



UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

Cómo citar este trabajo: Nevado Gil, M., Gallardo Vázquez, D., Cagica Carvalho, L. (2016). La divulgación de información sobre emprendimiento en administraciones públicas: un estudio empírico en la administración local portuguesa. En: *XXX AEDEM Annual Meeting, El reto de emprender co-creando*, 8 a 10 de junio, Las Palmas de Gran Canaria: ESIC Editorial, pp. 238-258. ISBN: 978-84-16701-09-4.

ANÁLISE DA INFORMAÇÃO PARA OS EMPREENDEDORES.

Um Estudo aplicado às páginas web dos municípios do Alentejo-Portugal.

M^a Teresa Nevado Gil
Universidad de Extremadura, Cáceres (España)

INTRODUÇÃO

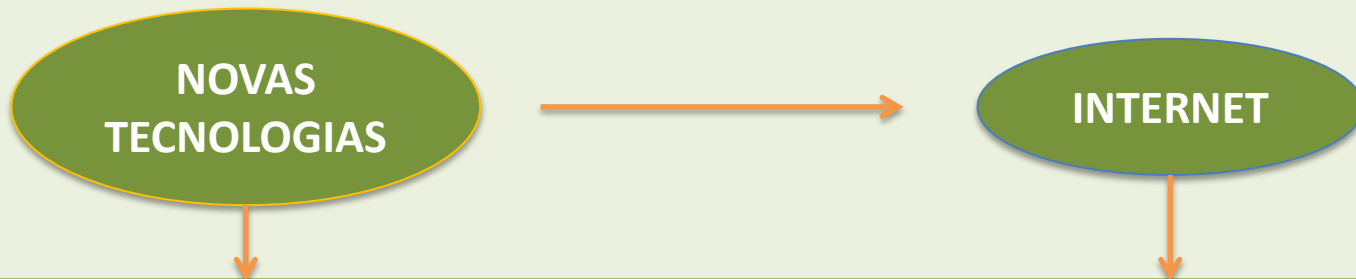
- Crescimento significativo em relação às questões relacionadas com o empreendedorismo.
- **EMPREENDEDORISMO:** motores principais:

INOVAÇÃO

COMPETITIVIDADE

CRESCIMENTO
ECONÓMICO

INTRODUÇÃO



- Permitir a transmissão de informações (aliado para incentivar o empreendedorismo. Aproximação)
- Eles proporcionam uma nova forma de se relacionar com as partes interessadas
- Oferecem às entidades novos meios de divulgação de todo o tipo de informações

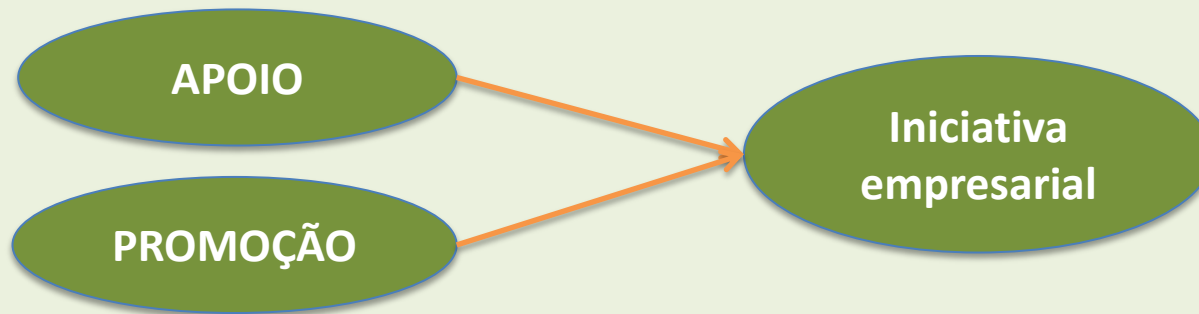
INTRODUÇÃO

Divulgação de Informação (WEB)

- É uma prática cada vez mais comum nas organizações (proximidade)
- SETOR PRIVADO
- Nos últimos anos => o crescimento desta pesquisa dirigida para o SETOR PÚBLICO:
 - divulgação de informação financeira e não financeira
 - divulgação de informação voluntária
 - divulgação de informação sobre Responsabilidade Social
- Não há publicações sobre divulgação de informação sobre o empreendedorismo por instituições públicas

