



Innovar

ISSN: 0121-5051

Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia.

Natário, Maria Manuela; Braga, Ascensão Martins; Fernandes, Gonçalo Poeta
Determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões transfronteiriças*

Innovar, vol. 28, núm. 70, 2018, Outubro-Dezembro, pp. 39-54
Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia.

DOI: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n70.74445>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81857786004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UDEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO EMPREENDEDOR E INNOVADOR EN LAS REGIONES TRANSFRONTERIZAS

RESUMEN: el artículo incide sobre nuevos enfoques y conocimientos relativos a los procesos emprendedores e innovadores que pueden ocurrir en regiones de frontera. Los principales resultados provienen de un estudio exploratorio con las empresas de las regiones de frontera de Beira Interior Norte y Provincia de Salamanca, ubicadas respectivamente en la frontera de Portugal y España. A pesar de las condiciones desfavorables de esta región, ante su evolución demográfica y desarticulación económica verificada en las últimas tres décadas, se detectan factores que influyen el desempeño emprendedor de las empresas de la región. Así, esta investigación muestra cómo el escenario empresarial se puede incentivar y renovar en las regiones de frontera periféricas, como la del estudio, por medio del desarrollo de redes locales, la intensificación de la internacionalización y el refuerzo de las infraestructuras locales relacionadas con las industrias regionales y locales. En consecuencia, el trabajo presenta un caso pionero basado en un tipo de emprendimiento que, en esencia, es distinto del verificado en regiones centrales, es decir, de dinámicas positivas de desarrollo y fuerte urbanidad. Los resultados sugieren que los factores considerados importantes para influir el desempeño innovador y emprendedor de las regiones fronterizas están asociados con la tipología de la empresa en sectores mayoritariamente arraigados en la región, con los recursos y el proceso de creación facilitados por menor burocracia, con el perfil del empresario, con la internacionalización del mercado objetivo y con los canales de divulgación y comercialización adoptados.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento, innovación, renovación, regiones de frontera.

DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL AND INNOVATION PERFORMANCE IN CROSS-BORDER REGIONS

ABSTRACT: This paper addresses new approaches and knowledge about entrepreneurial and innovation processes in cross-border regions. Results derive from an exploratory study with companies from the regions of Beira Interior Norte and the Province of Salamanca, located on the border of Portugal and Spain, respectively. Despite the adverse conditions of this region, given its demographic evolution and economic disarticulation during the last three decades, factors influencing the entrepreneurial performance of companies in the region are identified. Therefore, this research shows how the business scenario can be boosted and renewed in peripheral border regions such as the studied through the development of local networks, the intensification of internationalization and the reinforcement of the local infrastructure related with regional and local industries. Consequently, this work presents a pioneering case based on a type of entrepreneurship that is essentially different from that of central regions, that is, of positive dynamics for development and strong urbanity. Results suggest that key factors for influencing the entrepreneurial and innovation performance of border regions are associated with the type of company for sectors deeply rooted in the region, the resources and the creation process facilitated by less bureaucracy, the profile of the entrepreneur, the internationalization of the target market, and the communication and marketing channels adopted.

KEYWORDS: Entrepreneurship, innovation, renewal, cross-border regions.

LES DÉTERMINANTS DE LA PERFORMANCE ENTREPRENEURIALE ET INNOVANTE DANS LES RÉGIONS TRANSFRONTALIÈRES

RÉSUMÉ: L'article se concentre sur les nouvelles approches et connaissances liées aux processus entrepreneuriaux et innovants susceptibles de se produire dans les régions frontalières. Les principaux résultats proviennent d'une étude exploratoire avec des entreprises des régions frontalières de Beira Interior Norte et Provincia de Salamanca, situées respectivement à la frontière du Portugal et de l'Espagne. En dépit des conditions défavorables dans cette région, compte tenu des tendances démographiques et la dislocation économique vérifiée au cours des trois dernières décennies, on a détecté les facteurs qui influent sur la performance entrepreneuriale des entreprises de la région. Ainsi, cette recherche montre comment peut-on encourager et renouveler le scénario d'entreprise dans les régions frontalières périphériques, comme celle de l'étude, par le développement des réseaux locaux, l'intensification de l'internationalisation et le renforcement des infrastructures locales liées aux industries régionales et locales. Par conséquent, le document présente un cas pionnier basé sur un type d'entreprise qui, en essence, est différent de ceux que l'on a vérifiés dans les régions centrales, à savoir, des dynamiques positives de développement positif et d'une forte urbanisation. Les résultats suggèrent que les facteurs considérés comme importants pour influencer la performance d'innovation et l'esprit d'entreprise des régions frontalières sont associés au type d'entreprise dans des secteurs largement ancrés dans la région, les ressources et le processus de création, facilités par moins de bureaucratie, avec le profil de l'entrepreneur, avec l'internationalisation du marché cible et avec les canaux de diffusion et de marketing adoptés.

MOTS-CLÉ: entrepreneuriat, innovation, rénovation, régions frontalières.

CITACIÓN: Natário, M. M., Braga, A. M., & Fernandes, G. P. (2018). Determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões transfronteiriças. *Innovar*, 28(70), 39-54. doi: 10.15446/innovar.v28n70.74445.

ENLACE DOI: <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n70.74445>.

CLASIFICACIÓN JEL: M13, O30, R10.

RECIBIDO: agosto 2016. **APROBADO:** septiembre 2017.

DIRECCIÓN DE CORRESPONDENCIA: Maria Manuela Santos Natário. Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, n.º 506.300-559. Guarda. Portugal.

Determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões transfronteiriças*

Maria Manuela Natário

Ph. D. em Economia

Professora no Instituto Politécnico da Guarda

Guarda, Portugal

Research Unit for Inland Development/Instituto Politécnico da Guarda

m.natario@ipg.pt

<https://orcid.org/0000-0002-5983-8399>

Ascensão Martins Braga

Ph. D. em Gestão

Professora no Instituto Politécnico da Guarda

Guarda, Portugal

Research Unit for Inland Development/Instituto Politécnico da Guarda

sbraga@ipg.pt

<https://orcid.org/0000-0002-9051-1263>

Gonçalo Poeta Fernandes

Ph. D. em Geografia Económica

Professor no Instituto Politécnico da Guarda

Guarda, Portugal

Research Unit for CITUR and Inland Development/Instituto Politécnico da Guarda

goncalopoeta@ipg.pt

<https://orcid.org/0000-0003-1278-0369>

RESUMO: este trabalho de pesquisa incide sobre novas abordagens e conhecimentos relativos aos processos de empreendedorismo e inovação que podem ocorrer em regiões de fronteira. Os principais resultados alcançados provêm de um estudo exploratório com as empresas das regiões de fronteira da Beira Interior Norte e Província de Salamanca, localizadas respetivamente na fronteira de Portugal e Espanha. Apesar das condições desfavoráveis desta região de fronteira, em face da sua evolução demográfica e desarticulação económica verificada nas últimas três décadas, detetam-se fatores que influenciam o desempenho empreendedor das empresas desta região. Assim, esta pesquisa mostra como o ambiente empresarial pode ser incentivado e renovado nas regiões de fronteira periféricas, como a região em estudo, através do desenvolvimento de redes locais, da intensificação da internacionalização e do reforço das infraestruturas locais relacionadas com as indústrias regionais e locais. Consequentemente, esta pesquisa oferece um caso pioneiro baseado num tipo de empreendedorismo que, em essência, é diferente do verificado em regiões centrais, isto é, de dinâmicas positivas de desenvolvimento e de forte urbanidade. Os resultados sugerem que os fatores considerados importantes para influenciar o desempenho inovador e empreendedor das regiões de fronteira prendem-se com a tipologia da empresa em setores predominantemente enraizados na região, com os recursos e o processo de criação facilitado por menor burocracia, com o perfil do empresário, com a internacionalização do mercado-alvo e com os canais de divulgação e comercialização adotados.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo, inovação, regiões de fronteira, renovação.

* Os dados foram recolhidos no âmbito do projeto "VIP BIN-SAL: Valorar, Inovar y Potenciar la Beira Interior Norte y la Provincia de Salamanca". POCTEP-UE.

Introdução

A necessidade de estimular os negócios locais e a indústria regional tem dado origem a pesquisas sobre as áreas empresarial e de empreendedorismo como fonte de renovação e desenvolvimento (Arbuthnott e von Friedrichs, 2013) e como motor de desenvolvimento económico e social de um território (García-Cabrera, García-Soto e Días-Furtado, 2015). A renovação de uma região pode estar associada aos novos avanços das suas indústrias locais (Amin, 1999; Malecki, 1991, 1994), que poderão ser facilitados através de *clusters* industriais regionais (Porter, 1990; Rocha, 2004; Porter e Miranda, 2009; Arbuthnott e von Friedrichs, 2013).

