



X Congresso Português de Sociologia
*Na era da “pós-verdade”? Esfera pública,
cidadania e qualidade da democracia no
Portugal contemporâneo*
Covilhã, 10 a 12 de julho de 2018

Secção/Área temática / Thematic Section/Area:
Territórios: Cidades e Campos / Territories: Cities and Countryside

A influência do ecossistema local nas dinâmicas de empreendedorismo: um estudo de caso comparativo em Beja e em Huelva

The influence of the local ecosystem on the entrepreneurship dynamics: a comparative case study in Beja and Huelva

HERMOZILHA, Patrícia; Instituto Politécnico de Beja (Departamento de Educação, Ciências Sociais e do Comportamento) & Doutoranda CICS.NOVA; Campus do IPBeja, Rua Pedro Soares s/n; 7800-295 Beja; Portugal; phermozilha@ipbeja.pt

SAÚDE, Sandra; Instituto Politécnico de Beja (Departamento de Educação, Ciências Sociais e do Comportamento) e CICS.NOVA; Beja; Portugal; ssaude@ipbeja.pt

BORRERO, Juan D; Universidad de Huelva (Departamento de Dirección de Empresas y Marketing) & Bo TRUE ACTIVITIES, Huelva; Espanha; jdiego@uhu.es

Resumo

O foco da reflexão centra-se na relação existente entre ecossistemas locais, dinâmica empreendedora e desenvolvimento regional, tendo por base os resultados obtidos num projeto desenvolvido em Beja e em Huelva. No estudo caracteriza-se a influência dos ecossistemas e estruturas no desenvolvimento de iniciativas empreendedoras. Nesta proposta analítica e reflexiva, invocamos a relação existente entre capacitação e desenvolvimento, que na aceção de Nussbaum (2000) se traduz no efeito umbilical que o enriquecimento das capacidades de ser e de fazer das pessoas tem para o desenvolvimento das comunidades. A recolha extensiva, via inquérito por questionário, dos motivos que levaram os jovens empreendedores de Huelva e de Beja a empreender, assim como, a forma como percebem a influência e o apoio do ecossistema envolvente para o seu percurso empreendedor, permitiu distinguir percursos e dinâmicas tipificadoras da relação comunidade envolvente- práticas empreendedoras e identificar fatores bloqueadores e facilitadores do empreendedorismo.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Ecossistema empreendedor; Desenvolvimento local

XAPS 59073

Introdução

O foco da reflexão proposta centra-se na relação triangular que se pode estabelecer entre *ecossistemas locais*, *dinâmica empreendedora* e *desenvolvimento regional*, tendo por base os resultados obtidos num projeto desenvolvido em Beja e em Huelva em que se procurou caracterizar a influência dos ecossistemas e estruturas envolventes (entenda-se: estruturas oficiais de apoio e instituição de ensino superior) no desenvolvimento de iniciativas empreendedoras (novas empresas/novas ideias de negócio).

Para esta proposta reflexiva, e analítica, invocamos a relação existente entre capacitação e desenvolvimento que, na aceção de Nussbaum (2000), se traduz no efeito umbilical que o enriquecimento das capacidades de *ser* e de *fazer* das pessoas tem para o desenvolvimento das comunidades. A capacitação é assim vista como promotora do desenvolvimento integral de pessoas e dos territórios e não exclusivamente associada ao potencial de crescimento económico que pode gerar. Complementarmente, entende-se por *ecossistema capacitador*, todo aquele em que as estruturas e os apoios existentes favoráveis à inovação e ao saber fazer e estar atuam de forma coordenada e “patrocinam” a geração de novas ideias.

A decisão de avançar para o risco e para a incerteza está regra geral associada a condicionantes de natureza pessoal (características pessoais e até familiares) mas, também, e sobretudo, de natureza social e/ou comunitária, isto é, a existência, ou não, de um ecossistema envolvente facilitador. Fazem parte desse ecossistema as estruturas e as dinâmicas oficiais de apoio existentes que são, nomeadamente, os organismos existentes que apoiam a geração e a implementação de novas ideias de negócio, e/ou as entidades de formação que ajudam a desenvolver atitudes e competências favoráveis à inovação, à criatividade e à criação e gestão de empresas.

Os dados acerca de Portugal relativos a 2015 referem que o empresário português possui em média uma idade compreendida entre os 25 e 34 anos, sendo maioritariamente do género masculino. As dinâmicas culturais e sociais relacionadas com o empreendedorismo são consideradas ainda incipientes, verificando-se a existência de uma fraca capacidade empreendedora e de um ecossistema pouco propenso ao empreendedorismo (GEM, 2015, Euroace 2014-2015 Report - Alentejo (Portugal), Centro (Portugal), Extremadura (Spain)).

Neste contexto, a reflexão sobre os motivos que levaram os jovens empreendedores andaluzes (Huelva) e do baixo alentejo (Beja) a empreender, assim como, a forma

como percebem a influência e o apoio do ecossistema envolvente para o seu percurso empreendedor, permite distinguir percursos e dinâmicas tipificadoras da relação comunidade envolvente- práticas empreendedoras e identificar fatores bloqueadores e facilitadores do empreendedorismo. São estes os resultados do estudo de caso comparativo desenvolvido com empreendedores instalados em Beja e em Huelva, nos últimos 5 anos, que a seguir são detalhados.

