

# **O tipo de negócio e a inserção na sociedade Andorrana do empreendedor emigrante português**

**Alice Virgínia Parta (1), Paula Cristina Remoaldo (2),  
Maria Ortletinda Goncalves (3)**

1-Universidade do Minho  
prata.alice@hotmail.com

2- Universidade do Minho  
premoaldo@geografia.uminho.pt

3- Associação Universitária de Espinho  
ortelinda.barros@aue.pt

## **RESUMO**

O presente artigo debruça-se sobre o empreendedorismo dos portugueses em Andorra, tendo por base o diagnóstico feito em 2009 de duzentas empresas com titulares de nacionalidade portuguesa. A pesquisa realizada está integrada num projeto mais abrangente, que se alarga a outros territórios europeus (Mónaco, Nice e Londres), que está a ser financiado pela F.C.T. e que se iniciou em 2012. Os principais objetivos do estudo são: caracterizar o tipo de negócio do emigrante português em Andorra; aferir o nível de integração na sociedade onde estão a trabalhar; contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo fora do país de origem.

Para atingir estes objetivos foi aplicado em 2013 um inquérito por questionário a 51 portugueses empreendedores em Andorra. Os resultados encontrados revelam que a maioria das empresas geridas por portugueses em Andorra é de pequena dimensão e que as mesmas assumem um padrão familiar. A inserção dos portugueses na sociedade Andorrana tem ocorrido de forma pacífica.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Inovação, Emigração, Inserção, Andorra.

## **1. Introdução**

Na sociedade atual o empreendedorismo desempenha um papel cada vez mais relevante constituindo uma mais-valia para o desenvolvimento económico e social de uma região, ou mesmo de um país (Comissão Europeia, 2003).

O estudo do empreendedorismo envolve várias áreas do conhecimento, que na maior parte das circunstâncias, se encontra diretamente relacionado com o processo de desenvolvimento económico, na medida em que, quando se instala um negócio, por

mais pequeno que este seja, tende a gerar algum tipo de dinamismo económico no território circundante. A criação de emprego e o gerar de riqueza local, são dos mais evidentes impactos de um qualquer negócio.

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

Os principais objetivos do estudo iniciado em 2012 são: caracterizar o tipo de negócio do emigrante português em Andorra; aferir o nível de integração na sociedade onde estão a trabalhar; contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo fora do país de origem. No presente artigo procura-se responder aos dois primeiros objetivos do estudo que está a ser realizado em Andorra. Depois de realizada uma breve revisão da literatura são apresentados alguns resultados do inquérito aplicado a 51 portugueses potenciais autores de empreendedorismo.

## **2. Breves considerações sobre o empreendedorismo**

A literatura sobre o empreendedorismo é vasta e diversificada sendo propostos diversos modelos teóricos que relacionam os condicionantes positivos e negativos no desenvolvimento da atividade empreendedora (Hisrich, Peters e Shepherd, 2009).

Um dos modelos mais referenciados é o modelo de Gartner (1985). Segundo a sua perspetiva a conceção de um novo negócio é um fenómeno multidimensional. Cada variável considerada descreve uma parte da extensão do fenómeno, que não pode ser observado de forma isolada. Este autor destaca quatro dimensões essenciais: o Indivíduo, o Ambiente, a Organização e o Processo. Neste modelo podemos constatar a complexidade da criação de novos negócios.

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 podem incentivar o empreendedorismo. Por último, é considerado o Processo, que se refere ao empreendedor e às suas ações no início de um novo negócio.

No Quadro 1, estão sistematizados os eixos de referência na definição de empreendedorismo e os respectivos autores-chave.

