

A MULHER EMPREENDEDORA NA DIÁSPORA PELO ALGARVEElsa Vieira¹

Resumo: A região do Algarve, foco desta análise, é palco de um multiculturalismo, sendo o local do país escolhido para muitos cidadãos e cidadãs de nacionalidade estrangeira que por lá passam em férias, se mudarem para viver e sobretudo também para empreender. A facilidade na comunicação e a facilidade na mobilidade para os seus países de origem (a poucas horas de avião) apontam-se como os principais motivos que os levam a fixar-se no Algarve. Segundo os indicadores obtidos, a maioria das comunidades migrantes são de nacionalidades britânicas, holandesas, francesas, entre outras de países europeus. Existe uma comunidade de mulheres empreendedoras que, na diáspora, apostam nesta região, sendo este um outro lado da temática das migrações ainda pouco explorado a nível académico. No entanto, aferimos que a presença de britânicos e europeus no ecossistema algarvio é uma realidade de longa data, ainda antes do tratado da Constituição para a União

Europeia em Portugal assinado em 1985. O objetivo desta análise é conferir a presença de mulheres migrantes que desenvolvem as suas atividades empreendedoras no Algarve. Pelos dados apurados, são mulheres de classe média e média-alta, pelo que se coloca a necessidade de refletir acerca do seu contributo e de que modo vêm incrementar a economia e desenvolver a região do Algarve. Utiliza-se como metodologia a consulta e comparação dos indicadores demográficos disponíveis, assim como o contacto empírico com entidades-chave na região. Em retrospectiva ao acervo temático relacionamos os papéis de género, que têm sido fortemente estigmatizados pela identidade de homem ou mulher, ao conceito de empreendedorismo. Ao avaliarmos as necessidades de desenvolvimento económico de um país e a crescente procura de ações empreendedoras, consideramos estar a desperdiçar um potencial que tem sido, pelos diversos motivos culturais e sociais,

¹ Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, elsavaladas@hotmail.com.

menos explorado: a mulher no papel de empreendedora.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Representação social. Diáspora.

Abstract: The Algarve region, focus of this analysis, is a place of multiculturalism, being chosen by many foreigners, that go there on vacation and end up moving to this region of Portugal, especially to engage with business. The easiness in communication and the facilities in returning to their home countries (just a few hours by plane) are pointed out as the main reasons for them to settle in the Algarve Region. According to the obtained indicators, most of Algarve's migrant communities are British, Dutch, French, and from other European countries. There is, also, a community of entrepreneurial women that in the diaspora bet in this region, which is another side to the issue of migration still little explored academically. However, we acknowledged that the presence of British and Europeans in Algarve's ecosystem is a long-standing reality, prior to the Treaty of Constitution for the European Union in Portugal signed in 1985.

Our analysis specifically concerns the female migrants who develop their entrepreneurial activities in the region. The data revealed that they are women of middle and upper-middle class. Thus, it arises the need to reflect on their contribution and on how they boost the economy and the development of the Algarve. We used as methodology the consultation and comparison demographic available, as well as the empirical contact with key entities in the region. Looking back at this thematic collection we intend to relate gender roles, which have been strongly stigmatized by the man's identity or woman's identity, to the idea of entrepreneurship. In assessing the economic development needs of a country and the growing demand for entrepreneurial activities, we considered that the woman in the role of entrepreneur has been less explored, because of the various cultural and social reasons, what is a potential waste.

Keywords: Entrepreneurship. Social Representation. Diaspora

O empreendedorismo e a desconstrução de gênero

Encetamos esta reflexão com a conceptualização de gênero e representatividade de papéis sociais, relacionando-os à problemática do mercado laboral em cenário português.

Segundo o acervo teórico (*e.g.*, Lígia Amâncio, Sales Oliveira, Sara Casaca, Virgínia Ferreira, entre outros), quando abordamos as questões de gênero deparamo-nos com a representação de diferentes papéis para homens e mulheres. A mulher, estigmatizada desde os seus primórdios, é identificada como *sexus sequior*, em que o papel prioritário na sociedade se resume a cuidar da casa e dos filhos. De acordo com Shouten (2012:80) o fenómeno da mulher doméstica surge sobretudo no século XIX e espalha-se como normativo por todas as classes económicas.

Recorda-nos Casaca (2008:15) que a participação da mulher no mercado de trabalho adquiriu particular estímulo na

década de sessenta, devido aos elevados níveis de pobreza assim como pela necessidade² de reforçar os rendimentos do agregado familiar. Neste corolário, o grande hiato entre géneros passa a residir na distribuição das tarefas domésticas. Giddens (2000) reforça que enquanto existir a convicção de que as tarefas domésticas são de exclusiva incumbência feminina, não vai ser possível gerar desenvolvimentos nesta matéria, remetendo-nos ao périplo da educação de géneros.