Fatores que influenciam a dinâmica empreendedora

De acordo com a visão da importância do contexto social para a dinâmica empreendedora, os empreendedores estão integrados num determinado ambiente social que facilita ou restringe as suas ações (McKeever, Jack & Anderson, 2015). Para além do contexto social, toda a atividade humana é, também, influenciada pelo contexto cultural. Um corpo crescente de estudos tem vindo a confirmar que os valores culturais também determinam o comportamento empreendedor, na medida em que os padrões de comportamento e/ou os "códigos de conduta praticados" estruturam as dinâmicas sociais e individuais (Stephan & Uhlaner, 2010).

A teoria social cognitiva (Bandura, 2001) sugere que o ambiente social envolvente tem um papel muito importante na formação de comportamentos e conhecimentos individuais. O ambiente social e cultural, estruturante de crenças, valores e atitudes, influencia o comportamento e as decisões dos indivíduos sendo que, necessariamente, também influencia os pensamentos e as ações empreendedoras. (Dubini 1989; Kent 1984). Estudos empíricos feitos neste domínio têm vindo a demonstrar que culturas diferentes têm crenças diferentes sobre o empreendedorismo, assim como, a forma como as variáveis culturais influenciam mais a intenção empreendedora do que as variáveis económicas, uma vez que as primeiras tendem a apresentar um carácter mais permanente do que as segundas (García-Cabrera & García-Soto, 2008; Hofstede et al., 2004; Liñán, Rodríguez-Cohard & Guzmán, 2011; Wennekers et al., 2007). Os valores culturais representam características profundamente enraizadas na população e mudam de forma relativamente lenta (Hofstede, 1993; Uhlaner & Thurik, 2007), deixando uma marca duradoura nas práticas empreendedoras e nos perfis de atividade empresarial (Autio, Pathak, & Wennberg, 2013; De Clercq, Lim & Hoon Oh, 2013; Hechavarría, 2016; Hechavarría & Reynolds, 2009; Uhlaner & Thurik, 2007).

Outro fator influenciador importante é o ambiente institucional envolvente. A criação de redes de trabalho e de ação coletiva são de facto elementos crescentemente

presentes e estruturantes da dinâmica societal atual. As redes e as suas diferentes formas e tipologias têm tido, nos últimos anos, uma disseminação extraordinária. Por toda a parte, surgem parcerias, alianças entre organizações que atravessam os setores público, central e local, e privado, com e sem fins lucrativos. “Hoje o cenário exhibe um caleidoscópio emaranhado de redes nos mais variados âmbitos, territórios e campos de acção, [a] nível local microrregional...nacional e internacional, com os nomes mais diversos (entre outros, “fórum”, “articulação”, “movimento”, “colectivo”) e desenhos organizacionais diferentes.” (Martinho, 2003, p. 12). Na base da multiplicação de estruturas policêntricas está a transformação da sociedade contemporânea que interage, pensa e atua de forma cada mais interligada.

Uma dimensão importante da dinâmica de funcionamento das redes interorganizacionais é a assunção de que, como em qualquer rede onde interagem pessoas, há uma dimensão identitária base que regula e influencia os relacionamentos entre os atores (Corvelo, Moreira & Carvalho, 2001). No quadro das políticas de apoio à dinâmica e criação empresarial, o “local/a região” é cada vez mais o lugar privilegiado para a construção de novos referentes – estudos, planos, novos quadros legislativos, que atestam a importância e a influência que tem vindo a ser dada ao contexto institucional enquanto espaço privilegiado para o trabalho e/ou incentivo de uma dinâmica de apoio ao empreendedorismo. Veciana e Urbano (2008) consideram que a teoria institucional nos fornece uma estrutura conceitual consistente e apropriada para o estudo da influência de fatores externos no empreendedorismo.

Fatores que influenciam a intenção empreendedora

Não existe uma forma única de se ser empreendedor. Empreendedorismo envolve a procura de novas oportunidades, a criação de um negócio, mas, também, responder a uma necessidade de mercado, assumir riscos, obter recursos (Mações, 2017). Empreendedorismo, mais do que gerir, é inovar. A inovação e a criatividade são duas características essenciais para o processo do empreendedorismo da atualidade. A competitividade no mercado obriga a que este seja um processo cada vez mais flexível, rápido na sua atuação e que requer a saída da zona de conforto. Empreendedorismo é o processo que resulta em criatividade, inovação e crescimento, proporcionando capacidades a um indivíduo para transformar ideias em ação (Banha, 2016). O que diferencia um empreendedor de um gestor é o seu prazer em empreender. São indivíduos que carregam a sua dose de confiança neles próprios e têm uma maior

capacidade de autocontrolo que a maioria das pessoas. Sorte não é uma palavra que se adegue ao empreendedor pois sua confiança fá-lo-á acreditar que com esforço o resultado é, sem margem para duvidas, alcançado (Banha, 2016). O que os caracteriza é a capacidade de agir consoante a oportunidade que lhe aparece; nunca estão satisfeitos com o quotidiano, buscam constantemente o crescimento, tanto a nível pessoal como da economia (Dees, 1998). Este tipo de pessoas vive desafios todos os dias e sabe a realidade do mundo empresarial melhor do que ninguém. Faz parte das suas vidas. O empreendedor não tem hora de entrada nem hora de saída. Trabalha para si e nem sempre isso significa mais tempo livre, mas sim um acréscimo de trabalho e responsabilidades, principalmente no início de qualquer projeto (Banha, 2016).

