceiro. Aliás, os casos em que a sociedade é composta por quatro pessoas ou mais não chegam a 4% do total.



Apesar de poucos – ou possivelmente também por serem poucos –, o seu nível de envolvimento com a sociedade é elevado. O que se pode ver pelo facto, já atrás referido, de mais de 90% dos empreendedores tencionarem envolver-se activamente na gestão deste seu projecto empresarial; mas também pelo facto de, globalmente, seja qual for o número de elementos que compõem a sociedade, a maioria dos sócios pretender ter uma participação activa na vida da sua empresa. Esta relação é mais forte nos casos de empresas constituídas por um menor número de sócios, mas é válida para a maioria dos casos – ou seja, nas empresas com dois ou com três sócios, por exemplo, em cerca de $\frac{3}{4}$ dos casos todos os sócios pretendem ter esse envolvimento activo na vida da empresa, sendo que nas empresas com quatro ou cinco sócios são, ainda assim, mais de metade aquelas que terão todos os seus empreendedores a participar activamente na sua gestão.

Talvez também por causa deste envolvimento dos seus dirigentes, as *start-ups*, a nível individual, não criem muitos postos de trabalho no seu primeiro ano de actividade. De facto, 21,4% não criam qualquer posto de trabalho para além do(s) do(s) sócio(s), sendo que a grande maioria (63,8%) inicia a sua actividade com, no máximo, quatro trabalhadores, para além do(s) sócio(s). Start-ups com expectativas de operar com 10 ou mais trabalhadores no primeiro ano de actividade representam menos de 4% dos casos.

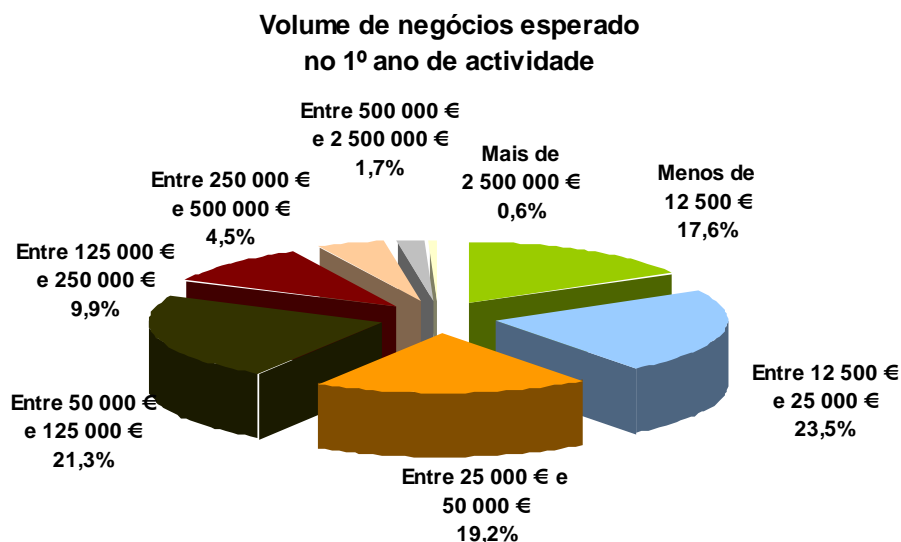


A par disto, e eventualmente também em consequência desta opção pela criação de empresas isoladamente ou com um parceiro, mais de 80% das *start-ups* são constituídas com o capital social mínimo (5000 euros), sendo que 91,4% têm, no máximo, 10 000 euros de capital social e 95% menos de 25 000 euros. Somente em 1% dos casos encontramos capitais sociais iguais ou superiores a 100 000 euros.

Similarmente, também os montantes investidos tendem a ser relativamente baixos, com 75% das *start-ups* a terem investimentos no primeiro ano inferiores a 50 000 euros. Aliás, em mais de 40% o investimento não ultrapassa os 10 000 euros. Investimentos de grande envergadura também existem, naturalmente, mas são pouco significativos no cômputo geral – por exemplo, há *start-ups* cujo investimento inicial supera o milhão de euros, mas estas representam somente 0,6% do total.

Sendo o investimento relativamente reduzido, também não são muito elevadas as expectativas de retorno, se tivermos em conta que os empreendedores nacionais não esperam realizar negócios muito avultados no primeiro ano de actividade da sua

empresa. Cerca de 40% prevêem facturar, no máximo, 25 000 euros – 43% dos quais não contam atingir os 12 500 euros de facturação – enquanto que perto de 1/5 esperam atingir os 50 000 euros. Ou seja, a maioria das *start-ups* (58,5%) prevê facturar, no máximo, 50 000 euros no seu primeiro exercício.



O privilégio dado ao mercado de proximidade na fase inicial de actividade pode também contribuir para esta moderação de expectativas, sendo possível constatar que perto de metade das *start-ups* tem no mercado local a sua principal fonte de receitas – 46,8% das empresas recém constituídas prevêem realizar pelo menos metade da sua facturação a menos de 25 km da sua sede no primeiro ano, sendo que 21,3% vão, inclusivamente, operar exclusivamente a nível local.

Que parceiros de negócio procuram os empreendedores nacionais?

Como já referido, os empreendedores nacionais tendem, maioritariamente (86,6%), a lançar os seus projectos empresariais sozinhos ou apenas com um parceiro. Mas que tipo de parceiro é esse?

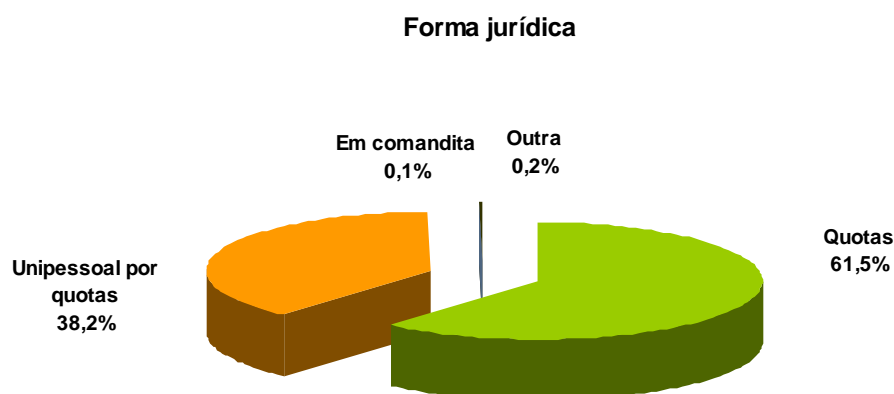
A família parece ser uma importante origem de parcerias de negócio em Portugal. Na verdade, em cerca de 30% das *start-ups* existem laços de parentesco entre pelo menos alguns dos seus sócios. E se consideramos apenas as empresas com dois ou mais sócios (as únicas em que existem parcerias, na prática), vemos que em quase metade (48,7%) a sociedade foi estabelecida incluindo vários elementos de uma mesma família. Além disso pode constatar-se que, na grande maioria das *start-ups* em que há relações de parentesco entre sócios, elas são comuns a todos os sócios, ou

seja, em 87,5% das *start-ups* com sócios com relações de parentesco a totalidade dos sócios pertence à mesma família.