Eixos estudados	Autores chave
Empreendedorismo e inovação	Schumpeter (1934); Drucker (1985)
Identificação, oportunidade e a sua exploração	Kirzner (1973); Shane (2003); Venkataramann (1997)
Empreendedor, características e comportamento	McClelland (1961)
Empreendedorismo como processo de criação de empresa	Gartner (1988)
Expressão organizacional do projeto empreendedor (novas empresas existentes)	Stevensen e Jarillo (1990)
Exploração de oportunidade e a sua sustentabilidade através da inovação	Sarkar (2007)

Quadro 1-Eixos de referência na definição de empreendedorismo

Fonte: Sarkar (2010: 33).

### 3. Metodologia de investigação e território estudado

A investigação realizada alicerça-se num trabalho de campo concretizado em Março de 2013 em cinco das sete paróquias de Andorra (La Massana, Andorra la Vella, Escaldes Engordany, Encamp e Canillo). Foram aplicados 51 inquéritos por questionário, que demoraram cerca de 25 minutos a serem respondidos. O questionário usado continha 65 questões. 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.

O trabalho de campo empreendido teve por base o diagnóstico feito de duzentas empresas com titulares de nacionalidade portuguesa, de acordo com o Registo de 2009 de Atividades Comerciais do Governo de Andorra (<http://www.comerc.ad> <http://www.estadistica.ad> – acedido a 13-04-10). 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.

No que concerne à amostra recolhida registou-se um equilíbrio em termos do sexo dos inquiridos (51,0% de homens *versus* 49,0% de mulheres). O grupo etário mais representativo foi o dos 42-49 anos (37,3%), seguido do dos 34-41 anos (23,5%). O segundo ciclo do Ensino Básico (49,0%) e o terceiro ciclo do Ensino Básico (23,5%) foram os mais expressivos níveis de instrução. Apenas 5,9% detinha Bacharelato ou Licenciatura. A esmagadora maioria (74,5%) era proveniente da região Norte (NUTS II) e estava casado (60,8%).

O Principado de Andorra corresponde a um território poliglota e pluricultural no qual convergem múltiplas nacionalidades (cerca de uma centena), tendo registado, nas últimas décadas, um crescimento no sector da construção e do turismo. Em 2012 possuía 76.246 habitantes de várias nacionalidades, posicionando-se os portugueses em segundo lugar (11.229 portugueses), logo a seguir aos espanhóis (20.320).

De acordo com a Unidade de Comércio e Consumo do Governo de Andorra (<http://www.comerc.ad> <http://www.estadistica.ad> – acedido a 11-06-13) no ano de 2012 encontravam-se registadas 7.337 empresas, pertencendo 215 (2,9%) a residentes de nacionalidade portuguesa. Cerca de 84% das empresas registadas no país pertenciam a Andorranos e os restantes 16% a outras nacionalidades, destacando-se os Espanhóis com 10,2% e, além dos Portugueses, os Franceses com 2,2% das empresas.

#### **4. Tipo de negócio e inserção na sociedade Andorrana do empreendedor emigrante português – principais ilações a retirar**

A maior parte dos inquiridos realizou o processo de emigração entre 1980 e 1999 (68,6%) e apenas 19,6% o concretizou a partir do ano 2000 (17,6% entre 2000 e 2007 e 2% a partir de 2008).

Como seria expectável o principal motivo para emigrar foi a procura de “melhores condições de vida” (25,7%). Seguiu-se a “existência de familiares e amigos em Andorra” (23,5%), representando, de certo modo, a necessidade de uma certa segurança face aos aspetos mais temidos na emigração, tais como, o medo do desconhecido e a falta de apoio. Este motivo parece influenciar mais a escolha do destino do que propriamente os motivos originais para emigração que estão sobretudo relacionados com o mercado de trabalho e a concretização de projetos de carreiras profissionais.

O tipo de empreendedorismo que desenvolveram é sintomático do percurso de emigração que tinha como objetivo a inserção profissional. O percurso escolhido relaciona-se, ainda muitas vezes, com a passagem gradual de uma situação de trabalho por conta de outrem para a posição de trabalho por conta própria em nome individual e sem empregados.