Essas dinâmicas regionais podem estar relacionadas com a existência de uma mentalidade empreendedora existente numa região (von Friedrichs e Boter, 2009). Todavia, o conhecimento sobre estas questões deriva fundamentalmente da pesquisa com foco em regiões centrais, isto é, com dinâmicas demográficas e de desenvolvimento económico positivo e padrões de urbanidade com influência de média ou grande escala. Os estudos desta temática em regiões de fronteira são escassos e relativamente recentes.

Apesar de nem todas as regiões de fronteira apresentarem características de periferia ou rurais, como, por exemplo, Galiza e Norte de Portugal (Espanha-Portugal), Foz do Iguaçu (Brasil-Paraguai), Niágara (Canadá-Estados Unidos da América), fronteiras da China-Macau, a grande maioria das regiões de fronteira da União Europeia apresenta-se ainda como regiões periféricas (Cavaco, 1995; Ferreira, 1998; Silva, 2015); muitas vezes consideradas marginais e distantes dos centros de decisão e de atividade económica, carecendo de estratégias de desenvolvimento específicas (Silva, 2015). O processo de integração plena da União Europeia, com o desenvolvimento harmonioso dos seus países e também das suas regiões, ainda foi concretizado. A desejada convergência das regiões tem sido uma preocupação, mas não tem sido conseguida pelos diversos quadros comunitários de apoio (QCA), na medida em que continuam a persistir disparidades regionais, em particular nas regiões localizadas nas fronteiras dos países-membros da União Europeia (Fath e Hunya, 2001; Santamaría e Pires, 2016).

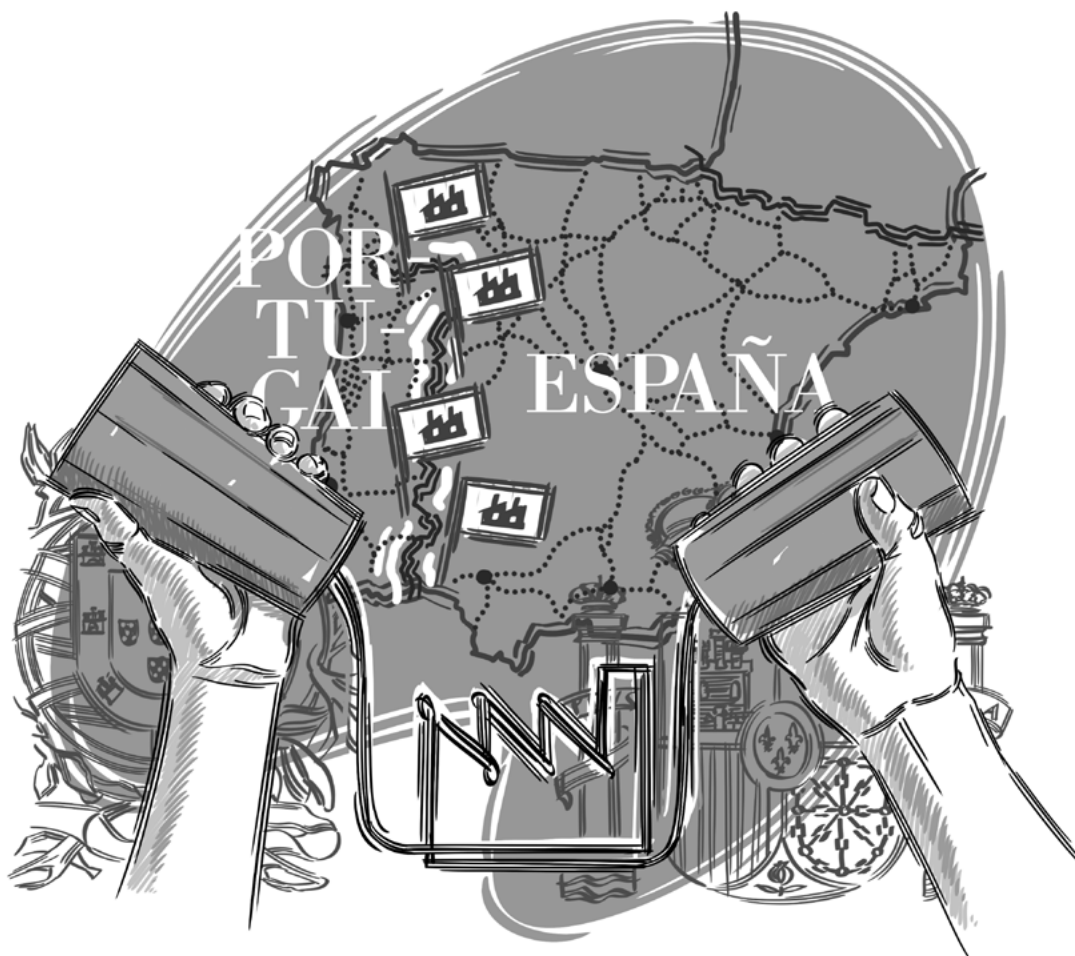
Neste processo, as regiões de fronteira com características de periferia assumem particular importância na Estratégia Europa 2020 (Comissão Europeia, 2010), que contempla diversos instrumentos para promover o seu desenvolvimento e a coesão territorial, sendo reforçada a importância de encontrar e desenvolver instrumentos que incentivem, encorajem e apoiem o empreendedorismo nas regiões. O empreendedorismo nas regiões surge como um dos investimentos prioritários em particular nas regiões de fronteira, com o Programa Operacional Interreg Europe (Comissão Europeia, 2015).

Considere-se que, no contexto da fronteira da Beira Interior Norte e Província de Salamanca (BIN-SAL), predominam os concelhos e comarcas rurais, caracterizados por baixa densidade de empresas com valores de 2,5 empresas por km² em 2011 para a BIN e de 1,9 empresas por km² para a Província de Salamanca, de acordo com Macías, Rodríguez, Fernandes, Natário e Braga (2014). Simultaneamente, a desarticulação da estrutura produtiva tradicional nesta região não tem conhecido a recomposição esperada, por via de projetos ou financiamento promovidos, existindo a necessidade de desenvolver processos de análise mais finos e reconsiderar as estratégias de incentivo à criação de empresas e ampliação do mercado de trabalho em face da sua localização e do afastamento de centros de decisão.

Assim, o presente estudo insere-se neste contexto de regiões de fronteira periféricas, no seguimento dos estudos realizados por Cavaco (1995) e Silva (2015), e tem como objetivo identificar fatores que possam influenciar os processos de renovação e a atitude empreendedora nas regiões de fronteira, com a especificidade de periferia. Pretende-se, simultaneamente, encontrar determinantes do desempenho empreendedor e inovador nestas regiões com características singulares e distintas dos grandes centros, com especificidades próprias de fronteiras de baixa densidade e marcadas pela sua ruralidade, cujas evoluções socioeconómicas têm sido penalizadoras e exigem o conhecimento dos elementos diferenciadores dos processos de inovação e empreendedorismo com sucesso como referem Policarpo e Mogollón (2015).

As regiões de fronteira com características de regiões periféricas, que estão localizadas longe de áreas metropolitanas centrais e de grandes mercados dinâmicos (Arbuthnott e von Friedrichs, 2013), apresentam efeitos de perda e fragilidade, quer por via da penalizadora evolução da sua população, diferentes regimes laborais e fiscais, quer pela ausência de estratégias coletivas e concertadas de coesão económica e social. Estas regiões tendem a apresentar condições menos favoráveis à criação e desenvolvimento de atividades empresariais (Oinas e Malecki, 1999). Além disso, a prestação de serviços de desenvolvimento de empresas locais é ineficaz e os avanços empresariais lentos (Lagendijk, 2000; Arbuthnott e von Friedrichs, 2013). Refira-se, ainda, que fronteira é um espaço bipolar e multiforme, um meio geográfico que exige uma quase necessidade de se transportar os seus limites, onde este “ambiente plural transformou as fronteiras em territórios singulares” (Oliveira, 2005, p. 380).

Deste modo, neste trabalho de pesquisa, procura-se, por um lado, ilustrar as principais características das empresas das regiões de fronteira, o que distingue as mais empreendedoras e dinâmicas das menos empreendedoras, e, por outro lado, gerar novos conhecimentos para melhorar o entendimento sobre os determinantes do desempenho



empreendedor e inovador nas regiões transfronteiriças com baixos indicadores de desenvolvimento.

Adicionalmente, o estudo proporciona a descrição e a análise do fenómeno pioneiro sobre o empreendedorismo nas regiões de fronteira de Portugal e Espanha, particularmente inseridas nas Beira Interior Norte (Portugal) e Província de Salamanca (Espanha), e os novos conhecimentos gerados visam reforçar os entendimentos sobre o empreendedorismo que ocorre dentro de ambientes de negócio não centrais. O estudo pode também ajudar os decisores políticos na consecução das metas de desenvolvimento, de renovação regionais atuais e de redução das assimetrias regionais dentro da União Europeia.