Por outro lado, e ainda que as *start-ups* em Portugal sejam maioritariamente constituídas por portugueses, o número de estrangeiros que desenvolvem actividades empreendedoras no nosso país tem uma expressão não menosprezável – em 7,5% das *start-ups* existem sócios estrangeiros. Em mais de metade das vezes os empreendedores oriundos de outros países criam a sua empresa com parceiros portugueses, mas em muitos casos (47%) as *start-ups* são lançadas apenas por empreendedores estrangeiros. De notar que os empreendedores estrangeiros optam, maioritariamente, por estabelecer sociedades com outros empreendedores, quer sejam portugueses ou de outras nacionalidades; somente em aproximadamente 1/3 dos casos os estrangeiros lançam a sua iniciativa empresarial sozinhos.

A procura de empresas para estabelecer sociedades não é, por seu turno, muito expressiva, representando estas 7,3% dos sócios das *start-ups* nacionais. De salientar, por outro lado que, entre as *start-ups*, sociedades envolvendo simultaneamente pessoas singulares e colectivas são relativamente pouco frequentes – 70% das sociedades com empresas são constituídas exclusivamente por empresas.

Uma nota ainda para o facto de, no acto de constituição das suas empresas, os empreendedores optarem praticamente de forma exclusiva pela adopção de duas formas jurídicas – nos casos em que existe um sócio, as *start-ups* adquirem a forma de sociedades unipessoais; nos casos em que existem dois ou mais sócios, a escolha recai sobre a forma de sociedade por quotas.

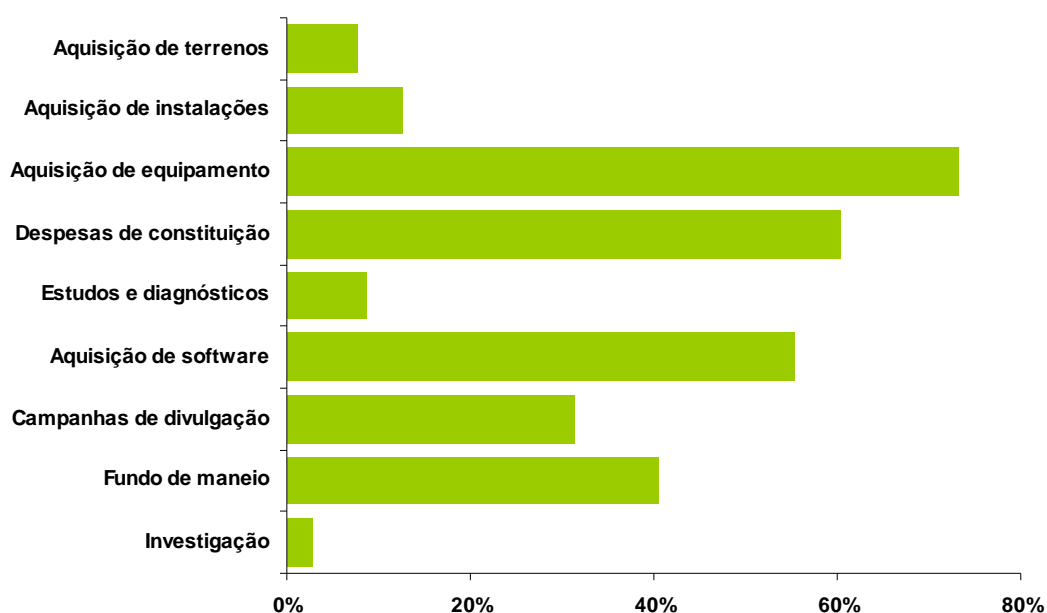


Em que investem e como se financiam os empreendedores em Portugal?

Como já referido, os montantes investidos pelos empreendedores nas *start-ups* nacionais tendem a ser relativamente reduzidos, na maioria dos casos, sendo o investimento médio da ordem dos 62 000 euros e o investimento mediano de 15 000 euros (ou seja, o investimento realizado em metade das *start-ups* é, no máximo, de 15 000 euros). De qualquer modo, também há casos de investimentos avultados realizados logo no primeiro ano de actividade das *start-ups* – em 2,4% dos casos o investimento inicial ultrapassa os 500 000 euros, enquanto que em 0,6% das empresas ele supera o milhão de euros.

Os investimentos mais frequentes no primeiro ano, para além das despesas de constituição, são a aquisição de equipamento e de *software*, despesas em que incorrem mais de metade das *start-ups* (73%, no primeiro caso, e 55,2%, no segundo). A constituição de fundo de maneiço é também uma opção de um grande número de empresas (40,6%), assim como o desenvolvimento de campanhas de divulgação, o que seria de esperar, dado estarmos a falar de novos operadores no mercado (31,4%). Para além disso, são também relativamente comuns investimentos com a aquisição de instalações e de terrenos (respectivamente, 12,6% e 7,8% das *start-ups* realizam este tipo de investimento). E também com estudos e diagnósticos, levados a cabo por 8,6% das *start-ups* nesta primeira fase de vida. Investimentos em investigação, ainda que relativamente pouco comuns, são também realizados por algumas empresas logo no seu primeiro ano de actividade (2,8%).

Tipologia do investimento inicial



Em termos gerais – e, aliás, a grande distância das restantes – a aquisição de equipamento é a parcela que mais peso tem no investimento inicial das *start-ups*, com metade das empresas a dedicarem-lhe, pelo menos, 38,5% das verbas destinadas a investimento e $\frac{3}{4}$ das empresas a afectarem-lhe, no mínimo, 71,1% das mesmas. A constituição de fundo de maneiio, a aquisição de *software* e as despesas de constituição são outras importantes componentes do investimento realizado no primeiro ano de vida, representando, pelo menos, 20%, 11,8% e 8,2% do investimento em 75% das *start-ups* (sendo também certo que, para metade das empresas, o seu peso no investimento total é inferior a 1,7% e 1,4%, nos dois últimos casos, sendo que, no caso do fundo de maneiio, a mediana é zero, uma vez que a maioria das *start-ups* não realiza este tipo de investimento (é uma opção “apenas” para 40,6% das novas empresas)).

