

Emigrar, aguardar e empreender. (Des)apoios na Europa¹

José Carlos Meneses Rodrigues

- Doutorado em História da Arte
- Docente no Instituto de Estudos Superiores de Fafe – Portugal
 - Coordenador da Licenciatura em Turismo
 - Coordenador da *Revista Científica da ESE de Fafe*
- Investigador no CEPESE (Centro Estudos População Economia Sociedade) - Universidade Porto (Portugal)
 - Projeto *Empreendedorismo dos empresários portugueses em Andorra, Nice, Mónaco e Londres* (2010 - agosto 2015)
 - Projeto *Empreendedorismo do empresariado português na Europa* (2015-2020)
 - Linha de investigação *Património e Turismo* (2015-2020)
- (+351) 253 509 000 | (+351) 918 756 383 |
- carlosmeneses@iesfafe.pt | meneses.jc@gmail.com

Resumo: O empreendedorismo português na UE é um assunto pouco estudado. Recorre-se ao Projeto *Empreendedorismo dos empresários portugueses em Andorra, Nice, Mónaco e Londres*, cuja amostra é de 124 inquéritos e 30 entrevistas, que servem as metodologias quantitativa e qualitativa. Objetivos a reconhecer: o processo de mudança de estatuto; os recursos financeiros e humanos usados na formação da empresa; a clientela e os fornecedores; as propostas de melhoramento de questões de maior sensibilidade; a equação do regresso a Portugal. O empreendedorismo tem uma expressão mais aceitável em Londres e em Andorra que em Nice e Mónaco.

Palavras-chave: Imigração. Empresa. Empreendedorismo.

Emigration, wait and entrepreneurship. (Lack of) support in Europe.

Abstract: Portuguese entrepreneurship in the EU is a subject which has received little attention from researchers. We have used the Project *Empreendedorismo do empresariado português em Andorra, Nice, Mónaco e Londres* whose sample of 124 surveys and 20 interviews serves both quantitative and qualitative methodologies. Objectives to be considered: the process of status change; financial and human resources used when starting

¹ Comunicação oral no “Congresso Internacional Empreendedorismo Migrante” (31 julho-1 agosto 2015, Porto).

the company; clients and suppliers; improvement proposals regarding sensitive issues; the equation of returning to Portugal. Entrepreneurship has a larger expression in London and Monaco than in Nice/Monaco.

Keywords: Immigration. Company. Entrepreneurship.

Siglas e acrónimos

CE – Comissão Europeia

PEEP – Projeto *Empreendedorismo dos empresários portugueses em Andorra, Nice, Mónaco e Londres (Bairro de Stockwel)*

PME – Pequenas e Médias Empresas

RU – Reino Unido

UE – União Europeia

Introdução

O estudo baseia-se no PEEP (2010 e agosto de 2015), área que carece de mais investigação na UE e em países de outros continentes onde seja considerável o empreendedorismo português; o projeto tem continuidade até 2020.

Reside aqui a relevância do artigo, porque há necessidade de aproveitar os resultados dos dados obtidos nos inquéritos e entrevistas semiestruturadas, de forma a obter-se uma mancha ampla sobre a proficiência do emigrante empreendedor português².

Numa breve alusão à revisão da literatura produzida nos últimos cinco anos, destacamos: i) o portal do projeto (PEEP) onde se arrolam, entre outros, a análise descritiva (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>) e a análise de conteúdo (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre/analise-de-conteudo-disponivel/view>) das cidades que incluem o estudo e duas dissertações de mestrado; ii) A CE (<https://infoeuropa.eu/ocid.pt/registo/000051536/>) divulga um desafio “mais empreendedores para a Europa através do Plano “Ação Empreendedorismo 2020”, que contribuirá para a escola e o mundo empresarial convergirem em objetivos: a escola vai à empresa mas deseja-se que a empresa vá à escola, num esforço que possa congrega os dois mundos; iii) A compreensão do empreendedorismo na OCDE (2010): o tributo potencial dos empreendedores migrantes para as economias dos países de acolhimento

² Joana Rego é eleita entre as melhores gestoras do Reino Unido, na revista *Management Today*, em parceria com a *Accenture*: 35 mulheres, no máximo com 35 anos, que “estão a liderar tendências e devem ser celebradas em toda a indústria” por serem gestoras de topo no Reino Unido (<http://www.noticiasao minuto.com/pais/418297/conheca-a-portuguesa-eleita-entre-as-melhores-gestoras-do-reino-unido>).

interessa aos decisores políticos, posição inestimável para o crescimento da economia nacional e incentivo ao crescimento; iv) Numa das dissertações de mestrado (COELHO, 2013) - *Obstáculos ao empreendedorismo emigrante português em Andorra* -, apoiada nos dados do PEEP, afloram-se as dificuldades na criação do negócio: culturais; educacionais; políticas e institucionais (burocrático-legais, o recurso ao crédito e a legalização da empresa); v) O tema *Empresários portugueses no Luxemburgo, uma primeira aproximação* é um estudo que complementa os objetivos do PEEP. O aspeto mais relevante é o facto de os empreendedores portugueses inquiridos (156) transmitirem uma ação diferenciadora das nossas quatro cidades: “(...) a quase totalidade dos inquiridos (99,3%) comprou uma empresa já existente, e só uma minoria percorreu todo o processo de criação de uma empresa (MARQUES, 2015, p. 13).