Numa retrospectiva histórica encontramos os múltiplos obstáculos que, em contexto laboral, a mulher é votada a enfrentar. Referimo-nos às segregações horizontais (em que homens e mulheres respondem pelo mesmo ofício mas com salários desiguais, inferiores para as mulheres) e às segregações verticais (onde se verifica que a mulher dificilmente assume cargos superiores, e que embora usufrua de mais elevada qualificação académica, só uma minoria atinge os cargos social e economicamente mais

² Tomemos em conta que o conceito de ‘necessidade’ surge nesta análise agregado à emancipação do papel da mulher na sociedade, *i.e.*, a mulher entra no mercado de trabalho em época de guerras coloniais e mundiais, analogamente a

mulher empreende em tempos de crise e para combater o desemprego, e, sobretudo a necessidade de conscientização da paridade de gênero no mercado de trabalho e dos seus benefícios para o desenvolvimento económico e social.

importantes). A corroborar este paradigma estão os indicadores do Instituto Nacional de Estatística (2014) que revelam existir 462,2 milhares de homens e 733,4 milhares de mulheres com diploma superior. Noutra parâmetro, é um contrassenso que estas competências académicas não lhes proporcionem iguais oportunidades de progressão de carreira, verificando-se segundo a mesma fonte (INE, 2014) a contagem de 204 homens e de apenas 14 mulheres a ocuparem cargos no conselho de administração de empresas portuguesas cotadas no PSI20.

Esta realidade demonstra claramente a existência de estereótipos de género, contudo, diz respeito a contextos laborais por conta de outrem, mas e se conjugarmos os pré-conceitos e preconceitos³ para uma outra dimensão de análise: a mulher no papel de Empreendedora?

Destarte avançamos para a conceptualização de empreendedorismo

no enquadramento sociológico deste artigo.

Alvo de muitas posições teóricas, *e.g.* Shumpeter (1934) que alia o conceito à inovação e à limpeza de mercados (através do seu teorema destruição-criação), Drucker (1993) que o relaciona com o factor 'risco', Hisrich (2008) que o define como a criação de valor, Sarkar (2007) que o entende como a criação ou expansão de negócios inovadores a partir de oportunidades detetáveis, Fillion (1999) que até pretende reunir validades epistemológicas para o transformar como ciência independente – empreendedorologia – o que é exequível nesta análise é que empreendedorismo se apresenta como um conceito polissémico e transdisciplinar. Tradicionalmente mais trabalhado ao nível da economia (Chaves e Parente, 2011:68), o termo empreendedorismo é neste artigo alvo de uma contextualização sociológica, tendo em conta que o conceito de empreendedor define uma atitude perante a vida, uma forma de estar que é

³ Importa distinguir os conceitos utilizados nesta exposição para melhor reforçar a sua dupla existência na problemática de género, sendo que o pré-conceito corresponde a um juízo de valor elaborado sobre determinado acontecimento ou grupo social sem conhecimento de causa (por ignorância de factos).

Já o preconceito consiste na atribuição contínua e dogmática desse mesmo juízo de valor, mesmo com conhecimentos contraditórios, tornando-se assim uma forma pejorativa agravada de praticar a discriminação.

apresentada como indispensável para a trajetória pessoal dos sujeitos, mas também para o desenvolvimento socioeconómico das sociedades, inserindo-se na posição teórica da escolha racional e do poder do agente (Lukes, 2005), na sociologia compreensiva weberiana e na teoria de estruturação elencada por Giddens.

Na perspectiva de muitos teóricos e teóricas é axiomático que o fenómeno da globalização constitui um forte impacto na utilização *mainstream* do termo empreendedorismo. Com a globalização, o mercado laboral altera-se e uma destas metamorfoses é precisamente um (re)enfoque sobre o conceito de empreendedorismo, o fenómeno que pretendemos analisar aqui.

Procuramos discernir empreendedorismo de empresarialidade, sendo que o primeiro se interliga à criatividade, à atitude do agente perante as oportunidades / obstáculos estruturais, às potencialidades humanas e o seguinte se resume apenas à gestão financeira de um negócio já pensado e construído. Rufino (2005) defende que ambos os conceitos se complementam. Sales Oliveira (2011) afere que num cenário empresarial inovar

tornou-se uma prioridade constante, seguindo a posição shumpeteriana. Para a Comissão Europeia (Santos *et al*,2015), o conceito de inovação define-se como o principal motor do crescimento económico e do emprego. De acordo com a nossa perspectiva de análise, inovar é empreender, sendo simultaneamente um processo de conhecimento e desenvolvimento do agente.

Não obstante, os dados do GEM (2015a) demonstram que existem em Portugal menos mulheres a empreender do que homens, 6,1% mulheres e 9,2% homens, refletindo-se uma maior desproporcionalidade do que na atividade laboral por conta de outrem.

Para além disso e de acordo com o Relatório Statistical Data on Women Entrepreneurship in Europe (2014) são catalogados como obstáculos à mulher empreendedora as dificuldades de financiamento, assim como a sua aceitação e credibilização no mercado. Estas contingências comprovam as divergências no que diz respeito às oportunidades no empreendedorismo por género, muito face a tradicionalismo e aspetos culturais.