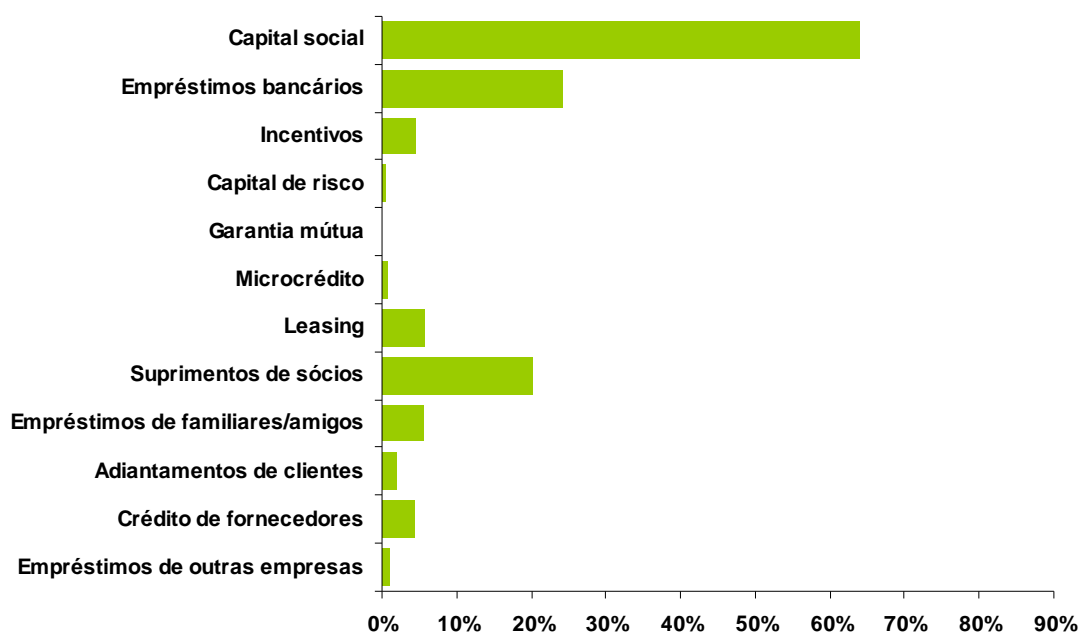
Olhando então de forma um pouco mais individualizada para esta questão pode constatar-se que a aquisição de terrenos é, de longe, o investimento mais avultado para as *start-ups* nacionais. Se considerarmos apenas as empresas que realizam este tipo de investimento, pode ver-se que a compra de terrenos vai absorver, em média, 73,9% dos montantes a investir. Um pouco menos “pesados”, mas ainda assim muito substanciais para quem os faz são também os investimentos em equipamento e em instalações, para os quais, em média, as *start-ups* que os levam a cabo têm que afectar mais de metade das verbas destinadas ao investimento inicial (56,7% e 51,4%, respectivamente). Também a constituição de fundo de maneiio tem uma expressão importante, representando, em média, $\frac{1}{3}$ das despesas das empresas que fazem esta opção de investimento. Os investimentos em investigação e em aquisição de *software*, por seu turno, representam, em média, cerca de 18% (17,6% e 17,5%, respectivamente) das despesas de investimento iniciais das empresas que os realizam, enquanto que as campanhas de divulgação e os estudos e diagnósticos absorvem, em média, 13,6% e 9,5% das verbas investidas no primeiro ano. De notar que as despesas de constituição representam, em termos médios, 14,8% do investimento realizado no primeiro ano.

Como fonte de financiamento para este investimento inicial das suas *start-ups* os empreendedores usam prioritariamente o capital social, opção que é seguida em 63,9% das empresas e que faz com que, em termos globais, esta seja a origem, em média, de 42,8% do seu financiamento. Mas, naturalmente, este valor assume uma expressão ainda maior se tivermos apenas em consideração o universo de empresas que a ela recorre – nas *start-ups* que usam o capital social como fonte de financiamento, o seu peso médio enquanto origem de verbas para investimento é de

67%. Na verdade, em 50% destas empresas o seu peso é, pelo menos, de 85% e em 31% dos casos ele constitui, inclusivamente, fonte única de financiamento. O que significa que mais de 40% das *start-ups* realizam maioritariamente o seu investimento com base no capital social.

Empréstimos bancários e suprimentos de sócios são outras fontes de financiamento muito frequentes para as *start-ups*, usadas em 24,2% e em 20,2% dos casos, e contribuindo, em média, em 14,5% e 10,6%, respectivamente, para financiar o investimento inicial das novas empresas. Contudo, a sua importância, em termos individuais, é muito superior, se tivermos em conta que, nas empresas que recorrem efectivamente a cada uma destas fontes de financiamento, elas asseguram, em média, 59,7% e 52,4% das despesas de investimento, ou seja, são fontes de financiamento principais para grande parte das empresas que a elas recorrem. De facto, para metade das *start-ups* que contraem créditos bancários ou suprimentos de sócios para financiarem o seu investimento, esses créditos/suprimentos representam, pelo menos, 50% dos valores a investir, sendo que para 1/4 das empresas eles financiam, no mínimo, 90% e 80% do investimento inicial, respectivamente.

Financiamento do investimento inicial



O *leasing* é outra opção para algumas empresas (5,8%), e se em termos gerais a sua importância enquanto fonte de financiamento não ultrapassa, em média, os 2,9%, a verdade é que, para as empresas que elegem esta modalidade financeira para realizar o seu investimento, o seu contributo para o investimento total da empresa ultrapassa

os 50%, em média (50,2%). Em metade destes casos esta fonte é usada para financiar, pelo menos, 50% do investimento inicial e em 75% dos casos ela financia até 71,5% desse investimento.