A literatura utilizada neste estudo vinca a identificação da problemática que consiste em revelar o desenvolvimento do empreendedorismo emigrante português, limitado a quatro espaços, com a possibilidade de o alongar até 2020.

Clarificamos os objetivos na senda do que falta saber (CANDEIAS, FERREIRA, PEIXOTO, 2014, p. 11-31): i) perfilhar a capacidade de empreendedorismo dos empresários portugueses; ii) identificar as áreas empresariais mais reconhecidas; iii) compreender o lapso de tempo decorrido até à formação da empresa; iv) explicar a existência de apoios dos países de acolhimento; v) caracterizar o tipo de negócio do emigrante português nos polos definidos; vi) legitimar as propostas de melhoramento setorial exigidas para as regiões onde desenvolvem as suas atividades; vi) compreender a vontade do regresso a Portugal e inerentes constrangimentos.

Metodologicamente: i) servimo-nos do RCAAP (Repositório Científico de Acesso Aberto de Portugal) e do *Observatório da Emigração*; ii) recorreremos aos estudos produzidos no âmbito do PEEP: um congresso, no início do projeto, e duas teses de mestrado desenvolvidas no mesmo contexto; iii) servimo-nos dos resultados obtidos nos 124 inquéritos (51 em Londres, 51 em Andorra e 22 em Nice/Mónaco) destinados a empresários portugueses – num trabalho de campo realizado em 2013 -, e da análise de conteúdo de 30 entrevistas semiestruturadas alcançadas no grupo empreendedor.

O desenvolvimento teórico-prático assenta nos tópicos: O empreendedorismo não tem pátria; Os pareceres (des)ajustados dos responsáveis europeus; Os apoios financeiros na Europa ao empreendedorismo imigrante; A criação da empresa e a relação com o mercado; Empreender mais e melhor; Projeto para (não) regressar a Portugal.

Alguns quadros do estudo do PEEP – qui designadas por tabelas - não foram incluídos devido à sua extensão.

1. O empreendedorismo não tem pátria

Esta temática exige um conhecimento da diáspora e, principalmente, dos movimentos migratórios ao longo da história; um paradigma da contemporaneidade é o caso judeu; mas a partir de 1980, passa a designar outros êxodos forçados ou voluntários (DIOGO, 2014, p. 33). Com o problema que a Europa vive, neste momento (set. 2015 - migração massiva do Médio Oriente, do Magrebe e da África subsariana para a Europa), coloca-se uma interrogação: com um desemprego elevadíssimo, que benefícios poderão advir desta migração? Não teremos aqui, dentro de anos, um campo do empreendedorismo a explorar?

O empreendedorismo é uma benesse para os países de acolhimento, cujos empresários e governantes veem neste conceito a capacidade de criar emprego e riqueza (GONÇALVES, PEREIRA, COELHO, 2014, p. 121). Para um agregado amplo de investigadores, há uma envolvimento favorável ao desenvolvimento de políticas atrativas ao empreendedorismo: i) o conhecimento que os empresários imigrantes possuem do seu país pode ser crucial para as empresas portuguesas que pretendem internacionalizar actividades; ii) são ativadas redes de produção e comerciais, que geram a melhoria das condições económicas dos países de origem; iii) os empresários imigrantes podem “abrir mercados” (CANDEIAS, FERREIRA, PEIXOTO, 2014, p. 19).

A Europa é associada, também, ao reverso da medalha - no enredo da perspectiva negativa: i) falta de ambição política, estratégia e liderança³; ii) falta de confiança nos próprios valores⁴; iii) risco de redução a um simples mercado comum; iv) perda de importância geoestratégica; v) estagnação económica; vi) distância das populações na tomada de decisões; vii) défice democrático; viii) desinteresse e desconhecimento dos cidadãos; ix) secundarização no debate (HORTA, 2008, p. 8-9).

Sócrates (c. 470 a.C.-399 a.C.) citado em Ferreira (2014, 35) proferiu: “- Não sou ateniense nem grego, mas sim um cidadão do mundo.” – entrosamento capital para os dirigentes da UE centrarem as políticas de desenvolvimento de forma a equilibrar o sul com o norte da Europa e desenho de convergências com as potências mundiais de outros continentes.

2. Os pareceres (des)ajustados dos responsáveis europeus

Os empresários imigrantes fomentam oportunidades sociais para outros imigrantes, criam mais liderança social, aumentam a autoconfiança e promovem a coesão social, revitalizando ruas e bairros. Há necessidade de reconhecer:

³ Veja-se a situação crítica, depois de 2008, dos países do sul da Europa – Portugal, Espanha e Grécia.

⁴ Refugiados na Europa.

(...) o potencial do espírito empreendedor dos imigrantes para promover o crescimento económico no âmbito da Estratégia Europa 2020; (...) o potencial do espírito empreendedor dos imigrantes para criar emprego e incluí-lo na Estratégia Europeia para o Emprego. Atualmente, esta estratégia põe a tónica apenas no emprego remunerado como forma de integração dos imigrantes (...)
http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf.

A promoção do empreendedorismo transnacional dará apoio aos empresários que operam tanto nos Estados-membros da UE como nos países parceiros. Há ainda outros fatores, como a possibilidade de criação de emprego nos países de origem e benefícios em termos de integração dos migrantes e de aumento do comércio entre países (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf). Porque a “A única coisa a temer é o próprio medo.” – como afirmou Roosevelt, tendo o Papa João Paulo II sido ainda mais direto, com imperativo e exclamação: “- Não tenhais medo!” (FERREIRA, 2014, p. 259).