As motivações que influenciam um empreendedor a optar pela criação do seu próprio negócio podem ser de vária a ordem, normalmente, a decisão é tomada no contexto de várias motivações. É comum a distinção entre a natureza da motivação, ou seja, motivação por necessidade ou por oportunidade. Mas também é possível encontrar negócios que possam ter conciliado a necessidade e a oportunidade, é por isso que raramente apenas uma motivação preside o desejo de empreender. Entre as razões frequentemente apresentadas podem destacar-se, a vontade de ser o próprio patrão e de querer ter um maior controle sobre o seu destino, a ambição de que o retorno do seu trabalho seja para si, a consciência que o potencial de ganho e de crescimento são maiores para o empresário do que para um trabalhador por conta de outrem, a vontade de aceitar o desafio que uma nova empresa representa, o querer beneficiar da experiência e da aprendizagem proporcionada pela gestão de um negócio. (Rodrigues, 2008).

A visão “estreita” do empreendedorismo remete-nos para a mera análise da forma como o indivíduo se pode tornar num empreendedor, reforçando conceitos como a identificação de oportunidades, o desenvolvimento de negócios e empresas e a criação do autoemprego (Fayolle & Gailly, 2008; QAA, 2012). A visão mais “alargada” do empreendedorismo centra-se nos aspetos que permitem ao indivíduo agir de forma empreendedora e consiste em abordagens que valorizam o desenvolvimento pessoal e o desenvolvimento de competências empreendedoras, tais como a criatividade, a autoconfiança, a iniciativa ou a orientação para a ação (Gautam & Singh, 2015; Loué & Baronet, 2012). Esta é a visão mais correta a partir da qual deve ser entendido e estimulado o empreendedorismo.

A questão sobre como dinamizar a dinâmica empreendedora tem vindo a assumir-se como um dos tópicos geradores de maior investigação e debate académico (Jones, Matlay, Penaluna & Penaluna, 2014; Neck & Greene, 2011; Redford, 2013; Edwards & Muir, 2012; Lackéus, 2015). Neste âmbito, tem-se consolidado a tese da necessidade de criação de ecossistemas empreendedores que fruto do trabalho de todos os atores, públicos e privados, administração central e local, empresas e escolas, entre muitos outros, permita a consolidação de um ambiente social, cultural e institucional facilitador e de apoio à inovação, ao risco, à criatividade e à criação empresarial (Lackéus, 2015).

Empreendedorismo e desenvolvimento local

Há muito que se discute e demonstra que o empreendedorismo e o desenvolvimento de competências empreendedoras são benéficas para a dinâmica socioeconómica de territórios e pessoas. São a base para a criação de ecossistemas favoráveis à geração de novos negócios, de mais economia e de mais emprego. Para além da pura e restrita interpretação economicista, a aposta na criação de verdadeiros ecossistemas empreendedores pressupõe uma ambição complementar, o de enriquecer e de renovar os modelos pedagógicos e de ação, assentes na lógica do “problem based learning”, e, sobretudo, o de formar cidadãos mais interventivos, mais criativos e capazes de mudar os seus contextos e territórios, os “seus mundos”. A aposta na educação empreendedora mais do que desafiar escola e professores, desafia todos os atores para a construção de uma nova abordagem de “des-envolvimento” societal.

Neste âmbito, tornou-se por mais evidente a necessidade de uma mudança no modo de conceber a relação educação/empreendedorismo/desenvolvimento, passando da análise fria dos conhecimentos técnicos, das qualificações e das competências para uma visão mais completa que se centra, como diz Nussbaum (2000), naquilo que é o efeito diferenciador da educação: o enriquecimento das capacidades de *ser* e de *fazer* de pessoas e comunidades. Segundo Nussbaum (2000) a educação deve ser vista como promotora do des-envolvimento¹ integrado dos territórios e não exclusivamente associada ao potencial de crescimento económico que pode gerar. A educação é a base da consciencialização e esta da participação, condições fundamentais para o sucesso de qualquer processo de desenvolvimento regional (Cabugeira, 2000). Sendo o desenvolvimento regional um processo, “(...) de carácter local e endógeno, assente na mobilização voluntária, cujo objectivo é originar acções com as quais se produzem sinergias entre agentes, tendo em vista qualificar os meios de vida e assegurar bem-estar social” (Reis, 1998, p. 80), a

educação empreendedora pode constituir-se, naturalmente, um dos seus principais elementos estruturais e estruturantes. Na realidade os dois conceitos partilham a mesma finalidade: alcançar melhores condições de vida e o empoderamento das comunidades.

