



Mulheres portuguesas empreendedoras em Andorra

Maria Ortelinda Gonçalves

Judite Ferreira Coelho

Michaël Pereira

Introdução

O empreendedorismo é atualmente alvo de grande interesse por parte dos académicos, dos empresários e da própria administração, que veem neste conceito a chave para a competitividade global da economia, que passa, precisamente, pela sua capacidade de criar emprego, inovar e criar riqueza. O seu interesse remonta já ao século XVIII, contudo, hoje, vivemos numa aldeia global, pelo que se torna importante estudar também esta temática num contexto de emigração que, no início do século XXI, voltou a ganhar importância no quadro português, decorrente da crise económica que se instalou desde 2008. Desde então, Portugal volta a assistir à saída de milhares de pessoas que procuram noutros países melhores oportunidades e melhores condições de vida, acabando por investir aí todas as suas potencialidades, nomeadamente a capacidade de empreender.

Tendo em conta a temática, optou-se por centralizar a atenção apenas em Andorra, Principado com uma das maiores percentagens de população total com nacionalidade portuguesa, 14%.

Desta forma, o trabalho que se segue tem por objetivos: caracterizar a sociedade onde os empreendedores estão a trabalhar; aferir estratégias da sua inclusão social e contribuir para um melhor conhecimento do empreendedorismo feminino fora do país de origem.

Para prosseguir estes objetivos, o estudo baseou-se no método quantitativo, com a aplicação de um inquérito por questionário a 51 empresários emigrantes portugueses a residirem em Andorra e ainda com a realização de sete entrevistas (semiestruturada) decorrentes de um trabalho de campo realizado em março de 2013, em cinco das sete paróquias de Andorra (La Massana, Andorra la Vella, Escaldes Engordany, Encamp e Canillo).

Dos 51 empreendedores portugueses inquiridos em Andorra, foi possível encontrar um grupo significativo de mulheres empreendedoras, 26, o que representa uma percentagem de 51%. Este número não deixa de ser expressivo, uma vez que, *a priori*, não foram estabelecidas quaisquer cotas do estudo de campo, no domínio da distribuição por sexos dos empreendedores e, por isso, não podemos deixar de direcionar a atenção para

o empreendedorismo feminino, que segundo a Comissão Europeia é uma forma de desenvolvimento de um potencial económico ainda por explorar¹.

Estes dados, vem apenas reforçar estudos anteriores que apontam para a crescente intervenção das mulheres enquanto impulsionadoras de negócios. O'Meally², por exemplo, refere que nos EUA as mulheres estão a iniciar negócios duas vezes mais do que os homens, ganharam um terço dos pequenos negócios no Canadá e possuem um quinto dos pequenos negócios na França.

A emigração portuguesa para Andorra

O Principado de Andorra é um pequeno Estado localizado na cordilheira pirenaica entre o nordeste da Espanha e o sudoeste da França. É o único estado no mundo cujo governo é uma diarquia. Apresenta uma área de 468Km² e corresponde a um território pluricultural, impulsionado, nas últimas décadas, pelo crescimento dos setores da construção e do turismo.

Figura n.º 1 – Principado de Andorra



Depois dos anos 1930, Andorra percebe as vantagens económicas decorrentes da sua situação geográfica de montanha e do seu posicionamento na fronteira entre dois grandes países (França e Espanha) e assiste-se a um processo de rutura com o sistema económico tradicional fundamentado numa economia de subsistência suportada pela agricultura, para uma economia em franco crescimento, onde o turismo, o comércio e a banca passam a ditar as remessas de capital³.

1 INFOTEC PME, 2014.

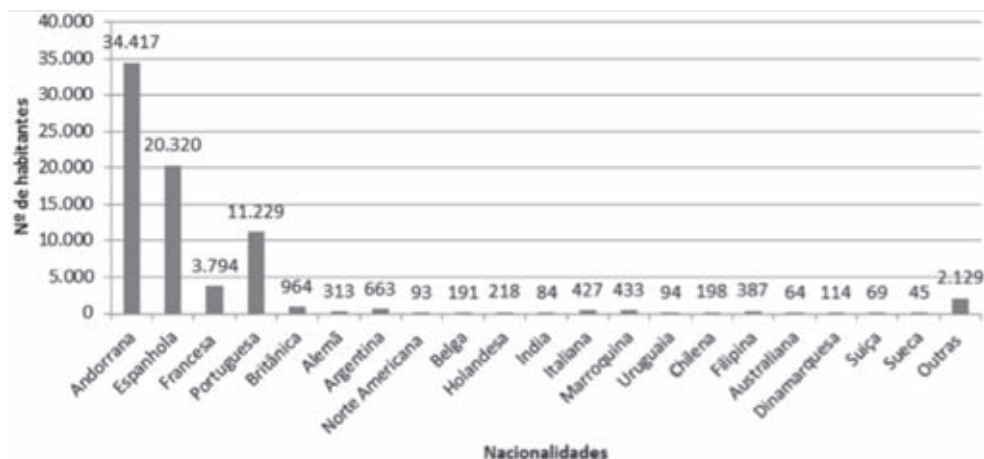
2 O'MEALLY, 2000.