INTRODUÇÃO

- Os começos não são fáceis, nem permanecer no mercado, por isso, o apoio é necessário para facilitar e incentivar a maneira fazer os esforços **QUE GARANTAM A SUSTENTABILIDADE NO LONGO PRAZO**
- **O empregador enfrenta barreiras (financiamento, burocráticas, fracaso)**
- Neste sentido a **ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA** desempenha um papel importante



PRINCIPAIS MEDIDAS POLÍTICAS DE PROMOÇÃO EMPRESARIAL

A promoção de atividades empresariais é uma questão central nas estratégias económicas dos **governos de todo o mundo**:

AGÊNCIA	ÁREAS CUJO FOCO É APOIO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS AO EMPREENDEDORISMO
A Comissão Europeia (1998) y a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE, 1998)	<ul style="list-style-type: none">- Simplificação administrativa- Melhora do enquadramento:<ul style="list-style-type: none">jurídicofinanceirofiscalsocial
A UE, na estratégia da Europa 2020, iniciada em 2010	<ul style="list-style-type: none">- Melhora na qualidade do ensino- Promoção da inovação e transferência de conhecimento em toda a EU- Máximo aproveitamento das TIC- Transformar ideias inovadoras em novos produtos e serviços que gerem crescimento e emprego de qualidade- Apoio económico

PRINCIPAIS MEDIDAS POLÍTICAS DE PROMOÇÃO EMPRESARIAL

AGÊNCIA	ÁREAS CUJO FOCO É APOIO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS AO EMPREENDEDORISMO
<p>O Órgão das Nações Unidas que trata questões relacionadas ao desenvolvimento (UNCTAD), através de:</p> <p>A Implementação da Política do Empreendedorismo e Guia de Implementação da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (EPF del inglés “Entrepreneurship Policy Framework”)</p>	<ul style="list-style-type: none">- Formulação de uma estratégia nacional para promover o empreendedorismo- Otimização do marco regulatório- Promoção das competências de educação e de negócios- Facilitar o intercâmbio de tecnologia e inovação- A melhoria do acesso ao financiamento- Sensibilização com as redes

OBJETIVO

- Centra-se na administração local (proximidade)
- Avaliar o grau de divulgação de informação sobre empreendedorismo que os municípios mostram em seus sites
- 58 municípios do Alentejo
- Se proporciona uma proposta para medir a informação divulgada sobre empreendedorismo através dos sites que, por sua vez, contribui para a melhoria futura deste tipo de divulgação fornecida aos empresários

METODOLOGIA

EM PRIMEIRO LUGAR

- **Criação de INDICADORES:**
 - Recomendações da UNCTAD
 - Trabalhos de pesquisa sobre a divulgação de informações

EM SEGUNDO LUGAR

- **A análise descritiva** das informações sobre empreendedorismo divulgado através de sites
- Técnica: **Análise de Conteúdo**
- Os critérios utilizados para avaliar o nível de divulgação foi:
 - “1”, se a entidade tiver divulgado informação
 - “0”, No caso em que não existe informação para este item

METODOLOGIA

Indicadores

DIMENSÕES	DEFINIÇÃO	Nº INDICADORES
DIM. 1	Informação geral	10
DIM. 2	Informação sobre os recursos de apoio aos empresários	12
DIM. 3	Informação sobre empreendedorismo ativo	10
DIM. 4	Informação sobre empreendedorismo digital	6
DIM. 5	Informação sobre comunicação com o empreendedor	11
	TOTAL INDICADORES	49