Para compreendermos a temática que titula este artigo e justificar esta prévia

abordagem é fundamental focar os constrangimentos estruturais, assim como os estereótipos de gênero que se façam sentir no cenário da mulher empreendedora. Amâncio (1992), na sua pesquisa acerca dos traços associados à decisão, à chefia, determina quantitativamente que os homens se caracterizam por serem mais autoritários, dominantes, superiores, corajosos, audaciosos, fortes e independentes. Já as mulheres, associam-se a um perfil adjetivado como frágeis, sensíveis, afetuosas, dependentes e sentimentais. Este tipo de perfil feminino justifica a pendência para empreender no setor terciário, e.g., apoio domiciliário a idosos, jardins-de-infância, entre outros serviços que se relacionam com cuidados humanos (GEM, 2015a).

Mas será que os perfis de decisão identificados por Amâncio (op. cit.), limitados e derogatórios para as mulheres, correspondem à ação de empreender ou à ação de gerir uma empresa? E exigem estas ações competências diferentes? Consideramos que sim, uma vez que um bom gestor, poderá não ser um bom criativo e vice-versa, contudo necessitam

um do outro para a concretização de uma ideia /projeto.

Não obstante, os perfis estigmatizados de longa data, não correspondem a realidades generalizadas. As competências para empreender são individuais e dependem do poder do agente e da estrutura em que se insere. Os skills para empreender também as mulheres têm. A valorização da inovação e da diversidade, deu ênfase aos trabalhadores e trabalhadoras polivalentes e flexíveis, competitivos e vocacionados para inovar. Esta alteração enquadra-se no contexto de uma sociedade globalizada em que a instabilidade de mercados e a constante necessidade de conquistar novos públicos, novos produtos e novos serviços é característica essencial de sobrevivência. Denominamos este como o momento elástico da nossa história, em que teremos que nos renovar continuamente e que se inscreve na proposta de Bauman (2007) de modernidade líquida. De acordo com Giddens (2000:40), as novas e os novos profissionais laborais têm que ter um portfólio de especializações e incorporar uma flexibilidade construtiva e disruptiva. A estas características associamos o conceito de Empreendedorismo porque

este perfil diversificado se coaduna com o *mindset* do ser empreendedor ou empreendedora.

Tendo como base uma perspectiva microsociológica da teoria da ação (Weber, 2010), entendemos que o empreendedor ou empreendedora é aquele ou aquela que quebra as regras, hábitos e práticas inculcadas em determinada estrutura social, *i.e.*, é o agente que tem o poder de inovar e alterar as normas vigentes na estrutura em que se insere. São muitos os autores e autoras que corroboram que este agente reflete um perfil que, consensualmente, é considerado positivo, abrangendo um conjunto de traços identitários, *e.g.*, resiliência, dinamismo, espírito de iniciativa, ousadia, criatividade, força de vontade, atitude, otimismo, organização, visão, ambição, entre outras.

Conforme expõem Boava *et al* (2011:9), onde houver pessoas e sociedade haverá atividades empreendedoras, independentemente da sua natureza, *e.g.*, económica, social, política, académica, cultural, entre outras. Empreender nesta

perspetiva relaciona-se com uma atitude perante o mundo e significa repensar o significado da qualidade de vida, não somente pela procura de bens materiais, mas também pela oportunidade de realização do indivíduo como parte do grande motor global que é o universo.

Assim importa desnaturalizar o conceito e fundamentar que o empreendedorismo não disputa idades nem géneros⁴, *i.e.*, o propósito da sua ação ocorre nas potencialidades criativas do homem e da mulher – enquanto agentes empreendedores -, no seu livre arbítrio, na igualdade de oportunidades, na busca incessante de diferenças que acrescentem valor, que contribuam com valor acrescido para um desenvolvimento social e económico equilibrado.

O empreendedor ou empreendedora é dotado/a de poder para as suas ações. Para Baert e Silva (2014:145), os agentes têm o poder de decidir aproveitar e transformar a estrutura ontológica em que operam. As mulheres têm o poder e o livre arbítrio de contribuir com ações empreendedoras.

⁴ O que por si seria uma evolução na problemática de igualdade de géneros.

Baptista & Leitão (2015:2) interligam o empreendedorismo ao capital humano – agentes empreendedores – observando que este apresenta diferenças consoante as culturas locais, assim como consoante os seus agentes. Neste enquadramento entendemos como uma mais-valia a contribuição de homens e mulheres na sua diversidade identitária, nas individuais e inéditas formas de pensar, criar e agir, desconstruindo deste modo o conceito e importância de género face aos propósitos do empreendedorismo. Todos diferentes mas com originalidade e oportunidades iguais na dignidade humana, complementamos a ação empreendedora.

Seguindo o raciocínio, interrogamo-nos se fará sentido continuar

a titular empreendedorismo feminino, separando a semântica da expressão por género, ou alterar o posicionamento para empreendedorismo no feminino, consertando a perspectiva de que nos propósitos do empreendedorismo não se distinguem géneros.

A mulher empreendedora em tempos de crise

Um dos pontos essenciais a assentar diz respeito à elevada taxa de desemprego e inatividade, a qual se considera um dos principais problemas que atinge o género feminino. Na tabela seguinte (INE) encontramos a população inativa e desencorajada em Portugal na faixa etária dos 25 aos 64 anos de idade, corroborando que a maioria são mulheres.