Por outro lado, é interessante verificar que os empréstimos de familiares ou amigos assumem uma grande importância para várias *start-ups*. Na verdade, 5,5% destas empresas recorrem aos círculos pessoais para financiar o seu investimento inicial, sendo que, em média, esta é a principal fonte de financiamento de muitas daquelas que a utilizam (representam, em média, 52,6% da origem das verbas destinadas ao investimento a realizar no primeiro ano). Isto, ainda que, em termos gerais, o seu peso enquanto financiadores não atinja os 3% (2,9%, em média). Mas o certo é que, para metade das empresas que contam com o apoio da família ou de amigos no financiamento da sua *start-up*, esse apoio permite-lhes assegurar, pelo menos, metade do investimento inicial, sendo que em 1/4 dos casos ele financia mais de 89% do mesmo.

Instrumentos de financiamento como os incentivos, o capital de risco ou a garantia mútua, por seu turno, se bem que sendo apenas utilizados por uma pequena parte das *start-ups*, têm para elas uma grande importância, na medida em que, em termos médios, dão um contributo bastante expressivo para o seu investimento. Senão vejamos. Estas fontes são usadas por 4,5%, 0,4% e 0,1% das *start-ups*, respectivamente, mas asseguram, em média, 49,2%, 33% e 100% dos montantes destinados ao investimento inicial, isto é, os incentivos financiam, em média, perto de metade do investimento das *start-ups* no seu primeiro ano, o capital de risco 1/3 do mesmo e a garantia mútua assegura a totalidade das verbas necessárias à realização do investimento inicial. Inclusivamente, os incentivos chegam a financiar mais de 70% do investimento em 25% das empresas que deles beneficiam, representando mesmo a única fonte de financiamento em alguns casos. O capital de risco, por seu turno, tem um peso um pouco mais moderado, mas ainda assim expressivo para muitas das *start-ups* que utilizam este tipo de instrumento financeiro – em 25% dos casos ele financia mais de metade do investimento inicial (mais de 57,8%), chegando mesmo a assegurar 2/3 do investimento.

Quanto ao microcrédito, outro instrumento que tem despertado muito interesse a vários empreendedores, ele foi usado por 0,8% das *start-ups*, tendo financiado, em média, 0,18% do investimento total que aquelas realizaram no primeiro ano. Para as empresas que optaram por esta solução de financiamento, no entanto, ele revelou-se importante – se, em média, ele contribuiu para 22,9% do investimento inicial destas

start-ups, para várias delas (1/4 dos casos) o seu contributo foi superior a 40%, tendo garantido até metade do investimento em alguns casos.

Daqui se constata, por outro lado, que a grande maioria das *start-ups* tende a recorrer a várias fontes para financiar o seu investimento inicial, sendo relativamente poucos os casos que usam uma só origem para as verbas destinadas a fazer arrancar a sua actividade. Mas eles existem. Já vimos, por exemplo, que perto de 1/3 das *start-ups* recorrem, no seu primeiro ano, unicamente ao seu capital social para financiar o seu investimento. Assim como há também empresas que preferem realizar o investimento inicial apenas através de suprimentos de sócios (3,9%). Mas há empresas que recorrem exclusivamente a fontes externas, financiando a totalidade do seu investimento inicial com crédito bancário (4,2%), com *leasing* (0,9%) ou mesmo apenas com incentivos (0,3%). Ou recorrendo unicamente a circuitos de índole pessoal – familiares ou amigos dos empreendedores financiam a totalidade do investimento inicial de 1,2% das *start-ups* nacionais.

Olhando, por sua vez, para os financiamentos mistos, pode ver-se que há algumas combinações de fontes relativamente frequentes. Ou seja, mais de 2/3 dos que recorrem a empréstimos bancários também usam o seu capital social, ao passo que, simultaneamente ao crédito bancário, cerca de 1/4 recorrem a suprimentos de sócios e mais de 9% a crédito de fornecedores, por exemplo. Uso simultâneo de *leasing* e de empréstimos bancários é outra opção frequente, se tivermos em conta que 42% dos que usam a primeira fonte de financiamento também recorrem à segunda (o contrário acontece somente em 10% dos casos). Por sua vez, em mais de 1/4 ou 1/5 das *start-ups* que foram apoiadas por familiares ou amigos no seu investimento, houve também recurso a empréstimos bancários ou suprimentos de sócios, respectivamente, para além do recurso ao capital social (47%). Já no que respeita aos beneficiários de incentivos, as verbas destinadas ao investimento inicial foram muitas vezes reforçadas, não só por capital social (87,5%), como por suprimentos de sócios (40%) ou por crédito bancário (35%). Já as *start-ups* com capital de risco complementam o financiamento obtido por esta via com capital social (na totalidade dos casos) e com empréstimos bancários (50%), mas também recorrem muito frequentemente a adiantamentos de clientes (50%) ou a crédito de fornecedores (25%). Para além disso, em 1/4 dos casos os empréstimos a familiares ou amigos são uma opção, assim como a conjugação deste financiamento com incentivos (25% das *start-ups* com capital de risco são também beneficiárias de incentivos). De notar, por outro lado, que o microcrédito é, na grande maioria das vezes, complementado com outros empréstimos bancários (71%), sendo que muitas das *start-ups* beneficiárias deste instrumento de

financiamento financiam o seu investimento inicial também, para além do uso do seu capital social (57%), por via de suprimentos de sócios, adiantamentos de clientes, crédito de fornecedores ou mesmo empréstimos de familiares ou amigos (29% dos casos, em qualquer das situações).

Que mercados elegem as start-ups nacionais?

A grande maioria das *start-ups* vê na proximidade um mercado privilegiado, como já referido. De facto, 63,1% pretendem operar a nível local, sendo que este mercado representará, expectavelmente, para 46,8% destas, 50% ou mais da facturação realizada em Portugal, sendo que para 2/3 destas este mercado deverá estar na origem de, pelo menos, 75% do volume de negócios. Inclusivamente, no curto prazo, este mercado será responsável pela totalidade das vendas de mais de 1/5 das *start-ups*, já que estas têm como objectivo para o primeiro ano operar exclusivamente a nível local (a menos de 25 km da sua sede).

Tal não significa, contudo, que a esfera de actuação das *start-ups* se limite a este mercado de proximidade.

Na verdade, mais de metade das empresas recém criadas pretende realizar negócios a nível regional e 39,2% a nível nacional. Aliás, cerca de ¼ das *start-ups* tencionam operar nos três níveis – local, regional e nacional. E, ainda que qualquer destes mercados tenha uma importância relativamente menor do que o mercado local ao nível da facturação esperada destas empresas, a verdade é que o seu contributo para os negócios está longe de ser menosprezável.