Os organismos internacionais reconhecem, nos últimos anos, a necessidade de serem criados ecossistemas empreendedores, preconizando a educação e a formação como catalisadoras de uma cultura empreendedora e contribuindo para a engrenagem do desenvolvimento local. António Caetano, Susana Santos e Sílvia Costa defendem que:

“o sucesso do empreendedorismo não depende apenas de um conjunto de acções pontuais, esporádicas ou cirúrgicas, desenvolvidas a nível nacional ou local. Antes requer uma abordagem consistente em termos socioculturais que promova os valores de inovação e criatividade, bem como a aquisição e desenvolvimento de competências necessárias para se liderar eficazmente com a incerteza e os riscos associados a uma determinada actividade.” (2012, p. xxi)

A educação para e/ou através do empreendedorismo constitui-se, hoje, como uma estratégia para o desenvolvimento de competências e habilidades conducentes à inovação e à criatividade, plantando o espírito empreendedor e operando sobre os factores socioculturais e os aspectos psicológicos que intervêm na ação de empreender. Ressalta-se ainda o papel da educação na formação de cidadãos competentes para intervir no processo de desenvolvimento local, através do cultivo da sua participação ativa, das suas escolhas, decisões, capacidade de ação, influência, autonomia e liberdade. Trata-se de empoderar indivíduos e comunidades, tendo em consideração que o desenvolvimento pessoal apesar de ser influenciado por factores psicológicos, é relaciona: resulta da percepção que os indivíduos têm das suas interações com o meio envolvente.

As comunidades são convocadas, no quadro da globalização, a acionar os seus recursos, a tornarem-se mais competitivas, sustentáveis e capacitadas para atrair ativos aos seus territórios. É nesta perspectiva, que o empreendedorismo, deve ser entendido como fundamental para o desenvolvimento local, através da criação de emprego e da inovação que pode trazer aos territórios. Quer na sua dimensão económica, quer na sua dimensão social, o empreendedorismo deve ser considerado um importante fator de mudança das economias e das sociedades. O envolvimento da população no processo de desenvolvimento local é incontornável, uma vez que apenas indivíduos implicados podem contribuir com a sua participação e com a partilha de interesses em comum. O empreendedorismo, enquanto instrumento relevante para o desenvolvimento dos

territórios, gera valor acrescentado, não só combatendo o desemprego e fortalecendo o tecido económico regional, mas, também, por todas as dinâmicas sociais que nele estão implícitas e que constituem um suporte para a melhoria da qualidade de vida e bem-estar da população.

Metodologia

O Contexto Territorial do estudo

Enquanto NUT III, o Baixo Alentejo e a Província de Huelva, apresentam realidades demográficas distintas, o Baixo Alentejo é caracterizado como um território de baixa densidade, que não tem conseguido inverter a tendência da perda de população. Estima-se, que em 2017, residiam 518.830 indivíduos na província de Huelva e 117.868 no Baixo Alentejo. A densidade populacional no Baixo Alentejo, é estimada pelo INE português no valor de 13,9 habitantes por km², enquanto que, a província de Huelva, ronda os 51,2 habitantes por km². Em ambas as regiões, a concentração de população nas cidades é maior, mas é notória a dissemelhança entre o fenómeno de urbano em Huelva e Beja.

Figura 1 – Localização das NUTIII Beja e Huelva no mapa da Península Ibérica



Fonte:

http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal_web/web/temas_ambientales/programas_iniciativas_europeas/interreg/interreg_iv_a/ambito_poctep.jpg

Em 2011 residiam 147.808 pessoas na cidade de Huelva, enquanto que na cidade Beja residiam 25.148 indivíduos. A Província de Huelva e o Baixo Alentejo combinam realidades distintas em termos de densidade demográfica, ou seja, a existência de territórios rurais fracamente povoados e de zonas urbanas onde a concentração populacional é mais densa. A Província de Huelva beneficia de uma forte atividade turística proporcionada pela proximidade do mar, espelhando o modelo da Península Ibérica, caracterizado pelo povoamento mais denso dos territórios situados litoral. Pode verificar-se que o Baixo Alentejo apresenta um saldo natural da população negativo (-939 pessoas, em 2017), enquanto que a província de Huelva apresenta valores positivos relativamente a este indicador (mais 236 pessoas).

No que se refere à “demografia das empresas”, em 2016, nasceram no Baixo Alentejo (NUT III) 1.885 empresas, o correspondente, a 16,4% das 11.476 que iniciaram atividade no Alentejo. O setor predominante em que foram iniciadas atividades na NUT III, foi a Agricultura, produção animal, caça, florestas e pescas, contabilizando 479 empresas, o que se traduz em 25,4% do total de empresas fundadas no Baixo Alentejo. (INE, 2018). O segundo setor com mais empresas nascidas no Baixo Alentejo foi as Atividades administrativas e dos serviços de apoio, seguido do Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos e do Alojamento, restauração e similares.

Na província de Huelva nasceram, em 2016, 8.266 empresas, sendo o setor predominante o dos serviços, seguido do comércio e a seguir das empresas do setor da construção (Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2018). Apesar dos números globais de criação empresarial serem diferentes, ou seja, tratam-se valores com escalas bastante distintas, a dinâmica de aumento de criação de novas empresas é semelhante e tem vindo a aumentar de forma constante nos últimos 5 anos, quer na cidade de Beja e no Baixo Alentejo, quer na cidade de Huelva e na província de Huelva (INE, 2018; Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, 2018).