O perfil geral dos empresários, no entendimento da mesma fonte (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf), tanto imigrantes como autóctones, era semelhante: ambos do sexo masculino, com qualificações, e mais de três em cada quatro tinham idade superior a 35 anos. É um valor aproximado nos empreendedores portugueses quando criaram a empresa: globalmente, a média cifrava-se em 35 anos; o mais novo tinha 17 anos e o mais velho 60 anos (Tabela 1)

Tabela 1. Idade dos empresários quando criaram a empresa, por local de emigração e por sexo

Idade	Total (N=120)	Andorra (N=50)	Londres (N=49)	Nice/Mónaco (N=21)	Masculino (N=73)	Feminino (N=47)
Média	34,93	34,98	34,61	35,57	34,40	35,77
Desvio Padrão	8,976	9,524	7,874	10,376	8,779	9,307
Mínimo	17	17		22	17	21
Máximo	60	59	18	60	60	56
			56			

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

Os empresários imigrantes e autóctones eram, em média, mais velhos do que os trabalhadores assalariados. Esta ocorrência pode ser explicada pela necessidade de

acumular suficiente capital social e físico, bem como experiência, antes de criar uma empresa.

Os empresários imigrantes tinham um nível de educação médio superior ao dos empresários autóctones (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf). Nos inquiridos do nosso projeto, a análise da escolaridade por sexo (Quadro 2. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>) indicava que o nível de ensino, com percentagens mais elevadas nos homens, era o 2º ciclo do ensino básico (38,4%), ao passo que, para as mulheres, o 2º e o 3º ciclos surgiam com percentagens mais aproximadas (34,7% e 30%, respetivamente). Por sua vez, o ensino superior tinha mais expressão nas mulheres do que nos homens (12,2% e 4,1%, respetivamente). Os empreendedores portugueses apresentavam 72,3% no 3.º ciclo e no secundário, com praticamente o dobro no 3.º Ciclo, que era o mais representativo, sinal indelével de que as qualificações escolares não são um obstáculo para enfrentar os desafios profissionais, o que não impede a exigência de formações.

Tabela 2. Escolaridade dos inquiridos, frequência e percentagem por sexo

Sexo	1.º Ciclo		2.º Ciclo		3.º Ciclo		Secundário		Superior		Global	
	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
Masc.	19	26	28	38.4	13	17.8	10	13.7	3	4.1	73	59.8
Fem.	6	12.4	17	34.7	15	30.6	5	10.2	6	12.2	49	40.2

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

Na obtenção de formação complementar por local de emigração (Tabela 3), tanto em Andorra como em Londres, a maior percentagem correspondia à situação em que não tinha sido obtida qualquer formação complementar (68,6% e 60%, respetivamente); em Nice/Mónaco, a distribuição entre as duas opções foi mais equitativa (sim: 45,5% e não: 54,5%). Apenas em Andorra existe uma diferença significativa a favor da não obtenção de formação complementar (sim:16, não:35) e que, em Londres e em Nice/Mónaco, estas diferenças não se verificaram.

Tabela 3. Formação complementar dos inquiridos, frequência e percentagem, por local de emigração

Formação	Andorra		Londres		Nice/Mónaco		Global	
	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
Sim	16	31.4	20	40	10	45.5	46	37.4
Não	35	68.6	30	60	12	54.5	77	62.6

Total	51	100	50	100	22	100	123	100
-------	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-----

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

O empreendedorismo é uma tendência mais valorizada a favor dos imigrantes do que nos autóctones, fator social motivador para fortalecer a sua autoconfiança. Peixoto (2008: p. 22) assevera que os autóctones rejeitam as fracas recompensas económicas e o baixo estatuto social associado a alguns trabalhos – aqueles que vieram a ser conhecidos como os três D (“sujos, perigosos e difíceis” - *dirty, dangerous and demanding*). Os imigrantes, mesmo em condições económicas deficientes, poderão melhorar o seu padrão anterior de vida ou, pelo menos, criar expectativas de mobilidade futura. A expressão favorável ao empreendedor imigrante foi partilhada pela OECD:

Migrants in OECD countries are on average slightly more entrepreneurial than natives: (...). In countries such as Australia, the United Kingdom, France, Belgium, Denmark, Sweden and Norway, the share of entrepreneurs in total employment is 1.5 to 2.9 percentage points higher for migrants compared with natives (...). On the contrary, Portugal, Spain, Italy, Greece, Ireland, Germany, Austria and Switzerland are characterised by a relatively lower migrant self-employment rate (OECD, 2013: p. 26).

Existem dados provenientes do Reino Unido que estimam que, anualmente, o contributo destas empresas para a economia britânica foi de 25 mil milhões de libras esterlinas, o equivalente a 6 % do valor acrescentado bruto das PME (430 mil milhões de libras esterlinas em 2007) (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf).