3 MALHEIROS, 2002; MATIAS, 2008; LLUELES, 1991.

O crescimento das atividades económicas andorranas, resultantes, por um lado, das políticas de liberalismo económico e de baixa fiscalidade e, por outro, de um forte impulso no seu turismo de montanha, que se mantém até à atualidade, justificou o recrutamento de grandes contingentes de trabalhadores estrangeiros e de baixas qualificações, os quais, para além de responderem às necessidades de mão-de-obra do país, tiveram um papel muito importante na dinamização da procura interna⁴ e, por isso, “a composição demográfica da atual população andorrana é, antes de mais, o resultado de um contínuo saldo migratório positivo em relação ao exterior”⁵.

Numa breve análise atual, Andorra corresponde a um território poliglota e pluricultural no qual convergem múltiplas nacionalidades (cerca de uma centena). Um exemplo esclarecedor é o facto de no Estado estarem em vigor três sistemas de ensino distintos: o andorrano, o francês e o espanhol. Em 2012, Andorra registava 76 246 habitantes. No gráfico n.º 1, podemos observar que, apesar de Andorra ser um pequeno território, tem residentes de várias nacionalidades, sendo que os portugueses merecem um lugar de destaque, representando cerca de 14% da população residente.

Gráfico n.º 1 – População residente em Andorra por nacionalidades em 2012



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

Como forma de reconhecer a importância da imigração para o desenvolvimento do Principado, o Serviço de Correios Espanhol acabou de lançar uma edição filatélica (Figura n.º 2) da responsabilidade do Ministério da Cultura e do Museu Postal de Andorra, dedicada à diversidade andorrana, em que a primeira edição filatélica da série “Diversitat Andorrana” é dedicada à “população portuguesa”, sendo constituída por um selo reproduzindo a bandeira portuguesa e o traje regional de Viana do Castelo.

4 SEGURA, 1995, citado por MALHEIROS, 2002.

5 MALHEIROS, 2002.

Figura n.º 2 – Edição filatélica



No entanto, apesar da importância da população portuguesa para o Principado, encontramos ainda uma jurisdição relativa à imigração muito fechada e sempre de acordo com as necessidades económicas e sociais do Principado. Por exemplo, “nas autorizações de imigração para residentes ativos distinguem-se a *autorização de imigração temporal* (duração de 12 meses e improrrogável) e a *autorização de residência e trabalho* (duração de um ano, renovada três vezes por períodos de dois anos, passados 6 anos, renova-se por períodos de 10 anos)⁶.

Além disso, as barreiras legais ainda limitam a possibilidade dos detentores de autorização de residência ou com vistos de trabalho desenvolverem atividade empresarial. Os nacionais portugueses que podem justificar, em conformidade com a legislação andorrana, uma residência efetiva e ininterrupta em Andorra de um período mínimo de 10 anos, podem nas mesmas condições que os nacionais andorranos, exercer qualquer atividade profissional não assalariada, fazer contribuições de capital às sociedades mercantis andorranas e exercer cargos de administração ou de representação destas sociedades⁷. Esta situação, associada à dificuldade dos estrangeiros adquirirem dupla nacionalidade, acabava por originar subterfúgios para contornar os impedimentos legais, não sendo raras as situações em que os estrangeiros estabelecem acordos com andorranos, em que estes se assumem como proprietários maioritários (os *presta nome*), sendo os estrangeiros os proprietários de facto e os prestadores do serviço ou da atividade comercial, mediante, evidentemente, uma contrapartida monetária por parte dos estrangeiros⁸. Todas estas situações, acrescidas de alguns aspetos legais (como a impossibilidade da dupla nacionalidade), dificultam o processo de integração dos emigrantes portugueses em Andorra, refletindo-se, nomeadamente, no estabelecimento de negócios próprios.

No entanto, esta tendência acaba por ser contrariada com alguns casos de integração plena. A nossa amostra composta por 51 empresários portugueses é disso exemplo. Conseguiu contornar todos os obstáculos e identificar oportunidades para empreender negócios de sucesso, contribuindo não só para o êxito da sua integração, mas também para o desenvolvimento do Principado, tornando-se, desta forma, parte integrante da sociedade e da economia andorrana.

6 MATIAS, 2008.

7 DIÁRIO DA REPÚBLICA, 1ª série, n.º 139, 21.7.2008.

8 MALHEIROS, 2002.

A importância do empreendedorismo para a economia – contributos femininos

Quando se fala em empreendedorismo, temos a sensação de estarmos a falar de um conceito muito recente sem o qual as economias atuais não conseguiriam manter a sua competitividade, mas a verdade é que os vários estudiosos da temática são unânimes em considerar que terá sido o economista Richard Cantillon a abordar este conceito primeira vez, dando-lhe uma conotação muito próxima da atual⁹. “Cantillon, no seu ensaio *Essai sur la nature du commerce général*, em 1755, descreve um empreendedor como um pessoa que paga um certo preço por um produto para o vender a um preço incerto, tomando decisões sobre obter e usar recursos assumindo o risco empresarial”¹⁰, existindo, portanto, já no século XVIII, uma associação do empreendedorismo/empreendedor ao risco, à inovação e ao lucro¹¹.

Efetivamente, na economia do conhecimento, não existem barreiras e as empresas ficaram sujeitas à competição internacional, por isso, mais que executarem as atividades correntes, as empresas têm de as antecipar, escrevendo na história aquilo que Schumpeter defendia há mais de 50 anos. Para autores como Gaspar¹² e Sequeira¹³, o interesse por esta temática na atualidade passa, precisamente, pela capacidade do empreendedorismo criar emprego, inovar e criar riqueza. Segundo a Comissão Europeia (2008), por exemplo, as micro e as pequenas empresas correspondiam em 2005 a 99,8% do total das empresas europeias e eram as responsáveis por 67,1% dos postos de trabalho do setor privado.