Tabela 1 – População inativa em Portugal, por sexo, em 2013.

Local de residência (NUTS - 2013)	População inativa desencorajada (Série 2011 - N.º) por Local de residência (NUTS - 2013) e Sexo: Anual (1)		
	Período de referência dos dados		
	2012		
	Sexo		
	T: HM	1: H	2: M
	N.º (milhares)	N.º (milhares)	N.º (milhares)
	PT: Portugal	104,7	39,4
1: Continente	94,6	34,6	60

Atendendo ao indicador da taxa de desemprego, que é elevada para as mulheres, colocamos em premissa que a maior parte das *Start-ups* empreendedoras surgem por necessidade e não por oportunidade. Esta necessidade subverte a prática de um empreendedorismo por oportunidade, este sim votado às características de inovação.

Não obstante, Amich⁵ (2015) defende que em muitas áreas económicas e de comércio há que ter em conta quem

consome mais e que, segundo os dados conseguidos pela própria, são as mulheres. Neste caso, é fundamental que o mercado reconheça o que a mulher procura. E quem melhor que as próprias mulheres para saber explicar as necessidades do consumo, quer a nível de produtos ou serviços? Compreendemos neste azo que é fulcral que surjam cada vez mais empreendedoras, quer por necessidade ou por oportunidade. Segundo Amich (op. cit.), elas fazem falta para alavancar o

⁵ Maria José Amich é fundadora da Associação Women Win Win, uma rede networking de mulheres empreendedoras em Portugal.

mercado, reconhecendo as suas vantagens em várias vertentes da sociedade.

Contudo o grupo de estudo – mulheres empreendedoras na diáspora pelo Algarve – apresenta uma dimensão diferente, reduzindo o empreendedorismo por necessidade a um empreendedorismo por oportunidade, que por sua vez deteta necessidades de mercado e abertura para operar no ecossistema da região.

Conquanto, o desafio das mulheres empreendedoras é tanto maior assim que se toma em consideração que continuam a ser elas, que, na maioria dos casos, se encarregam das tarefas domésticas e familiares protagonizando a figura da dupla jornada de trabalho (Robeyns, 2003). Conciliá-las com uma atividade profissional complexa como a atividade empreendedora em que tendencialmente se trabalha mais horas e a disponibilidade é importante poderá ser ainda mais difícil para as mulheres do que em outro tipo de trabalhos. Por outro lado, esta capacidade de se desdobrar e tratar de assuntos em simultâneo coaduna-se com o perfil desejado para a empreendedora ou empreendedor – ser flexível. Problematiza-se assim em que medida a mulher poderá verter aqui competências

adquiridas devido ao modelo social dominante.

Com uma diferente abordagem e visão do mundo a mulher empreendedora potencialmente diversificará o tecido económico. Santos (2012) refere a título de exemplo que enquanto os homens iniciam negócios relacionados sobretudo com a sua atividade anterior, as mulheres alicerçam a sua opção numa busca que passa pelas suas relações sociais e não apenas pela esfera profissional, podendo concertar outras atividades e iniciar novas aprendizagens.

Não obstante, a atividade empreendedora não depende somente do seu agente, mas também muito das políticas públicas e das condicionantes estruturais.

Em Portugal, a promoção do empreendedorismo feminino está contemplada no V Plano Nacional para a Igualdade de Género, cidadania e não Discriminação, 2014-2017 (V PNI). A razão para esse destaque prende-se com o facto de existirem comparativamente menos mulheres empreendedoras do que homens, o que pode significar não só presença de mecanismos de segregação de género (Casaca, 2012) como se estará a

desperdiçar potencial humano (Sales Oliveira e Villas Boas, 2012). O aumento do número de mulheres empreendedoras prevê vantagens objetivas para o tecido económico. O aproveitamento das competências humanas deve ser alvo de uma particular atenção quando o assunto é empreendedorismo.

Existem em Portugal mais mulheres do que homens (Censos 2011) contudo o seu contributo na atividade laboral, que nunca foi historicamente proporcional, ainda hoje não o é. Num cenário em que simultaneamente as mulheres têm mais habilitações do que os homens, isto representa um forte paradoxo, explicável unicamente mediante as ainda existentes barreiras ao acesso das

mulheres a determinados postos e profissões.

Promover a paridade de género neste cenário é tão premente como promover o próprio empreendedorismo em prol do desenvolvimento. Sarkar (2007:30) defende a promoção do empreendedorismo através das boas práticas de outros países, podendo ser benéfico adaptá-las a alguns contextos locais. Compreendemos que a inovação é a ferramenta do empreendedor e inovar é muito mais do que crescer e manter uma posição no mercado. Ao observarmos os países com maior crescimento económico verificamos também o maior índice de paridade de género e vice-versa.