Cerca de ¼ das *start-ups* esperam gerar pelo menos metade da sua facturação no mercado regional (raio de 25 km a 50 km da sede), sendo que em perto de metade destes casos o mercado regional será mesmo responsável por 75% ou mais das vendas em território nacional. Aliás, 7,5% das *start-ups* pretendem mesmo operar unicamente a nível regional.

Por outro lado, pode observar-se que aproximadamente 1/5 das *start-ups* prevêm realizar a maioria dos seus negócios em mercados mais distantes da sua sede, operando a nível nacional, e que a grande maioria destas (2/3) espera mesmo gerar, no mínimo, ¾ da sua facturação a este nível. Aliás, 9,4% das *start-ups* têm nos seus planos operar exclusivamente a nível nacional, realizando nos mercados mais afastados da sua sede 100% do seu volume de negócios.

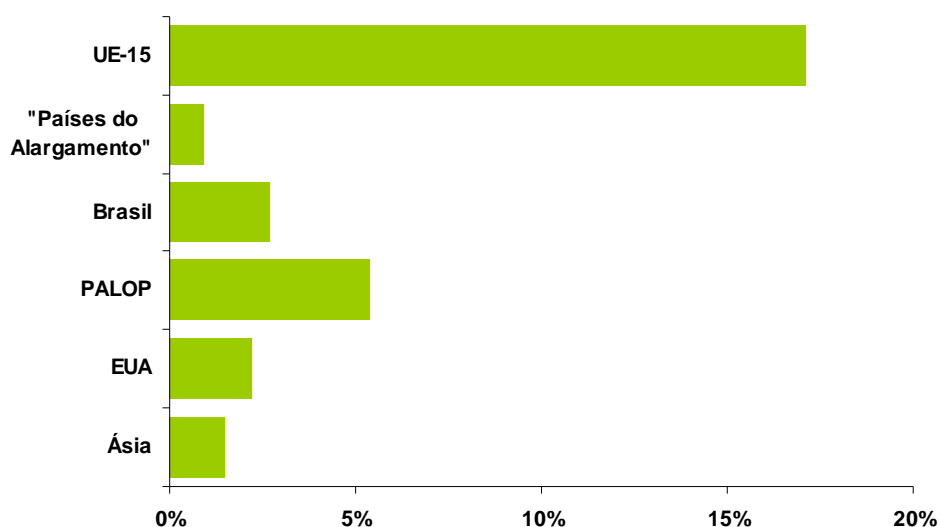
Mais longe ainda tencionam chegar cerca de 30% das *start-ups*, as quais estabeleceram desde o início como objectivo a sua internacionalização no decurso dos primeiros três anos de actividade.

A forma de internacionalização escolhida pela maioria destas empresas (mais de $\frac{3}{4}$) enquanto primeira abordagem ao mercado internacional é a das trocas comerciais, isto é, a comercialização dos seus bens ou serviços em mercados externos, mas investir directamente noutros países no prazo de três anos faz parte dos planos de aproximadamente $\frac{1}{4}$ das empresas recém criadas.

E é interessante verificar que mais de $\frac{1}{4}$ das *start-ups* com intenções de internacionalização (27,5%) tem a expectativa de realizar a maioria da sua facturação fora do país, sendo que, destas, mais de 85% planeiam fazer a totalidade dos seus negócios no estrangeiro.

A União Europeia (U.E.) é o espaço de internacionalização de eleição da maioria das *start-ups* portuguesas, com 61,8% das que pretendem alargar o seu mercado para o exterior a tencionarem realizar negócios com os nossos parceiros europeus. Mas os PALOP são também um mercado pelo qual muitas empresas optam no âmbito do seu processo de internacionalização (19,5%). A este segue-se o Brasil e também os Estados Unidos da América (E.U.A.), que recolhem a preferência, respectivamente, de 9,8% e de 8,1% das *start-ups* com projectos de internacionalização. Ásia e Europa de Leste, por seu turno, são também opções relativamente frequentes, ainda que façam parte da estratégia de um menor número de empresas (5,3% e 3,3%, respectivamente).

Mercados de internacionalização



É interessante verificar, adicionalmente, que alguns mercados são particularmente atractivos para as *start-ups* com interesse em alargar as suas operações a outros países.

E a U.E. destaca-se também neste domínio. De facto, cerca de 30% das *start-ups* que pretendem estabelecer negócios com outros Estados-membros esperam realizar no Mercado Único, pelo menos, metade das suas vendas, sendo que para 13,8% os nossos parceiros assegurarão, no mínimo, 75% da sua facturação. Aliás, em 9,2% dos casos, a U.E. será, previsivelmente, a única fonte de receitas destas empresas. Os PALOP são outros mercados relevantes também neste sentido, na medida em que em que 1/5 das *start-ups* que têm intenção de fazer negócios com estes países esperam gerar aí 50% ou mais das suas vendas. Inclusivamente, pode observar-se que 4,2% das empresas que pretendem estabelecer laços comerciais com os PALOP têm a expectativa de gerar 100% das suas receitas nestes mercados. De igual modo, E.U.A. e Ásia representam interessantes fontes de receita nas previsões das *start-ups* portuguesas. Se no primeiro caso não há registo de empresas que tencionem facturar exclusivamente naquele mercado, a verdade é que para 1/5 das que pensam estabelecer laços de negócio com os E.U.A. aquele grande mercado deverá vir a dar origem a, pelo menos, metade das receitas. Já no segundo caso pode ver-se que perto de 1/4 das *start-ups* que pretendem entrar no mercado asiático prevêem realizar aí 50% ou mais das suas vendas, sendo que para uma pequena percentagem a Ásia deverá ser mesmo a única fonte de negócios.