Opção Metodológica e Procedimentos de Recolha de Dados

Para satisfazer os objetivos definidos para o estudo, a saber:

- a) Identificar e caracterizar a atividade das entidades de apoio e/ou incentivo à dinâmica empreendedora existentes em Beja e Huelva;
- b) Caracterizar o perfil dos jovens empreendedores e com atividade empresarial criada há 5 ou menos anos em Beja e Huelva;
- c) Identificar e comparar as representações de êxito/ sucesso tidas por estes empreendedores, bem como, sobre a influência e o apoio do ecossistema envolvente para o seu percurso empreendedor,

Foi seguida uma metodologia extensiva de pesquisa sustentada em procedimentos de observação direta, documental e indireta, via inquérito por questionário aplicado à população de empreendedores que foram identificados e/ou apoiados pelas entidades de apoio ao empreendedorismo sedeadas em Beja e em Huelva, nos últimos 5 anos. A recolha de dados decorreu entre março e junho de 2018, sendo que o questionário foi aplicado *online*.

O principal instrumento de recolha de informação utilizados foi: o inquérito por questionário. O guião do questionário foi, antes da aplicação, previamente validado recorrendo aos procedimentos normalizados para o efeito: validação feita por um painel de especialistas, das áreas científicas das ciências empresariais e sociais, seguida, de um ensaio realizado a um conjunto de unidades de análise retiradas do universo, selecionado por conveniência. Na aplicação do pré-teste avaliou-se a pertinência, fiabilidade interna e adequabilidade das questões colocadas.

O questionário aplicado aos empreendedores foi dividido em 4 partes:

- 1) O perfil do(a) empreendedor(a)
- 2) O perfil da empresa
- 3) Representações sobre a definição de êxito/sucesso e sobre os fatores que influenciam o êxito/sucesso no projeto empreendedor/empresarial
- 4) Opinião sobre o apoio do ecossistema

Os questionários foram aplicados a uma população de 84 empreendedores em Beja e de 100 em Huelva. A taxa de retorno situou-se, em termos globais, na ordem dos 34 %.

Para a análise dos dados obtidos procedeu-se, em primeiro lugar: 1) à organização da informação com o apoio das aplicações *Excel* e *SPSS versão 24.0*, e, em seguida, 2) à dos dados com recurso às técnicas de estatística descritiva.

Resultados

As entidades de apoio ao empreendedorismo em Beja e em Huelva

A respeito do ecossistema empreendedor podemos assinalar a existência de um conjunto de estruturas de apoio ao empreendedorismo presentes quer no território andaluzo, quer no território alentejano. São várias as entidades que apoiam e estimulam as atividades empresariais, desde os apoios financeiros provenientes dos quadros comunitários, a ações de carácter informativo que preconizam estimular a comunidade para o empreendedorismo. No caso do Concelho de Beja, atuam no território as seguintes entidades:

- Alentejo XXI, Agência de Desenvolvimento Regional do Alentejo, Associação Nacional de Jovens Empresários de Évora, Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo, Comunidade Intermunicipal do Baixo Alentejo, Gabinete de Desenvolvimento Empreendedorismo e Inovação - Câmara Municipal de Beja, Incubadora do Instituto Politécnico de Beja, Instituto Português do Desporto e Juventude de Beja, Núcleo Empresarial da Região de Beja.

O apoio que é prestado aos empreendedores é diverso e de acordo com as entidades promotoras, as medidas, os objetivos, os destinatários e os componentes do projeto.

Em relação ao município de Huelva salientam-se as seguintes entidades:

- Centro de Apoio ao Desenvolvimento Empresarial (CADE), Câmara de Comercio, Huelva Impulsa (Diputación de Huelva), Associação de Jovens Empresários (AJE) e Cátedras Universidade de Huelva.

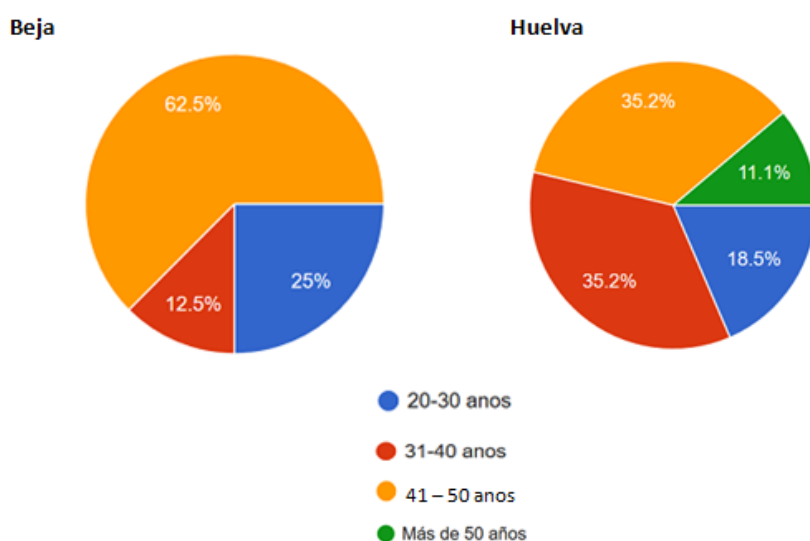
As várias medidas traduzem-se no apoio financeiro, no estímulo, na disponibilização de informação e incentivo ao empreendedorismo.

O perfil dos jovens empreendedores e com atividade empresarial criada há 5 ou menos anos em Beja e Huelva

O perfil biográfico

No que respeita ao perfil do empreendedor, é possível verificar em relação à idade, que em Beja, 62,5% têm entre 41 e 50 anos, 25% entre 20 e 30 anos e 12,5% entre 31-40 anos. No caso de Huelva 35,2% possuem entre os 31-40 anos e a mesma percentagem dos inquiridos apresenta entre os 41 e 50 anos. Seguidamente contabilizam-se os indivíduos entre os 20 e 30 anos, que representam 18,5% dos inquiridos, contrariamente aos inquiridos de Beja, em Huelva salienta-se a existência de 11,1% dos inquiridos com idade superior a 50 anos.