METODOLOGIA

EM TERCEIRO LUGAR

ÍNDICES	CONCEITO	EXPRESSÃO	CÁLCULO
<p>Índice de divulgação por município e dimensão (IDAD)</p> <p>e</p> <p>divulgação por município (IDA)</p>	<p>Mede a porcentagem de revelação total de cada município em cada uma das dimensões</p> <p>Mede a divulgação total de cada município</p>	$IDAD_j = \left(\frac{\sum_{i=1}^M (A_{ij})}{M} * ponderación \right)$ $IDA_j = \sum_{i=1}^D (IDAD_j)$	<p>Se calcula a través de la división entre el sumatorio de la puntuación obtenida por cada entidad en cada bloque y el número de ítems que lo forman</p> <p>Se calcula como la suma de los anteriores</p>
<p>Índice de divulgação por ítem (IDI)</p> <p>e</p> <p>Índice de divulgação por dimensão (IDD)</p>	<p>Mede o percentual de municípios que informaram cada item</p> <p>Mede la divulgação total de cada dimensão</p>	$IDI_i = \frac{\sum_{j=1}^N (A_{ij})}{N}$ $IDD_i = \left(\frac{\sum_{j=1}^d (IDI_i)}{d} * ponderación \right)$	<p>Se calcula a través de la división entre el sumatorio de la puntuación obtenida de cada indicador y el número de municipios del Alentejo.</p> <p>Se calcula como la media de los anteriores</p>
<p>Índice de divulgação total (IDT)</p>	<p>Mede a divulgação total dos municipios do Alentejo</p>	$IDT = \sum_{i=1}^D (IDD_i)$	<p>Se calcula como el sumatorio de los índices de divulgación por dimensión</p>

METODOLOGIA

EM QUARTO LUGAR

- Análise de *Cluster*, a fim de identificar possíveis semelhanças ou diferenças entre os governos locais da amostra quanto ao nível e natureza das informações divulgadas sobre empreendedorismo
- O método utilizado foi o de agrupamento hierárquico
- A estimativa é realizada usando SPSS v.20

POR ÚLTIMO

- Análise de algumas características qualitativas nos diferentes *clusters* para verificar se podem favorecer ou não a divulgação sobre o tema (localização geográfica, ideologia política e a estabilidade política)

RESULTADOS

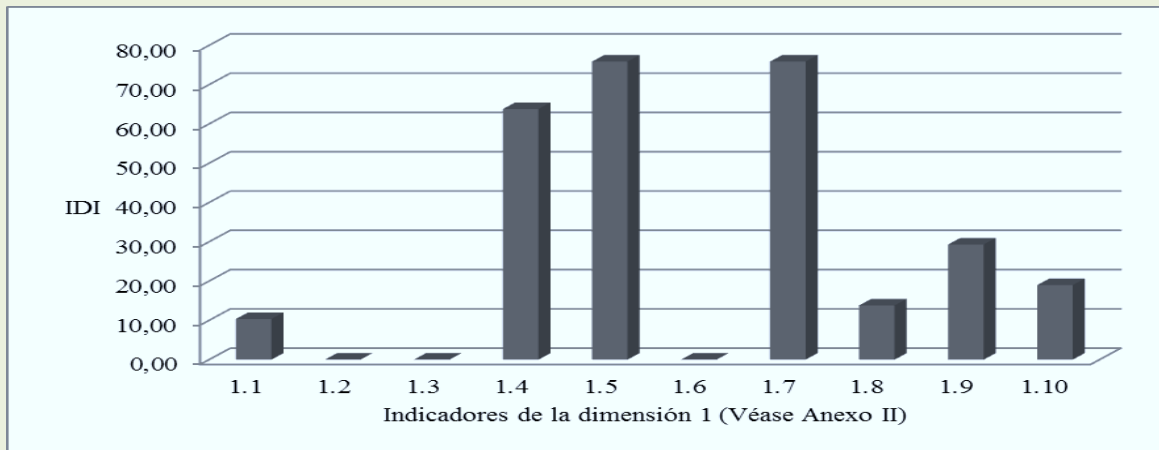
- O índice de divulgação total calculada (**IDT**) indica que o conjunto de municípios analisados divulga, em média, **22,25%** do total das informações sobre empreendedorismo (nível baixo)

Índice de divulgação por dimensão (IDD)

DIMENSÕES	ÍNDICES DE DIVULGAÇÃO POR DIMENSÕES (IDD)
Informação geral	5,76%
Informação sobre os recursos de apoio aos empresários	4,68%
Informação sobre empreendedorismo ativo	3,38%
Informação sobre empreendedorismo digital	3,85%
Informação sobre comunicação com o empreendedor	4,58%
TOTALES (IDT)	22,25%