Remarcando os dois países, na França, em 2009, os imigrantes receberam 47,9 mil milhões de euros do Estado francês (prestações sociais, habitação, educação, etc.) tendo, em contrapartida, contribuído com 60,3 mil milhões de euros. No Reino Unido, os empresários imigrantes proporcionaram acesso direto a uma diáspora em crescimento, com um rendimento disponível estimado em mais de 30 milhões de euros, bem como novas oportunidades de negócio nos mercados mundiais como a Índia, a China e os países da África, das Caraíbas e da América Latina (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf).

Reitera-se a importância do *Plano de Acção Empreendedorismo 2020* – uma esperança económica e social - construído em três pilares principais: i) educação e formação empresarial; ii) criação de um ambiente em que os empresários possam prosperar e crescer; e iii) desenvolver modelos e chegar aos grupos específicos cujo potencial empreendedor não está a ser aproveitado ao máximo, ou que não são atingidos por

evangelismo tradicional de apoio às empresas
(http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf).

3.Os apoios financeiros na Europa ao empreendedorismo imigrante

3.1 França

Dinh & Mung (2008, p. 101) apontaram as estratégias para contornar as restrições discriminatórias, que são numerosas; entre elas, a aquisição da nacionalidade francesa permanece a mais evidente e facilmente quantificável. Uma classe de pequenos empreendedores de origem estrangeira, desde 1984, impôs-se na sociedade de acolhimento durante as últimas três décadas compensando, parcialmente, a contínua diminuição do número de empreendedores naturais da França.

Em 1999 (DINH & MUNG, 2008, p. 102), o número de empresários imigrantes era de 166.222 – representando 10% de todos os empresários. O grupo mais significativo era o português (15,8% dos empresários imigrantes), seguido dos argelinos (11,3%) e dos marroquinos (10%). Estes correspondiam às populações imigrantes mais representativas em França (portugueses: 571.874; argelinos: 574.208; marroquinos: 522.504). Entre 1990 e 1999, os empresários imigrantes sofreram uma evolução muito diferente à do total da população empresária. O número total de empresários em França diminuiu para 163.804, representando um decréscimo de 9% enquanto o número de empresários imigrantes aumentou para 10.866 (+7%). Entretanto, a grande queda do número de empreendedores italianos e espanhóis foi compensada pelo significativo aumento do número de empreendedores provenientes de Marrocos (+5.781), Turquia (+2.630) e Portugal (+2.058).

3.2 Reino Unido

O Reino Unido constitui o principal destino da emigração em curso, e o mais importante polo de atracção dos emigrantes portugueses qualificados. Na geografia da diáspora lusa, revestem-se de grande importância as atividades étnicas na construção das paisagens da portugalidade.

Falamos de sucursais de empresas nacionais relacionadas com os serviços (...) de uma diversidade de estabelecimentos étnicos (restauração, comércio e serviços diversos como agências de viagens, livrarias). (...), a elevada concentração geográfica de imigrantes lusos e de atividades étnicas permite a delimitação de “bairro português” como sucede com (...) *Little Portugal* em Londres (...) (DIOGO, 2014, p. 41-42).

É uma base de empreendedorismo português “que vai imprimindo os seus referenciais culturais na paisagem mundial, principalmente em meio urbano, contribuindo para o mosaico cultural e para as relações interculturais nos países de acolhimento (DIOGO, 2014, p. 42).

Os imigrantes empreendedores enfrentam desafios como o acesso ao crédito das instituições financeiras; a ausência de familiaridade com os negócios e os mercados locais; e as políticas de vistos (OECD, 2013, p. 4-5).

Os 51 empresários portugueses contactados em Londres não se reveem, globalmente, no que a Irving & Co, London (<http://irvinglegal.co.uk/>) divulga: i) programas de apoio ao negócio; ii) e políticas estruturais de promoção *Entrepreneurship friendly environment*. Para viver e trabalhar no Reino Unido na categoria *Tier 1 Entrepreneur category*, o imigrante deve satisfazer os requisitos gerais: i) um investimento mínimo de £ 200.000 ou ter acesso a partir de £ 50.000; ii) um capital registado regulado pela *Financial Services Authority* ou iii) *Entrepreneurial Seed Funding Competitions* (endossos do Reino Unido TDI); iv) *UK Government* para estabelecer especificamente um negócio. Se o imigrante empreendedor assegurar um *Post Study Work Visa* ele é obrigado a ter £ 50,000 numa conta bancária regulamentada, disponível no Reino Unido.

3.3 Andorra

O acesso dos empreendedores portugueses foi mais facilitado com o acordo entre Portugal e Andorra, evoluindo com o acordo bilateral assinado entre Andorra e Portugal, relativo à *Entrada, Circulação, Estadia e Estabelecimento dos seus Nacionais*, que entrou em vigor a 1 de Setembro de 2008, apesar de, na prática, continuarem a existir constrangimentos (COELHO, 2013, p. 31).

“Andorra Desenvolvimento e Investimento (ADI)” é um organismo que promove o espírito empreendedor, disponibilizando infra-estruturas e soluções tecnológicas para que as empresas estabelecidas em Andorra sejam competitivas. Aposta no incentivo ao empreendedorismo, no financiamento e no acesso ao mesmo e, ainda, na promoção do conhecimento; ii) sobre o financiamento, por exemplo, este organismo coloca à disposição um programa para empreendedores, formado por três linhas: 1. Prémio INNOVADOR. 2. AndorraAngels (Investidores privados/Business angels). 3. Crédito os “blandos” com entidades financeiras (UNIVERSIA, 2013 citada em COELHO, 2013, p. 33). 4. O “Prémio INNOVADOR” é uma iniciativa do principado de Andorra que pretende desenvolver o talento dos empreendedores, premiando-os com um montante até 200 000 euros de prémio, bem como ajudas no financiamento para iniciar o projeto de empreendedorismo (COELHO, 2013, p. 35-36).