Este artigo está dividido em seis secções. Após a introdução, na segunda secção, reflete-se sobre os principais determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões de fronteira, apresentando-se o modelo e definindo-se as hipóteses a testar. Na terceira secção, apresenta-se a metodologia e, nas secções quatro e cinco, é feita a apresentação e análise dos resultados. Finalmente, discutem-se as conclusões.

Modelo e definição de hipóteses

O conceito de empreendedor foi amplamente discutido por Vale (2014), que discute as suas várias vertentes: da economia, da inovação, da psicologia, da sociologia, da sociologia económica. O conceito de empreendedorismo, associado à vertente da inovação (Vale, 2014) surge enquadrado nas teorias de Schumpeter (1934), distanciando-se da perspectiva motivacional defendida pelo GEM (2012) e por Vale, Corrêa e Reis (2014). O empreendedorismo está assim, por um lado, associado às características pessoais dos indivíduos (GEM, 2012; Vale et al., 2014; Vale e Corrêa, 2015) e, por outro, associado aos processos de inovação, com destaque para os processos territoriais de inovação (Lundvall, 1992; Edquist, 1997, Natário e Neto, 2006; Oliveira, 2013).

O empreendedorismo tem sido definido e promovido como uma maneira diferenciada de alocação de recursos, proatividade e otimização de processos organizacionais, sempre de forma criativa, visando à diminuição de custos e à melhoria de resultados, estando associado à criação de novos negócios, geralmente micro e pequenas empresas (Aldrich e Martinez, 2001).

Não só o empreendedorismo como também a inovação são essenciais para o desenvolvimento e para o aumento da competitividade da economia. Não obstante os esforços que têm vindo a ser feitos pelos diversos governos, ainda persistem dificuldades estruturais, pelo que o empreendedorismo e a inovação continuam a carecer de intervenções prioritárias. Neste contexto, as prioridades da estratégia Europa 2020 e da sua iniciativa *Innovation Union* são referenciais para o desenvolvimento da política de inovação em Portugal para os próximos anos (Macías et al., 2014; Natário, Braga e Fernandes, 2015).

O empreendedorismo nas regiões de fronteira surge na linha dos processos territoriais de inovação (Lundvall, 1992; Edquist, 1997), mas assume características distintas das regiões centrais e mais desenvolvidas. Naquelas regiões, o empreendedor enfrenta uma série de desafios e é limitado por muitos fatores, incluindo a procura local limitada, a pequena dimensão do mercado, a falta de acesso a mercados extrarregionais, a baixa densidade populacional e a consequente falta de oportunidade para a rede de interação com os atores locais, o uso generalizado das tecnologias da informação e as dificuldades no acesso ao capital (Fuller-Love, Midmore e Henley, 2006; Macías et al., 2014).

As regiões de fronteira da BIN-SAL caracterizam-se por serem predominantemente rurais, com baixa densidade populacional e de empresas, e desarticulação da estrutura produtiva tradicional. Estas regiões de fronteira sentem necessidade de desenvolver processos de análise mais finos e de reconsiderar as estratégias de incentivo à criação de empresas e à ampliação do mercado de trabalho. O

fomento do empreendedorismo nestas regiões é, assim, uma estratégia fundamental para a sua sustentabilidade, a curto, médio e a longo prazos (Macías et al., 2014).

A BIN-SAL é um território que apresenta dinâmicas económicas débeis, que traduzem uma frágil estrutura produtiva, agravadas pela penalizadora evolução demográfica e custos de contexto que representam, em face da desarticulação fiscal, administrativa e contexto social. Esta situação não garante a sustentabilidade destes territórios, exigindo-se políticas e iniciativas que promovam oportunidades de emprego e de integração socioprofissional das comunidades (Macías et al., 2014, Natário et al., 2015).

Neste contexto, torna-se importante identificar quais os fatores podem influenciar os processos de renovação e a atitude empreendedora nas regiões de fronteira, com características de regiões periféricas afastadas dos grandes centros de decisão e de consumo e de perfil vincadamente rural.

As dimensões consideradas prendem-se com a tipologia da empresa, o seu processo de criação, o perfil do empresário, o mercado-alvo e a comercialização (figura 1). Com base nessas dimensões, definiram-se as seguintes cinco hipóteses, que suportam o modelo definido.

H1 — *A tipologia da empresa e as suas características gerais influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

H2 — *Os recursos e o processo de criação da empresa influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*



Figura 1. Determinantes do desempenho empreendedor e inovador nas regiões de fronteira. Fonte: elaboração própria

H3 — O perfil do empresário influencia o empreendedorismo nas regiões de fronteira.

H4 — O mercado-alvo influencia o empreendedorismo nas regiões de fronteira.

H5 — Os canais de divulgação e comercialização influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.

As empresas nas regiões de fronteira enfrentam desafios distintos das empresas situadas em regiões menos periféricas. A perifericidade destas regiões requer, por parte dos empresários, atitudes arrojadas e de risco para criar empresas com sucesso e enfrentar os desafios associados a estas regiões, resultantes do afastamento dos mercados de consumo, do tamanho relativamente pequeno do mercado local, das infraestruturas e dos recursos disponíveis, da reduzida dinâmica de redes (Kalantaridis e Bika, 2011), da insuficiente disponibilidade de recursos e de massa crítica de negócios/serviços, capazes de suportar ou alavancar estas atividades.

Deste modo, é importante saber as principais características das empresas das regiões de fronteira e o que distingue as mais empreendedoras das menos empreendedoras. É importante saber se já perduram há muitos anos no mercado, a forma jurídica, qual o setor de atividade, o tipo de relação de titularidade com o imóvel onde se desenvolve a atividade, o tamanho da empresa (número de trabalhadores) e, ainda, se mantêm relações comerciais transfronteiriças, ou seja, conhecer de forma geral o seu modelo de negócio (Batista-Canino, Bolívar-Cruz e Medina-Brito, 2016). Além disso, existem associações entre a natureza das estruturas sociais dos empreendedores (familiares, profissionais ou difusas) e a criação de empresas (Vale, 2014). Tendo em conta estas observações, definiu-se a hipótese 1: *H1 A tipologia da empresa e as suas características gerais influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

Os aspetos institucionais associados ao processo de criação de empresa são influenciados pelas administrações públicas locais. A qualidade das condições institucionais regionais influencia o nível de empreendedorismo (Bosma, van Stel e Suddle, 2008; Kibler, 2013), na medida em que atuam como entraves ou facilitadores do processo de constituição de novas empresas e do desenvolvimento do negócio.

As instituições estabelecidas no território condicionam o desenvolvimento de um modelo de comportamento empreendedor pela oportunidade ao influenciar através de pressões as decisões tomadas pelo indivíduo e simultaneamente as atitudes dos indivíduos pela certeza ou incerteza presente (García-Cabrera et al., 2015).

Por sua vez, o desenvolvimento das pequenas empresas tem sido fortemente influenciado pela visão baseada em

recursos (Macpherson e Holt, 2007), quer se trate de recursos empresariais, quer do capital humano, social e financeiro e a sua relação com o crescimento (receitas ou número de empregados) (Carter, Brush, Greene, Gatewood e Hart, 2003; Shrader e Siegel, 2007). A disponibilidade e o acesso a recursos (financeiros, materiais, humanos, intelectuais) são fatores apontados como importantes para o bom funcionamento da empresa e para uma gestão bem-sucedida (Vera-Colina, Melgarejo-Molina e Mora-Riapira, 2014). Considera-se, assim, que as características dos recursos humanos a incorporar na empresa permitem aferir se o capital humano (Jayawarna, Jones e Macpherson, 2011) tem influência sobre o nível de empreendedorismo nas regiões de fronteira.

Neste contexto, recorre-se a um conjunto de indicadores para ilustrar quais os fatores institucionais regionais e as características do capital humano que podem influenciar o grau de empreendedorismo e de inovação: o montante do investimento inicial, o período de recuperação (previsto) do investimento inicial, o tempo que demora a criar a empresa e a burocracia associada ao processo de constituição da empresa, a disponibilidade de infraestruturas de apoio à criação de empresas e de assessoria de organizações/instituições públicas ou privadas, os apoios e o tipo de financiamento. Ao nível do capital humano, o enfoque irá recair tanto nas características mais básicas dos recursos humanos (idade e sexo) como nas habilitações académicas e qualificações específicas, conhecimento do setor, competências linguísticas conhecimento direto prévio do candidato, referências profissionais e trabalhos anteriores, e motivação e vontade de trabalhar. Tendo por base estas constatações, definiu-se a hipótese 2: *H2 — Os recursos e o processo de criação da empresa influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

O empreendedorismo pode estar associado às características individuais de empreendedores bem-sucedidos, sendo de realçar os traços de personalidade, o capital humano e a origem étnica (Macedo e Mitidieri, 2006; Storey, 1994), e à visão empreendedora, que realça para oportunidades de negócios, proactividade e tradição familiar (Prabhu, McGuire, Drost e Kwong 2012; Chell, Haworth e Brearley, 1991) (estudos de personalidade na ótica de Lee, Florida e Acs, 2004). Mas também pode estar relacionado com os níveis de escolaridade e com a experiência de trabalho (Kelley, Singer e Herrington, 2016; Evans e Leighton, 1990) (perspetiva dos estudos de capital humano de Lee et al., 2004).