RESULTADOS

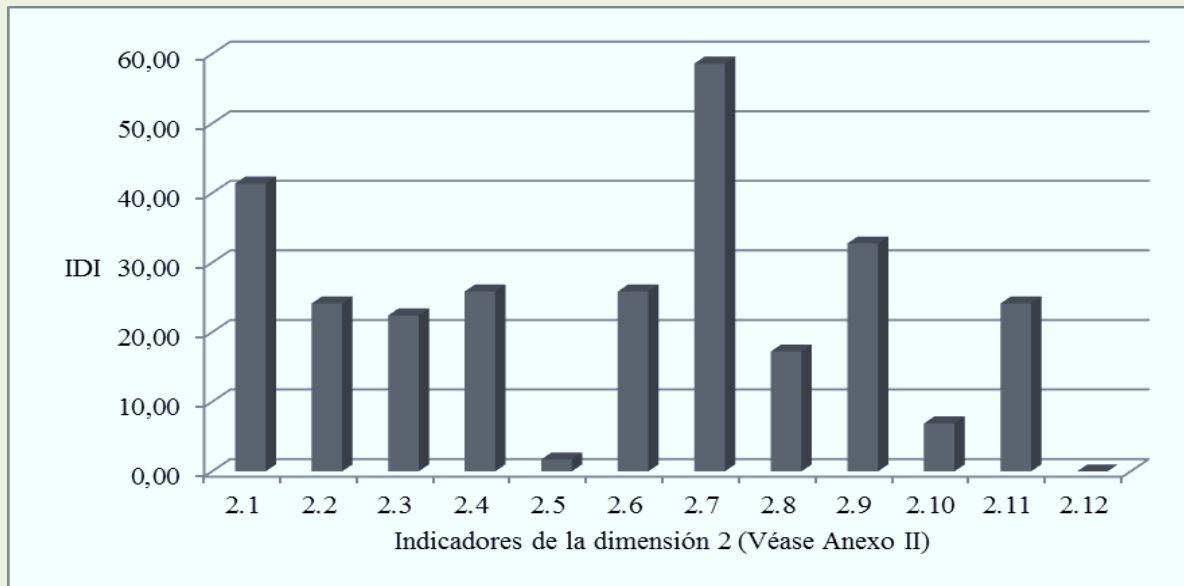
Os resultados obtidos nos índices de divulgação de cada item em cada dimensão (IDI):



**DIMENSÃO 1:
Informação geral**

- 1.1. Há uma declaração do máximo responsável da importância do empreendedorismo e do desenvolvimento econômico
- 1.2. Prioridades e estratégias estão a alcançar estão incluídas nesta declaração
- 1.3. Estão incluídas também eventos, conquistas e fracassos pela entidade
- 1.4. Há um mapa da própria web**
- 1.5. Há um motor de busca interno para facilitar a navegação**
- 1.6. Existe a possibilidade de ouvir a página
- 1.7. Há links para redes sociais**
- 1.8. Há uma lista de empresas no território
- 1.9. Os dados econômicos chave é publicado, como o PIB ou a taxa de desemprego
- 1.10. Relata-se sobre questões estratégicas ou razões para investir naquele município