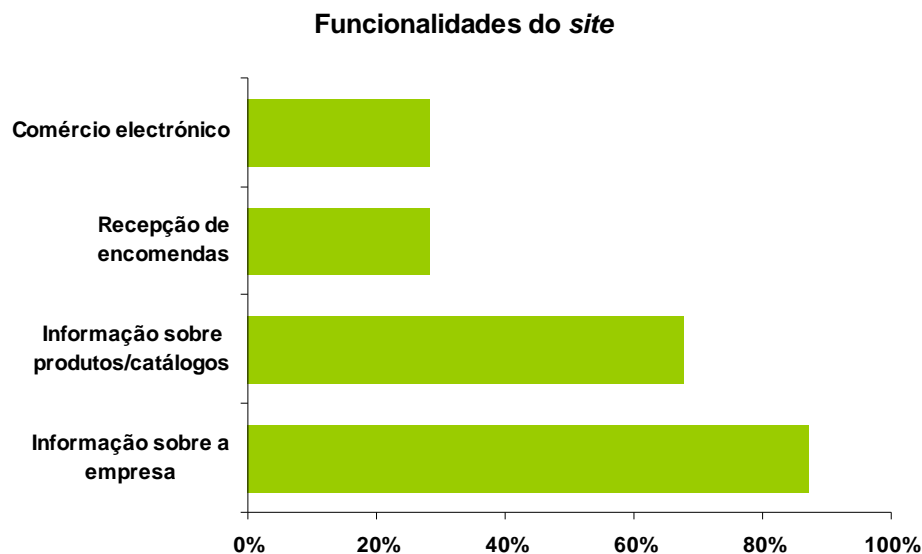
Uma outra leitura interessante que se pode fazer é que as expectativas iniciais de facturação dos empreendedores que pretendem internacionalizar a sua *start-up* tendem a ser mais elevadas do que as daqueles que tencionam operar unicamente em Portugal, possivelmente por efeito do alargamento do mercado potencial destas empresas.

Por outro lado, pode observar-se que para realizar os seus negócios, quer seja no país quer seja no estrangeiro, e por forma a facilitar a aproximação aos clientes, onde quer que os mesmos estejam geograficamente implantados, a grande maioria das *start-ups* conta com uma ferramenta que cada vez mais se revela imprescindível – a Internet. Efectivamente, a grande maioria das *start-ups* nacionais (71%) pretende ter como montra adicional da sua actividade um *website*.

Site na Internet

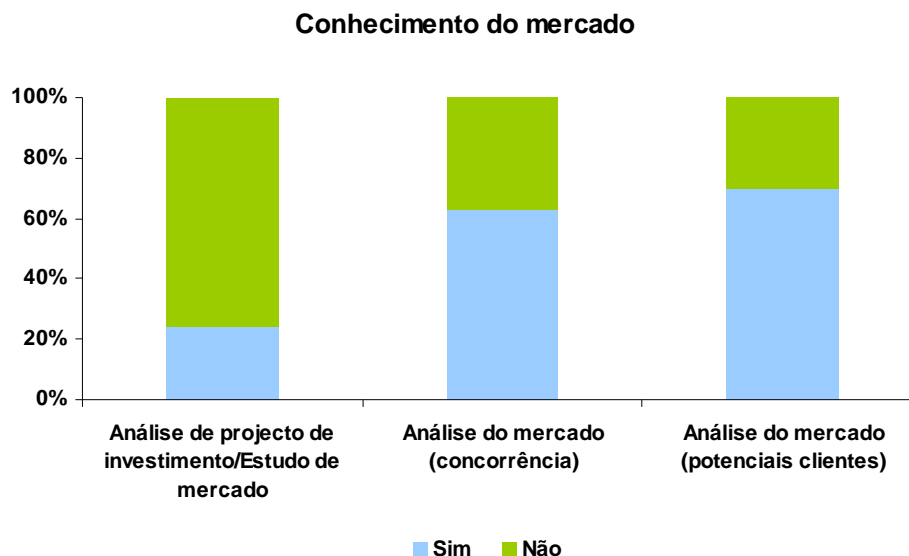


A quase totalidade destas empresas (87,4%) pretende aproveitar este canal para disponibilizar informação sobre a organização e a actividade que desenvolve, sendo que um conjunto igualmente muito significativo (mais de 2/3) não vai deixar também de divulgar a sua oferta por esta via, disponibilizando catálogos ou outros suportes de difusão do leque de produtos ou serviços que comercializa. A recepção de encomendas ou a venda electrónica em si não está ainda tão generalizada, pelo menos numa fase inicial da vida das empresas, mas ainda assim são muitas as empresas que tencionam disponibilizar estas facilidades aos seus clientes – 28,2% vão usar, desde o início de actividade, a Internet como canal de distribuição, possibilitando trocas electrónicas através do seu *website*.



Ainda que a criação do *site* da empresa seja uma opção largamente maioritária para a generalidade das empresas, como vimos, pode constatar-se que ela tende a ser uma opção ainda mais frequente entre as empresas com intenções de internacionalização (86,5% destas *start-ups* criam o seu *website*, face aos 71%), o que seria expectável, já que se trata de um instrumento que simplifica e agiliza fortemente a comunicação entre as empresas e os seus clientes, qualquer que seja a distância física que separa uns dos outros.

Para além de fazerem um bom aproveitamento do instrumento potenciador de mercado e, conseqüentemente, de negócios que é o comércio electrónico, as *start-ups* nacionais revelam ainda uma outra preocupação, prévia à escolha dos seus canais de distribuição e ferramentas de *marketing* – o conhecimento do mercado onde vão actuar.

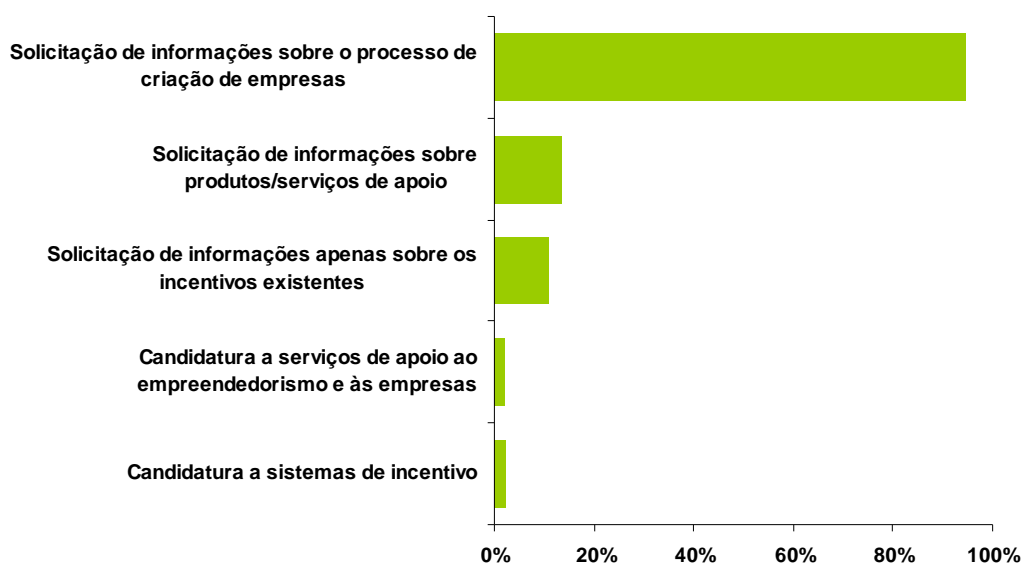


Neste sentido, cerca de $\frac{1}{4}$ elaboram análises de projecto ou realizam estudos de mercado formais antes de lançar o seu projecto, sendo que a grande maioria procede a análises da concorrência ou dos seus potenciais clientes antes do arranque do negócio (62,7% e 69,8%, respectivamente).