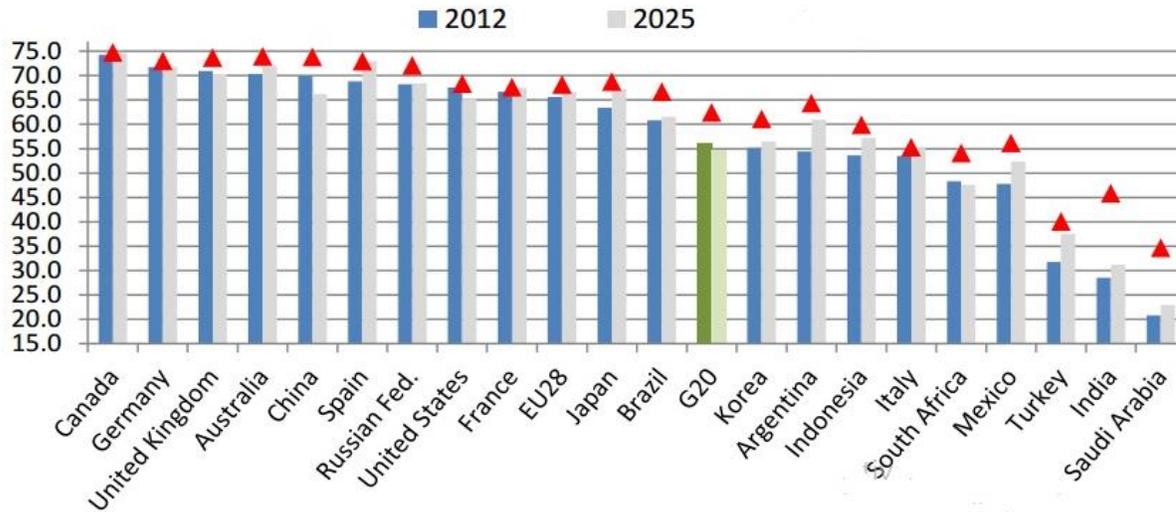


Gráfico 1 – Nível de crescimento econômico dos países em 2012 e previsões para 2025 (OCDE, 2014)

Através do gráfico apresentado correlacionamos a análise com a temática apresentada: a mulher empreendedora na diáspora pelo Algarve. Uma questão se levanta. Será que a vinda destas populações migratórias para a região contribui de igual forma para mudanças culturais na representação de papéis no foro laboral a nível local? Acreditamos que poderão constituir um reforço na abertura de conscientizações.

Ainda a propósito do papel Estatal e conciliando com esta abordagem temática, elencamos a importância do programa do Alto Comissariado para as Migrações e do projeto PEI - Project

Promoting the Immigrant Entrepreneurship⁶ que tem como propósito fomentar as ideias de negócio de empreendedores imigrantes, procurando a sua integração em contextos locais.

A respeito do Algarve (Santos *et al*, 2015) enumeram que estão previstas para a região, através do programa RIS3 - Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente do Algarve, verbas comunitárias para alavancar o empreendedorismo nos diferentes setores para além do Turismo e do Mar, e.g., os setores de agricultura, o agroalimentar (indústria de transformação), as ciências da saúde e da

⁶ Página consultada a 14.04.2016, em <http://www.acm.gov.pt/-/programa-de-empendedorismo-imigrante-pe-1>

vida, as energias renováveis, os TIC e as atividades criativas.

A mulher empreendedora na diáspora pela região do Algarve

Chegamos ao ponto de análise que constitui o cerne desta exposição: o empreendedorismo no feminino que advém de fluxos migratórios existentes na região do Algarve.

Em Portugal e de acordo com o estudo de Malheiros *et al* (2010), o número de mulheres migrantes tem vindo a

aumentar significativamente, pelo que a imagem de um país de emigração passa a dar lugar também a um país de receção de destino de imigrantes.

O Algarve usufrui de especificidades climáticas e condicionantes endógenas que motivam o turismo e a passagem de diversas nacionalidades que acabam por escolher a região de destino para imigrar. De acordo com os dados do INE (2015) é no Algarve que reside a maior parte de comunidades migrantes com estatuto legal de residente⁷ conforme podemos verificar.

⁷ Ressalve-se que o paradigma altera-se quando contabilizamos toda a comunidade migrante também sem o estatuto legal de residente, residindo

a maioria na área metropolitana de Lisboa (INE, 2011).