RESULTADOS



DIMENSÃO 2:
Informação sobre os recursos de apoio aos empresários

2.1. Existe algum gabinete de apoio ao empreendedor

2.2. Está disponível a normativa para a criação de uma empresa

2.3. Se faz referência a uma disponibilização de algum espaço físico para o começo da atividade

2.4. Se publica informações sobre os procedimentos a seguir para a criação de um negócio

2.5. Há objectivos específicos e metas mensuráveis para o aumento da actividade comercial

2.6. Se publica informação sobre o espírito empresarial, incluindo o empreendedorismo social eo seu impacto na economia

2.7. Relata-se sobre os contactos de interesse

2.8. Reconhecem-se necessidades específicas dos jovens, mulheres e outros grupos de interesse

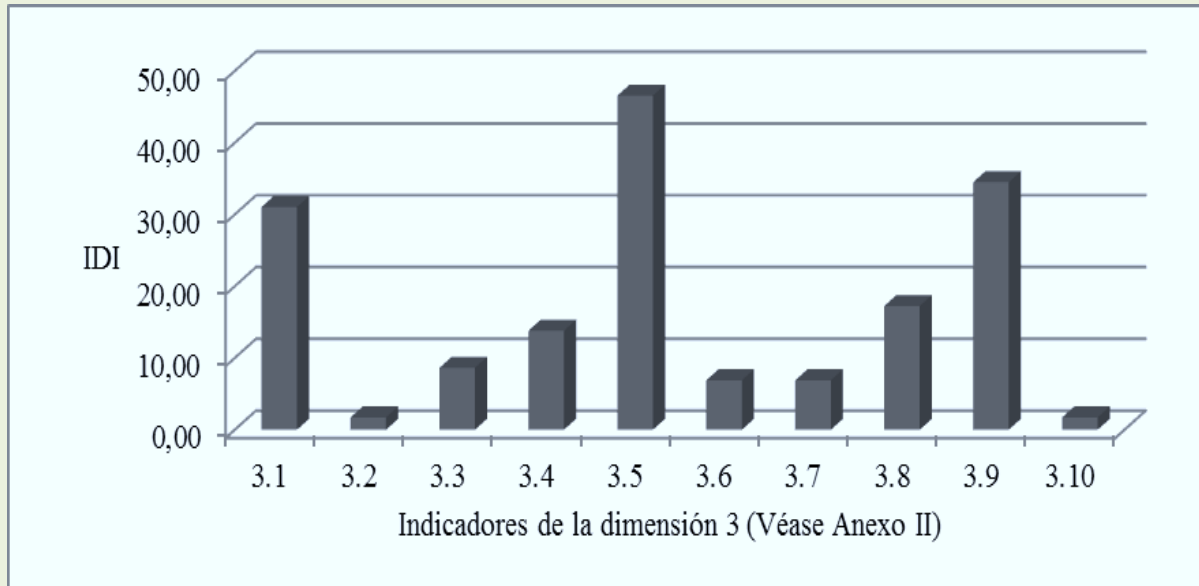
2.9. Há informação sobre incentivos fiscais ao investimento (soluções de financiamento de capital de risco)