Neste contexto, outro elemento que revela alterações na economia atual é “o crescimento consistente da presença das mulheres na esfera económica”¹⁴; à medida que cresce a participação da mulher na economia e nos negócios, crescem também os movimentos desenvolvidos pelas mulheres ligadas às atividades empreendedoras.

Segundo o relatório do Global Entrepreneurship Monitor, e tal como podemos ver no Gráfico n.º 2, a Taxa de Atividade Empreendedora (TEA) continua a ser bastante superior no sexo masculino mas, como podemos ver no caso português, essa diferença tende a diminuir. Em 2011, a Taxa TEA feminina era de apenas 4,7%, ao passo que a masculina era de 10,5%. Já em 2012, assistimos a um número de empreendedores *early-stage* do sexo masculino correspondente a 9,3% da população adulta masculina e um número de empreendedores *early-stage* do sexo feminino de 6,2% da população adulta feminina. Estes resultados, para além de representarem um aumento do equilíbrio entre o número de homens e mulheres envolvidos em atividades empreendedoras, significa também que a Taxa TEA global de Portugal aumentou à custa do aumento do número de mulheres empreendedoras¹⁵.

A contribuição feminina para o desenvolvimento económico através do empreendedorismo verifica-se também além-fronteiras. Em Andorra, no ano de 2012, segundo a Unidade de Comércio e Consumo do Governo de Andorra, estavam registadas 7337 empresas, e, destas, 215 pertenciam a residentes de nacionalidade portuguesa (Gráfico n.º 3), o que corresponde a 2,93% do total. Como já referido, depois de aplicar um inquérito por questionário a 25% dessas empresas, verificamos que destas, 51% correspondem a empresas criadas e gerenciadas por mulheres.

9 DRUKER, 1986; CUNNINGHAM *et al*, 1991; SARKAR, 2007; DORNELAS, 2008.

10 CHANTILLON, 1755, citado por SAKAR, 2007.

11 DRUKER, 1986.

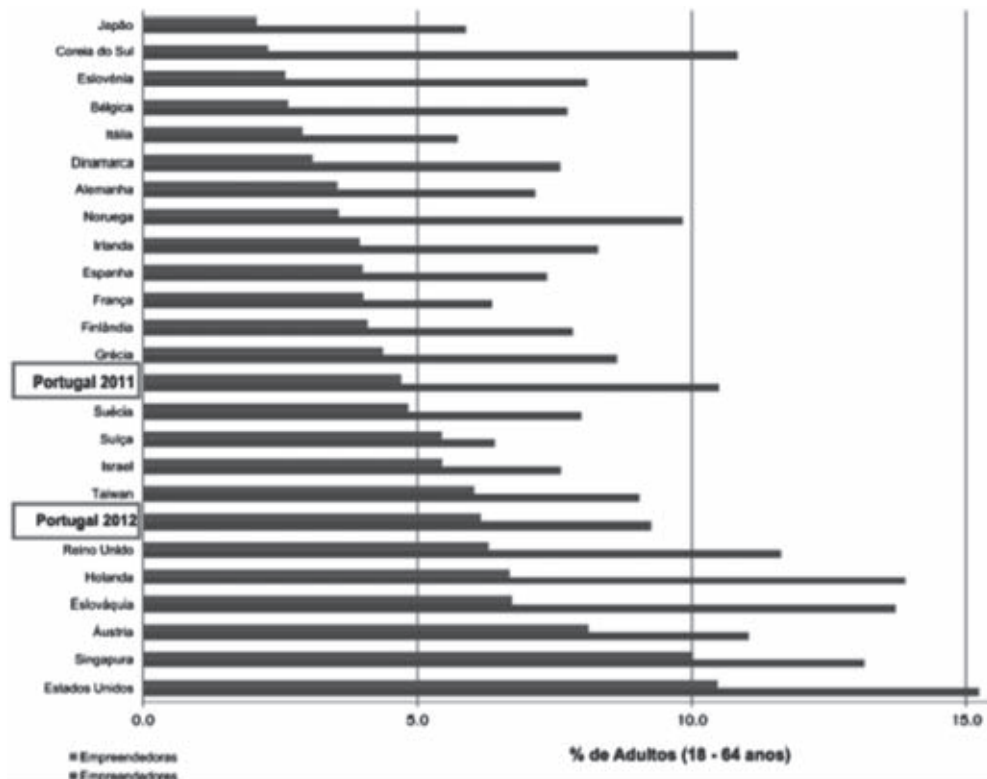
12 GASPAR, 2001.

13 SEQUEIRA, 2009.

14 GOMES *et al*, 2014.

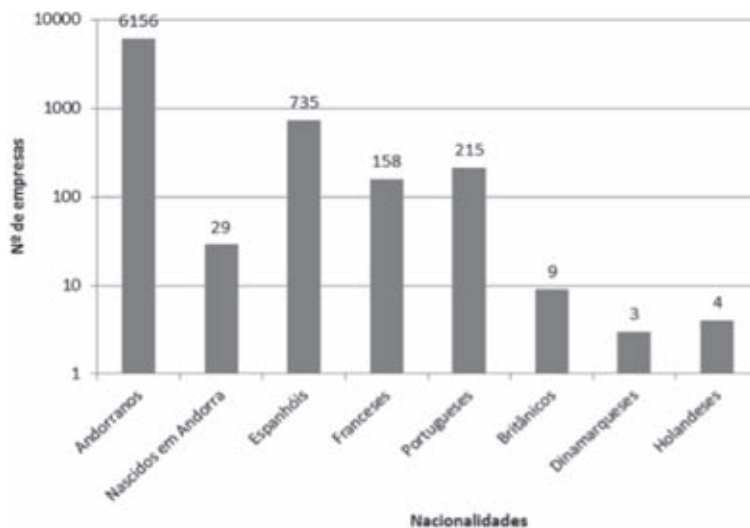
15 GEM PORTUGAL, 2012.