Figura 2 – Representação gráfica das idades dos empreendedores inquiridos em Beja e de Huelva



Fonte: Inquéritos aplicados, junho 2018.

Quanto ao género, 37,5% e 38,9% dos inquiridos são mulheres, respetivamente em Beja e Huelva. Verificou-se, que 62,5% dos inquiridos de Beja e 50% dos inquiridos de Huelva possuem precedentes empreendedores nos familiares mais próximos.

Quando questionados acerca da participação em formação na área do empreendedorismo/criação de empresa, 37,5% dos empresários apoiados em Beja e 51,9% dos empresários apoiados em Huelva afirmaram ter tido formação.

No que respeita à avaliação que fazem do seu percurso empreendedor constata-se que 75% dos inquiridos de Beja e 64,8% dos empresários de Huelva afirma ser mais feliz sendo empreendedor.

Tabela 1 – É mais feliz sendo empreendedor(a) do que não o sendo?

	Beja	Huelva
Sim, sou mais feliz	75%	64,8%
Não sou mais feliz	25%	35,2%

Fonte: Inquéritos aplicados, junho 2018.

O perfil da empresa

A análise ao perfil da empresa permitiu observar, em relação aos setores de atividade, que no caso de Beja, os empreendedores apoiados iniciaram atividade maioritariamente na área das TIC e Comunicações e/ou Economia digital.

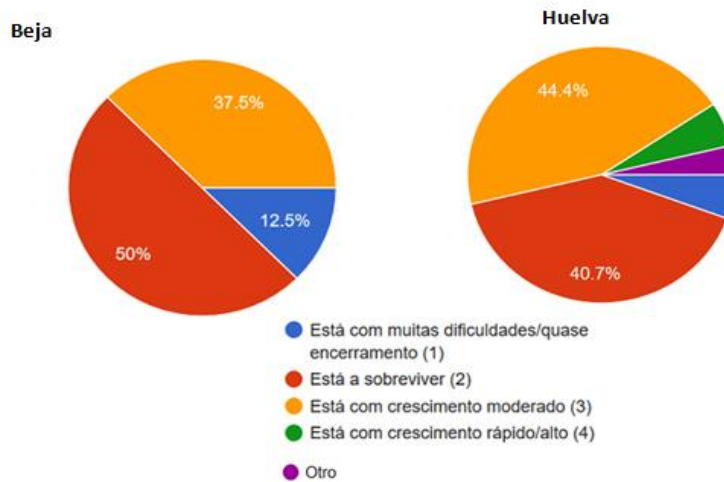
Os empreendedores de Huelva apesar de apresentarem setores mais diversificados, os mais representativos, ambos com uma percentagem de 20,4%, foram o setor das TIC e Comunicações, Economia digital e o setor do Turismo, Cultura e Lazer.

A maior percentagem de empresas tem entre 2 e 4 anos, em Beja 50% e 37% em Huelva. Em Beja verifica-se que 25% das empresas apoiadas encontram-se, ainda, em fase incubação, enquanto que em Huelva a percentagem de empresas nesse patamar representa 9,3%.

Em relação à dimensão, registou-se que 87,5% em Beja e 94,4% em Huelva das empresas apoiadas são microempresas (1 a 9 trabalhadores).

Metade dos empreendedores de Beja afirmaram que a sua empresa se encontra a sobreviver e 40,7% dos empresários de Huelva estão na mesma situação, no entanto, verifica-se que, em 37,5% das empresas apoiadas em Beja e 44,5% das empresas de Huelva apresentam um crescimento moderado.

Figura 3 – Situação atual das empresas apoiadas em Beja e Huelva



Fonte: Inquéritos aplicados, junho 2018.

Representações tidas sobre a definição de êxito/sucesso e sobre os fatores que influenciam o êxito/sucesso no projeto empreendedor/empresarial

Quando questionados acerca dos possíveis significados de êxito/sucesso, os empresários de Beja destacaram a excelência como o **aspecto mais importante**; já os empreendedores de Huelva consideraram como essencial a auto-realização. Quer os empresários portugueses, quer os empresários espanhóis indicaram a inovação como o **aspecto menos importante** para o sucesso.

Acerca da relevância das **capacidades/características do empreendedor para o êxito/sucesso**, os empreendedores das duas regiões concordaram que a perseverança é a característica mais relevante. Em Beja, a sociabilidade foi considerada a **característica menos relevante** e em Huelva foram a criatividade e a qualificação.

No que respeita aos **fatores que podem influenciar o êxito/sucesso do projeto** os resultados foram unânimes, verificando-se que em Beja e Huelva, contar com bons recursos humanos foi o **fator assinalado como mais importante** e a dimensão da empresa foi considerado o **fator menos importante**.

Opinião sobre o apoio do ecossistema envolvente

O apoio do ecossistema foi outra dimensão analisada, 25% dos empresários de Beja e 46,3% dos empresários de Huelva afirmaram ter tido apoio governamental, contudo, 87,5% dos inquiridos em Beja e 66,7% dos inquiridos em Huelva disseram que as

políticas e medidas não apoiam os empreendedores e a maioria considerou que o papel do governo deve ser dar apoio financeiro (87,5% Beja e 75,9% Huelva).