A atividade empreendedora é fundamentalmente induzida pela oportunidade e/ou necessidade. A primeira resulta do desejo de aproveitar, por iniciativa própria, uma possibilidade de negócio existente no mercado com capacidade de retorno (Batista-Canino et al., 2016), através da criação de uma empresa, enquanto o empreendedorismo induzido

pela necessidade resulta da ausência de outras oportunidades para a obtenção de rendimentos (nomeadamente, o trabalho dependente) o que leva os indivíduos à criação de um negócio (GEM, 2012, p. 21). Pode ainda ser induzida pela procura de diferente estilo de vida: independência pessoal para gerir o tempo, não ser necessária a adaptação a um ambiente de trabalho, possibilidade de realização pessoal associado a um trabalho mais interessante e pelo facto de que ter o seu próprio negócio é a opção mais adequada para a sua profissão, ou ainda por razões familiares: familiares e amigos trabalham por conta própria (Carvalho, Costa e Mares, 2013).

Saliente-se, de acordo com Vale et al. (2014), que os motivos intervenientes na criação de novos empreendimentos ultrapassam a lógica binária oportunidade versus necessidade, incluindo: oportunidade, atributos pessoais, mercado de trabalho, insatisfação com emprego, família e influência externa.

Em face da importância atribuída ao perfil do empresário para alavancar o empreendedorismo e a inovação ao nível transfronteiriço foram incluídas as seguintes variáveis: a independência pessoal/posso gerir o meu tempo; a família e os amigos trabalham por conta própria; ter uma ideia que constituiu uma oportunidade de negócio; ser um trabalho mais interessante; a possibilidade de realização pessoal e ser mais prestigiante; proporcionar melhores perspetivas de remuneração; evitar algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem, por exemplo, ficar desempregado, e a falta de oportunidades atrativas de emprego. Tendo em conta estas considerações, definiu-se a hipótese 3: H3 – *O perfil do empresário influencia o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

As regiões de fronteira, dadas as suas condições de periferia em face dos grandes centros de consumo, requerem por parte das empresas uma atitude proactiva na escolha do seu mercado-alvo. O mercado local, quer na perspetiva interna, quer na transfronteiriça, poderá ser sempre o mercado-alvo emergente da empresa, mas a internacionalização das empresas denuncia uma atitude mais arrojada e de risco, que poderá ilustrar uma maior capacidade empreendedora e inovadora.

Os mercados-alvo das empresas permitem assim distinguir os comportamentos empresariais, se têm uma atitude mais reativa ou proactiva, com reflexos na performance empreendedora das regiões de fronteira. Ante estas observações, considerou-se importante definir a seguinte hipótese: H4 – *O mercado-alvo influencia o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

Nas regiões de fronteira, a divulgação dos produtos e os canais de comercialização são apontados pelos atores locais

(públicos e privados) como aspetos a melhorar para assegurar o escoamento de produtos numa região com mercados de pequena dimensão e fundamentalmente caracterizados por uma reduzida procura (Macías et al., 2014; Natário, Braga e Rei, 2011; Aliste et al., 2008).

Deste modo, os canais de comercialização e o processo de comercialização das empresas das regiões de fronteira poderão contribuir para melhorar as condições de atratividade das atividades produtivas na região de fronteira e para dinamizar os sectores produtivos locais, com impacto ao nível de empreendedorismo. Diante do exposto, definiu-se a hipótese 5: H5 – *Os canais de divulgação e comercialização influenciam o empreendedorismo nas regiões de fronteira.*

Metodologia

O objetivo deste estudo é identificar fatores que possam influenciar os processos de renovação e a atitude empreendedora nas regiões de fronteira. Pretende-se encontrar determinantes do desempenho empreendedor e inovador nestas regiões, particularmente periféricas, com características singulares e distintas dos grandes centros e com especificidades próprias de regiões de fronteira.

Para avaliar a atitude em termos de empreendedorismo nas regiões de fronteira, a região em estudo contempla quatro concelhos localizados no interior de Portugal, na fronteira com Espanha (Almeida, Figueira Castelo Rodrigo, Guarda e Sabugal) e duas comarcas espanholas localizadas na fronteira com Portugal (Vitigudino e Ciudad Rodrigo). Para atingir os objetivos estabelecidos, foi aplicado um inquérito por questionário a empresas que, à data, apresentavam uma taxa de sobrevivência superior a dois anos, no sentido de estudar apenas as que fossem já consideradas casos de sucesso.

Para a identificação das empresas a inquirir, que tivessem uma taxa de sobrevivência de dois ou mais anos, recorreu-se a associações empresariais dos dois lados de fronteira que apoiaram na elaboração de uma base de dados de empresas dos sectores representados no território, que cumprissem com esta característica.

Na parte portuguesa, a base de dados era constituída por 80 empresas, repartidas pelos sectores predominantes no território e pelos quatro concelhos em análise. O questionário foi enviado em novembro de 2013, via correio; posteriormente, dada a baixa taxa de resposta, foi realizado presencialmente. Das 80 empresas da base de dados construída, obtiveram-se 35 respostas.

Na parte espanhola, na província de Salamanca, foram consideradas as comarcas de Vitigudino e Ciudad Rodrigo. Na

provincia de Salamanca, o inquérito foi realizado entre os meses de novembro e dezembro de 2013 através de uma plataforma on-line. Foram enviadas solicitações para o preenchimento do inquérito a mais de 100 empresários dos diversos sectores pré-selecionados, cujas atividades se localizam na provincia de Salamanca e região de fronteira de Portugal. A taxa de resposta foi, em termos gerais, muito baixa, tendo-se obtido apenas 28 inquéritos. Posteriormente, procedeu-se ao tratamento estatístico dos dados recolhidos, à análise, interpretação e discussão dos resultados obtidos, culminando nas conclusões e sugestões.

No total, obtiveram-se 63 respostas, mas apenas foram considerados os 58 inquéritos que estavam completos e que constituem, assim, a amostra deste estudo.

O método utilizado para esta análise assentou na aplicação de uma análise de *clusters*, para agrupar os empresários, de acordo com a sua atitude empreendedora e de inovação, mensurada pela experiência prévia do empresário em empreendedorismo e criação de empresas e em inovação. Esta metodologia agrupa as empresas das regiões de fronteira de acordo com o seu nível de experiência: na atividade que desenvolve, em empreendedorismo e criação de empresas, em inovação, em comércio internacional e no conhecimento de idiomas. Para verificar as hipóteses, ou seja, as variáveis explicativas, aplicaram-se

testes de comparação de médias múltiplas para distinguir as características únicas de cada grupo de empresários.

Análise de *clusters*

Os resultados da ANOVA (tabela 1) mostram que todas as classificações de medição utilizadas para esta análise foram significativas. A significância estatística desta análise pode ser observada pela estatística *F* e pelo nível de significância desta, visível pela baixa probabilidade de rejeição. Dado que o valor das probabilidades de significância é quase nulo, permite-nos rejeitar a hipótese nula que defende que as medidas não são significativas para a classificação dos empresários.

A aplicação da análise de *clusters* permitiu identificar dois grupos de empresários, conforme se pode ver na tabela 2 e no anexo. Os resultados apresentados na tabela 2 ilustram que o segundo grupo tem maiores valores nos cinco indicadores considerados, com maior destaque para os indicadores de empresas que possuem experiência prévia em empreendedorismo e criação de empresas, em inovação e em comércio internacional. Assim, o grupo 2 será considerado como grupo líder em termos de empreendedorismo e inovação. O primeiro grupo apresenta valores muito modestos nos cinco indicadores, podendo ser denominado como grupo menos empreendedor e inovador, ou seja, de seguidores.

Tabela 1.
Análise ANOVA

	<i>Cluster</i>		<i>Erro</i>		<i>f</i>	<i>Sig.</i>
	Quadrado médio	<i>df</i>	Quadrado médio	<i>df</i>		
16. Qual a sua experiência prévia a) na atividade que desenvolve?	10,983	1	1,455	56	7,546	,008
16. Qual a sua experiência prévia em b) empreendedorismo e criação de empresas?	39,350	1	,441	56	89,147	,000
16. Qual a sua experiência prévia em c) inovação?	34,592	1	,679	56	50,939	,000
16. Qual a sua experiência prévia em d) comércio internacional?	29,841	1	,527	56	56,573	,000
16. Qual a sua experiência prévia em e) conhecimento de idiomas?	10,802	1	1,101	56	9,808	,003

Nota. *Df.*: graus de liberdade; *f*: estatística; *sig*: nível de significância.
Fonte: elaboração própria.