Gráfico n.º 2 – Taxa de Atividade Empreendedora (TEA) por género



Fonte: GEM PORTUGAL 2012 – Estudo sobre o Empreendedorismo, p.18.

Gráfico n.º 3 – Número de proprietários das empresas em Andorra por nacionalidade



Fonte: Unidade de Comércio e Consumo do Governo de Andorra, 2012 (elaboração própria).

As mulheres portuguesas empreendedoras em Andorra – o seu percurso

A cada dia que passa, mais autores procuram entender o papel das mulheres na sociedade, pois é extraordinária a sua relevância nas esferas económica (principalmente na criação de empregos para elas e para as outras pessoas), social (na capacidade de equilibrar o trabalho e família) e política (na procura por maior autonomia como grupo social minoritário). Neste sentido, deixamos aqui alguns apontamentos que retratam o percurso e a importância das portuguesas empreendedoras fora do seu país de origem, neste caso, em Andorra.

Em termos sociodemográficos, verificamos que as mulheres inquiridas tem uma média etária a rondar os 43 anos, são maioritariamente casadas e com um percurso académico relativamente curto. Do total das 26 mulheres, apenas 6 concluíram 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, dado ter sido obtida por quase metade do grupo em estudo (11 casos, ou seja, 42,3%).

Tabela n.º 1 – Caracterização sociodemográfica em valores absolutos

Média de Idade: 43	Grau de Escolaridade
Estado Civil	1º Ciclo Ensino Básico: 3
Solteiro: 4	2º Ciclo Ensino Básico: 9
Casado: 15	3º Ciclo Ensino Básico: 8
Divorciado/separado: 7	Ensino Secundário: 3
Nacionalidade	Bacharelato: 1
Portuguesa: 25	Licenciatura: 2
Dupla nacionalidade: 1	Formação Complementar
	Sim: 11
	Não: 15

Fonte: Inquérito por questionário.

Em termos motivacionais da emigração para Andorra, é curioso verificarmos que as mulheres inquiridas apontam como principal motivo fatores de ordem familiar. Das 26 empreendedoras, 19 justificam a ida para o Principado por aí já terem familiares e amigos e pela necessidade de acompanharem o respetivo cônjuge, o que explica de alguma forma o avolumado número de portugueses em Andorra, assim como a homogeneidade na sua origem. Como pudemos verificar, a grande maioria dos 51 inquiridos (80,4%) residiam no Norte de Portugal antes de emigrar para Andorra, sendo poucos os portugueses que não se enquadraram nos espaços geográficos do Alto Minho, Beiras e Trás-os-Montes.

Como segundo principal motivo para emigrar para o Principado, as inquiridas apontam fatores de ordem laboral, nomeadamente pelo facto de em Andorra poderem encontrar mais e melhores condições de trabalho (13 respostas). E, finalmente, como terceiro principal motivo, encontramos o fator mais abrangente relacionado com a procura de melhores condições de vida (com 8 respostas).

Em termos empresariais, verificamos que o tempo que estas mulheres demoraram a criar as suas empresas e desenvolver os seus negócios, é indicador de que a experiência profissional acumulada nas suas carreiras é determinante do tipo de empreendedorismo desenvolvido. Observamos então que quase 70% das

mulheres empreendedoras, em Andorra, tomaram a decisão de criar as suas empresas mais de seis anos depois de terem chegado ao território, sendo pouco relevantes, proporcionalmente, aquelas que concretizaram o seu projeto em menos de três anos.

Verifica-se um período importante de trabalho por conta de outrem em Andorra antes de estarem criadas condições propícias ou oportunidades concretas para desenvolver negócio próprio. Este período anterior à escolha de percurso de empreendedorismo surge como uma continuidade das condições contratuais em que se encontravam em Portugal antes da emigração. Assim, estas mulheres, na sua esmagadora maioria, trabalharam como trabalhadoras por conta de outrem, assalariadas, muitas vezes no mesmo tipo de empresa que viriam a criar mais tarde. Para muitas delas, a emigração serviu como vetor de inserção no mercado de trabalho, ou mesmo como primeira experiência laboral.

O tipo de empreendedorismo desenvolvido também é revelador do percurso de emigração, com o objetivo de inserção profissional. O percurso escolhido passa, muitas vezes e gradualmente, de uma situação de trabalho por 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. Quanto às restantes, apesar de terem empregados a seu cargo, a estrutura das suas empresas ainda se enquadra nas dimensões das microempresas com menos de 10 empregados (10 casos – 50% de todos os casos considerados).

O tipo de negócios geridos por estas mulheres está concentrado essencialmente nas áreas de comércio de proximidade, dos serviços e na restauração. É significativa a importância desta última área, pois representa 57,7% de todos os casos. Os outros serviços são sobretudo serviços pessoais, como os salões de cabeleireiros ou de estética. A faturação emitida pelas inquiridas revela volumes de negócios relativamente baixos, não excedendo os 100 mil euros por ano.