Concluindo, sobre os territórios que fazem parte do nosso PEEP, aguardam-se medidas que, na realidade, possam remover os óbices dos imigrantes empreendedores (OECD, 2010, p. 4):

(...). Specific admission policies for migrant entrepreneurs and investors can provide simplified channels of access, ensuring that foreign entrepreneurs and investors face no obstacles (...). Target support measures towards migrant entrepreneurs can help tackle specific problems faced by migrant entrepreneurs compared with natives in the development of business activities. (...) Among these are the reduction of obstacles to business creation and development and the promotion of the economic growth prospects of the country.

4. A criação da empresa e a relação com o mercado

Depois da chegada e inclusão no mercado de trabalho, os imigrantes empreendedores portugueses não se precipitaram na criação da empresa, na medida em que ocorreriam prejuízos se o processo fosse iniciado sem conhecer a legislação e todo o processo burocrático até à decisão. Foi fundamental a adaptação ao país de acolhimento – que a grande maioria reconhece –, com os contributos da vivência em família e a proximidade de familiares e amigos antes de emigrarem (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre/analise-de-conteudo-disponivel/view>).

4.1 Antes da decisão

A grande maioria decidiu criar a empresa mais de seis anos após ter chegado ao país de acolhimento (Quadro 48 do PEEP. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>): global: 68,5%; Andorra: 70,6%, Londres: 68,6%, Nice/Mónaco: 63,6%; masculino:66,7%, feminino: 71,4% (valor assinalável em relação ao masculino). Por territórios, a ordem ficou assim ordenada: Andorra (70,6); Londres (68,6); e Nice/Mónaco (63,6). Os dados sugerem a existência de um período de adaptação ao mercado de trabalho e às condições gerais de vida encontrados no país de acolhimento. Em termos globais, a decisão de criar uma empresa entre três a seis anos, após a chegada ao país de acolhimento, foi a segunda opção (13,7%), restando uma terceira (3,2%):

4.2 Os meios financeiros

No Quadro 51 do PEEP (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>), nota-se que os inquiridos recorreram a poupanças pessoais (60,5%) e ao empréstimo bancário (26,6%). Em Nice/Mónaco (poupanças pessoais - 63,6%; e empréstimo à banca - 22,7%); em Andorra e em Londres, deteta-se uma distribuição mais equitativa pelas duas opções (Andorra- poupanças pessoais: 43,1%; empréstimo à banca: 41,2%; Londres - poupanças pessoais: 41,2%; empréstimo à banca: 43,1%). Registe-se a baixa percentagem de financiamento com investimento de associados (2,0%), ou com investimento pessoal e de associados (2,0%), em Andorra e em Londres, indiciando que a maioria das empresas não tem sócios⁵.

4.3 A área de atividade

Nas atividades das empresas (Quadro 54 do PEEP. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>), por local de emigração, emergem três áreas⁶, correspondendo a 85,4% do valor total; a área com maior percentagem é a do alojamento, restauração e similares (53,7%), seguida do comércio por grosso e a retalho (17,9%) e de serviços (7,3%); a construção civil (9%, totalidade) revela-se com maior acuidade em Nice/Mónaco (36,4), manifestando-se, residualmente, no feminino (2%); indústrias transformadoras/carpintaria e atividades de consultoria, científicas e técnicas (1,6% cada); eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio, transportes e armazenagem, atividades administrativas, educação e atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas (0,8% cada).

Percebeu-se que Andorra e Londres estão em linha com os resultados globais, não sucedendo o mesmo com Nice/Mónaco. Não se encontraram diferenças entre as áreas de atividade das empresas de homens e mulheres, embora se destaque a área da construção civil como um domínio quase masculino.

4.4 Os recursos humanos

⁵ No Luxemburgo, em 156 inquiridos, há uma inversão: os recursos próprios rondaram 40,9% e crédito bancário chegou a 39,0%, valor mais significativo que no conjunto das cidades em estudo; os expedientes de familiares ou amigos resumem-se apenas a 7,1% (MARQUES, 2015, p. 15).

⁶ No Luxemburgo, os setores do comércio e da restauração - as atividades empreendedoras dos portugueses -, resultam sobretudo da identificação de oportunidades particulares no mercado de trabalho e menos de constrangimentos impostos ao percurso laboral do emigrante, como, por exemplo, o desemprego (MARQUES, 2015, p. 24).

As empresas de 85 inquiridos tinham 557 empregados portugueses (Quadro 64. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>). A maioria (67,6%) tem um número de empregados que varia entre um a cinco; 17,6% dos inquiridos têm entre 6 a 10 empregados; segue-se um número reduzido de inquiridos com um número de empregados que oscilam entre 11 e 100 (8%). Trata-se, predominantemente, de empresas de pequena dimensão.