A que serviços de apoio recorrem?

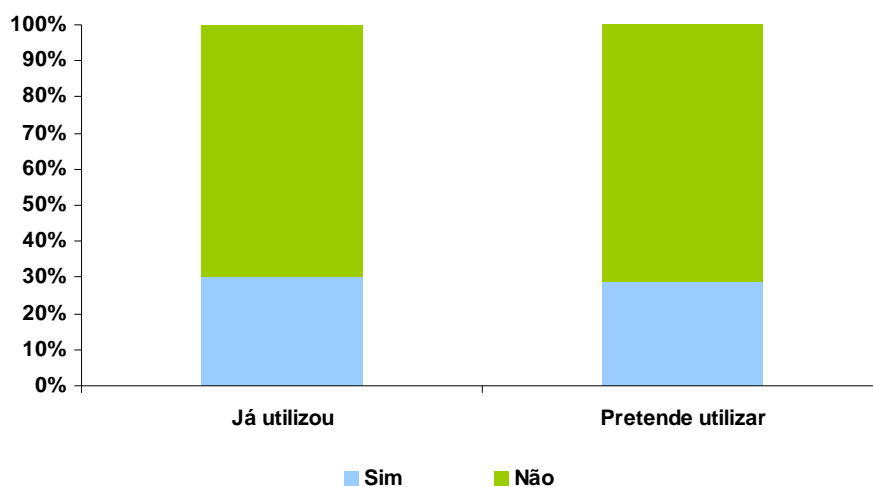
Muitos empreendedores (30%) recorrem aos serviços do IAPMEI logo no âmbito do processo de criação da sua empresa. A procura de informações é o principal objectivo destas consultas – em primeiro lugar, informações sobre o processo de constituição em si (94,5% dos casos), mas os empreendedores procuram também muitas vezes obter informações sobre os vários produtos e serviços de apoio disponibilizados pelo Instituto (13,5%), em alguns casos preocupando-se unicamente em conhecer especificamente os incentivos disponíveis no momento (11%). Processos de candidatura são relativamente menos frequentes nesta fase, mas algumas empresas fazem-no logo na fase inicial – 2,5% apresentaram candidaturas a sistemas de incentivo e 2,1% a serviços de apoio ao empreendedorismo ou a outros serviços de apoio a empresas existentes.

Motivo da utilização dos serviços do IAPMEI



E é interessante verificar que cerca de metade destas empresas que já utilizou os serviços do IAPMEI tenciona voltar a fazê-lo no futuro. Ao todo, entre as empresas que já são “clientes” do IAPMEI e aquelas que ainda não recorreram aos seus serviços, pode constatar-se que 28,7% das *start-ups* pretendem vir a utilizar os serviços do Instituto numa fase posterior do seu ciclo de vida.

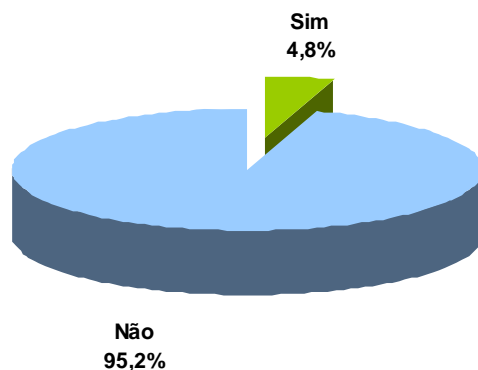
Utilização dos serviços do IAPMEI



Já a procura de serviços como infra-estruturas de acolhimento empresarial ou apoios especializados no domínio da incubação ou da intermediação tecnológica por parte das *start-ups* nacionais é bastante menos frequente. De facto, somente cerca de 5%

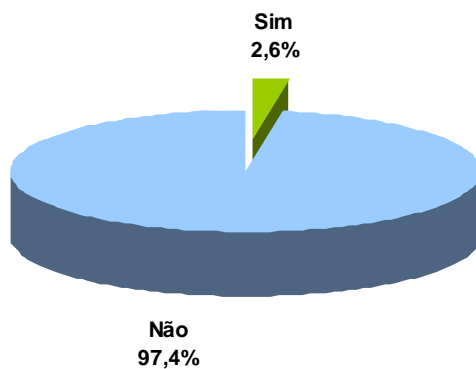
vão instalar-se em infra-estruturas de acolhimento empresarial, enquanto que de apoios especializados apenas beneficiarão cerca de 3%.

Inserção em infra-estrutura de acolhimento empresarial



De notar que, no caso das infra-estruturas, as preferências das *start-ups* vão claramente para os parques empresariais (58,3% optam por este tipo de instalação), se bem que a procura por centros de incubação seja também frequente (27,8% escolhem centros de apoio à criação de empresas (CACEs), 8,3% centros de incubação e 2,8% centros de empresas e inovação (BICs)). Ainda que menos comum, a integração de *start-ups* em parques tecnológicos é também uma realidade (2,8%).

Utilização de serviços especializados nas áreas da incubação e intermediação tecnológica