Outro ponto essencial para compreender o percurso empreendedor destas mulheres é determinar os fundamentos da escolha da área de atividade para as suas empresas, e, através da Tabela n.º 2, podemos ver que a valorização da experiência profissional e o gosto pessoal superam as razões de ordem económica, como a facilidade de financiamento ou mesmo as perspetivas do mercado (com posições médias de 4,85 e de 3,42 respetivamente).

Tabela n.º 2 – Principal razão para a escolha da atividade da empresa

	Média	%
Tinha experiência na atividade	1,77	53,8
Gosto pela atividade	2,5	23,1
Boas perspetivas de mercado	3,42	3,8
Surgiu a oportunidade	3,85	15,4
Conhecia pessoas que já trabalhavam na área	4,62	0,0
Mais facilidade de, financeiramente, implementar a atividade	4,85	3,8

A experiência profissional no setor surge como a razão 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, ordenadas da mais importante – número 1, até à menos importante – número 6). Este aspeto é corroborado ao analisamos as profissões exercidas pelas inquiridas antes da criação de suas empresas. Relevamos o 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) que acabam por determinar, na maioria dos casos, a área de atividade dos negócios

constituídos. A afinidade e o gosto pela atividade surgem no segundo lugar, com uma média de 2,5 nas classificações, e como sendo a principal razão para a escolha do negócio para 23,1% dos casos.

Outros aspetos relevantes na análise da implementação de percursos migratórios empreendedores destas mulheres, são os níveis de integração dos seus negócios no mercado andorrano e as suas vivências sociais e familiares. Assim, importa verificar se elas exercem algum tipo de participação ativa no seio da comunidade portuguesa de que são originárias, e na comunidade andorrana na qual desenvolvem a sua atividade empresarial. Verificamos, em primeiro lugar, que a sua participação associativa é pouco significativa, com apenas 8 casos. É de notar que apenas em 3 casos existe uma participação relacionada com o meio profissional, o que representa apenas 11,5% da totalidade da amostra em estudo (3 casos das 26 inquiridas). É igualmente importante salientar que, em nenhum caso, existe uma participação nos meios de representação política (partidos ou associações).

Algumas das entrevistadas consideram que a participação portuguesa nas questões políticas de Andorra é inexistente e que as outras associações locais, nomeadamente as associações profissionais, não representam uma fonte importante de integração no mercado, nem no meio económico. O contexto legal e do título de nacionalidade restringem igualmente qualquer participação.

eA: Qual é a sua participação política no país onde desenvolve a sua atividade?

E07: Não tenho participação nenhuma.

eA: Vota?

e07: Não, até penso que aqui os portugueses não “pintam” nada.

(Entrevista n.º 7, sexo feminino, 28 anos, licenciada, microempresa em nome individual)

eA: Faz parte de alguma associação?

E01: Não e, eu na política aqui não entro não é?

eA: Vota?

E01: Não, não posso votar. Aqui os portugueses não podem votar, só pode votar a gente do país.

(Entrevista n.º 1, sexo feminino, 46 anos, 2º ciclo ensino básico, microempresa em nome individual)

Estas primeiras considerações indiciam, de alguma forma, que os níveis de integração das mulheres empreendedoras oriundas da emigração portuguesa em Andorra podem ainda aumentar, nomeadamente em referência à população andorrana. Por outro lado, destaca-se a comunidade de origem como um ponto essencial do desenvolvimento das suas vidas e da vida das suas empresas.

Observamos que existe um contacto importante na vida profissional destas mulheres com pessoas também elas emigradas em Andorra.

Tabela n.º 3 – Percentagem de relacionamento pessoal não familiar com portugueses ou pessoas de origem portuguesa (quartis)

	Frequências	Percentagens	Percentagens acumuladas
25% ou menos	6	23,1	23,1
Entre 26 e 50%	9	34,6	57,7
Entre 51 e 75%	7	26,9	84,6
Entre 76 e 100%	4	15,4	100
Total	26	100	

Os contactos de tipo não familiar com pessoas de nacionalidade portuguesa ou de origem portuguesa são maioritários para 42,3% das inquiridas, representando uma média de 50,6%¹⁶. Estes valores são reforçados quando analisamos as percentagens destes contactos com cidadãos andorranos, pois, para 61,5% das inquiridas, estas não ultrapassam os 25% (com média de apenas 30,58%). Notamos assim que, nas suas atividades económicas e sociais, as mulheres empreendedoras provenientes da emigração dependem muito da comunidade portuguesa e é essencialmente no seio desta que se encontram os seus clientes, fornecedores, etc.

Tabela n.º 4 – Percentagem de relacionamento pessoal não familiar com Andorranos (quartis)

	Frequências	Percentagens	Percentagens acumuladas
25% ou menos	16	61,5	61,5
Entre 26 e 50%	7	26,9	88,5
Entre 51 e 75%	1	3,8	92,3
Entre 76 e 100%	2	7,7	100
Total	26	100	

Estas considerações tornam-se mais evidentes quando analisamos a composição e a estrutura das empresas criadas pelas inquiridas. Verificamos que, quando os negócios não são microempresas em nome individual¹⁷, os sócios e parceiros dos mesmos são sempre de nacionalidade ou origem portuguesa.

Da mesma forma, observamos uma grande implementação da comunidade portuguesa nas outras posições das empresas em estudo. Em apenas 2 casos, os empregados não são de origem portuguesa. Assim, o percurso empreendedor destas mulheres está intimamente ligado às suas origens e à sua integração nesta comunidade em Andorra. É a partir desta que são obtidos os recursos necessários para a criação da empresa e recrutados os colaboradores para o seu funcionamento.