Em relação ao apoio por parte das instituições de ensino superior, 25% dos empresários afirmou ter sido apoiado pelo Instituto Politécnico de Beja e em Huelva 14,8% dos inquiridos tiveram apoio da Universidade de Huelva. Apenas 25% dos inquiridos em Beja e 22,2% dos empresários de Huelva consideraram que o sistema educativo tem influência no desenvolvimento de sonhos e projetos individuais.

Conclusão

O ecossistema empreendedor influencia o desenvolvimento de atividades económicas e sociais, através do apoio e do estímulo que as entidades podem fornecer à comunidade. A pesquisa que se apresentou centrou-se na análise da influência do ecossistema local nas dinâmicas de empreendedorismo comparando o caso dos empreendedores apoiados em Beja e em Huelva, entre 2013 e 2017. Pretendeu-se conhecer o perfil do empreendedor, analisar o perfil das empresas, identificar e comparar as representações de êxito/sucesso dos empreendedores e perceber a influência e o apoio do ecossistema local no percurso empreendedor.

No que se refere ao perfil do empreendedor, o mesmo apresenta semelhanças quanto à idade, género e precedentes empreendedores nos familiares mais próximos. Em Huelva é possível verificar que a amostra de inquiridos apresenta uma maior percentagem no que se refere à participação em formação na área do empreendedorismo/ criação de empresa. A maioria dos inquiridos, quer de Huelva, quer de Beja, consideram que são mais felizes sendo empreendedores.

Relativamente ao perfil da empresa, Huelva apresenta um perfil mais diversificado de áreas económicas de constituição de empresa e predominam, nos dois casos, as microempresas. Quanto à situação atual da empresa, a maioria dos empreendedores das duas regiões afirma que a empresa está a sobreviver ou com um crescimento moderado.

No que se refere às representações sobre o êxito/sucesso, os empreendedores de Huelva consideraram que a autorrealização é o aspeto mais importante associado ao êxito, enquanto os empreendedores de Beja referiram a excelência, no entanto, ambos consideraram que a inovação é o aspeto menos relevante associado ao êxito/sucesso. A perseverança foi destacada pelos empresários portugueses e espanhóis como a característica mais relevante para o êxito. Tendo em conta outros fatores associados ao êxito, em ambas as regiões, o facto de contar com bons recursos humanos foi

considerado o aspeto mais importante, enquanto que, o facto da empresa ser grande foi considerado pela maioria da amostra como o fator menos importante.

Quanto ao apoio governamental, o mesmo não é expressivo para os inquiridos e em ambas as regiões os empreendedores consideraram que as políticas e as medidas públicas existentes não apoiam os empreendedores, referindo também, que o papel do governo deve ser o de dar apoio financeiro. No que se refere à influência do sistema educativo no desenvolvimento de sonhos e projetos individuais apenas sensivelmente um quarto da amostra considerou esta influência como positiva. Para a maioria dos empresários a influência do ecossistema envolvente (entenda-se apoio estatal, estruturas de apoio existente e estrutura de formação do espírito empreendedor) é ainda insuficiente. Não existem estratégias articuladas de atuação entre os diversos atores o que constitui segundo os empresários um fator acrescido de dificuldade à sua atuação quando deveria ser, por oposição, um fator facilitador.

Apesar das diferenças históricas e socioculturais partilhadas por Beja e Huelva, e que ajudam a interpretar as diferenças nas representações assumidas pelos empreendedores face a dimensões chave do processo da criação e dinâmica empresarial, a verdade é que a relação com o ecossistema envolvente é muito semelhante e apresenta dificuldades comuns: falta ainda uma cultura de trabalho articulado em benefício da edificação de uma verdadeira cultura empreendedora que fomente a educação empreendedora e/ou para o empreendedorismo e que apoie e incentive quem quer se tornar empreendedor.

Notas

Por decisão pessoal, os autores do texto escrevem segundo o novo acordo ortográfico.

¹ Seguindo a aceção defendida por Amaro (2003, p. 66): “(...) libertação dos «invólucros», «envolvimentos», «rolos», «embrulhos» que impedem a libertação e a realização das sementes e das potencialidades embrulhadas nos indivíduos, nos grupos sociais e nas sociedades.”

Referências

- Amaro, R. R. (2003). Desenvolvimento – Um conceito ultrapassado ou em renovação? Da teoria à prática e da prática à teoria. *Cadernos de Estudos Africanos*, 4, pp. 36-68.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of Cultural Practices for Entrepreneurial Behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44(4), pp. 334-362.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), pp. 1–26.
- Banha, F. (2016) Educação Para o Empreendedorismo - O Triunfo dos Empreendedores. Lisboa: Bnomics
- Cabugueira, A. (2000). Do desenvolvimento regional ao desenvolvimento local. Análise de alguns aspectos de política económica regional. *Gestão e Desenvolvimento*. 9, pp. 103-136.
- Caetano, A., Santo, S. & Costa, S. (2012). *Psicologia do Empreendedorismo – Processos, Oportunidades e Competências*. Lisboa: Editora Mundos Sociais.
- Corvelo, S., Moreira, P. & Carvalho, P. (2001). *Redes Interorganizacionais*. Lisboa: INOFOR.
- De Clercq, D., Lim, D., & Hoon Oh, C. (2013). Individual-Level Resources and New Business Activity: Contingent Role of Institutional Context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), pp. 303–330.
- Dees, J. G. (1998). *The meaning of “Social Entrepreneurship”*. Kansas: Kauffman Foundation and Stanford University
- Dubini, P. (1989). The influence of motivation and environment on business starts-ups. *Some hints for public policies*. *Journal of Business Venturing*, 4(1), pp. 11–26.
- Edwards, L., & Muir, E. (2012). Evaluating enterprise education: why do it? (V. Harte, Ed.) *Education + Training*, 54(4), pp. 278–290.