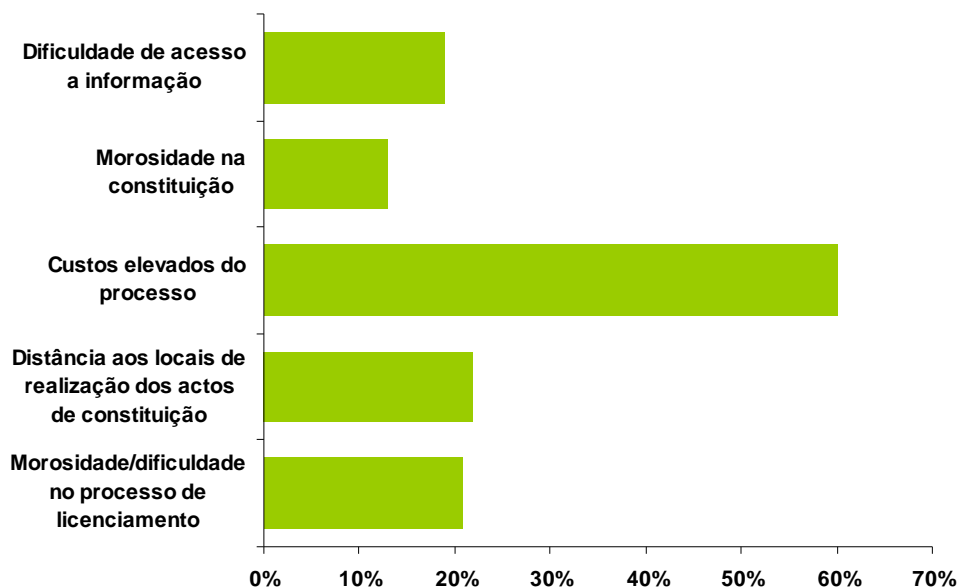
Por seu turno, em matéria de apoios especializados, a intermediação tecnológica é o serviço mais procurado – 44,4% das *start-ups* que usam estes serviços elegem os centros tecnológicos como prestadores deste serviço, ao passo que 38,9% optam por centros de inovação. Os apoios especializados ao nível da incubação são, por sua vez, procurados por 22,2% das *start-ups* que são utilizadoras destas tipologias de apoios.

De salientar que mais de $\frac{1}{4}$ das *start-ups* que se alojam em infra-estruturas de acolhimento empresarial procuram também beneficiar de serviços de apoio especializado. No caso, por exemplo, das que recorrem a centros de incubação, elas beneficiam também, naturalmente, dos seus serviços especializados de apoio à incubação, mas entre as que optam pelos parques empresariais, há paralelamente, em alguns casos (cerca de 14%), uma procura por serviços de intermediação tecnológica.

Com que dificuldades se deparam?

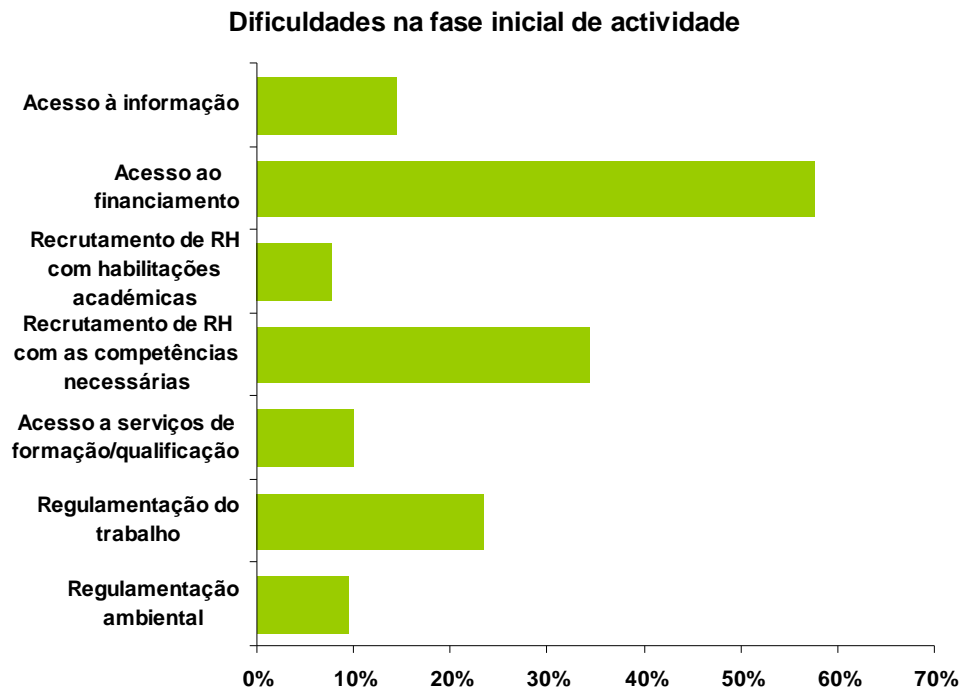
O processo de constituição de empresas em Portugal tem sofrido uma evolução muito positiva nos últimos anos, no sentido da sua facilitação e simplificação. E as *start-ups* têm essa percepção, já que a grande maioria (2/3) afirma não ter sentido quaisquer dificuldades na fase de constituição. Em particular são visíveis os progressos ao nível do acesso (distância aos locais de formalização da constituição) e do tempo de duração dos processos (morosidade dos processos de constituição), uma vez que os aspectos maioritariamente apontados pelas empresas que dizem continuar a sentir algumas dificuldades têm especialmente a ver com os custos do processo (60% dos casos que revelam ter sentido alguma dificuldade na fase de constituição queixam-se especificamente daquilo que entendem ser os elevados custos do processo de constituição).

Dificuldades no processo de constituição



O licenciamento gera também ainda alguma insatisfação entre os empresários, sendo que em 21% dos casos a morosidade ou a dificuldade em geral do processo de licenciamento da actividade é apontada como um constrangimento no âmbito do processo de constituição. Por outro lado, e apesar dos progressos alcançados, há ainda alguns casos de empresas que continuam a ver a distância aos locais de constituição como uma dificuldade, da mesma forma que outras dizem ter sentido algumas dificuldades em aceder a toda a informação necessária ao processo de constituição (22% e 19% dos casos, respectivamente). A questão da escolha do nome da empresa parece também estar a gerar problemas a alguns empreendedores, sendo que vários, se bem que em número muito reduzido, fazem questão de salientar esse procedimento específico enquanto constrangimento no âmbito do processo de constituição. Da morosidade do processo em si, por sua vez, apenas dão nota 13% dos que afirmam ter sentido algumas dificuldades.

Já para o início de actividade das suas *start-ups* um pouco mais de metade dos empreendedores (56,7%) antecipa algumas dificuldades, na sua maioria (57,7% dos casos) relacionadas com o acesso ao financiamento ou com o factor trabalho – em mais de 1/3 dos casos os constrangimentos apontados têm a ver com o recrutamento de recursos humanos com as competências necessárias e em perto de ¼ com as limitações impostas pela regulamentação do trabalho.



O acesso à informação é outro dos problemas referidos com alguma frequência (14,4%), sendo também indicadas por algumas empresas, ainda que numa base mais pontual, potenciais dificuldades ligadas ao acesso a serviços de formação e regulamentação ambiental, ou à contratação de recursos humanos com elevados níveis de habilitações literárias.