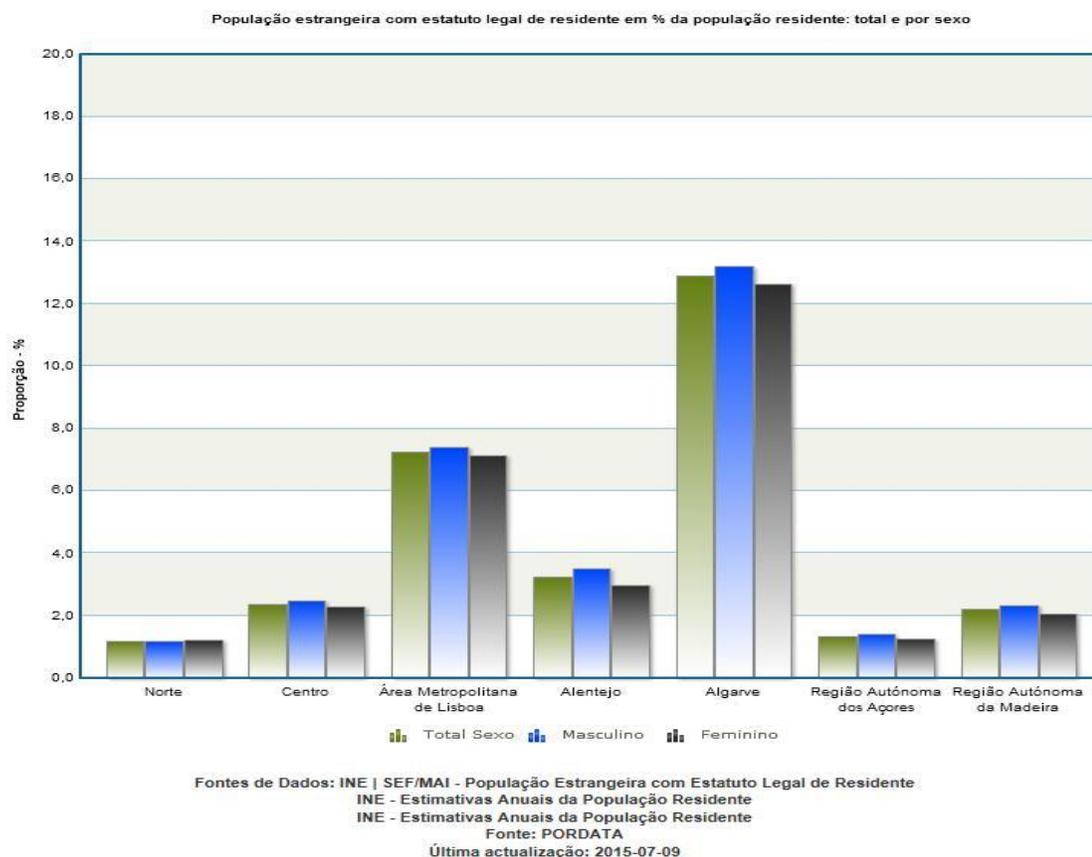


Gráfico 2 – População estrangeira com estatuto legal de residente, 2015.

No caso particular desta região e segundo avanta Covas (2004), a partir de uma prévia investigação tomada, a maioria - ressalve-se a maioria pois não podemos generalizar - destes novos residentes são oriundos de Inglaterra, Alemanha e Holanda, configurando migrações de curta distância em que as pessoas facilmente visitam o seu país de origem. A autora apura ainda que esta população se insere

numa classe económica e social privilegiada. Os indicadores mais atuais do INE (2015) corroboram esta realidade, e.g., encontramos no Algarve 9840 residentes britânicos e 13 632 de outros países europeus.

Estas populações encontram no Algarve a vantagem de que os transportes e comunicações eliminam as barreiras de distância, uma vez que na era global,

vivemos um momento de aproximação e de sociedade em rede, conforme defende Castells (2006).

Estas são algumas das razões sociologicamente explicáveis para a escolha tomada por esta população. Os Europeus classificam o Algarve como um local atrativo para viver, assim como também para exercer uma atividade. Neste ponto da exposição encontramos o lugar das mulheres empreendedoras oriundas de comunidades migrantes díspares. Estas mulheres vêm à primeira vista reforçar o tecido económico da região, assim como enriquecer os padrões sociais e culturais a nível do local. Apesar de muitas delas se organizarem em grupos fechados, de acordo com o apuramento de Covas (2004), também acabam por aderir a redes locais no intuito de dinamizar as suas atividades, pelo que exemplificamos o caso da rede informal existente no Algarve, denominada ‘Algarve Women Business Network’⁸, onde muitos dos

membros são cidadãs estrangeiras empreendedoras.

De acordo com Covas (op. cit.) estas mulheres constroem na generalidade microempresas ou constituem-se como empresárias em nome individual (ENI), atuando em setores para os quais já trazem alguma instrução. São, portanto, superiores a nível de educação, qualidade de vida e ação empreendedora, beneficiando de uma imagem positiva na sociedade portuguesa.

Outras nacionalidades, outras culturas que nos levam a interpretar o *modus operandi* de um empreendedor ou empreendedora segundo a redução fenomenológica de Shutz⁹ (1979), determinam que depende de factores intrínsecos – os que levam à inspiração do indivíduo para criar – e de factores extrínsecos – experiências de vida que impelem a concretização dessa motivação. Não obstante, nesta reflexão conciliamos o papel da experiência do agente, assim como os seus esquemas cognitivos

compreensão da capacidade cognitiva nas relações sociais entre grupos. A fenomenologia de Shutz, neste sentido, permite prover utilidade à consciência e cognoscibilidade dos indivíduos perante uma estrutura social, privilegiando o *logos* do agente.

⁸ Página consultada a 14.04.2016, em <https://algarveawbn.wordpress.com/>

⁹ Alfred Shutz (1899-1954), austríaco que transpôs a fenomenologia do alemão Edmund Husserl (1859-1938) para o campo da Sociologia, complementando premissas essenciais para a

factores-chave para explicar a sua atitude empreendedora. O agente ciente de suas potencialidades, do seu empoderamento social, pode assim corromper os tradicionalismos e reestruturar novos paradigmas. Numa visão de maior peso na componente social, Ferreira (2010) entende que o empreendedor ou empreendedora é definido em termos de comportamentos e ações e não de traços de personalidade ou outras características inatas.

A Rede Portuguesa de Cidades Interculturais (RPCI)¹⁰ que na região conta com a adesão da Câmara Municipal de Portimão, tem encetado esforços para promover a interculturalidade e a saudável convivência entre os povos de diferentes culturas. No particular estudo sobre mulheres empreendedoras, oriundas de países economicamente mais fortes foi a debate no último encontro o contributo das mesmas para o desenvolvimento da região, reconhecendo-se a necessidade de trabalhar mais sobre esta oportunidade – a forte presença destas comunidades -, este

recurso que a região usufrui e esta miscigenação de culturas.

Para concluir esta pequena análise e segundo a informação obtida através da comunidade ABWN, já citada neste artigo, cerca de 1/6 das mulheres empreendedoras na região são migrantes. Segundo a mesma fonte, estas mulheres concentram-se em atividades ligadas a variados setores, e.g., exploração turística, imobiliário, restauração, arquitetura e design, moda, artesanato, entre outras, sendo importante registar que na sua generalidade, geram emprego, assim como têm um alto volume de negócios, o que as coloca numa posição determinante para o desenvolvimento económico da região.

Considerações finais

O conceito de empreendedorismo foi nos últimos anos apropriado pelo senso comum onde é veiculado como se este fosse o *fármaco para todos os males*. Podemos aventar que o empreendedorismo é uma prioridade nos dias de hoje, por este motivo é essencial

¹⁰ Consultado a 14.04.2016, em <http://vivaportimao.pt/index.php/noticias/6586-portimao-foi-ponto-de-encontro-a-nivel-nacional->

[e-regional-para-questoes-da-migracao-e-diversidade-cultural](http://vivaportimao.pt/index.php/noticias/6586-portimao-foi-ponto-de-encontro-a-nivel-nacional-e-regional-para-questoes-da-migracao-e-diversidade-cultural)

compreender este fenómeno para desenvolver a sua prática e sobretudo disseminá-la numa sociedade híbrida social, política e economicamente, reforçando os laços entre empreendedores/as para que a produção local se possa cabimentar numa necessidade global.

A questão do empreendedorismo feminino é assim repleta de complexidade, mas de grande importância social e também económica. A este último nível, o fenómeno tem vindo a ganhar visibilidade na medida em que aumentou a sensibilidade ao facto de poder ser um acréscimo de potencial humano contribuindo para o desenvolvimento social e económico. Surgem estudos específicos sobre esta questão (GEM, 2015b) o que vem revelar o crescimento da perceção da importância e relevância da temática de modo global.

Para o efeito é premente que haja uma cultura para o empreendedorismo, através também de um aproveitamento do potencial humano, homens e mulheres e reforçando o papel da mulher – o qual tem sido deficitário - nestas atividades e assim contribuindo para um desenvolvimento equilibrado.

As mulheres de comunidade estrangeira que na sua diáspora acabam por praticar atividades empreendedoras na região do Algarve, são uma população a investigar sociologicamente, quer através de metodologias qualitativas e/ou complementando com metodologias quantitativas. É fundamental conhecer o impacto económico, social e cultural que esta população apresenta na região e na sociedade global. Para além de que analisar até que ponto esta população poderá surtir uma nova aculturação no local afeto é uma questão sociológica a complementar.

Reforce-se que Moura (2014) – de acordo com a entrevista que faz a Maria José Amich - observa as contingências do empreendedorismo no feminino e enaltece que 35% das atividades empreendedoras em Portugal são geradas por mulheres, indicadores corroborados pelo GEM (2013). A maioria das mulheres tornam-se empreendedoras por necessidade, o que Amich (op. cit.) alerta ser um problema, uma vez que quando não se consegue trazer algo de novo ao mercado condenamo-nos ao fracasso. Por tais motivos, é prioritário que o empreendedorismo surja por

oportunidades detetáveis em determinadas estruturas (regiões).

Estas mulheres que na diáspora se fixam no Algarve para empreender, maioritariamente por oportunidade, constituem uma força anímica para o território, existindo escassos ou nenhuns registos sobre este fenómeno na região, motivo pelo qual nos gerou a importância tomada nesta exposição.

Referências Bibliográficas

AMÂNCIO, Lígia. As assimetrias nas Representações de Género. *Revista Crítica da Ciência Sociais*, 34, 9-22. 1992.

BAERT, Patrick e SILVA, Filipe. *Teoria Social Contemporânea*. Lisboa: Mundos Sociais Editora, 2014.

BAPTISTA, Rui e LEITÃO, João. *Entrepreneurship, Human Capital, and Regional Development*. Heidelberg: Springer, 2015.

BAUMAN, Zygmund. *Liquid Times: living in age of uncertainly*. Cambridge: Cambridge Press, 2007.

