



O EMPREENDEDORISMO NO FEMININO NA REGIÃO DO ALGARVE

Elsa Cristina Cabrita Vieira

Tese para obtenção do grau de
Doutora em Sociologia
(3º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof^a. Doutora Catarina Sales de Oliveira

Covilhã e UBI, 10 de janeiro de 2019

A todos os empreendedores e a todas
as empreendedoras,

o
meu apreço

Agradecimentos

Tendo consciência de que este trabalho não é um resultado individual não poderia permanecer em branco este primordial espaço.

O primeiro agradecimento vai para a instituição que me acolheu, a Universidade da Beira Interior, com forte referência à minha orientadora, Catarina Sales de Oliveira, por ter assumido o compromisso de me assistir na construção de todo o conhecimento envolvido, a nível pessoal e académico, bem como sobretudo por acreditar neste projeto e no resultado final.

Um segundo conjunto de agradecimentos dirijo às mulheres empreendedoras que contribuíram para este estudo - sem elas não existiriam elementos para analisar - bem como aos representantes de entidades e aos especialistas que me enriqueceram o conteúdo temático.

Um especial agradecimento à minha amiga Ana Maria Mira, por me motivar para a conclusão desta exaustiva tarefa.

Empreendedorismo para além de difuso é matéria abrangente. Estudar empreendedorismo é colocar em suspense todos os demais projetos de vida, desvirtuar atenções e dedicar as energias se possível em exclusividade à matéria afeta e isso implica um grande esforço pessoal, financeiro e profissional. Dentro dos limites praticáveis, desde já registamos que foram três anos de intensas pesquisas, aprendizagens e consequentes reformulações.

O meu apreço ao meu marido e ao meu filho, pela manifesta resiliência diante do tempo que não lhes dediquei para então chegar a este patamar.

Bem-hajam!

Resumo

Partindo do cruzamento da Sociologia do Trabalho com os Estudos de Género, este trabalho pretende contribuir para o estudo do empreendedorismo em Portugal. O Empreendedorismo é aqui compreendido como um modo-de-estar na vida que é também fruto de uma escolha racional do e da agente. O estudo da mulher no papel de empreendedora vem reforçar o seu empoderamento, ou seja, a afirmação do seu papel na sociedade e nos variados contextos da sua vida, abordagem com a qual assumidamente nos identificamos. Este trabalho procura assim investigar o empreendedorismo de mulheres no território do Algarve de forma a compreender os eventuais padrões que o caracterizam, as diversidades, dificuldades e conquistas destes percursos e o contributo de cada ação individual para o desenvolvimento local.

Utilizando uma abordagem qualitativa, mas com recurso pontual a diferentes técnicas de recolha para potenciar a triangulação de dados, a investigação logrou encontrar perfis fortemente marcados pela diversidade onde são irrelevantes para além do género, outras variáveis como a idade e a nacionalidade. Os resultados sugerem uma primeira tipologia de empreendedorismo no feminino que, sendo indissociável do contexto específico desta pesquisa, pretende contribuir para estudos futuros sobre a temática a nível global.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Género; Mulher; Teoria da Estruturação; Agência; Globalização; Algarve; Tipologia

Abstract

Based in the fields of Sociology of Work and Gender Studies, this work aims to contribute to the study of entrepreneurship in Portugal. Entrepreneurship is understood as an attitude towards life that is also the fruit of a rational choice of the agent. The study of women in the role of entrepreneurial can reinforce their empowerment, that is, the affirmation of their role in society and in the diverse dimensions contexts of their lives, an approach with which we clearly identify. Therefore, this work seeks to investigate the entrepreneurship of women in the Algarve, to understand the patterns, diversities, difficulties and achievements of these professional paths and the contribution of each individual action to local development.

Using a qualitative approach, but with a point resource to different data collection techniques, looking forward the triangulation of this issue, the research was able to find profiles strongly marked by the diversity, where, besides gender other variables revealed irrelevant like as age and nationality.

The results propose a first typology of entrepreneurship in the feminine that being inseparable from the specific context of this research intends to contribute to future studies on the theme at the global level.