Se colocarmos o enfoque na perspetiva do mercado, também verificamos o mesmo. Os clientes portugueses, ou de origem portuguesa, ainda representam uma parte importante e sempre significativa do potencial de negócio ao alcance destas empresas. Assim, notamos que em 11 casos (por acumulação das categorias “entre 51 e 75%” e “entre 76 e 100%”), estes representam, pelo menos, metade dos clientes, com uma média global de cerca de 49%. É de salientar ainda que, em 7 casos, estes representam a quase totalidade da clientela global das empresas das inquiridas.

¹⁶ As inquiridas foram solicitadas a dividir os seus contactos pessoais não familiares por percentagens divididas pela comunidade portuguesa, comunidade andorrana e outras nacionalidades. As respetivas médias foram calculadas diretamente das suas respostas.

¹⁷ No caso das mulheres empreendedoras emigrantes em Andorra, apenas foram registados 4 casos em que existem sócios.

Tabela n.º 5 – Percentagem de clientes portugueses (quartis)

	Frequências	Percentagens	Percentagens acumuladas
25% ou menos	9	34,6	34,6
Entre 26 e 50%	6	23,1	57,7
Entre 51 e 75%	4	15,4	73,1
Entre 76 e 100%	7	26,9	100
Total	26	100	

A comunidade portuguesa em Andorra produz um verdadeiro mercado de base que possibilita aos seus membros a criação de empresas, o seu funcionamento e, muitas vezes, é o fator de sustentabilidade. Este suporte permite *a posteriori* o alargamento e expansão para o mercado local andorrano e internacional (potencial turístico do Principado). As considerações da entrevistada sustentam, de alguma forma, estes argumentos.

eA: Na sua vida profissional está em contacto com portugueses ou pessoas de origem portuguesa?

E07: Sim.

eA: Qual o teor desses contactos?

E07: Clientes, alguns amigos, fornecedores.

eA: E a influência destes contactos é importante para o desenvolvimento da empresa?

E07: A nível de clientes sim, torna-se importante... e também o produto português é importante, já tem uma aceitação por parte dos clientes que são portugueses.

(Entrevista n.º 7, sexo feminino, 28 anos, licenciada, microempresa em nome individual)

O enclave economicossocial e cultural torna-se ainda mais evidente à medida que são analisados outros pontos fulcrais na integração das inquiridas. A utilização da língua portuguesa surge como um ponto central das relações sociais, pois estabelece a base de comunicação e desenvolvimento destas mulheres, e isso muito para além do círculo familiar. Destacamos que a língua portuguesa é utilizada no contexto do exercício das suas atividades económicas pela quase totalidade das inquiridas (88,5%, ou seja, 23 casos). E esta utilização não é esporádica, pois, em média, em 51,39% do tempo é a forma de expressão utilizada pelas inquiridas para comunicar no seu local de trabalho, quer com clientes, quer com colaboradores. Verificamos, assim, que o facto de pertencer a uma comunidade emigrante portuguesa em Andorra é um dos vetores fundamentais que propicia e facilita o percurso empreendedor, ou seja, uma base importante a partir da qual se produz a inserção dos seus negócios no mercado andorrano.

Tabela n.º 6 – Percentagem de tempo de utilização da língua portuguesa no contexto laboral (quartis)

	Frequências	Percentagens	Percentagens acumuladas
25% ou menos	6	26,1	26,1
Entre 26 e 50%	7	30,4	56,5
Entre 51 e 75%	4	17,4	73,9
Entre 76 e 100%	6	26,1	100
Total	23	100	

A utilização da língua portuguesa também é maioritária no contexto familiar. Em 17 casos (65,4% das respostas), é a única forma de comunicar anunciada, proporção que pode chegar às 20 respostas se incluirmos os casos em que é praticado em conjunto com o castelhano. Obviamente, esta predominância linguística está diretamente relacionada com a nacionalidade dos outros membros do agregado familiar das inquiridas. Em 21 casos dos 26 em estudo, o primeiro membro do agregado familiar (geralmente o cônjuge) também é de nacionalidade portuguesa.

Tabela n.º 7 – Língua corrente mais utilizada num contexto familiar

	Frequências	Percentagens	Percentagens acumuladas
Castelhano	5	19,2	19,2
Catalão e castelhano	1	3,8	23,1
Português	17	65,4	88,5
Português e castelhano	3	11,5	100
Total	26	100	

Por outro lado, a predominância da língua portuguesa também traz desvantagens para as pessoas provenientes da emigração portuguesa. O não domínio do catalão (língua oficial de Andorra) pode mostrar-se uma barreira à integração social e económica. Este obstáculo pode ser considerado, inclusive, como um dos fatores para a prevalência de um certo enclave da população portuguesa emigrada em Andorra. O obstáculo linguístico parece definir, de alguma forma, os limites de mercado e do tipo de negócios que as mulheres empreendedoras desenvolvem, isto é, com enfoque na sua origem e na comunidade a que pertencem. É a partir deste núcleo que se fomentam as aspirações de expansão no meio em que se inserem.

eA: Por aquilo que já me têm dito, não falam o catalão... e queixam-se muito...

E07: Sim, claro... mas também não nos dão muitas oportunidades (...) de aprender... dão oportunidades a nível... se tu queres aprender catalão podes aprender catalão... mas no trabalho... claro dão-nos assim... um pouco... como não sabemos cem por cento a língua, e é uma língua um pouco difícil... mais difícil que o castelhano... claro que falamos principalmente castelhano, e então esquecemos um pouco do catalão entre aspás e põem muitos entraves por causa da língua e cada vez acho que põem mais entraves por causa da língua.

eA: É uma questão de afirmar a língua do país deles?

E07: Fala-se de tudo menos catalão... fala-se francês, fala-se castelhano, fala-se português. Por um lado é normal que eles queiram que se fale catalão, por outro lado, penso que não reagem da melhor forma com as pessoas que vão pedir trabalho, acho que deveriam de dar mais oportunidades. Nem sequer dão oportunidade de aprenderem. Dizem logo que não, que não querem pessoas que não falem catalão.

(Entrevista n.º 6, sexo feminino, 28 anos, licenciada, microempresa em nome individual)

Esta entrevistada relata ainda aspetos de uma certa discriminação por parte da população andorrana.

eA: Alguma vez se sentiu discriminada por ser de origem portuguesa aqui na sua vida quotidiana, aqui no país?

E07: Sim...

eA: Em que aspetos?

E07: Pelo facto de ser portuguesa, acho que os portugueses aqui não são bem aceites.

eA: Sentiu-se discriminada porquê, deixaram de falar consigo, puseram-na à parte?

E07: A nível que disseram bastantes vezes que era portuguesa e não queria mais gente portuguesa a trabalhar..

eA: Sim, mas quando ia pedir trabalho?

E07: Não quando ia pedir trabalho, mas quando estava a trabalhar. Disseram que eu era a única portuguesa, que não queriam mais... portugueses.

(...)

E07: Porque não gostam dos portugueses, não aceitam bem os portugueses aqui... não sei a nível... não estou a falar de uma forma geral, estou a falar mas de forma particular... mas é o que eu penso e muitas pessoas têm esse ponto de vista...é o que nos dá a sensação aqui. Os portugueses aqui são muito importantes, no desenvolvimento do país sempre foram muito importantes.

(Entrevista n.º 7, sexo feminino, 28 anos, licenciada, microempresa em nome individual)

Embora sejam opiniões pessoais, não deixam de indiciar, de certa forma, que a exclusão linguística e uma ampla predominância da comunidade portuguesa, quer nos círculos privados, quer nos públicos, são fatores importantes para o desenho de um enclave cultural, económico e social. Estas são certamente questões fulcrais no entendimento da construção dos percursos empreendedores dos emigrantes em Andorra e na forma como se constrói um mercado específico, mas não propriamente fechado sobre si próprio.

Conclusão

Os principais resultados revelam que as questões familiares são determinantes na tomada de decisão para a emigração feminina, seguindo-se a procura de mais e melhores condições no mercado de trabalho. As oportunidades de negócio surgiram já no território de Andorra e não como uma continuidade do mercado português.

O percurso empreendedor destas mulheres está mais relacionado com a prática profissional do que a conclusão de algum tipo mais específico de formação. Estas mulheres, na sua esmagadora maioria, trabalharam em Andorra como trabalhadoras por conta de outrem, assalariadas, muitas vezes no mesmo tipo de empresa que viriam a criar mais tarde. Para muitas delas, a emigração serviu como vetor de inserção no mercado de trabalho, ou mesmo como primeira experiência laboral.

A participação de portuguesas nas questões políticas de Andorra é inexistente e as associações locais, nomeadamente as associações profissionais, não representam uma fonte importante de integração no mercado, nem no meio económico. O contexto legal e do título de nacionalidade acabam igualmente por restringir qualquer participação.

Os níveis de integração das mulheres empreendedoras oriundas da emigração portuguesa em Andorra são relativamente baixos, nomeadamente com a população andorrana. Destaca-se a comunidade de origem como um ponto essencial do desenvolvimento das suas vidas e da vida das suas empresas.

A predominância do uso da língua portuguesa traz desvantagens para as mulheres provenientes da emigração portuguesa; em alguns casos, a falta de prática do catalão (língua oficial de Andorra) surge como uma barreira à integração social e económica. Este obstáculo pode ser considerado, inclusive, como um dos fatores para a prevalência de um enclave socioeconómico da população portuguesa emigrada em Andorra. O entrave linguístico parece definir, de alguma forma, os limites de mercado e do tipo de negócios que as mulheres empreendedoras desenvolvem, isto, com enfoque na sua origem e na comunidade a que pertencem.

Reunimos, desta forma, um pouco mais de conhecimento sobre o empreendedorismo emigrante, com destaque para o empreendedorismo feminino (onde pouco se sabe sobre as suas competências, obstáculos e modelos de gestão), que cada vez mais é reconhecido como um importante contributo económico e social para

muitos países. A verdade é que, à medida que forem desenvolvidas mais pesquisas sobre este assunto, mais se poderá fazer por uma disseminação de uma cultura empreendedora, nomeadamente ao nível da implantação de políticas públicas de apoio, ao fomento e desenvolvimento dos negócios, ou mesmo através da formação/capacitação pessoal.

Fontes e Bibliografia

- Andorra. U.S. Department of State – Diplomacy in Action. Disponível em: <<http://paei.state.gov/p/eur/ci/an/>> [consult. 17 de jun. 2013].
- Comissão Europeia, 2008 – *Prioridade às PME*. Disponível em: <http://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esc=s&source=web&cd=1&ved=OCCOQFjAA&url=http%3A%2F%2Fbookshop.europa.eu%2Fpt%2Fprioridade-s-pme-pbNB3008452%2Fdownloads%2FNB-30-08-452-PT-C%2FNB3008452PTC_002.pdf%3Bpgid%3Dy8dIS7GUJWMdsROEAIEMUUsWb00009o1wCwFq%3Bsid%3B> [consult. 26 de dez. 2012].
- COUTINHO, A.; OLIVEIRA, B.; SOARES, V. *et al*, 2008 – “O empreendedorismo imigrante em Portugal: fatores que influenciam este percurso profissional da ASI decorrente dos resultados do projeto PEI”. *Revista Migrações – Número Temático Empreendedorismo Imigrante*. Lisboa: ACIDI, p. 263-270.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. 1991 – “Defining entrepreneurship”. *Journal of Small Business Management*. Disponível em: <<http://www.joensuu.fi/taloustieteet/opiskelu/Llavikainen/Cunningham&Licheron.pdf>> [consult. 26 de dez. 2012].
- Diário da República*, 1.ª Série, n.º 139, 21.7.2008, p. 4479.
- DORNELAS, J. C. , 2008 – *Empreendedorismo*. Brasil: Elsevier.
- DRUCKER, P., 1986 – *Inovação e gestão*. Lisboa: Editorial Presença.
- GASPAR, F. A., 2001 – *O estudo do empreendedorismo e a relevância do capital de risco*. Disponível em: <<http://docentes.esgs.pt/fernando-gaspar/publ/Lugo.pdf>> [consult. 5 de jan. 2013].
- GEM PORTUGAL, 2012 – *Estudo sobre o Empreendedorismo*. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org/docs/download/3120>> [consult. 5 de jun. 2014].
- GOMES, F. A.; SANTANA, P. G.; SILVA, M. J., 2014 – *Mulheres Empreendedoras: Desafios e Competências*. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>> [consult. 1 de jun. 2014].
- HATZIPROKOPIOU, P. 2008 – Empreendedorismo de migrantes na Grécia. *Revista Migrações – Número Temático Empreendedorismo Imigrante*. Lisboa: ACIDI, pp. 79-90.
- HISRICH, R.; PETERS, M.; SHEPHERD, D., 2009 – *Empreendedorismo*, 7ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- HOLTZ-EAKIN, D.; KAO, C., 2003 – “Entrepreneurship and Economic Growth: the Proof is in the Productivity”. *Center for Policy Research Working Paper N.º 50*. New York: Syracuse University.
- INFOTEC PME, 2014 – *INFOTEC PME - Empreendedorismo Feminino*. Disponível em: <http://www.anje.pt/system/files/items/172/original/EURreport%232_EmpreendedorismoFeminino.pdf> [consult. 5 de jun. 2014].
- LAZARIDIS, G.; KOUMANDRAKI, M., 2003 – “Survival Ethnic Entrepreneurs in Greece: A Mosaic of Informal and Formal Business Activities”. *Sociological Research Online*. Vol. 8, n.º 2. Disponível em: <<http://www.socresonline.org.uk/8/2/lazaridis.html>> [consult. 20 de jan. 2013].
- LLUELES, M. J., 1991 – *La transformació econòmica d'Andorra*. Barcelona: L'Avenç.
- MALHEIROS, J., 2002 – Espanha e Andorra (um estudo de caso) in BAGANHA, M. I.; FERRÃO, J.; MALHEIROS, J., 2002 – *Os movimentos migratórios externos e a sua incidência no mercado de trabalho em Portugal*. Lisboa: Observatório do Emprego e Formação Profissional, p. 227-255.
- MATIAS, M. S., 2008 – *A que sabe um sumol a 2.200 metros de altitude?: identidade, integração e redes sociais dos cidadãos portugueses em Andorra*. Andorra: Pagés Editors.
- Observatório da Emigração. Disponível em: <<http://www.observatorioemigracao.secomunidades.pt/np4/paises.html?id=1>> [consult. 20 de jun. 2012].
- OLIVEIRA, C., 2005 – *Empresários de origem imigrante: Estratégias de inserção económica em Portugal*. Lisboa: Alto Comissário para a Integração e Minorias Étnicas.
- O'MEALLY, N. B., 2000 – Fostering women's entrepreneurship: education, management training and societal values in *Conference on women entrepreneurs in smes: Realising the Benefits of Globalisation and the Kno*. Paris: Anais, p. 2.
- PEIXOTO, J., 2008 – “Limites e oportunidades do empreendedorismo imigrante”. *Revista Migrações – Número Temático Empreendedorismo Imigrante*. Lisboa: ACIDI, p. 305-307.

- PORTES, A., 1999 – *Migrações Internacionais – Origens, tipos e modelos de incorporação*. Oeiras: Celta Editora.
- SARKAR, S., 2007 – *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora.
- SEQUEIRA, F., 2009 – *O Militante*. Disponível em: <<http://www.omilitante.pcp.pt/pt/301/Economia/338/Micro-pequenas-e-m%C3%A9dias-empresas-Import%C3%A2ncia-e-problem%C3%A1tica.htm>> [consult. 17 de mai. 2014].
- SERDEDAKIS, N.; TSIOLIS, G.; TZANAKIS, M. *et al*, 2003 – “Stategies of social integration in the biographies of Greek female coming from the former Soviet Union. Self-employment as an alternative”. *International Review of Sociology*. Vol. 13, n.º 1, p. 145-162.