BOAVA, Diego Luiz Teixeira. e MACEDO, Fernanda Maria Felício. *Empreendedorismo explicitado à maneira dos Filósofos*. V Encontro de Estudos em Estratégia. Porto Alegre:RS, 2011.

CASACA, Sara. Flexibilidade de Emprego em Portugal e na União Europeia: colocando a dimensão de Género no centro do debate. *Revista Género, Diversidade e Cidadania*. Lisboa: Editora Colibri, 131-154. 2008.

CASACA, Sara. *Mudanças Laborais e relações de género: novos vetores de (des)igualdade*. Coimbra: Almedina, 2012.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 2006.

CHAVES, Rosário e PARENTE, Cristina. O Empreendedorismo na escola e o paradigma das competências. *Revista Sociologia, Problemas e Práticas*, 67, 65-84. 2011.

COVAS, Maria das Mercês Cabrita de Mendonça. *Portugal na rota da imigração dos cidadãos comunitários: o caso da região algarvia*. *Actas dos Ateliers do Vº Congresso de Sociologia*.

FERREIRA, Virgínia. *A igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal – Políticas e Circunstâncias*. Lisboa: CITE, 2010.

GEM 2014 Women's Report. Special Topic Reports. 2015b. Disponível em www.gemconsortium.org/report/49281. Acesso em 14 de Abril de 2016.

GEM Portugal Report 2012. National Reports. 2013. Disponível em www.gemconsortium.org/report/48775. Acesso em 14 de abril de 2016.

GEM Report 2014. Global Reports. 2015a. Disponível em www.gemconsortium.org/report/49079. Acesso em 14 de abril de 2016

GIDDENS, Anthony. *Dualidade da Estrutura – Agência e Estrutura*. Oeiras: Celta Editora, 2000.

INE (2011), *Recenseamento Geral da População*, Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

LUKES, Steve. *Power, a radical view*, 2nd ed. England:Palgrave, 2005.

MALHEIROS, Jorge e PADILLA, Beatriz (coords.). RODRIGUES, Frederica. Mulheres Imigrantes Empreendedoras. Coleção Estudos de Género 7, Lisboa: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG), 2010.

MOURA, Joana. Mulheres criam 35% dos negócios em Portugal. *Jornal Económico Digital*. 2014. Disponível em http://economico.sapo.pt/mulheres-criam-35-dos-negocios-em-portugal_206692.html. Acesso em 14 de Abril de 2016.

OECD, ILO, IFM, WBG. Achieving stronger growth by promoting a more-gender-balanced economy. Report prepared for the G20 Labour and Employment Ministerial Meeting Melbourne, Australia. 2014. Disponível em <https://www.oecd.org/g20/topics/employment-and-social-policy/ILO-IMF-OECD-WBG-Achieving-stronger-growth-by-promoting-a-more-gender-balanced-economy-G20.pdf>. Acesso em 14 de abril de 2016.

OLIVEIRA, Catarina Sales. Mobilidade e classes médias em contexto metropolitano. Tese de Doutoramento. Lisboa: ISCTE-IUL, 2011.

OLIVEIRA, Catarina Sales e VILLAS-BOAS, Susana. Igualdade de Género na Universidade da Beira Interior. *Revista Ex Aequo*, 25, Dossier: Políticas de Igualdade: agendas, instrumentos e protagonistas. Vila Franca de Xira: Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres (APEM), 2012.

ROBEYNS, Ingrid. Sen's Capability Approach and Gender Inequality: Selecting Relevant Capabilities. *Magazine Feminist Economics*, 9 (2), 61-92. 2003.

RUFINO, Isabel. Trabalho e Desenvolvimento Industriais: agricultores e pescadores do Oeste: formas de empresarialidade e empregabilidade. Tese de Doutoramento. Lisboa: ISCTE-IUL, 2005.

SANTOS, David (org.), RAMOS, António, CARVALHO, Manuel, BOTA, Paulo, GRAÇA, Jorge, GUERREIRO, João e PINTO, Hugo. RIS3 Algarve 2014-2020. Faro: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, 2015.

SANTOS, Sandra. As Teorias Feministas e a Evolução das Relações de Género na Sociedade. Ponta Grossa: Revista UEPG – Ciências Sociais, 2012.

SARKAR, Soumodip. Empreendedorismo e Inovação. Lisboa: Escolar Editora, 2007.

SHUMPETER, Joseph. *Theory of Economy Development*. New York: Oxford University Press, 1934.

SHUTZ, Alfred. *Fenomenologia e Relações Sociais*. Rio de Janeiro: Zarkar Editores, 1979.

WEBER, Marx. *Conceitos Sociológicos Fundamentais*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2010.

WomenWinWin.com – connecting Women and Business. A Primeira Comunidade Online de Mulheres Empreendedoras de Língua Portuguesa. Entrevista a AMICH, Maria José. *Revista Exklusive*, Dossier Empreendedorismo, 45. 2015. Disponível em <http://www.womenwinwin.com/documentos/image/media/Revista-Exclusiva.pdf>. Acesso em 14 de Abril de 2016.