A inferência por local de emigração indicou-nos, tanto em Andorra como em Londres, que a maioria tem entre um e cinco empregados (88,9% e 50%, respetivamente) e entre seis a 10 empregados, sendo este valor mais elevado em Londres (Londres:33,3%, Andorra:11,1%). Em Nice/Mónaco, continuam a ser maioritárias as empresas que têm entre um a cinco empregados (58,8%), sobressaindo com percentagens mais elevadas as empresas com 11 a 20 (17,6%) e 21 a 30 (11,8%)

70 empresários (82,4%) não tinham empregados contratados diretamente de Portugal. Os restantes (17,6%) ajustaram em Portugal uma pequena percentagem dos seus empregados (7,5%), sobretudo a partir de 2000; os empregados portugueses sobrantes foram contratados entre 2000 a 2007, assistindo-se a uma duplicação de contratações após 2007 – resultante do agravamento das condições de vida e do desemprego em Portugal.

4.5 A segmentação do mercado

4.5.1 A clientela

A clientela portuguesa é indiscutível para a sustentabilidade das empresas uma vez que, independentemente do local de emigração e do sexo dos inquiridos, os valores são sempre superiores a 40%, maioritariamente residentes nos respetivos locais de emigração. A percentagem da clientela portuguesa de Londres (média:58.92) é significativamente superior à de Andorra (média: 46.49) e à de Nice/Mónaco (média: 40.86) que não se diferenciam entre si; as empresárias têm, significativamente, mais clientes portugueses do que os empresários.

Tabela 4. Médias da percentagem de clientes portugueses por local de emigração e por sexo

Clientes portugueses	Andorra N=51	Londres N=50	Nice/Mónaco N=22	Masculino N=74	Feminino N=49
Residentes no local de acolhimento	46.49	58.92	40.86	46.68	56.37
Não residentes no local de acolhimento	4.75	2.22	1.95	3.05	3.47

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

4.5.2 Os fornecedores

As empresas tinham fornecedores portugueses com percentagens consideráveis, o que se compreende atendendo às características da clientela, independentemente do local de migração, apresentando, em média, percentagem superior a 40% (Tabela 5. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>).

Tabela 5. Médias da percentagem de fornecedores portugueses por local de emigração e por sexo

Fornecedores	Andorra N=51	Londres N=50	Nice/Mónaco N=22	Masculino N=74	Feminino N=49
Portugueses	16.90	67.10	29.32	43.79	32.61
Portugueses com empresas sediadas em Portugal	12.98	24.39	20.45	21.32	15.33

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

A percentagem de fornecedores portugueses com empresas sediadas em Portugal apresentava valores não desprezáveis (Andorra:12.98, Londres: 24.39, Nice/Mónaco: 20.45), o que poderá indiciar a aquisição e posterior comercialização de produtos tipicamente portugueses por parte dos empresários imigrantes.

4.6 A empresa na ótica do empresário

Os pontos fracos e os pontos fortes da empresa constituem um valioso contributo dos inquiridos pela evidência de nos apercebermos da consciencialização que é o mundo empresarial (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>).

Tabela 6. Dimensões dos pontos fracos e dos pontos fortes da empresa

	Saturação	Média	Desvio Padrão
Fator 1- Eficácia (40.3%)			
Resolução e problemas	.720	2.35	1.69
Acesso ao crédito	.718	3.81	1.38
Relacionamento entre empresário e organismos públicos	.676	4.06	1.27
Comunicação	.668	4.28	1.17
Domínio de conhecimentos	.573	3.73	1.31
Inovação	.495	3.91	1.14
	Média	3.69	
<i>Alpha de Cronbach=.80</i>			
Fator 2 – Produto/serviço (10.6%) *			
Qualidade produto/serviço	.832	4.71	.75

Experiência no setor	.697	4.65	.94
Recursos organizacionais (infraestruturas, equipamentos)	.644	4.61	.95
Ambiente vivido na organização	.642	4.31	1.12
	Média	4.57	
<i>Alpha de Cronbach=.78</i>			
	Saturação	Média	Desvio Padrão
Fator 3 – Dinâmica interna (7.3%)			
Competências comerciais/Negociação/Fazer novos negócios	.807	4.15	1.09
Capacidade de mudança/Adaptabilidade	.645	4.50	0.98
Localização empresa	.581	4.15	1.17
Competências da equipa/Recursos humanos	.540	4.21	1.21
	Média	4.25	
<i>Alpha de Cronbach=.74</i>			

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

A perceção que os empresários fazem dos pontos fracos e fortes das suas empresas organizam-se em três dimensões: eficácia, produto/serviço e dinâmica interna que foram avaliadas de um modo favorável. Os inquiridos fizeram, sobretudo, uma avaliação mais favorável ao produto/serviço das suas empresas, comparativamente com as outras dimensões. Curiosamente, os inquiridos do sexo masculino de Andorra - que consideravam a existência de mais obstáculos burocrático-legais - eram também os que pensavam que as suas empresas tinham mais eficácia.

Este aspeto poderá atribuir-se à circunstância desta competência ser basilar para lidar com a burocracia com que foram confrontados nas suas empresas. Faltará saber se as mesmas não convergem na descrição que confinou o empreendedorismo europeu a empresas de pequena escala, de baixos salários e de baixa tecnologia - impregnadas da irreversibilidade da *nova era* (RATH, 2000, p. 120). E o autor prosseguiu:

In our market-oriented perspective we limit ourselves to the socioeconomic aspects of the institutional framework and do not take legal restrictions, immigration policies, attitudes towards small businesses (...) and so on into consideration. We focus primarily on the extent to which the institutional framework induces and facilitates immigrant entrepreneurship (RATH, 2000, p. 97-98).