O tipo de negócio que é gerido pelos inquiridos concentra-se nas áreas de comércio de proximidade, dos serviços e na restauração. Nota-se uma importância significativa desta última área (“alojamento, restauração e similares”) que representa 58,8% do total de casos. Segue-se o “comércio por grosso e a retalho e a reparação de veículos”, que revela 23,5% dos negócios desenvolvidos. As “outras atividades de serviços” que participam com 9,8% são sobretudo serviços pessoais como os salões de cabeleireiros ou de estética, geridos por mulheres.

O tipo de faturação admitido pelos inquiridos corresponde a volumes de negócios relativamente baixos e que não excedem os 100 mil euros por ano.

Em cerca de 51% dos casos a empresa possui 9 ou menos empregados, correspondendo em apenas 5,9% dos casos a entre 10 e 49 empregados, ou seja, em 43,1% dos casos a empresa não dispõe de empregados.

Verificou-se um bom relacionamento entre empreendedores da comunidade portuguesa.

O movimento associativo na comunidade portuguesa é expressivo. Deparamo-nos com 11 associações que se dedicam a diferentes domínios: social, desportivo, cultural, empresarial e religioso. Com uma dinâmica muito ativa, as associações portuguesas, principalmente as culturais, participam em atividades organizadas pelas instituições andorranas e em representação de Portugal.

Destas associações, o Clube de Empresários Portugueses de Andorra (CEPA), foi referido por cinco dos inquiridos de forma positiva, na medida em que faculta, por exemplo, ações de formação aos empresários e prémios anuais de desempenho empresarial. Também foram mencionadas algumas associações desportivas às quais quatro empreendedores pertenciam ou patrocinavam, ou associações culturais relacionadas com as representações etnográficas do seu país de destino, referidas por sete dos inquiridos. Contudo apenas 27,5% dos inquiridos afirmaram pertencer a uma associação e este facto assume-se como restritivo para avaliar de forma completa a inserção na sociedade Andorrana. As mencionadas associações podem ser orientadas

exclusivamente por portugueses e frequentadas pelos mesmos e quando não existem eventos de interação com a sociedade Andorrana as associações podem apenas ter a função de um encontro entre portugueses e não ter exatamente uma função de integração. Como os inquiridos são empresários deparamo-nos com uma participação nas associações associativas sob a forma de patrocínios, não necessitando necessariamente de pertencer ativamente às mesmas.

## **5. Principais conclusões**

Em síntese, os empreendedores portugueses em Andorra são na sua maioria proprietários de pequenas empresas, assumindo estas um carácter familiar e a sua inserção na sociedade Andorrana parece ter ocorrido de forma pacífica.

Os resultados do questionário aplicado indicam-nos que na gestão dos negócios portugueses em Andorra temos um equilíbrio entre os dois sexos e a formação reflete uma emigração pouco qualificada.

A maior parte destes empresários emigraram na esperança de encontrarem “melhores condições de vida”. A trajetória evidenciada pelos 51 inquiridos tem subjacente a opção pela independência laboral e pela criação do autoemprego. O padrão de empresa mais frequente gerida pelos inquiridos alinha nas áreas de comércio de proximidade e na restauração.

## **Referências Bibliográficas**

Comissão Europeia (2003) Livro Verde: Espírito Empresarial na Europa, Bruxelas, Comissão das Comunidades Europeias [Acedido em 17 de Dezembro de 2012]. [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2003/com2003\\_0027pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2003/com2003_0027pt01.pdf)

Gartner W (1985) A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4): 696-706.

Hisrich R, Peters, M, Shepherd, D (2009) *Empreendedorismo*. Trad. Teresa Cristina Felix de Sousa. 7ª edição. Bookman, Porto Alegre.

Sarkar S. (2010) *Empreendedorismo e inovação*. 2ª edição. Lisboa, Escolar Editora.