Tabela 2.
Médias dos clusters de empresários

	<i>Cluster 1</i>	<i>Cluster 2</i>
	N = 26	N = 32
16. Qual a sua experiência prévia a) na atividade que desenvolve?	3,00	3,88
16. Qual a sua experiência prévia em b) empreendedorismo e criação de empresas?	1,50	3,16
16. Qual a sua experiência prévia em c) inovação?	1,38	2,94
16. Qual a sua experiência prévia em d) comércio internacional?	1,31	2,75
16. Qual a sua experiência prévia em e) conhecimento de idiomas?	2,04	2,91

Fonte: elaboração própria.

Da análise da tabela 2 e da tabela 3, verifica-se que, no nível dois, o grupo dos classificados de líderes em empreendedorismo, constituído por 32 empresários, pertencem na sua maioria aos Concelhos de Fronteira Portugueses. No nível 1, constituído por 26 empresários, encontram-se maioritariamente nas Comarcas de Fronteira Espanholas. Estes dois grupos apresentam diferentes padrões relativos ao seu desempenho em termos de empreendedorismo e de inovação.

Testes de comparação múltipla das médias dos grupos

Como intuito de interpretar a relação entre variáveis explicativas e a variável dependente de capacidade e desempenho empreendedor e de inovação, vão ser testadas as diferenças médias entre os grupos nas variáveis consideradas nas hipóteses.

Iniciando com uma análise aos dados gerais da empresa inquirida (tabela 4), constata-se que apenas existem diferenças significativas entre os dois *clusters* ao nível de setor de atividade e das compras provenientes do país vizinho.

Não existem diferenças com significado estatístico entre os dois grupos de empresários relativamente à idade da

empresa, à forma jurídica, ao número de trabalhadores, à relação de titularidade com o imóvel (proprietário ou arrendatário), nem às relações de compras e vendas transfronteiriças, que maioritariamente rondam os 5 %.

Ao nível do setor de atividade (figura 2), predominam no *cluster* dois, o líder em termos de empreendedorismo e inovação, as empresas da construção; do comércio; dos transportes e armazenagem; do alojamento, restauração e similares; das atividades de informação e de comunicação e atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares e outros serviços. As empresas agrícolas e da indústria transformadora predominam no *cluster* 1 denominado de seguidores relativamente ao empreendedorismo e inovação.

Quanto à percentagem de intercâmbios/transações comerciais com o país vizinho (figura 3), verifica-se que o *cluster* 2 apresenta maior percentagem de empresas que efetuam compras neste.

No que diz respeito aos fatores que podem afetar a criação de empresas e que têm influência sobre a capacidade de empreender e inovar, nomeadamente: o valor do investimento inicial, o período de recuperação (previsto) do investimento inicial e se este foi maior ou menor que o

Tabela 3.
Localização dos clusters

	Cluster número de casos		Total
	1	2	
Concelhos de Fronteira Portugueses	12	22	34
Comarcas de Fronteira Espanholas	14	10	24
Total	26	32	58

Fonte: elaboração própria.

Tabela 4.
Diferenças médias entre grupos: características das empresas

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.
Idade	,082	1	,082	,050	,824
Forma Jurídica	,022	1	,022	,022	,883
Setor	24,893	1	24,893	4,725	,034
N.º de trabalhadores	296,187	1	296,187	1,335	,253
Localidade da atividade principal	,732	1	,732	3,075	,085
Relação de titularidade com o imóvel onde se desenvolve a atividade	,386	1	,386	,967	,330
Compras com o país vizinho Portugal versus Espanha	6,931	1	6,931	4,738	,040
Vendas para o país vizinho Portugal versus Espanha	0,595	1	0,595	0,446	,509
Compras transfronteiriças	1,714	1	1,714	,910	,349
Vendas transfronteiriças	,054	1	,054	,025	,875

Nota. Df.: graus de liberdade; f: estatística; sig.: nível de significância.

Fonte: elaboração própria.

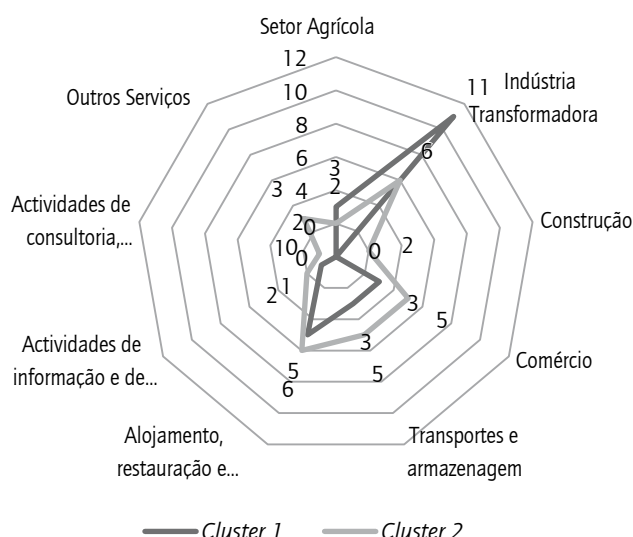


Figura 2. Setor de atividade por cluster. Fonte: elaboração própria.

esperado, o período de tempo necessário para criar a empresa e, se neste processo, a burocracia foi maior ou menor do que o esperado, a utilização de infraestruturas de apoio à criação de empresas e de assessoria de organizações/instituições públicas ou privadas, bem como as principais fontes de financiamento (próprio, familiar, externo privado, externo bancário e financiamento ou subsídios públicos) (tabela 5).

Verifica-se que só existem diferenças estatísticas entre os dois grupos relativamente ao período de recuperação do

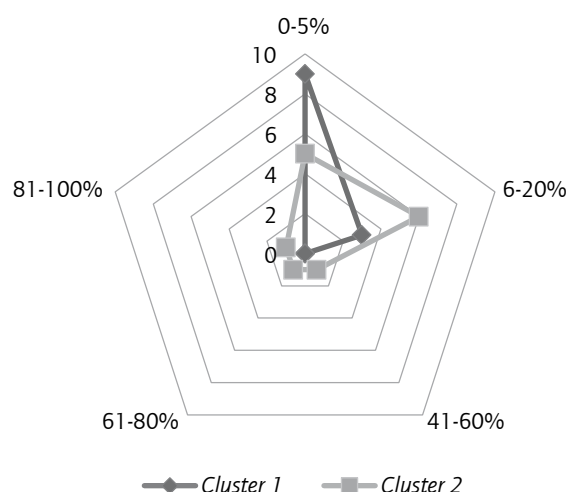


Figura 3. Compras com o país vizinho: Portugal versus Espanha por cluster. Fonte: elaboração própria.

investimento ser maior que o esperado para o cluster 2, o que pode denunciar que estes empresários exigem soluções mais céleres para os seus projetos e uma atitude menos passiva (figura 4).

Quanto à influência sobre o desempenho empreendedor e inovador do perfil do empresário associado a ter o seu próprio negócio em vez de ser trabalhador por conta de outrem (tabela 6), pelo facto de ser, nomeadamente, um trabalho mais interessante, de proporcionar maior possibilidade de realização pessoal, ser mais prestigiante e proporcionar melhores perspectivas de remuneração, verifica-se

Tabela 5.
Diferenças médias entre grupos: fatores de criação

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.
11. Indique o valor do investimento inicial.	,072	1	,072	,061	,806
12. Indique o período de recuperação (previsto) do investimento inicial.	14,821	1	14,821	,059	,810
13. Na prática, o período de recuperação foi maior ou menor que o esperado?	2,604	1	2,604	7,186	,011
14. Quantos meses demoraram a criar a empresa?	6,080	1	6,080	,081	,777
15. No processo de constituição da sua empresa, a burocracia foi maior ou menor do que a esperada?	,757	1	,757	2,080	,157
17.b. Utilizaram infraestruturas de apoio à criação de empresas?	,103	1	,103	,495	,485
17.c. Receberam assessoria de organizações/instituições públicas ou privadas?	,112	1	,112	,465	,499
17.d. Consideram que os apoios recebidos foram úteis/vantajosos?	,010	1	,010	,046	,831
18.a. Financiamento próprio?	3,796	1	3,796	1,798	,185
18.b. Financiamento familiar?	5,777	1	5,777	1,600	,211
18.c. Financiamento externo privado?	,044	1	,044	,029	,866
18.d. Financiamento externo bancário?	21,223	1	21,223	1,126	,293
18. e. Financiamento ou subsídios públicos?	,642	1	,642	,480	,491

Nota. Df.: graus de liberdade; f: estatística; sig.: nível de significância.
Fonte: elaboração própria.