Keywords: Entrepreneurship, Gender, Women, Structuration Theory, Agency, Globalization, Algarve, Tipology

Lista de Acrónimos

ACIDI - Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural
ACM - Alto Comissariado das Migrações
ACRAL - Associação de Comércio da Região do Algarve
ADN/ DNA - Ácido desoxirribonucleico
AECOPS - Associação dos Empreiteiros de Obras Públicas
AFPOP - Associação de Proprietários Estrangeiros em Portugal
AGROBIO - Associação Portuguesa de Agricultura Biológica
AHCP - Associação de Hipnose Clínica de Portugal
AHETA - Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve
AHP - Associação dos Hoteleiros de Portugal
AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
ALV - Aprendizagem ao Longo da Vida
AMEP - Associação das Mulheres Empresárias em Portugal
ANE - Associação Nacional das Empresárias
ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários
AP /OP - Associação/Organização Profissional
APAVT - Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo
APCOR - Associação Portuguesa de Cortiça
APEM - Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres
APME - Associação Portuguesa das Mulheres Empresárias
APEMIP - Associação dos Profissionais de Empresas de Mediação Imobiliária em Portugal
ATA - Apoio ao Turismo Acessível
AWBN - Algarve Women Business Network
BAE - Barcelona Activa Emprenedoria
BE - Barcelona Emprenedoria
BG - Born Global
BIE - Barcelona Institut d'Emprenedoria
BNA - International Group for Foreign Entrepreneurs
BNI - Business Network International
BP - Banco de Portugal

BPCC - British-Portuguese Chamber of Commerce
BREXIT - Britain Exit
BRICs - Membros Fundadores de grupo político de cooperação económica de países de mercados emergentes, em rápida ascensão, Brasil, Rússia, Índia e China
CAE - Classificação de Atividades Económicas
CASES - Cooperativa António Sérgio para a Economia Social
CBMR - Centro de Investigação em Biomedicina (UAlg)
CCDR - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional
CECOA - Centro de Formação Profissional para Comércio e Afins
CEO - Chief Executive Officer
CIEO - Centro de Investigação sobre Espaços e Organizações (UAlg)
CIES - Centro de Investigação e Estudos da Sociologia (ISCTE-UL)
CIG - Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género
CIMA - Centro de Investigação Marinha e Ambiente (UAlg)
CIP - Confederação Empresarial de Pombal
CIS - Centro de Inovação Social
CITE - Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego
CMQA - Centro Multidisciplinar de Química e Ambiente (UAlg)
COTEC - Associação Empresarial para a Inovação /SPO
CPLP - Comunidade de Países de Língua Portuguesa
CRIA - Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia do Algarve
CSR / RS - Corporate Social Responsibility, regulamentado pela norma ISO26000 /Responsabilidade Social nas Empresas
CULTALG - Direção Regional de Cultura do Algarve
DPCC - Dutch-Portuguese Chamber of Commerce
DTWA - Dynamic Theatre World Association
EDE - Escola Donas Empreendedoras (Barcelona)
EEN - Enterprise Europe Network
ENI - Empresário em nome individual
EIGE - European Institute for Gender Equality
EU/UE - European Union /União Europeia
EUA - Estados Unidos da America

EUROACE - Eurorregión Alentejo-Centro-Extremadura
EUROSTAT - Gabinete de Estatística da União Europeia
EVA - Empreendedorismo de Valor Acrescentado
FAME - Fundo de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia
FEADER - Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
FEEI - Fundos Europeus Estruturais de Investimento
FLAD - Fundação Luso Americana para o Desenvolvimento
FLORUNI - Associação de Floristas e Fornecedores Unidos de Portugal
FNABA - Federação Nacional de Associações Business Angels
FORBES - Global media company / magazine, focusing on business, investing, technology, entrepreneurship, leadership, and lifestyle
G -20 - Conselho Internacional permanente de cooperação económica entre os vinte países mais desenvolvidos e industrializados
GAL - Grupos de Ação Local
GEE - Gabinete de Estratégia e Estudos do Ministério da Economia e Inovação
GEI - Global Entrepreneurship Index
GEM - Global Entrepreneurship Monitor
GEP - Gabinete de Estratégia e Planeamento do Ministério do Trabalho e Segurança Social
GPP - Gabinete de Planeamento, Política e Administração do Ministério da Agricultura
GT - Golden Triangle / Triângulo Dourado, localizado na Quinta do Lago, Almancil, Algarve
H2020 / PT2020 - Programa Europeu Horizonte 2014-2020 / Contexto Português
HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Point
IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação
I & D - Investigação e Desenvolvimento
IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional
IES - Informação Empresarial Simplificada
IFDEP - Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal

IFM /FMI - International Found Monetary / Fundo Monetário Internacional
ILE - International Labour Economy
ILO - International Labour Organization
IMPIC - Instituto de Mercados Públicos do Imobiliário e da Construção
INE - Instituto Nacional de Estatística
INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IOffice - Associação de Coworking Internacional
ISA - Instituto Superior de Agronomia
ISCEM - Instituto Superior de Comunicação Empresarial
ISCTE -IUL - Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, que atualmente e desde 2009 se designa por Instituto Universitário de Lisboa
MaxQDA - Qualitative Data Analysis Software
MBA - Master's in Business Administration
MINA - Mulheres e Ideias, Negócios em Ação
MOVE PME - Programa de Formação-Ação para micro, pequenas e médias empresas, desenvolvido pelo IFDEP
MSE- Mercado Social de Emprego
NCA - Dutch Association and International Business Club
NERA - Associação Empresarial da Região do Algarve
NEXTEP - Consulting & Health Economy
NUTS - Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OCDE /OECD - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico / Organisation for Economic Co-operation and Development
OIT - Organização Internacional do Trabalho
OM- Observatório das Migrações
PADES - Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Economia Social
PALOP - Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PDR - Programa de Desenvolvimento Rural do Continente
PEI - Promoção do Empreendedorismo Imigrante
PERE - Programa Especial de Redução ao Endividamento do Estado
PIQ - Program Inspire Quality, regulamentado segundo a norma portuguesa ISO 26000, também adotada pelo CSR
PME - Pequenas e Medias Empresas

PME Líder - Marca Registada do IAPMEI que distingue o mérito das PME nacionais com desempenhos superiores

PNI - Programa Nacional de Igualdade de género, cidadania e não discriminação

POCH - Programa Operacional de Capital Humano

POFC - Programa Operacional Factores de Competitividade

POISE - Programa Operacional de Inclusão Social e Emprego

POPH - Programa Operacional de Potencial Humano

POSEUR - Programa Operacional de Sustentabilidade e Eficiência no Uso dos Recursos

PRODER - Programa de Desenvolvimento Rural

PRODESCOOP - Programa de Apoio ao Desenvolvimento Cooperativo

PRODETUR - Promoción del Desarrollo Económico y del Turismo

PSI20 - Portuguese Stock Index

PT - Portugal

QREN - Quadro de Referência Estratégico Nacional

REDE T-Network - Rede de Profissionais na área de Hotelaria

REME - Rede de Mulheres Empreendedoras

RIS3 - Research and Innovation Strategy for smart Specialization / Estratégia Nacional de Especialização Inteligente

RPCI - Rede Portuguesa Cidades Interculturais

RRADES - Rede Regional de Apoio ao Desenvolvimento Económico e Social

RTA - Região de Turismo do Algarve

SEF - Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

SIGI - Social Institution & Gender Index

SIMPLEX - Programa de Simplificação Administrativa e Legislativa

SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação

SPSS - Statistical Package for the Social Sciences

TAP - Transportes Aéreos Portugueses

TER - Teoria da Escolha Racional

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

TOC - Técnico Oficial de Contas

UAB - Universidade Aberta

UAlg - Universidade do Algarve
UB - Universidade de Barcelona
UBI - Universidade da Beira Interior
UERJ - Universidade do Estado do Rio de Janeiro
UK - United Kingdom /Reino Unido
UNESCO - United Nations Educacional, Scientific and Cultural Organization
WBC - World Bank Group
WGI - Worldwide Governance Indicators
Worldstate - Organização de estatística económica mundial
Worldmeters - Organização de estatística demográfica mundial
WPO - Women President Organization
WWW - Associação Women Win Win

Índice

Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	viii
Lista de Acrónimos	ix
INTRODUÇÃO.....	1
I PARTE	7
Enquadramento Teórico-Conceptual do Tema.....	7
I - As grandes questões adjacentes à luz das teorias acionadas.....	9
1.1. A(s) Problemática(s) do Género.....	9
1.2. O debate estrutura/agência	17
1.3. A flexibilidade e a globalização do mercado de trabalho atual.....	22
II - Empreendedorismo no Feminino: Contextualização e Problematização	33
2.1. Empreendedorismo: do conceito ao fenómeno.....	33
2.2. Empreendedorismo em Portugal	44
2.3. Contornos de um empreendedorismo no feminino.....	56
2.4. Papel do Estado, apoios e incentivos.....	63
2.5. Inato ou Apreendido. Empreendedologia: uma ciência em construção. O Papel do <i>storytelling</i> na troca de conhecimento.	72
III - A Mulher Empreendedora Contemporânea: Origens e Circunstâncias.....	81
3.1. Evolução Histórica e social da mulher na sociedade ocidental	81
3.2. A Mulher no mercado de trabalho	85
3.3. Os Constrangimentos: Estereótipos de Género	91
3.4. Empreendedora desde sempre?	97
II PARTE.....	101
Delimitação do Estudo e Trabalho Empírico	101
IV - A Região Estudada e as Opções Metodológicas Tomadas	103
4.1 Contextualização Histórica, Social, Geográfica e Económica.....	103
4.2. A problemática do desemprego na região	109
4.3. O fenómeno atípico das migrações no Algarve	113
4.4. Opções Metodológicas.....	122
V- Tipificação de Perfis Empreendedores	131
5.1. Percurso e Competências.....	131
5.2. Papéis e Identidades	143
5.3. Motivações empreendedoras e projetos de vida	153
5.4. Construção de Perfis	158
VI - Contributos para o desenvolvimento económico, cultural e social da região	175
6.1. As oportunidades económicas da região	175
6.2. Necessidade <i>versus</i> autonomia	180