2.10. Há informações da proteção do conhecimento, marca, etc

2.11. Relatan-se as formalidades para a criação de empresas

2.12. Se faz referência ao tempo e custo de começar um negócio

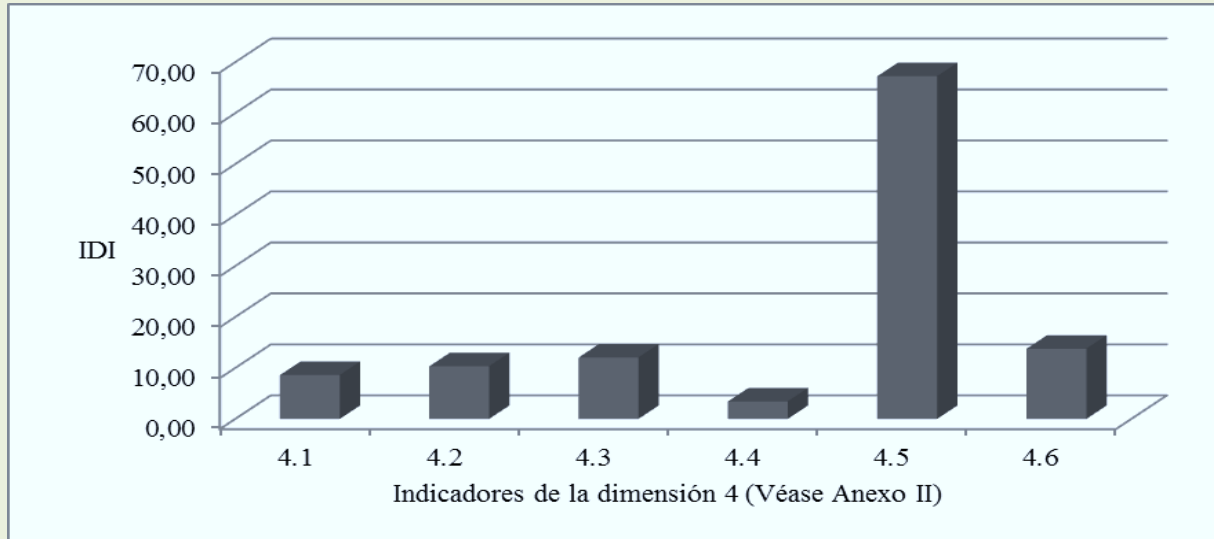
RESULTADOS



DIMENSÃO 3:
Informação sobre
empreendedorismo
ativo

- 3.1. Há mecanismos como foros partes interessadas para promover o diálogo do espírito empresarial**
- 3.2. Há tutoriais de ajuda disponível para a criação de uma empresa
- 3.3. Há cursos disponíveis para desenvolver as habilidades de empreendedores
- 3.4. Há concursos, prêmios ou eventos semelhantes para reconhecer publicamente os empresários
- 3.5. Oferece-se serviços para ajudar a criação de empresas em conformidade com os requisitos regulamentares**
- 3.6. Informa-se sobre as prioridades e o tipo de projeto que o município quer encorajar
- 3.7. Celebran-se jornadas de intercâmbio de experiências e boas práticas
- 3.8. Existem programas de educação para o empreendedorismo nas escolas mais jovens
- 3.9. Existe um incubadora de empresas, ninho ou parque tecnológico municipal**
- 3.10. Existem iniciativas para incentivar a RS das empresas

RESULTADOS



DIMENSÃO 4:
Informação sobre
empreendedorismo
digital

4.1. Existem campanhas de sensibilização e capacitação no uso das TIC e economia digital

4.2. Facilita-se apoio para a melhoria da tecnologia em pequenas empresas

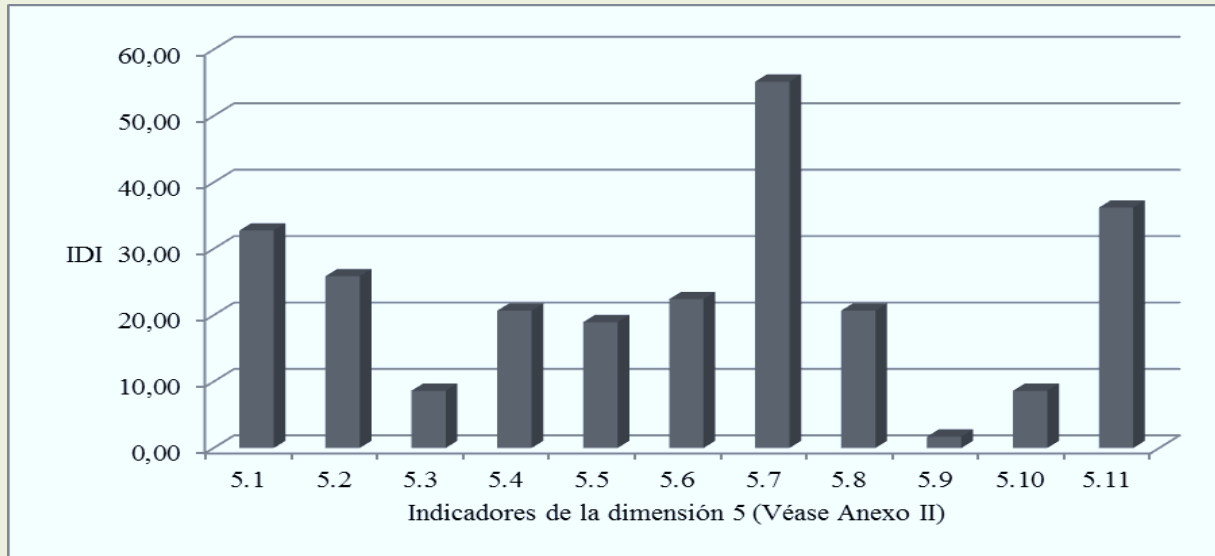
4.3. Posibilita-se realizar procedimentos administrativos, autorizações, licenças on-line

4.4. Monitoração online do estado de processamento dos procedimentos realizados

4.5. Há uma caixa de correio cidadão ou uma seção para reclamações, sugestões

4.6. Há uma plataforma para o intercâmbio empresarial, portais corporativos, feiras, associações empresariais e clubes

RESULTADOS



DIMENSÃO 5:
Informação sobre
comunicação com o
empreendedor

5.1. Há uma área específica para os empresários

5.2. É acessível na web e fácil de identificar

5.3. Relatan-se as oportunidades de investimento

5.4. Informa-se sobre a evolução como novos projetos aprovados, notícias importantes...

5.5. Há um espaço para a satisfação do usuário para melhorar gabinetes de apoio

5.6. Há um espaço para expressar comentários dos usuários

5.7. Publica-se um Boletim Municipal relacionado com notícias de negócios

5.8. Informa-se sobre o que é preciso para começar um negócio

5.9. É dada publicidade ao novas empresas criadas recentemente

5.10. Há ligação a universidade ou faculdade de comunidade o ao instituto de ensino superior

5.11. Realizam-se campanhas para promover o empreendedorismo

RESULTADOS

Com base nos índices individuais de cada entidade (**IDA**) e as informações divulgadas por dimensão (**IDAD**) (%):

	IDA	IDAD 1	IDAD 2	IDAD 3	IDAD 4	IDAD 5
Santarém	57,39	12,00	13,33	6,00	13,33	12,73
Ourique	55,91	10,00	15,00	10,00	10,00	10,91
Odemira	55,39	8,00	13,33	8,00	13,33	12,73
Aljustrel	55,06	12,00	8,33	12,00	10,00	12,73
Salvaterra de Magos	54,39	10,00	15,00	10,00	6,67	12,73
Rio Maior	52,39	6,00	15,00	12,00	6,67	12,73
Beja	48,91	8,00	6,67	10,00	13,33	10,91
Marvão	45,58	8,00	10,00	10,00	6,67	10,91

Alvito	7,82	4,00	0,00	2,00	0,00	1,82
Ponte de Sor	7,82	6,00	0,00	0,00	0,00	1,82
Alpiarça	7,33	4,00	0,00	0,00	3,33	0,00
Viana do Alentejo	6,82	0,00	1,67	0,00	3,33	1,82
Estremoz	5,82	4,00	0,00	0,00	0,00	1,82
Mourão	5,33	2,00	0,00	0,00	3,33	0,00
Reguengos de Monsaraz	5,15	0,00	0,00	0,00	3,33	1,82
Portel	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vila Viçosa	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00

RESULTADOS

- Quanto à análise de cluster, três grupos foram identificados
- Para identificar grupos foram tomadas como variáveis para segmentar os 5 índices de divulgação por dimensões (IDD)

Comportamento de clusters em relação à média dos índices das cinco dimensões:

	Dimensão 1	Dimensão 2	Dimensão 3	Dimensão 4	Dimensão 5
Divulgação alta	9,25	12,08	9,75	10,00	12,03
Divulgação baixa	4,82	1,76	2,00	2,55	1,90
Divulgação media	6,55	9,70	3,64	3,93	8,61

Isto mostra, portanto, que o compromisso com a divulgação dos municípios que compõem cada grupo é o mesmo para todos os assuntos relacionados com empreendedorismo

RESULTADOS

Municípios agrupados em cada cluster:

CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Aljustrel Beja Ourique Odemira Marvão Rio Maior Salvaterra de Magos Santarém	Almodôvar Alvito Barrancos Castro Verde Cuba Ferreira do Alentejo Mértola Serpa Vidigueira Alcácer do Sal Santiago do Cacém Alandroal Arraiolos Borba Estremoz Évora Montemor-o-Novo Mora Mourão Portel	Redondo Reguengos de Monsaraz Vendas Novas Viana do Alentejo Vila Viçosa Alter do Chão Arronches Avis Campo Maior Castelo de Vide Crato Elvas Monforte Nisa Ponte de Sor Sousel Alpiarça Cartaxo Chamusca Moura Grândola Sines Fronteira Gavião Portalegre Almeirim Benavente Coruche Golegã Azambuja

Os municípios incluídos no cluster 1 (maior divulgação), estão a ocupar as primeiras posições no ranking dos municípios sobre a divulgação total de cada entidade. E vice-versa

RESULTADOS

Uma vez formados os clusters, é apresentada a distribuição de municípios do Alentejo de acordo com as seguintes características qualitativas:

Localização geográfica

	CLUSTER 1		CLUSTER 2		CLUSTER 3		
REGIÃO	F	f	F	f	F	f	TOTAL
Baixo Alentejo	3	23,1%	9	69,2%	1	7,7%	13
Alentejo Litoral	1	20%	2	40%	2	40%	5
Alentejo Central	0	0%	14	100%	0	0%	14
Alto Alentejo	1	6,7%	11	73,33%	3	20%	15
Lezíria do Tejo	3	27,3%	3	27,3%	5	45,5%	11
TOTAL	8		39		11		58

A formação de clusters revela uma maior concentração dos municípios nas regiões do Alentejo, Alentejo central y alto Alentejo, no cluster 2, enquanto a maioria dos municípios da região da Lezíria do Tejo está localizado em Cluster 3. Por outro lado, as entidades pertencentes ao Alentejo Litoral apresentam uma divisão mais equilibrada entre os 3 clusters, embora mais concentrada nos clusters 2 e 3

RESULTADOS

Ideologia política

	CLUSTER 1		CLUSTER 2		CLUSTER 3		
REGIÃO	F	f	F	f	F	f	TOTAL
Progressistas	5	11,1%	31	68,9%	9	20%	45
Conservadores	3	33,3%	5	55,6%	1	11,1%	9
Outro	0	0%	3	75%	1	25%	4
TOTAL	8		39		11		58

A formação de clusters revela que a maioria dos municípios estão concentrados no cluster 2

RESULTADOS

Estabilidade política

	CLUSTER 1		CLUSTER 2		CLUSTER 3		
REGIÃO	F	f	F	f	F	f	TOTAL
Coligação	2	14,3%	9	64,3%	3	21,4%	14
Majoria absoluta	6	13,6%	30	68,2%	8	18,2%	44
TOTAL	8		39		11		58

Finalmente, no que diz respeito à estabilidade política, a maioria dos municípios que governam em coligação tanto como maioria absoluta estão localizados no cluster 2.

Como se pode ver, não se encontram evidências que indiquem que o nível de divulgação de informações sobre empreendedorismo está relacionado com a localização geográfica, ideologia política ou a estabilidade política do município

CONCLUSÕES

Baixa divulgação (22,25%)

Menos divulgada:
empreendedorismo ativo e
empreendedorismo digital

Mais divulgada: de caráter geral, sobre
recursos e apoio aos empresários e
comunicação com o empresário

CONCLUSÕES

Menos divulgan: Estremoz, Mourao,
Reguengos de Monsaraz, Portel y
Vila Viçosa

Mais divulgan: Santarém, Ourique,
Odemira, Aljustrel, Salvaterra de
Magos y Rio Maior (> 50%)

Análise de cluster: três grupos

Quanto à análise das características qualitativas em diferentes clusters, não encontramos nenhuma evidência para apoiar que o nível de divulgação de informações sobre empreendedorismo possa ser favorecido por a localização geográfica, a ideologia política ou a estabilidade política do município

LIMITAÇÕES E PESQUISAS FUTURAS

- Estas conclusões são restritas à amostra e ao período analisado
- Necessidade de estender a análise a outras regiões
- Observar a evolução ao longo do tempo em relação à divulgação de informações sobre o empreendedorismo através de meios electrónicos
- Por outro lado, seria interessante também analisar os fatores que podem explicar o desenvolvimento destas práticas de divulgação em diferentes entidades
- Fazer o análise do ponto de vista do cidadão empreendedor

ANÁLISE DA INFORMAÇÃO PARA AOS EMPREENDEDORES.

**Um Estudo aplicado às páginas web dos municípios do Alentejo-
Portugal.**

OBRIGADA PELA ATENÇÃO