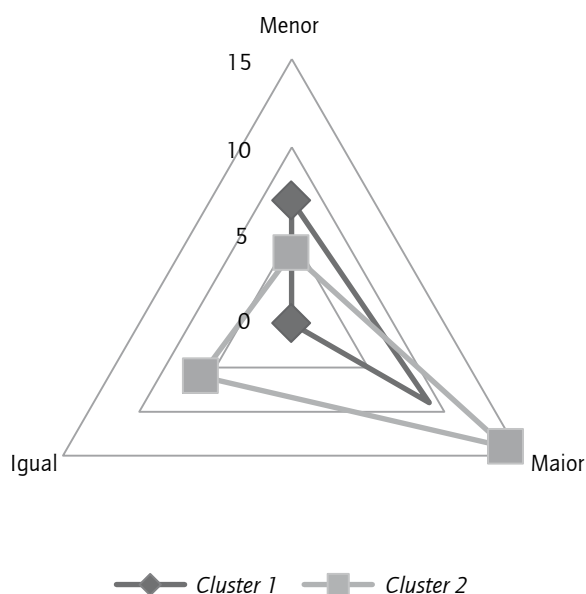


Figura 4. Período de recuperação esperado do investimento por cluster.
Fonte: Elaboração própria.

que este indicador no grupo 2 é superior ao grupo 1. Por sua vez, o grupo 1 valoriza mais do que o grupo 2 o facto de ter o seu próprio negócio por falta de oportunidades atrativas de emprego na região.

Relativamente à independência pessoal para gerir o tempo, ao facto de a família e os amigos trabalharem por conta própria, de ter uma ideia que constituiu uma oportunidade de negócio e da necessidade de evitar algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem (por exemplo, ficar desempregado), como fatores que influenciam na decisão de ter o seu próprio negócio em vez de ser trabalhador por conta de outrem, estes não se mostram estatisticamente diferentes para diferenciar os grupos de empresários líderes ou seguidores em termos de empreendedorismo e inovação.

Tabela 6.
Diferenças médias entre grupos: razões para ter negócio próprio

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.	Observações
19. a. Independência pessoal/posso gerir o meu tempo.	,001	1	,001	,001	,978	
19. b. A minha família e os meus amigos trabalham por conta própria.	,988	1	,988	,452	,504	
19.c. Tive uma ideia que constituiu uma oportunidade de negócio.	,013	1	,013	,012	,911	
19. f-g. É um trabalho mais interessante; mais possibilidade de realização pessoal; é mais prestigiante.	6,350	1	6,350	5,740	,020	c2 > c1
19.i. Melhores perspectivas de remuneração.	5,663	1	5,663	3,910	,053	c2 > c1
19. j. Falta de oportunidades atrativas de emprego.	8,484	1	8,484	4,793	,033	c1 > c2
19.k. Evitam-se algumas incertezas relacionadas com o trabalho por conta de outrem (por exemplo, ficar desempregado).	,151	1	,151	,067	,797	

Nota. c1: cluster 1; c2: cluster 2; df: graus de liberdade; f: estatística; sig.: nível de significância.
Fonte: elaboração própria.

Os empresários que integram o grupo 2, mais empreendedor e inovador, atribuem maior importância que o grupo 1 às características dos recursos humanos nomeadamente a idade e o sexo no momento de contratar/manter um colaborador (tabela 7).

Procurou-se também saber qual o comportamento dos empresários em termos do mercado-alvo atual e num horizonte de três a cinco anos (tabela 8). Consta-se que os dois grupos de empresários não apresentam diferenças com significado estatístico ao nível local (< 100 km) ou supralocal (> 100 km), independentemente da atividade transfronteiriça, quer atualmente, quer perspetivando a médio prazo.

Todavia, o grupo 2 mais empreendedor e mais inovador atualmente já atua para o mercado mais global (internacional, em geral) no sentido de intensificar a sua internacionalização e alargar o seu mercado-alvo (figura 5).

No que concerne aos meios de pagamentos utilizados pelos clientes, pode observar-se (tabela 9 e figura 6) que as empresas do grupo 1, com menor desempenho em termos de empreendedorismo e de inovação, apresentam indicadores de vendas a crédito de clientes empresários superiores aos considerados no nível 2. O pronto pagamento e a utilização de cartão de débito/crédito e de transferência bancária para consumidores finais ou empresas não se apresentam como fator distintivo entre os grupos de empresas mais empreendedoras e as seguidoras.

No funcionamento da empresa, dada a necessidade de acompanhar a evolução do mercado e a concorrência, possuir página web com domínio próprio na língua materna e em inglês e folhetos publicitários em francês assume maior expressão no grupo 2, grupo líder, do que no grupo de seguidores (tabela 10).

Tabela 7.

Diferenças médias entre grupos: características dos recursos humanos

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.	Observações
24. Idade e sexo.	13,399	1	13,399	12,682	,001	c2 > c1
24. Habilitações académicas.	2,662	1	2,662	2,056	,158	
24. Cursos específicos de qualificação profissional.	3,564	1	3,564	1,927	,171	
24. Conhecimento do setor.	,042	1	,042	,036	,851	
24. Competências linguísticas.	,735	1	,735	,413	,523	
24. Conhecimento direto prévio do candidato.	2,461	1	2,461	1,912	,173	
24. Referências profissionais e trabalhos anteriores.	,414	1	,414	,364	,549	
24. Motivação e vontade de trabalhar.	,217	1	,217	,391	,534	

Nota. c1: cluster 1; c2: cluster 2; df: graus de liberdade; f: estatística; sig.: nível de significância.

Fonte: elaboração própria.

Tabela 8.

Diferenças médias entre grupos: mercado-alvo atual e a prazo

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.
20. Local (< 100 km), sem a menção específica da atividade transfronteiriça. Momento atual	,052	1	,052	,213	,646
20. Local (< 100 km), com especial inclusão da atividade transfronteiriça. Momento atual	,019	1	,019	,126	,723
20. Supralocal (> 100 km), sem especial menção da atividade transfronteiriça. Momento atual	,005	1	,005	,028	,868
20. Supralocal (> 100 Km), com especial menção da atividade transfronteiriça com a Beira Interior Norte/Província de Salamanca. Momento atual	,329	1	,329	1,637	,206
20. Supralocal (> 100 km), com especial menção da atividade transfronteiriça (Portugal/Espanha) em geral. Momento atual	,207	1	,207	1,063	,307
20. Global (internacional, em geral). Momento atual	,846	1	,846	6,373	,014
20. Local (< 100 km), sem a menção específica da atividade transfronteiriça. Perspetivas a médio prazo	,207	1	,207	1,063	,307
20. Local (< 100 km), com especial inclusão da atividade transfronteiriça. Perspetivas a médio prazo	,016	1	,016	,110	,741
20. Supralocal (> 100 km), sem especial menção da atividade transfronteiriça. Perspetivas a médio prazo	,361	1	,361	1,971	,166
20. Supralocal (> 100 km), com especial menção da atividade transfronteiriça com a Beira Interior Norte/Província de Salamanca. Perspetivas a médio prazo	,207	1	,207	1,063	,307
20. Supralocal (> 100 km), com especial menção da atividade transfronteiriça (Portugal/Espanha) em geral. Perspetivas a médio prazo	,183	1	,183	,866	,356
20. Global (internacional, em geral). Perspetivas a médio prazo	,571	1	,571	2,444	,124

Nota. Df.: graus de liberdade; f.: estatística; sig.: nível de significância.

Fonte: elaboração própria.

Por sua vez, nos canais de distribuição, a venda direta assume maior expressão no grupo dos seguidores do que no grupo líder (tabela 11). Os canais de distribuição como: possuir loja

ou sucursal, distribuidor, agente comercial, contacto telefónico, venda on-line/correio eletrónico, não assumem valores distintos entre os dois grupos com significância estatística.

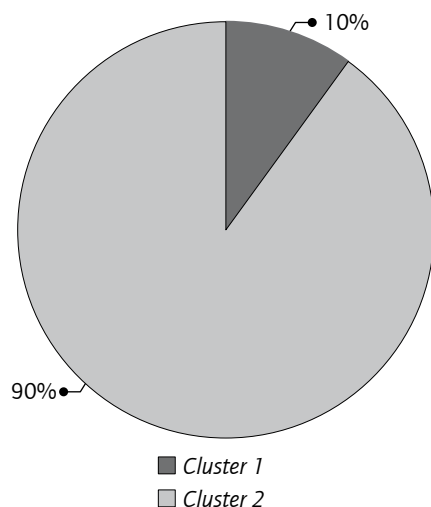


Figura 5. Mercado-alvo global (internacional, em geral). Momento atual.
Fonte: elaboração própria.

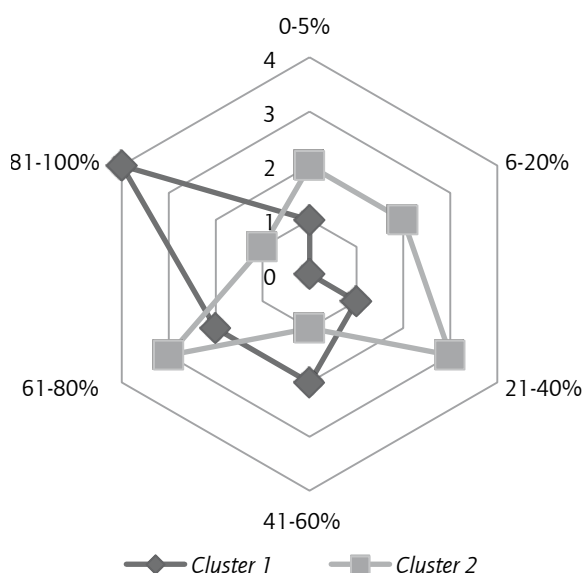


Figura 6. Vendas a crédito (em %). Fonte: elaboração própria.

Tabela 9.

Diferenças médias entre grupos: meios de pagamento utilizados pelos clientes

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	F	Sig.
q23_cfpp (Pronto pagamento)	5,526	1	5,526	2,080	,160
q23_cfcc (Cartão de débito/crédito)	,805	1	,805	,701	,418
q23_cfvc (Vendas a crédito)	,027	1	,027	,017	,900
q23_cftb (Transferência Bancária)	3,472	1	3,472	1,451	,267
q23_cepp (Pronto pagamento)	5,848	1	5,848	2,849	,110
q23_cecc (Cartão de débito/crédito)	,450	1	,450	,491	,534
q23_cevc (Vendas a crédito)	8,752	1	8,752	3,179	,090
q23_cetb (Transferência bancária)	1,087	1	1,087	,438	,515

Nota. Df: graus de liberdade; f.: estatística; sig.: nível de significância.
Fonte: elaboração própria.

Conclusões

As regiões de fronteira, como as estudadas, isto é, com características de periferia, são caracterizadas por serem regiões predominantemente rurais, com baixa densidade populacional e de empresas e com desarticulação da estrutura produtiva tradicional.

A necessidade de estimular os negócios locais e a indústria regional nestas regiões e de fomentar as áreas empresarial e de empreendedorismo como fonte de renovação e desenvolvimento torna-se uma prioridade por parte dos diversos atores locais. Torna-se fundamental, neste contexto, a existência de uma mentalidade empreendedora e a identificação dos fatores promotores do empreendedorismo nas regiões de fronteira. Todavia, saliente-se que o estudo e o conhecimento sobre estas questões têm sido escassos e praticamente inexistentes no caso das regiões de fronteira.

Deste modo, o presente estudo assume-se importante na medida em que vem identificar quais os principais fatores que podem influenciar os processos de renovação e a atitude empreendedora nas regiões de fronteira, regiões fundamentalmente periféricas face aos grandes centros de decisão e de consumo. Além disso, pode também ajudar os decisores políticos na consecução das metas de desenvolvimento, de renovação regionais atuais e de redução das assimetrias regionais dentro do novo quadro da União Europeia.

As dimensões consideradas importantes para influenciar o desempenho inovador e empreendedor das regiões de fronteira prendem-se com a tipologia da empresa, os recursos e o seu processo de criação, o perfil do empresário, o mercado-alvo definido e os canais de divulgação e comercialização dos seus produtos.

Os resultados alcançados permitem inferir que as empresas mais empreendedoras das regiões de fronteira estão associadas, em termos de setor de atividade, a empresas do

Tabela 10.
Diferenças médias entre grupos: canais de internet utilizados e idiomas

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	f	Sig.	Observações
25.a. Página web com domínio próprio.	1,743	1	1,743	7,650	,008	c2 > c1
25.b. Página web alojada sob domínio de uma associação ou empresa externa.	,080	1	,080	,505	,480	
25.e. Redes sociais.	,080	1	,080	,362	,550	
26. Página web em língua materna.	,599	1	,599	2,839	,098	c2 > c1
26. Página web em inglês.	,599	1	,599	4,033	,049	c2 > c1
26. Página web em francês.	,126	1	,126	2,597	,113	
26. Página web em língua do país vizinho.	,044	1	,044	,667	,417	
Rótulos e instruções em língua materna.	,004	1	,004	,016	,899	
Rótulos e instruções em inglês.	,107	1	,107	1,348	,250	
Rótulos e instruções em francês.	,056	1	,056	1,674	,201	
Rótulos e instruções em língua do país vizinho.	,126	1	,126	2,597	,113	
Folhetos publicitários em língua materna.	,060	1	,060	,274	,603	
Folhetos publicitários em inglês.	,199	1	,199	2,151	,148	
Folhetos publicitários em francês.	,224	1	,224	3,586	,063	c2 > c1
Folhetos publicitários em língua do vizinho.	,090	1	,090	,833	,365	

Nota. c1: cluster 1; c2: cluster 2; df: graus de liberdade; f: estatística; sig: nível de significância.
Fonte: elaboração própria.

Tabela 11.
Diferenças médias entre grupos: canais de distribuição

	Soma de quadrados	df	Quadrado médio	F	Sig.	Observações
27. Loja ou sucursal.	,001	1	,001	,000	,985	
27. Distribuidor.	2,633	1	2,633	1,249	,273	
27. Agente comercial/representante/vendedor.	,781	1	,781	,351	,558	
27. Venda direta no estabelecimento.	8,333	1	8,333	4,010	,051	c1 > c2
27. Contacto telefónico.	,010	1	,010	,005	,944	
27. Correio eletrónico/venda on-line.	,004	1	,004	,003	,960	

Nota. c1: cluster 1; c2: cluster 2; df: graus de liberdade; f: estatística; sig.: nível de significância.
Fonte: Elaboração própria.

comércio; dos transportes e armazenagem; do alojamento, restauração e similares; das atividades de informação e de comunicação e atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares e outros serviços e da construção, setores fundamentalmente enraizados localmente e de âmbito regional e são as que mantêm mais intercâmbios/transações comerciais entre os dois países vizinhos. Verifica-se aqui que as trocas entre os dois países se assumem como fator impulsionador do desempenho inovador e empreendedor.

Conclui-se também que, nos processos de criação de empresas, os empresários mais dinâmicos e inovadores destas regiões reclamam soluções mais céleres para os seus projetos e uma atitude menos passiva, em particular para a recuperação do investimento. Além de que, optam por

criar o seu próprio negócio por considerarem ser mais interessante, por dar maior possibilidade de realização pessoal, por ser mais prestigiante e por proporcionar melhores perspectivas de remuneração, e de que valorizam a idade e género no momento de manter ou recrutar novos colaboradores. São, assim, empresários com um perfil particular que encaram a criação de negócios não tanto como uma necessidade, mas como uma oportunidade diferente (na perspectiva do GEM 2012) e mais ainda com um estilo de vida (na perspectiva de Carvalho et al., 2013).

Quanto ao mercado-alvo atual e num horizonte de três a cinco anos, o grupo 2 mais empreendedor e mais inovador atualmente já atua para o mercado mais global (internacional,

em geral) no sentido de intensificar a sua internacionalização e alargar o seu mercado-alvo.

Conclui-se, ainda, que, nos canais de divulgação e comercialização, as empresas mais inovadoras e empreendedoras possuem página *web* com domínio próprio na língua materna e em inglês e folhetos publicitários em francês.

Deste modo, o desenvolvimento de ações concertadas capazes de fomentar iniciativas de negócio e de revitalização social nas regiões transfronteiriças, deve passar pelo aproveitamento da vantagem de proximidade de mercados dos dois países vizinhos e também dos internacionais. É fundamental estimular as empresas nos setores identificados como mais empreendedores e inovadores, apoiando o desenvolvimento de uma cultura que aposte nas trocas e intercâmbios entre os dois países vizinhos. É importante a comunicação e criação de uma cultura nos jovens e adultos de que a criação de negócios é uma oportunidade e um estilo de vida mais interessante do que trabalhar por conta de outrem (mesmo do estado), que permite uma maior realização pessoal, é mais prestigiante e pode proporcionar melhores perspetivas de remuneração.

É fundamental o desenvolvimento de políticas que promovam a internacionalização das empresas, proporcionando-lhes formação na criação de página *web* com domínio próprio na língua materna e em inglês e também na elaboração de folhetos publicitários em francês, no sentido de melhorar os canais de divulgação da empresa.

Como limitações de estudo, apontam-se o baixo número de respostas aos inquéritos dos dois lados de fronteira e a reduzida densidade de empresas para permitir um desenvolvimento mais amplo do estudo e maior abrangência da temática. As questões do empreendedorismo social não foram contempladas, requerendo também aqui a necessidade de uma redefinição do questionário. Nesta perspetiva, a pertinência de questionar não apenas empresas, mas também outras tipologias de organização (associações) com funções sociais e que mostram um papel ativo na criação de negócios com carácter empreendedor e social.

Referências bibliográficas

Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2001). Many Are Called, but Few Are Chosen: An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 25(4), 41-56.

Aliste, J., Rei, C., Baptista, A., Cristóvão, A., Braga, A., Tibério, M., Martinez, M., Natário, M., & Abreu, S. (2008). *Directório Transfronteiriço de produtores biológicos e artesanais*. Salamanca: Diputación de Salamanca.

Amin, A. (1999). An Institutional Perspective on Regional Economic Development. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23, 365-378.

Arbuthnott, A., & von Friedrichs, Y. (2013). Entrepreneurial renewal in a peripheral region: the case of a winter automotive-testing cluster in Sweden. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(5-6), 371-403. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2012.748095>.

Batista-Canino, R. M., Bolívar-Cruz, A., & Medina-Brito, P. (2016). Monitorización del proceso emprendedor a través del modelo de negocio. *Innovar*, 26(61), 83-101.

Bosma, N., van Stel, A., & Suddle, K. (2008). The geography of new firm formation: Evidence from independent start-ups and new subsidiaries in the Netherlands. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 129-146.

Carter, N. M., Brush, C. G., Greene, P. G., Gatewood, E., & Hart, M. H. (2003). Women entrepreneurs who break through to equity financing: The influence of human, social and financial capital. *Venture Capital*, 5(1) 1-28.

Carvalho, L. M. C., Costa, T., & Mares, P. (2013). *Parcerias para o empreendedorismo entre o ensino superior e o ensino secundário: o caso do programa IPS junior challenge*. Em Proceedings of the XXIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, Málaga, Espanha, 7-9 fevereiro 2013.

Cavaco, C. (1995). *As Regiões de Fronteira: Inovação e Desenvolvimento na Perspectiva do Mercado Único Europeu*, Universidade de Lisboa: Centro de Estudos Geográficos.

As Regiões de Fronteira: Inovação e Desenvolvimento na Perspectiva do Mercado Único Europeu, Estudos para o Desenvolvimento Regional e Urbano, Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, Outubro.

Chell, E., Haworth J. M., & Brearley S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases and Categories*. Londres: Routledge.

Comissão Europeia (2015). Interreg Europe 2014-2020. Cooperation Programme document Final. CCI 2014 TC 16 RFR 001. Recuperado de www.portugal2020.pt.

Comissão Europeia (2010). Europa 2020. *Estratégia para o desenvolvimento inteligente, sustentável e inclusivo*. Recuperado de http://ec.europa.eu/europe2020/index_pt.htm

Edquist, C. (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*. Londres/Washington: Pinter Publishers.

Evans, D. S., & Leighton L. S. (1990). Small business formation by unemployed and employed workers. *Small Business Economics*, 2, 319-330.

Fath, J., & Hunya, G. (2001). Cross-Border economic co-operation on present and future EU borders, a summary of findings, *Enlargement Research Bulletin*, 2.

Ferreira, M. J. (1998). As regiões fronteiriças portuguesas: potencialidades de desenvolvimento no actual context de internacionalização. *Revista da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas*, 11, 337-353.

Fuller-Love, N., Midmore, P., Thomas, D., & Henley, A. (2006). Entrepreneurship and rural economic development: a scenario analysis approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(5), 289-305.

García-Cabrera, A. M., García-Soto, M. G., & Días-Furtado, J. (2015). Emprender en economías emergentes: el entorno institucional y su desarrollo. *Innovar*, 25(57), 133-155.

Global Entrepreneurship Monitor (2012). *GEM Portugal 2012 – Estudo sobre o Empreendedorismo*. SPI Ventures.

Jayawarna, D., Jones, O., & Macpherson, A. (2011). New business creation and regional development: Enhancing resource acquisition in areas of social deprivation, *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 735-761.

- Kalantaridis, C., & Bika, Z. (2011). Entrepreneurial origin and the configuration of innovation in rural areas: the case of Cumbria, North West England. *Environment and Planning A*, 43(4), 866-884.
- Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). Global Entrepreneurship Monitor, 2015/16, Global Reports. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/49480>
- Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial intentions in a regional context, *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(3-4), 293-323. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2012.721008>.
- Lagendijk, A. (2000). Learning in Non-Core Regions: Towards "Intelligent Clusters"; Addressing Business and Regional Needs. Em F. Boekema, K. Morgan, S. Bakkeers, & R. Rutten (eds.), *Knowledge, Innovation and Economic Growth* (pp.165-191). Cheltenham: Edward Elgar.
- Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891.
- Lundvall, B. A. (ed.) (1992). *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Londres: Pinter Publishers.
- Macedo, M., & Mitidieri, T. (2006). Aspectos psicológicos determinantes do comportamento empreendedor. *Revista Intersaberes*, 1(2), 272-299.
- Macías, J. I. S., Rodríguez, F., Fernandes, G. P., Natário, M. M., & Braga, A. M. (2014). *Plano Transfronteiriço de Apoio ao Empreendedorismo na BIN/SAL. O Empreendedorismo na BIN/SAL (PITAE BIN-SAL)*. Salamanca: Diputación de Salamanca. Organismo Autónomo de Empleo y Desarrollo Rural.
- Macpherson, A., & Holt, R. (2007). Knowledge, learning and SME growth: A systematic review of the evidence. *Research Policy*, 36(2), 172-192.
- Malecki, E. J. (1991). *Technology and Economic Development: The Dynamics of Local, Regional and National Change*. Longam: Essex.
- Malecki, E. J. (1994). Entrepreneurship in Regional and Local Development. *International Regional Science Review*, 6, 119-153.
- Natário, M. M. S., Braga, A. M. M., & Fernandes, G. J. P. (2015). Entrepreneurship in Frontier Regions: Study of Four Municipalities from BIN. *Revista de Estudios Regionales*, 104, 83-109.
- Natário, M. M., Braga, A., & Rei, C. (2011). A produção biológica e o Desenvolvimento das Regiões: o caso da Beira Interior Norte. Em Kastenholz, E., Eusébio, M. C., Gomes, M. C., Carneiro, M. J., Batista, P., & Valentes, S. *O Rural Plural: Olhar o presente imaginar o futuro* (pp. 133-146). Castro verde: Editora 100 Luz.
- Natário, M. M. S., & Neto, P. A. (2006) Os Processos Territoriais de Inovação: A abordagem dos Sistemas de Inovação e a Perspectiva Transfronteiriça. *Estudos Regionais: Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 12(2º quadrimestre), 5-28.
- Oinas, P., & Malecki, E. J. (1999). Spatial Innovation Systems. Em E. J. Malecki, & P. Oinas (eds.), *In Making Connections: Technological Learning and Regional Economic Change* (pp. 7-33). Aldershot: Ashgate.
- Oliveira, P. (2013). *A influência do meio local nas dinâmicas de inovação do complexo agroalimentar do Vale do Tejo: análise e formulação de estratégias territoriais de ação coletiva* [Tese doutoral on-line]. Lisboa: ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Recuperado de <http://hdl.handle.net/10071/6378>.
- Oliveira, T. (2005). Tipologia das relações fronteiriças: elementos para o debate teórico-práticos. Em Oliveira, T. (Org.), *Território sem limites: Estudos sem fronteiras* (pp. 377-408). Campo Grande, MS: Editora da UFMS
- Policarpo, F., & Mogollón, R. (2015). A actividade empreendedora na fronteira Portugal-Espanha Alentejo-Extremadura. Em XVII Seminário Luso-Espanhol de Economia Empresarial, UBI, Covilhã, Portugal, 5-6 novembro 2015.
- Porter, J., & G. Miranda, G. (2009). *Clusters, Innovation and Entrepreneurship*. Paris: OECD.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantages of Nations*. Londres: Macmillan.
- Prabhu, V. P., McGuire S. J., Drost, E. A., Kwong K. K. (2012). (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(5), 559-586.
- Rocha, H. (2004). Entrepreneurship and Development: The Role of Clusters. *Small Business Economics*, 23, 363-400.
- Santamaría, J. M., & Pires, I. (2016). *Fronteras en la investigación peninsular: temáticas y enfoques contemporáneos*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shrader, R., & Siegel, D. S. (2007). Assessing the relationship between human capital and firm performance: Evidence from technology-based new ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(6), 893-908.
- Silva, E. (2015). *A cooperação transfronteiriça como oportunidade de desenvolvimento das regiões de fronteira. Da Raia Ibérica à euro-região Galiza-Norte de Portugal* [Tese de doutoramento em Geografia Humana]. Universidade do Minho. Recuperado de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/40442>.
- Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. Nova York: Routledge.
- Vale, G. M. V. (2014). Entrepreneur: Origins, Theoretical Concepts, Dispersion and Integration. *Revista de Administração Contemporânea*. 18(6), 874-891.
- Vale, G. M. V., & Corrêa, V. S. (2015). Estrutura social e criação de empresas. *Revista de Administração*, 50(4), 432-446.
- Vale, G. M. V., Corrêa, V. S. & Reis, R. F. (2014). Motivations for entrepreneurship: necessity versus opportunity? *Revista de Administração Contemporânea*, 18(3), 311-327.
- Vera-Colina, M. A., Melgarejo-Molina, Z. A. H., & Mora-Riapira, E. (2014). Acceso a la financiación en Pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros. *Innovar*, 24(53), 149-160.
- Von Friedrichs, Y., & Boter, H. (2009). Meeting Radical Change and Regional Transition: Regional Closedowns and the Role of Entrepreneurship. *Managing Global Transitions*, 7, 99-122.

Anexo.

Dendrograma utilizando ligação média (entre grupos)
distância reescalada cluster combinado