5. Empreender mais e melhor

A UE estriba-se no recurso a acordos comerciais para fomentar a atividade empresarial de empresas comuns entre os empresários imigrantes na UE e os seus países

de origem. Notemos que os empresários imigrantes, na sua maioria, não pretendem expandir os seus negócios. Nos homens, apenas uma pequena parte pretende fazê-lo; entretanto, uma maior fração feminina ponderou ampliar a sua atividade e abrir novas unidades. O *Plano de Acção Empreendedorismo 2020*, acima referido, será uma oportunidade de grande valia para o empreendedorismo. Há, por isso, uma estratégia da UE para ajudar as pequenas e médias empresas a expandir os seus negócios fora dela (http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf).

No PEEP (<http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>), em termos gerais, as medidas apresentadas pelos inquiridos (Quadro 52. Categorias de medidas para fomentar o empreendedorismo no país de acolhimento, frequências na categoria por local de emigração e total) para fomentar o empreendedorismo no país de acolhimento relacionaram-se com: i) legislação/política (29,6%); ii) redução de impostos (21,1%); iii) melhoria de transportes e estacionamento (11,3%); facilidade no financiamento e aumento do nível de vida (11,3%); iv) ajuda da embaixada portuguesa (7,0%); v) fomento do turismo, com igual percentagem (7,0%); vi) promoção de formação (4,2%); vi) e, por último, com igual percentagem, reduzir renda e melhorar a comunicação entre empresas portuguesas e locais (1,4%).

6. Projeto para (não) regressar a Portugal

Na totalidade dos inquiridos (Tabela 7), a intenção de regressar foi significativamente superior à de não regressar (regressar:74; não regressar:50), significando que as raízes portuguesas ainda estão muito sólidas na vida dos imigrantes.

Embora exista a vontade de regressar a Portugal, quando foram considerados os valores totais, a diferença entre regressar a Portugal e não regressar a Portugal já não se evidencia quando comparada essa intenção por local de emigração, uma vez que as diferenças entre as duas opções não são significativas (Andorra, regressar:32; não regressar:19; Londres, regressar:30; não regressar:21; Nice/Mónaco, regressar:12, não regressar:10).

Tabela 7. Projeto para regressar a Portugal por local de emigração e total, frequência e percentagem

Opinião	Andorra		Londres		Nice/Mónaco		Total	
	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc	Freq	Perc
Sim	32	62,8	30	60,8	12	54,5	74	59,7
Não	19	37,2	21	39,2	10	45,5	50	40,3

Total	51	100	51	100	22	100	124	100,0
-------	----	-----	----	-----	----	-----	-----	-------

Fonte: Análise descritiva. <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>

Conclusão

Coligimos, objetivamente, pontos que ficam claros no estudo: o reconhecimento das qualidades do empreendedor português, porque enceta o seu percurso, normalmente, na profissão que exercera na origem; a inferência da segmentação empresarial: PME; a distinção do empreendedorismo da atividade empresarial clássica.

O empreendedor emigrante português em Andorra, Nice, Mónaco e Londres tem uma média de 35 anos – no início da atividade -, ligeiramente superior à registada em estudos da CE (três em cada quatro têm idade superior a 35 anos). Apresenta níveis de escolaridade baixos, obrigando, em Nice e Mónaco, à busca de formação por parte das mulheres. Em Londres, as pessoas mais qualificadas foram justamente aquelas que procuraram aumentar a sua formação.

O percurso empreendedor é moroso chegando, em média, a mais de seis anos entre a chegada e a concretização do negócio. O empreendedor cria ou desenvolve uma empresa, embora também se observem alguns (poucos) casos em que detém mais do que uma empresa. A UE admite as preocupações de natureza social e económica, com a implementação do *Plano de Ação Empreendedorismo 2020*, uma oportunidade para o Estado se aproximar dos emigrantes empreendedores, lacuna que os mesmos sentem na atualidade.

Os expedientes financeiros para a formação da empresa são, marcadamente, pessoais, mau grado o apoio legislativo gerado no RU, na França e em Andorra. Mas estará esse suporte acertado para os empreendedores imigrantes portugueses?

Relativamente ao negócio desenvolvido pelas empresas, destacam-se quatro áreas de atividades: alojamento, restauração e similares; comércio por grosso e a retalho; outras atividades de serviços; e, finalmente, a construção civil. Em Andorra e em Londres, a área de atividade preponderante é a do alojamento, restauração e similares, ao passo que, em Nice/Mónaco, para além destas, destaca-se a área da construção civil.

Os obstáculos encontrados ao longo do funcionamento das empresas organizam-se em três dimensões: burocrático-legais, mercado e adaptação. Mas em Portugal temos problemas idênticos.

Os recursos humanos, a clientela e os fornecedores têm lugar numa mancha de sustentabilidade baseada na matriz portuguesa. Apenas uma fração diminuta dos empresários contratou empregados diretamente de Portugal.

O ponto significativamente mais vigoroso das empresas – sob o ponto de vista do empresário - é o seu produto/serviço, que é mais forte do que a dinâmica interna que é, outrossim, mais sólida do que a sua eficácia.

O regresso é afirmado, maioritariamente, pela positiva, mas a realidade é a de quem já tem laços difíceis de desfazer, pressupondo-se a existência de uma interação do imigrante com a comunidade acolhedora que passa, numa primeira fase, pela economia. Mas não é menos digno de registo que este processo se vai ampliando paulatinamente, de forma fortificada, ao campo cultural, social e até político, o que, só por si, é um excelente indicador de uma diáspora verdadeiramente integrada.

Finalmente, inscrevemos a nossa opinião sobre investigações posteriores: a disseminação do estudo a territórios onde é assinalável o empreendedorismo português; a identificação das questões de cariz burocrático-legal e das causas das dificuldades do acesso ao crédito; e a explicação das complexidades da internacionalização das empresas do país de origem.

Referências:

ANÁLISE DESCRITIVA: Londres, Andorra, Nice e Mónaco. 93 p. Disponível em: <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

ANÁLISE DE CONTEÚDO. Andorra, Nice, Mónaco, Londres. 21 p. Disponível em: <http://www.cepese.pt/emigrante/projeto/repositorio-livre/analise-de-conteudo-disponivel/view>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

CANDEIAS, Pedro; FERREIRA, Bárbara; PEIXOTO, João. Emigração portuguesa: o que temos vindo a estudar e o que nos falta saber – uma análise bibliométrica entre 1980 e 2013. Revista População e Sociedade. A nova vaga da emigração portuguesa, Porto, n.º 22/2014, p. 11-31.

COELHO, Judite R. F. *Obstáculos ao empreendedorismo emigrante português em Andorra*. Dissertação (Mestrado em Gestão), Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia (ISLA), Vila Nova de Gaia, 2013. 140 p.

COMISSÃO EUROPEIA. Comunicação da Comissão: plano de Ação “Empreendedorismo 2020” : relançar o espírito empresarial na Europa / Comissão Europeia, Bruxelas, 2013. 36 p. Disponível em: <https://infoeuropa.euocid.pt/registo/000051536/>>. Acesso em: 27 agosto 2015.

DINH, B. e MUNG, E. M. A política migratória francesa e o empreendedorismo imigrante. Revista Migrações, Número Temático Empreendedorismo Imigrante, Lisboa, n.º 3, out. 2008, p. 91-105.

DIOGO, Hélder. Geodinâmicas contemporâneas na diáspora portuguesa. *Revista População e Sociedade*. A nova vaga da emigração portuguesa, Porto, n.º 22, 2014, p. 33-53.

FERREIRA, João. 500 frases que mudaram a nossa História. Lisboa, A Esfera dos Livros, 2014. 304 p.

GONÇALVES, Maria O., COELHO, J. F., PEREIRA, M. Mulheres portuguesas empreendedoras em Andorra. *Revista População e Sociedade*. A nova vaga da emigração portuguesa, Porto, n.º 22, 2014, p. 121-136.

HORTA, Ana. Construção da memória social da Europa: o papel da imprensa. In: V CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA. MUNDOS SOCIAIS: SABERES E PRÁTICAS, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, 25-28 de junho, 2008. 13 p. Disponível em: < <http://www.aps.pt/vicongresso/>>. Acesso 20 jul. 2015.

IRVING & Co, LONDON. Disponível em: <<http://irvinglegal.co.uk/points-based-system/entrepreneurs-and-uk-start-ups/Entrepreneurs and UK Start Ups>>. Acesso 2 julho 2015.

MARQUES, J. C. Empresários portugueses no Luxemburgo: uma primeira aproximação. Observatório da Emigração, OEm Working-Paper 01, Instituto Politécnico de Leiria, CICS. Nova (núcleo de Leiria) e CES, Coimbra, maio de 2015. 28 p.

OECD. Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries, OECD Publishing, 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/9789264095830-en>>. 312 p. Acesso em: 15 jul. 2015.

OECD. International migration outlook 2013. OECD Publishing. 423 p. Acessível em: < http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/social-issues-migration-health/international-migration-outlook-2013_migr_outlook-2013-en#page4>. Acesso em: 10 ago 2015.

PEIXOTO, João (org.) . Imigração e mercado de trabalho em Portugal: investigação e tendências. *Revista Migrações - Número Temático Imigração e Mercado de Trabalho*, Lisboa, n.º 2, Abril 2008, p. 19-46.

PORTUGUESA (HÁ UMA) considerada uma das melhores gestoras a trabalhar em Inglaterra, Notícias ao minuto. Disponível em: <<http://www.noticiasao minuto.com/pais/418297/conheca-a-portuguesa-eleita-entre-as-melhores-gestoras-do-reino-unido>>. Acesso em: 18 julho 2015.

RATH, Jan. Immigrant Businesses. The Economic, Political and Social Environment, The Netherlands: Institute for Migration and Ethnic Studies University of Amsterdam, 2000. 231 p. Disponível em: <<http://ir.nmu.org.ua/bitstream/handle/123456789/144366/bb8ab986a13d0f7ede7c2673a1ef4f35.pdf?sequence=1#page=107>>. Acesso 22 jul. 2015.

UNIÃO EUROPEIA. Parecer do Comité Económico e Social Europeu sobre a «Contribuição dos empresários imigrantes para a economia da EU». Jornal Oficial da União Europeia (2012/C 351/04), Bruxelas, 15 nov. 2012. Disponível em: <http://www.igfse.pt/upload/docs/2012/2012_C_351_04.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2015.