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32 (7), pp.569-593.
- Fayolle, A., Basso, O., & Bouchard, V. (2010). Three Levels of Culture and Firms' Entrepreneurial Orientation: A Research Agenda. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(7-8), pp. 707-730.
- García-Cabrera, A. M., García-Soto, M. G. (2008). Cultural Differences and Entrepreneurial Behavior: An Intra-Country Cross-Cultural Analysis in Cape Verde. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(5), pp. 451-483.
- Gautam, M. & Singh, S. (2015). Entrepreneurship education: concept, characteristics and implications for teacher education. *Shaikshik Parisamvad (An International Journal of Education)*. 5(1). pp - 21-35.
- GEM (2015). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo 2014/15. EUROACE. Cáceres: Fundación Xavier de Salas. Ediciones La Coria. Colección de Estudios Económicos de Extremadura. Disponível em: <file:///C:/Users/saude/AppData/Local/Temp/gem-spain-euroace-2014-2015-report-1461575900.pdf>
- Jones, C., Matlay, H., Penaluna, K., & Penaluna, A. (2014). Claiming the future of enterprise education. *Education + Training*, 56(8/9), pp. 764-775.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education: What, Why, When, How*. Paris: OECD. Disponível em: http://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf.
- Hechavarría, D. M. (2016). The Impact of Culture on National Prevalence Rates of Social and Commercial Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), pp. 1025-1052.
- Hechavarría, D., & Reynolds, P. (2009). Cultural Values and Business Start-ups: The Impact of National Values on Necessity and Opportunity Entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), pp. 417-437.

- Hofstede, G. (1993). Cultural Constraints in Management Theories. *Academy of Management Executive*, 7(1), pp. 81-94.
- Hofstede, G. H., Noorderhaven, N. G., Thurik, A. R., Wennekers, A., Uhlaner, L., & Wildeman, R. E. (2004). Culture's role in entrepreneurship: Self-employment out of dissatisfaction. *Innovation, Entrepreneurship and Culture: The Interaction between Technology. Progress and Economic Growth*, pp. 162–203.
- Kent, C. A. (1984). *The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books.
- Liñán, F., Urbano, D., & M. Guerrero (2011). Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-up Intentions of University Students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3-4), pp. 187–215.
- Loué, C., & Baronet, J. (2012). Toward a new entrepreneurial skills and competencies framework: a qualitative and quantitative study. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 17(4), pp. 455
- Mações, M. (2017). *Empreendedorismo, Inovação e Mudança Organizacional*. Lisboa: Actual Editora
- Martinho, C. (2003). *Redes – Uma introdução às dinâmicas da conectividade e da autoorganização*. Brasília: WWW-Brasil. Disponível em: http://www.cisguanabara.unicamp.br/redeagroecologia/arquivos/biblredes/redes_wf.pdf
- McKeever, E., Jack, S., & Anderson, A. (2015). Embedded Entrepreneurship in the Creative Re-construction of Place. *Journal of Business Venturing*, 30(1), pp. 50-65.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), pp. 55–70.
- Nussbaum, M. (2000). *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. New York: Cambridge University Press.

QAA. (2012). *Enterprise and entrepreneurship education: Guidance for UK higher education providers*. Gloucester, UK: Quality Assurance Agency for Higher Education.

Disponível em: <http://www.qaa.ac.uk/en/Publications/Documents/enterprise-entrepreneurship-guidance.pdf>

Redford, D. T. (2013). *Handbook de Educação em Empreendedorismo no Contexto Português*. Porto: Universidade Católica Editora.

Reis, J. (1998). Interior, desenvolvimento e território. In Pinto, José Madureira & Dornelas, António (Ed.) *Perspectivas de Desenvolvimento do Interior*. Lisboa: Imprensa Nacional. Disponível em:

http://jorgesampaio.arquivo.presidencia.pt/pt/biblioteca/outros/interioridade/2_1.html

Stephan, U., & Uhlaner, L. (2010). Performance-Based vs. Socially-Supportive Culture: A Cross-National Study of Descriptive Norms and Entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41, pp. 1347-1364.

Uhlaner, L. M., & Thurik, A. R. (2007). Post-Materialism: A Cultural Factor Influencing Total Entrepreneurial Activity Across Nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), pp. 161-185.

Veciana, J. M., & Urbano., D. (2008). The institutional approach to entrepreneurship research. Introduction. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), pp. 365-379.

Wennekers, S., Thurik, R., Van Stel, A., & Noorderhaven, N. (2007). Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976–2004. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), pp. 133–160.

Websites consultados

<https://www.ine.es/>

<https://ine.pt/>

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia>