

A Inclusão Socio-Laboral das Mulheres Portuguesas Empreendedoras em Andorra

Maria Ortelinda Barros Gonçalves

Associação Universitária de Espinho – AUE

Centro de Estudos da População Economia e Sociedade – CEPESSE

ortelindabarros@gmail.com

ortelinda.barros@ue.pt

Resumo

É comum afirmar-se que os emigrantes portugueses são “bons trabalhadores” inserindo-se nos índices de produtividade europeus. Também se afirma que os portugueses não são empreendedores. Constatamos, porém, múltiplas iniciativas de inclusão socio-laboral dos emigrantes portugueses nos diversos continentes.

O presente estudo refere-se especificamente ao Empreendedorismo Feminino Português em Andorra e insere-se no Projeto de Investigação intitulado “Empreendedorismo Emigrante português em Andorra, Londres, Nice e Mónaco” em que a instituição proponente é o Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade – CEPESSE e que está a ser financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (F.C.T.). Os principais objetivos do estudo que aqui se apresenta são: caracterizar a sociedade onde as mulheres estão a trabalhar; aferir estratégias da sua inclusão social; contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo feminino fora do país de origem.

Diante das atuais mudanças no mundo do trabalho, num cenário dominado pelo desemprego e precarização, inúmeras trabalhadoras foram excluídas do círculo produtivo nos seus países de origem. Este nosso estudo apresenta formas e dinâmicas da integração económica, política e social das mulheres emigrantes portuguesas em Andorra, cuja ação inovadora importa a Portugal, países de acolhimento e comunidade científica. Foi usado um enfoque quantitativo, utilizando para o efeito, um inquérito por questionário para a caracterização sociodemográfica das mulheres e das empresas, usando uma amostra por conveniência de 51 empreendedores recolhida no primeiro semestre de 2013. No que diz respeito às empresas, utilizou-se como base um conjunto de duzentas empresas com titulares de nacionalidade portuguesa de acordo com o Registo de Atividades Comerciais do Governo de Andorra (2009).

Palavras-Chave: Mulheres; Empreendedorismo; Inclusão Laboral; Andorra.

Summary

It is commonplace to say that the Portuguese immigrants are "good workers" by entering the indices of European productivity. It is also stated that the Portuguese are not entrepreneurs. We note, however, many initiatives of socio-labor inclusion of Portuguese emigrants in different continents.

This study refers specifically to the Portuguese Women Entrepreneurship in Andorra and is part of the Research Project entitled "Portuguese Immigrant Entrepreneurship in

Andorra, London, Nice and Monaco" in which the applicant institution is the Center for Population Studies, Economics and society - CEPSE and is being funded by the Foundation for Science and Technology (FCT). The main objectives of the study presented here is to characterize the society where women are working; assess strategies of social inclusion; contribute to a better understanding of female entrepreneurship outside the country of origin.

Given the current changes in the world of work in a setting dominated by unemployment and precarious, many workers were excluded from the productive cycle in their countries of origin. This study presents our forms and dynamics of the economic, political and social women Portuguese emigrants in Andorra, whose innovative action matter Portugal, host countries and the scientific community. We used a quantitative approach, using for this purpose, a questionnaire for sociodemographic characteristics of women and businesses, using a convenience sample of 51 entrepreneurs gathered in the first half of 2013. With regard to companies, we used a database consisting of two hundred companies with holders of Portuguese nationality in accordance with the Registration of Business Activities of the Government of Andorra (2009).

Keywords: Women; Entrepreneurship; Labor Inclusion; Andorra.

Introdução

O empreendedorismo dos emigrantes é uma das vertentes do fenómeno migratório, que encerra diversas razões e motivações. Existem várias teorias que tentam justificar o empreendedorismo emigrante, sendo difícil escolher apenas uma, pois o fenómeno abrange realidades sociais, pessoais, financeiras, culturais, do conhecimento do indivíduo, que também são influenciados pelo país de destino.

O processo de empreender, é difícil pois acarreta um amplo conjunto de 'pré-requisitos', claramente amplificados no país de destino. A implementação de um empreendimento, por parte de um emigrante, é um ato revelador de alguma maturação da realidade migratória, assim como pode manifestar o conhecimento da língua, da legislação, do ramo de trabalho e da sociedade.

Na conjuntura atual de Portugal, muitos portugueses deparam-se com a necessidade de procurar novos mercados de trabalho pelo mundo fora. A emigração é compreendida como uma mudança nas suas vidas, mas também lhes abre novos horizontes em territórios desconhecidos.

No presente estudo procura-se responder aos seguintes objetivos: caracterizar a sociedade Andorrana onde as mulheres estão a trabalhar presentemente; aferir estratégias da sua inclusão social; contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo feminino fora do país de origem.

Debruça-se especificamente sobre o empreendedorismo das mulheres portuguesas em Andorra, tendo por base o diagnóstico feito de duzentas empresas com titulares de nacionalidade portuguesa, de acordo com o Registo de Atividades Comerciais do Governo de Andorra (2009). Integra-se num projeto mais abrangente, que se debruça sobre outros territórios europeus (Mónaco, Nice em França e Londres em Inglaterra), que está a ser financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, que foi iniciado em 2012 e que terminará em 2015.

A metodologia utilizada na investigação realizada até ao momento passou pela realização de 51 inquéritos por questionário, em Março de 2013, aos potenciais autores

do empreendedorismo, ou seja, aos indivíduos que se encontram numa posição de gerência ou responsabilidade, no seio de uma entidade empresarial, tendo constituído a nossa fonte primária principal. Estes inquéritos foram complementados, na mesma data, com 7 entrevistas realizadas em idêntico período. Também se realizou observação não participante no lugar onde foram realizados os questionários.

Os principais resultados revelam que as perspectivas de trabalho e de inserção profissional representam um ponto determinante na tomada de decisão para a emigração. As oportunidades de negócio surgiram já no território de Andorra e não como uma continuidade com o mercado português.

O presente texto encontra-se dividido em quatro secções. Na primeira secção é realizada uma breve revisão da literatura sobre o empreendedorismo. Na secção seguinte recordam-se alguns elementos da metodologia usada e apresentam-se algumas características sumárias do território Andorrano. Na terceira secção são apresentados alguns resultados do inquérito que foi aplicado em Andorra em Março de 2013. Finalmente, na quarta e última secção tecem-se as principais conclusões e recomendações.

1-O empreendedorismo e a sua evolução

O estudo do empreendedorismo tem vindo a despertar o interesse de investigadores tendo a sua origem, segundo Rosário (2007), nos trabalhos de Cantillon (1775), de Say (1845), de Mill (1848) e de Shumpeter (1934). Cada um destes autores manifestou diferentes visões do empreendedorismo. Em 1934, Shumpeter faz referência ao empreendedor como um inovador, enquanto em 1848, Mills definiu o empreendedor como alguém que assumia riscos e tomava decisões. Numa definição mais recente, Winslow e Solomon (1988) referem o empreendedor como um sociopata moderado (Rosário, 2007).

Existem várias definições para o mesmo termo, com algumas divergências, que dificultam a definição do empreendedorismo (Gartner, 1989; Fillion, 1999; Sakar, 2010). Esta particularidade do estudo do empreendedorismo remete-nos para o seu desenvolvimento histórico e as alterações nas suas definições. As raízes do empreendedorismo podem ser encontradas na época medieval (Hisrich, Peters e Shepherd, 2009). Todavia, foi no processo de industrialização que o conceito de empreendedorismo se desenvolveu. O ponto principal desta transição passa pela transformação do modelo artesanal para o modelo industrializado. No entanto, não será por demais frisar que os empresários artesanais ainda subsistem atualmente, mantendo técnicas tradicionais e as artes ancestrais que ainda perduram ao longo dos tempos (McNeil *et al.*, 2004, *in* Rosário, 2007).

A palavra “empreendedorismo” tem a sua origem no termo *entrepreneur* na língua francesa, por volta dos séculos XVII-XVIII, que traduzido para português significa “aquele que está entre” ou “intermediário” (Hisrich, Peters e Shepherd, 2009), ou mesmo alguém que “empreende” (Dess, 1998). Aparece ainda com a particularidade de designar indivíduos capazes de estimular o desenvolvimento económico ao descobrirem formas aperfeiçoadas e diferenciadas de ação em sociedade (Cantillon, 1759 *in* Gonçalves, 2009).

No século XX, assistimos ao aumento do interesse pelo empreendedorismo. A ciência influenciou o seu estado e principalmente a sua evolução. Por ilação, o empreendedorismo assumiu um desígnio mais concreto e científico. Em 1901, Andrew Carnegie determinou a ligação entre o empreendedor e a inovação (Hisrich, Peters e

Shepherd, 2009), associando as novas criações, invenções, experiências tecnológicas jamais trabalhadas, com o objetivo de introduzir um novo produto no mercado, ou um produto antigo com uma nova forma. Isto leva a uma nova comercialização de produtos, organizando um novo sector. O ato de criar algo novo é um desafio para o empreendedor respeitado até aos dias que correm. O conceito de inovação é parte integrante do empreendedorismo.

O economista austríaco Joseph Schumpeter elucidou, em 1934, a ideia de empreendedor, adotando uma abordagem dinâmica, chamando a atenção para o empreendedor que procura incrementar a inovação no mercado (Graravan *et al.*, 1997). Consegue aceder a uma cota de mercado lentamente, e com esta cota, conquista os mercados de produção existentes dando lugar à criatividade. Este processo foi designado de “destruição criativa”. Por outro lado, Knight em 1921 atribuiu aos empreendedores competências e qualidades que lhes permitia analisar a realidade de uma forma diferenciada, preparando-os para assumir riscos em situação de incerteza (Sarkar, 2010).

Schumpeter, em 1911, destacou-se dos demais economistas, na publicação do livro “Teorias do desenvolvimento económico”. Foi, sem dúvida, um autor de destaque do século XX, referido em grande parte dos estudos de empreendedorismo, dada a sua importância para a promoção do desenvolvimento. Este foi responsável não só pela associação da inovação ao empreendedorismo, ligada ao lucro e aos riscos, mas também pela criação de novos produtos e a exploração de novos mercados (Rosário, 2007).

Para Schumpeter, o empreendedor torna-se responsável pela execução de novas convenções. Estas podem ser realizadas de várias formas: a introdução de um novo produto; a introdução de um novo método de produção; a abertura de um novo mercado; a aquisição de uma nova fonte de oferta de materiais; e a criação de uma nova empresa (Sarkar, 2010). Provavelmente, das abordagens que já referimos, a de Schumpeter é a mais próxima do conceito utilizado atualmente. O autor remete para o empreendedor o papel fundamental do desenvolvimento económico, do progresso da sociedade, como agente responsável pela introdução de novos produtos no mercado, que pretendem substituir os já existentes através da inovação.

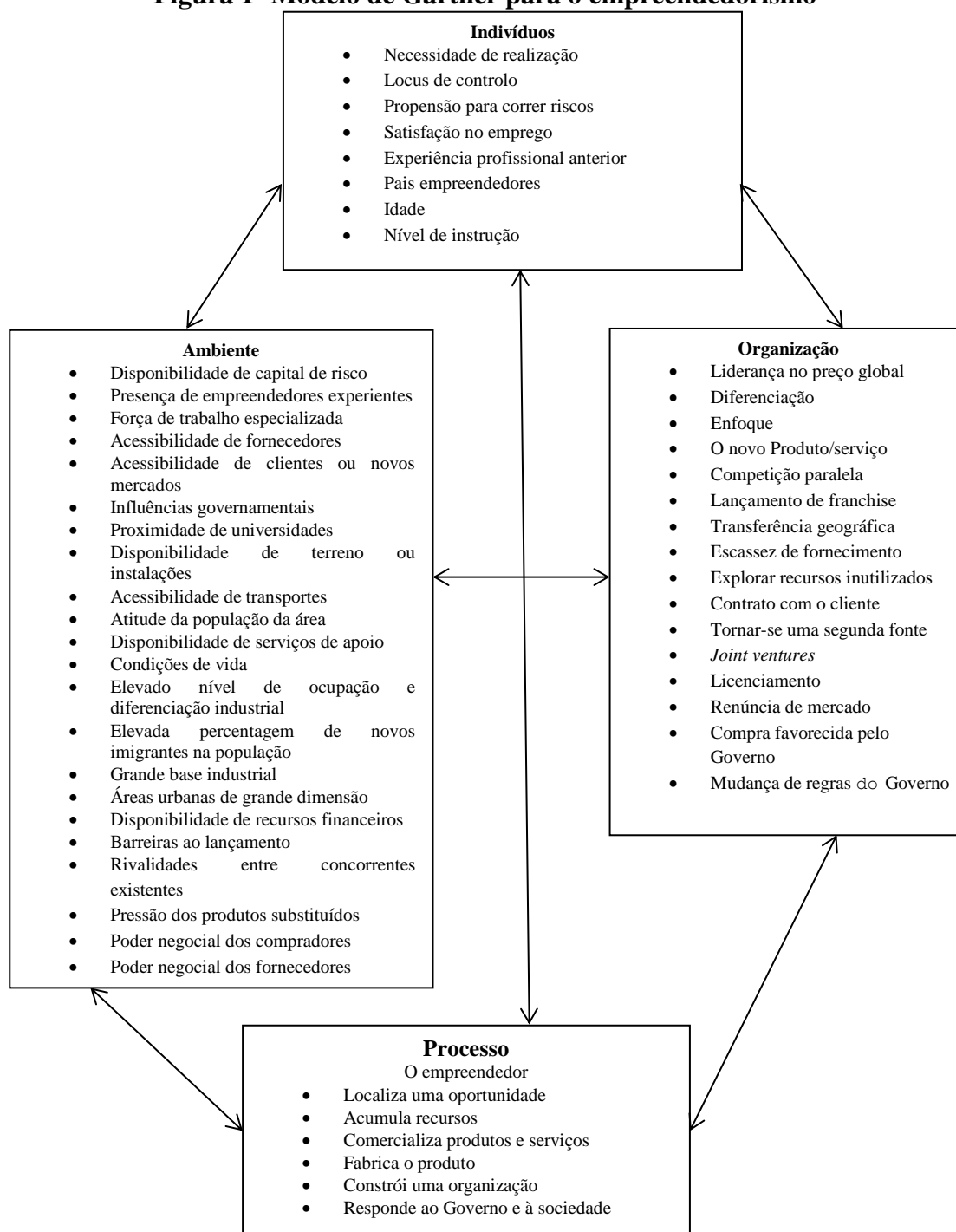
O empreendedorismo constitui, sem dúvida, uma mais-valia para o desenvolvimento económico e social de um território, ou mesmo de um país, especialmente as microempresas, que criam várias atividades económicas locais e que são favoráveis ao desenvolvimento do mesmo. Estes argumentos são suficientes para justificar o esforço de investigação da temática (Comissão Europeia, 2003).

A literatura sobre o empreendedorismo é vasta e diversificada. Nela podemos encontrar diversos modelos teóricos que relacionam os condicionantes positivos e negativos no desenvolvimento da atividade empreendedora.

Na visão de Gartner (1989) a conceção de um novo negócio é um fenómeno multidimensional. Cada variável apresentada descreve somente uma única extensão do fenómeno, não pode ser observado isoladamente.

O modelo de Gartner para o empreendedorismo destaca quatro dimensões essenciais sendo estes: o Indivíduo, o Ambiente, a Organização e o Processo (Figura 1). Neste podemos constatar a complexidade da criação de novos negócios.

Figura 1- Modelo de Gartner para o empreendedorismo



As dimensões são constituídas por variáveis adjacentes e torna-se importante perceber que as variáveis de cada dimensão interagem com as das restantes dimensões. O Indivíduo remete-nos para as pessoas que estão ligadas à criação de novos negócios. A estes são associadas várias características como o conhecimento que possuem, as particularidades psicológicas e outras qualidades individuais. A Organização indica-nos a tipologia da empresa, as barreiras à criação da mesma e as suas estratégias de integração no mercado. O Ambiente retrata a situação que envolveu e proporcionou a

criação da nova empresa. São apontados vários fatores que poderiam incentivar o empreendedorismo. Por último, é considerado o Processo, que se refere ao empreendedor e às suas ações no início de um novo negócio.

Gartner (1985) afirma que a sua intenção não é criar um modelo específico sobre o qual as novas empresas são geradas. O autor procura uma nova abordagem de empreendedorismo de forma a chamar atenção para compreender, na íntegra, como se criam novos negócios.

Segundo Buus (1993) até meados dos anos setenta do séc. XX as mulheres foram invisíveis nos estudos migratórios e quando emergiram passaram a sê-lo na categoria de dependentes dos homens.

Rocha-Trindade (2000) sustenta que a emigração tornou muitas mulheres economicamente autónomas, quando anteriormente não lhes tinha sido reconhecida capacidade para tal, fator gerador de autoconfiança e de autoestima.

As mulheres foram progressivamente alterando o seu estatuto e o seu papel social, no seio da família e fora dela.

2-Metodologia de investigação e território analisado

2.1-Metodologia e breve caracterização da amostra

O trabalho de campo realizado em Março de 2013 foi concretizado em cinco das sete paróquias de Andorra (La Massana, Andorra la Vella, Escaldes Engordany, Encamp e Canillo). Foram aplicados 51 inquéritos por questionário e 7 por entrevista semiestruturada. Foi ainda possível fazer observação não participante. Além das características sociodemográficas, procedeu-se a uma caracterização profissional antes e depois de emigrar, à caracterização da empresa em Andorra e ao percurso migratório.

No Quadro 1 apresentam-se as principais características sociodemográficas da amostra recolhida, podendo concluir-se que as mulheres estão razoavelmente representadas na mesma.

Esta primeira abordagem permite-nos observar que estas mulheres se encontram em maioria nas classes etárias cumpridas entre os 34 e os 50 anos de idade (57,7% por acumulação das categorias “De 34 a 41 anos” e “De 42 a 49 anos”), o que parece corroborar a perspetiva de que o empreendedorismo ainda não se apresenta como favorável no início da vida ativa dessas mulheres, mas antes como uma etapa na sua experiência e vivência profissional e empresarial. Este aspeto poderá ser complementado com mais detalhes na análise dos seus percursos empreendedores.

Dos 51 empreendedores portugueses inquiridos em Andorra foi possível encontrar um grupo significativo de mulheres empreendedoras, num total de 26, o que representa uma percentagem de 51%. Trata-se de uma percentagem que não deixa de ser expressiva, uma vez que não foram estabelecidos quaisquer cotas *a priori* do estudo de campo, no domínio da distribuição por sexo dos empreendedores.

A localização e o forte tecido empresarial em volta do comércio também parecem indicar que estas atividades são de frequente referência para mulheres empreendedoras, nomeadamente emergentes da emigração portuguesa que foi sempre bastante significativa no território de Andorra.

Quadro 1- Características dos inquiridos

	Número	%		Número	%
Sexo			Nacionalidade		
Masculino	25	49,0	Portuguesa	48	94,1
Feminino	26	51,0	Dupla nacionalidade	3	5,9
Idade			Segunda nacionalidade		
18-25	1	2,0	Andorrana	2	3,9
26-33	7	13,7	Francesa	1	2,0
34-41	12	23,5	Estado civil		
42-49	19	37,3	Solteiro	8	15,7
50-57	10	19,6	Casado	31	60,8
58-65	2	3,9	Divorciado	12	23,5
Nível de instrução			Naturalidade por NUTS II		
1º Ciclo do Ensino Básico	6	11,8	Norte	38	74,5
2º Ciclo do Ensino Básico	25	49,0	Centro	5	9,8
3º Ciclo do Ensino Básico	12	23,5	Lisboa	2	3,9
Ensino Secundário	5	9,8	Alentejo	1	2,0
Bacharelato	1	2,0	Não encontrado	5	9,8
Licenciatura	2	3,9			

Fonte: Inquérito por questionário realizado aos empreendedores portugueses em Março de 2013.

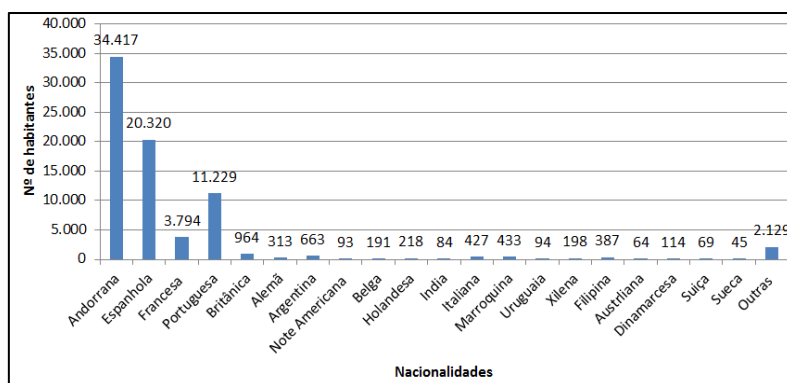
Tendo este trabalho um carácter inovador na convergência das temáticas do empreendedorismo emigrante é necessário tecer uma breve caracterização do perfil da mulher empreendedora.

2.2-Território analisado

O Principado de Andorra é um pequeno Estado localizado em área de montanha, na cordilheira dos Pirenéus, mais concretamente na sua formação Central. Tem como fronteiras terrestres Espanha e França e extensão de 468 km², idêntica à área do município de Arcos de Valdevez (Carvalho, 2007). Está dividido administrativamente em sete paróquias, nomeadamente, Andorra la Vella, (a capital), Canillo, Encamp, La Massana, Ordino, Sant Julià de Lòria e Escaldes-Engordany. A localidade mais alta é Pas de la Casa, fazendo fronteira com França a mais de 2075 metros de altitude e a localidade mais baixa é Sant Julià de Llària, no outro extremo fronteiriço, na ligação com Espanha a 908 metros de altitude.

Corresponde a um território poliglota e pluricultural no qual convergem múltiplas nacionalidades (cerca de uma centena), impulsadas nas últimas décadas por um crescimento no sector da construção e do turismo. Em 2012 Andorra registava 76.246 habitantes de várias nacionalidades, sendo que os portugueses merecem um lugar de destaque com uma representatividade de cerca de 14% da população residente em Andorra (Figura 2).

Figura 2- População residente em Andorra por nacionalidades em 2012



Fonte: Departamento de Estatística do Governo de Andorra (elaboração própria).

Em Andorra, segundo a Unidade de Comércio e Consumo do Governo de Andorra, no ano de 2012 estavam registadas 7.337 empresas, e destas, 215 pertenciam a residentes de nacionalidade portuguesa, correspondendo a 2,9%. Cerca de 84% das empresas registadas no país pertencem a Andorranos, e os restantes 16% a outras nacionalidades, destacando-se os Espanhóis com 10,2% e os Franceses com 2,2% das empresas.

3-Principais resultados da inclusão socio-laboral das mulheres portuguesas empreendedoras em Andorra

A situação familiar nos casos estudados também não parece representar um problema ou mesmo um obstáculo para estas mulheres, pois na sua maioria elas conciliam a vida familiar com a sua corrente atividade profissional (57,7% de casamentos). Os dados sobre a situação familiar que ainda se encontram numa fase de pré-tratamento estatístico parecem corroborar esta afirmação.

Outro ponto de interesse na caracterização socioeconómica da amostra em estudo são as qualificações literárias e o tipo de formação que obtiveram nas suas carreiras. O que sobressai neste aspeto é a evidência de um percurso escolar não necessariamente longo, nem centrado num enfoque académico. Apenas 6 inquiridas obtiveram a conclusão de um nível de escolaridade do ensino secundário ou superior representando apenas 23,1% do total de indivíduos. No entanto, a formação complementar parece ter uma importância bastante mais significativa pois foi obtida por quase metade do grupo em estudo (11 casos ou seja 42,3% - Quadro 2). A formação complementar muitas vezes corresponde a uma necessidade de uma dimensão muito mais prática e diretamente ligada ao exercício, desenvolvimento e gestão dos seus negócios. Notamos assim que o percurso empreendedor destas mulheres está muito mais relacionado com a prática profissional do que a conclusão de algum tipo mais específico de formação. Este último surge principalmente como uma necessidade dirigida pelo empreendedorismo propriamente dito, isto é, por lacunas a serem colmatadas nas exigências criadas pela criação de um negócio e de todos os aspectos relacionados.

Quadro 2- Formação complementar

	Frequências	Percentagem	Percentagens acumuladas
Sim	11	42,3	42,3
Não	15	57,7	100,0
Total	26	100,0	

Convém no entanto não esquecer de que mais do que um percurso profissional estas mulheres enquadram-se também num contexto migratório. Será por isso extremamente importante discernir a que momento e de que forma surge o empreendedorismo nas suas carreiras.

Assim podemos verificar que poucas mulheres tinham seguido numa lógica profissional de empreendedorismo em Portugal (apenas para duas delas). As restantes ou encontravam-se numa posição de trabalho por conta de outrem ou simplesmente não estavam inseridas de todo no mercado de trabalho (42,2% dos casos – Quadro 3). A emigração pode ser assim interpretada como uma forma evidente de facilitação pela escolha do percurso atual destas mulheres. As oportunidades de negócio surgiram desta forma já no território de Andorra e não como uma continuidade com o mercado português.

Quadro 3-Condição perante o trabalho em Portugal

	Frequências	Percentagem	Percentagens acumuladas
Trabalhador por contra própria c/empregados	1	3,8	3,8
Trabalhador por contra própria s/empregados	1	3,8	7,7
Trabalhador por conta de outrem	13	50,0	57,7
Trabalhador em empreendimento familiar não remunerado	2	7,7	65,4
Estudante	5	19,2	84,6
Desempregado	3	11,5	96,2
À procura de 1º emprego	1	3,8	100,0
Total	26	100,0	

O tempo que estas mulheres demoraram a criar as suas empresas e desenvolver os seus negócios é também indicador que a experiência profissional que acumularam nas suas carreiras é um ponto importante do tipo de empreendedorismo desenvolvido. Observamos que quase 70% das mulheres empreendedoras em Andorra tomaram a decisão de criar as suas empresas mais de 6 anos depois de terem chegado ao território, sendo pouco relevantes proporcionalmente aquelas que concretizaram o seu projeto em menos de 3 anos.

Verifica-se assim um período importante de trabalho por conta de outrem em

Andorra antes de obterem condições propícias ou oportunidades concretas. Este período anterior a escolha de percurso de empreendedorismo surge como uma continuidade das condições contratuais em que se encontravam em Portugal antes da emigração. Assim estas mulheres trabalharam na sua esmagadora maioria como trabalhadoras por conta de outrem, assalariadas, muitas vezes no tipo mesmo de empresa que viriam a criar mais tarde (ver quadro situação perante o trabalho quando o(a) inquirido(a) decidiu criar a sua empresa). Para muitas delas a emigração serviu como vector de inserção no mercado de trabalho ou mesmo como primeira experiência laboral (ver condição perante o trabalho no país de origem).

Quadro 4- Tempo demorado para a tomada de decisão da criação de uma empresa

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
Menos de 1 ano	1	3,8	3,8
Entre 1 e 3 anos	3	11,5	15,4
Entre 4 e 6 anos	4	15,4	30,8
Mais de 6 anos	18	69,2	100,0
Total	26	100,0	

Quadro 5- Situação perante o trabalho quando o(a) inquirido(a) decidiu criar a sua empresa

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
Trabalhador por conta própria s/empregados	1	3,8	3,8
Trabalhador por conta de outrem	24	92,3	92,3
Estudante	1	3,8	3,8
Total	26	100,0	100,0

Esta ideia é sustentada se analisamos os motivos que deram origem ao percurso migratório. Desde logo verificamos que o factor principal na tomada desta decisão foi a busca de melhores condições de vida (57,7% das inquiridas) ao que podemos acrescentar a procura de mais e melhores possibilidades no mercado de trabalho (46,2%). As perspectivas de trabalho e de inserção profissional representam por isso um ponto determinante na tomada de decisão para a emigração. Outro aspeto que retém a nossa atenção é a presença de familiares e amigos no país de destino (53,8% de casos), pois acaba por representar de alguma forma a necessidade de uma certa segurança face aos aspectos mais temidos na emigração como o medo do desconhecido e a falta de apoio. Este ponto parece-nos influenciar mais a escolha do destino do que propriamente os motivos originais para emigração que são essencialmente relacionados com o mercado de trabalho e a concretização de projetos de carreiras profissionais. É ainda de referir que a facilidade de criação de um negócio foi referida apenas 3 vezes o que conforta de alguma forma esta ideia.

Quadro 6- Principais razões para a emigração

	Respostas		Porcentagem de casos
	N.º	Porcentagem	
Tinha familiares/amigos neste país	14	22,6%	53,8%
Mais/melhores possibilidades no mercado de trabalho	12	19,4%	46,2%
Já tinha proposta de emprego	5	8,1%	19,2%
Melhores condições de vida	15	24,2%	57,7%
Maior facilidade de criar um negócio	3	4,8%	11,5%
Pelo desenvolvimento do país	2	3,2%	7,7%
Outra	11	17,7%	42,3%
Total	62	100,0%	238,5%

O tipo de empreendedorismo que desenvolveram também é sintomático deste percurso de emigração que tinha como objectivo a inserção profissional. O percurso escolhido muitas vezes ainda passa pela passagem gradual de uma situação de trabalho para conta de outrem à posição de trabalho por conta própria em nome individual e sem empregados. Esta situação mantém-se para metade das mulheres inquiridas. As restantes apesar de ter a seu cargo empregados, a estrutura das suas empresas ainda se enquadram nas dimensões das microempresas com menos de 10 empregados (10 casos 50% de todos os casos considerados). Podemos por isso discernir uma evolução gradual das aspirações empreendedoras destas mulheres que procuraram com a emigração essencialmente uma inserção do mundo do trabalho, adquirindo experiência, formação e motivação para concretizar projetos de maior independência.

Quadro 7- Situação atual na profissão

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
Trabalhador por conta própria c/empregados	13	50,0	50,0
Trabalhador por conta própria s/empregados	13	50,0	100,0
Total	26	100,0	

Quadro 8- Número de empregados da empresa do(a) inquirido(a)

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
Não tem empregados	13	50,0	50,0
9 ou menos	13	50,0	100,0
Total	26	100,0	

O tipo de empresa que encontramos é reflexo disso mesmo, com a correspondência de um grande número de empresárias individuais para 20 delas, em que raramente existe sequer a presença de associados.

O tipo de negócio que são geridos por estas mulheres é assim essencialmente concentrado nas áreas de comércio de proximidade, dos serviços e na restauração. Nota-se uma importância significativa desta última área que representa 57,7% de todos os casos. Os outros serviços são sobretudo serviços pessoais como os salões de cabeleireiros ou de estética. O tipo de faturação admitido pelas inquiridas corresponde a volumes de negócios relativamente baixos e que não excedem os 100 mil euros por ano.

Quadro 9- Volume de faturação no ano anterior

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
100 Mil ou menos	25	96,2	100,0
Não responde	1	3,8	
Total	26	100,0	

Quadro 10- Área de atividade da empresa principal

	Frequências	Porcentagem	Porcentagens acumuladas
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos	5	19,2	19,2
Alojamento, restauração e similares	15	57,7	76,9
Atividades administrativas e dos serviços de apoio	1	3,8	80,8
Outras atividades de serviços	5	19,2	100,0
Total	26	100,0	

Outro ponto fulcral no entendimento do percurso empreendedor destas mulheres consiste em observar alguns dos fundamentos pelos quais estas escolheram a área de atividade para as suas empresas. Destacamos como a razão mais referenciada a experiência profissional no sector. Esta razão foi mesmo apresentada como sendo a mais importante para 53,8% das inquiridas e com uma média global de 1,77 de posicionamento relativamente às outras razões apresentadas (a questão encontra-se dividida em 6 razões possíveis sendo ordenadas da mais importante o lugar número 1 até a menos importante no lugar número 6). É de referir ainda que esta razão foi colocada como uma das 2 primeiras razões por 84,6% dos casos.

Quadro 11- Razões de escolha de atividade das empresas principais

	Média	Desvio padrão

Tinha experiência na atividade	1,77	1,142
Gosto pela atividade	2,50	1,421
Boas perspetivas de mercado	3,42	1,137
Surgiu a oportunidade	3,85	1,713
Conhecia pessoas que já trabalhavam na área	4,62	1,203
Mais facilidade de, financeiramente, implementar a atividade	4,85	1,317

A afinidade e o gosto pela atividade surgem no segundo lugar, com uma média de 2,5 nas classificações e como sendo uma das duas razões principais por 61,5% dos casos.

A valorização da experiência profissional e o gosto pessoal superam as razões de ordem económica como a facilidade de financiamento ou mesmo as perspectivas do mercado (com posições médias de 4,85 e de 3,42 respectivamente).

Quadro 12- Tinha experiência na atividade

	Frequências	Percentagem	Percentagens acumuladas
1	14	53,8	53,8
2	8	30,8	84,6
3	2	7,7	92,3
5	2	7,7	100,0
Total	26	100,0	

Esta ideia emerge quando analisamos as profissões que as inquiridas exerciam antes de fundar as suas empresas. Reparámos no domínio de profissões ligadas às áreas de atividade mais representadas, como empregadas de limpeza no sector da hotelaria, vendedoras em lojas ou cabeleireiras (9 casos para a primeira e 2 para as seguintes). Como já referido, a emigração aparece claramente como a abertura do mercado de trabalho para as inquiridas e a profissões que viriam a desempenhar durante este percurso acaba por determinar em grande parte a área de atividade dos negócios constituídos.

Vemos assim claramente que a emigração destas mulheres, que por muitas delas nem sequer se encontravam a trabalhar em Portugal, surgiu como uma plataforma de obtenção de uma maior independência nas suas escolhas profissionais. No entanto quase todas apresentam um percurso ainda longo antes de finalmente enveredar por um percurso empreendedor.

4-Principais conclusões

Cada vez são mais as mulheres que saem da sua terra, são mulheres de condição diversa cujo o denominador comum e a procura de um futuro melhor. A possibilidade real de trabalho, a comparação entre os salários no país de origem e de destino e o próprio emprego no país receptor de outras mulheres que já emigraram e que transmitem essa imagem de desenvolvimento, liberdade, autonomia e riqueza, constituem o verdadeiro “efeito de chamada” para a emigração feminina.

Dos 51 empreendedores portugueses inquiridos em Andorra foi possível encontrar um grupo significativo de mulheres empreendedoras, num total de 26, o que representa uma percentagem de 51%. A localização e o forte tecido empresarial em volta do comércio também parecem indiciar que estas atividades são de frequente referência para mulheres empreendedoras, nomeadamente emergentes da emigração portuguesa que foi sempre bastante significativa no território de Andorra. O percurso empreendedor destas mulheres está mais relacionado com a prática profissional do que a conclusão de algum tipo mais específico de formação.

Constatamos que poucas mulheres seguiram numa lógica profissional de empreendedorismo em Portugal. Geralmente encontravam-se numa posição de trabalho por conta de outrem ou simplesmente não inseridas de todo no mercado de trabalho. As oportunidades de negócio surgiram desta forma já no território de Andorra e não como uma continuidade com o mercado português. Verifica-se assim um período importante de trabalho por conta de outrem em Andorra. Estas mulheres trabalharam na sua esmagadora maioria como trabalhadoras por conta de outrem, assalariadas, muitas vezes no tipo mesmo de empresa que viriam a criar mais tarde. Para muitas delas a emigração serviu como vector de inserção no mercado de trabalho ou mesmo como primeira experiência laboral.

O tipo de negócios que são geridos por estas mulheres estão essencialmente concentrados nas áreas de comércio de proximidade, dos serviços e na restauração. Outro ponto fulcral no entendimento do percurso empreendedor destas mulheres consiste em observar alguns dos fundamentos pelos quais estas escolheram a área de atividade para as suas empresas. Destacamos como a razão mais referenciada a experiência profissional no sector. Como já referido, a emigração aparece claramente como a abertura do mercado de trabalho para as inquiridas e a profissões que viriam a desempenhar durante este percurso determina em grande parte a área de atividade dos negócios constituídos

Bibliografia

Barros, A. e Pereira, C. (2008), “Empreendedorismo e Crescimento Económico: uma Análise Empírica”, *RAC Revista de Administração Contemporânea*, 12(4), pp. 75-993.

Buus, G. (ed.), (1993); “Migrant Women. Crossing boundaries and crossing identities”. *Providence*, Berg Publishers Limited.

Comissão Europeia (2003), Livro verde: Espírito Empresarial na Europa, Bruxelas, Comissão das Comunidades Europeias, disponível em: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2003/com2003_0027pt01.pdf (acedido em: 17-12-12).

Dess, G.J. (1998), *The Meaning of “Social Entrepreneurship”*, Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Stanford University.

Dinh B.; Mung E. (2008), “A política migratória francesa e o empreendedorismo imigrante”, *Revista Migrações- Numero Temático Empreendedorismo Emigrante*, Lisboa, ACIDI, 3, pp. 91-105.

- Ferreira, S. (2005), *O que tem de especial o empreendedor social? O perfil de emprego do empresário social em Portugal*, Centro de Estudos Sociais, disponível em: <http://hdl.handle.net/10316/11131> (acedido a 12-11-12).
- Ferreira, M., Santos J.; Serra, F. (2010), *Ser Empreendedor – Pensar, Criar e Modelar a Nova empresa*, Edições Sílabo, Lisboa.
- Filion, L.J. (1999), “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios”, *Revista de Administração de S. Paulo*, 34(2), pp. 05-29.
- Fontenele, R. (2010), “Empreendedorismo, Competitividade e Crescimento Económico: Evidências Empíricas”, *RAC Revista de Administração Contemporânea*, 14(6), pp. 1094-1112.
- Gartner, W.B. (1985), A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation, *The Academy of Management Review*, 10 (4) pp. 696-706.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010), GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Portugal, 2010 Estudo sobre o Empreendedorismo, disponível em: <http://www.empreender.aip.pt> (Acedido a 08-01-13).
- Gonçalves, O.B. (2009), *Migrações e Desenvolvimento*, Tese de Doutoramento, Os Portugueses no Mundo, Coleção 2, Fronteira do Caos e CEPES, Porto.
- Gonçalves, V. (2009), “Empreendedorismo do ensino básico ao ensino superior”, *X Congresso – Bragança, Instituto politécnico de Bragança*.
- Hisrich, R.D.; Peters, M.P.; Shepherd, D.A. (2009), *Empreendedorismo*, Trad. Teresa Cristina Felix de Sousa, 7ª edição, Porto Alegre, Bookman.
- Mendes, A. (2012), *Empreendedorismo e Crescimento Económico – o caso de Angola*, Dissertação de Mestrado em Marketing e Gestão Estratégica, Braga, Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, 105 p.
- Meneses, M. R. (2005), *Empresarialidade Portuguesa na diáspora de imigrantes a empresários*, Dissertação de Mestrado em Relações Internacionais, Universidade Aberta do Porto, 152 p.
- OCDE Science and Technology Policy – Introduction: The New Spin on Spin-offs, disponível em: <http://www.oecd.org> (acedido a 10-12-12).
- Rosário, A. (2007), *Propensão ao empreendedorismo dos alunos finalistas da Universidade do Porto*, Dissertação de Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico, Faculdade de Engenharia, Universidade do Porto, 116 p.
- Sarkar, S. (2010), *Empreendedorismo e inovação*, 2ª edição, Escolar Editora, Lisboa.
- Silva M.; Correia M.; Scholten M.; Gomes L. (2008), “Cultura nacional e orientação

empreendedora: um estudo comparativo entre Brasil e Portugal”, *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14 (1), pp. 65-84.

Soares, O.S. (2002), *Visão empreendedora um estudo sobre a influência na micro e pequena empresa*, Dissertação de Mestrado em Administração, São Paulo, Universidade Católica de São Paulo, 105 p.

Rocha- Trindade, M.B. (2000), “The Portuguese Diaspora” in *The Portuguese in Canada*, Toronto, University of Toronto Press, pp. 15-33.

Teixeira C. (2001), “Community Resources and Opportunities in Ethnic Economies: A Case Study of Portuguese and Black Entrepreneurs in Toronto”, *Urban Studies*, 38(11), pp. 2055-2078.

Wennekers, S.; Thurik, R. (1999), “Linking Entrepreneurship an Economic Growth”, *Small Business Economics*, 13, pp. 27-55.