6.3. Contributos numa perspetiva económica	184
6.4. Contributos numa perspetiva social e cultural	194
CONSIDERAÇÕES FINAIS	203
Bibliografia.....	215
Anexos	233

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Pirâmide de Necessidades (Maslow, 2000).....	43
Figura 2 - Delimitação geográfica do Barlavento e Sotavento no Algarve (Turismo de Portugal, 2017).	106
Figura 3 - Modelo de Análise (construção própria).....	125
Figura 4 - Conjunto de infografias que representam os quatro perfis empreendedores construídos (imagem da autora)	159
Figura 5 - Infografia simbólica do Tipo-ideal das Empreendedoras Livres e Criativas (imagem da autora).....	162
Figura 6 - Infografia do Tipo-ideal das Empreendedoras Otimistas (imagem da autora)	164
Figura 7 - Infografia simbólica do Tipo-ideal das Empreendedoras Desmotivadas e Temerosas (imagem da autora)	165
Figura 8 - Infografia do Tipo-ideal das Empreendedoras Empreendo-Empresárias (imagem da autora).....	168

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Motivações para empreender nas regiões Euroace (GEM, 2015).....	52
Gráfico 2 - Elencos dos principais motivos nascidos por Oportunidade (GEM, 2015b).....	53
Gráfico 3 - Evolução do pedido de registo de Patentes criadas (INPI, 2017).....	54
Gráfico 4 - Evolução da taxa de desemprego em Portugal por faixas etárias (INE, 2016c).....	64
Gráfico 5 - Despesas públicas com políticas de emprego, nos diversos países, em 2010 (Dias e Varejão, 2012).....	64
Gráfico 6 - Evolução da participação feminina na taxa laboral (PORDATA, 2016a).....	66
Gráfico 7 - Taxa de paridade de género no mercado laboral e prospeção futura (OCDE, ILO, IFM, 2014)	88
Gráfico 8 - Beneficiários de licença por paternalidade/maternalidade, em Portugal, 2004-2008 (Monteiro e Portugal, 2013).....	92
Gráfico 9 - Duração da licença especial para assistência a menores, 1999-2008 (Monteiro e Portugal, 2013).....	93
Gráfico 10 - Evolução histórica da remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem, por sexo, em Portugal entre 1985 e 2013 (GEP, 2014)	95

Gráfico 11 - Distribuição regional de Pessoas coletivas e entidades equiparadas (INE, 2017a)	108
Gráfico 12 - Evolução da taxa de desemprego nas regiões do continente (INE, 2017b)	110
Gráfico 13 - Evolução da taxa de desemprego nos 4 trimestres 2016/2017 (INE, 2017b)	111
Gráfico 14 - Distribuição da População do Reino Unido em Portugal (PORDATA, INE, 2016)	114
Gráfico 15- Idade em que iniciaram a atividade empreendedora	134
Gráfico 16 - Habilitações Literárias das Entrevistadas	135
Gráfico 17 - Opinião face ao Papel das Universidades para as Empresas	140
Gráfico 18 - Descendência das mulheres empreendedoras	147
Gráfico 19 - Identifica a intenção de Empreender	156
Gráfico 20 - Motivos que geraram a atitude Empreendedora	157
Gráfico 21 - Anos de Atividade	180
Gráfico 22 - Tipo de Empreendedorismo Necessidade versus Oportunidade	181
Gráfico 23 - Nível de dedicação empreendedora	182
Gráfico 24 - Recurso ao <i>outsourcing</i> por nacionalidade e localização	186
Gráfico 25 - Internacionalização da Atividade	189
Gráfico 26 - Longevidade das Atividades Empreendedoras por Nacionalidade	192
Gráfico 27 - Domínio da Língua Portuguesa pelas mulheres de outras nacionalidades	195

INDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Representação por sexo em cargos de administração de Empresas Portuguesas cotadas em Bolsa (INE, 2015c)	12
Tabela 2 - Evolução do Nível de Habilitações Literárias por sexo (INE, 2011)	13
Tabela 3 - Perfis de género relacionados com gestão e ou liderança (Amâncio, 1993a)	58
Tabela 4 - Representatividade das mulheres consoante o setor de atividade (Informa D&B, 2015)	60
Tabela 5 - Evolução das taxas de empreendedorismo imigrante em Portugal, por nacionalidades (IFDEP, 2015b)	121
Tabela 6 - Naturalidade (origem) das entrevistadas	134
Tabela 7 - Relação das Habilitações Literárias e Atividade da empresa	137
Tabela 8 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Livres	160

Tabela 9 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Otimistas	163
Tabela 10 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Temerosas	165
Tabela 11 - Identificação do Perfil de Empreendedoras-Empresárias.....	167
Tabela 12 - Definições do conceito de Empreendedorismo na visão das entrevistadas.....	169
Tabela 13 - Autocaracterização do Perfil de Empreendedora	172
Tabela 14 - Setores de Atividade	178
Tabela 15 - Identificação de Necessidades e Projetos a Curto Prazo	183
Tabela 16 - Volume de Negócios por nacionalidade e localização	185
Tabela 17 - Forma jurídica da atividade por nacionalidade e localização.....	185
Tabela 18 - Número de pessoas empregadas	186
Tabela 19 - Tipos de Clientes por nacionalidade das empreendedoras	200

ÍNDICE DE ANEXOS

Guião de Entrevista Semi-Estruturada para recolha empirica	235
1 - Entrevista a Especialista Prof. Doutora Fátima Assunção	237
2 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Soumodip Sarkar	242
3 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Sérgio Costa	247
4 - Entrevista a especialista Prof. Doutora Georgette Andraz	250
5 - Entrevista a especialista Prof. Doutora Isabel Rufino	254
6 - Interview to Specialist Dr. DouglasThompson	256
7 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Jaume Valls.....	259
8 - Entrevista a especialista Dra. Maria José Amich	263
9 - Entrevista a especialista Dra. Maria José Blanco	268
10 - Entrevista a especialista Prof. Doutora Raquel Varela	271

INTRODUÇÃO

“Se buscar o paradoxo é próprio de um sofista, fugir dele, quando imposto pelos factos, denota um espírito sem coragem ou sem fé na ciência” (Durkheim, 2007: XI). Segundo o mentor da sociologia clássica, conscientizamo-nos de antemão que o trabalho de uma investigação científica acarreta intrepidez e perseverança por parte do e da cientista.

Estudar sociologia é sobretudo querer contribuir para a evolução equilibrada da sociedade, compreendendo os movimentos dos grupos sociais e articulando soluções para melhorar o mundo social. Assim sendo, é importante partir de um problema de estudo bem definido e delimitado. A temática escolhida, Empreendedorismo, é complexa pois envolve diferentes conceções do mundo e diferentes formas de estar em sociedade, despoletando uma dissonância de juízos e opiniões em torno do assunto. Muito embora tenhamos encetado a reflexão citando Durkheim, é Weber (2010), quem nos inspira a uma postura compreensiva do fenómeno, à qual acrescentamos a proposta do empoderamento da agência em permanente debate com a estrutura, no quadro da teoria da estruturação (Giddens, 2000a).

Antes de qualquer início de trabalho é impreterível a identificação clara e precisa do objeto e objetivos. O nosso objeto de estudo é a mulher empreendedora na região do Algarve. Tal objeto suscita interrogações às quais nos propomos responder determinando para o efeito os objetivos, que, tratam de identificar atitudes e comportamentos que caracterizem perfis deste grupo social, assim como aferir os impactos económicos, sociais e culturais que a atuação destas mulheres produz na região. Neste contexto introdutório, identificamos as duas questões de partida e que nos desafiam à elaboração deste estudo doutoral: quais os perfis-tipo destas mulheres e quais os seus contributos para o desenvolvimento local. Destas duas questões ramificam-se muitas outras, as quais serão debatidas no desenrolar deste trabalho.

A escolha do tema prende-se com o percurso de vida da investigadora, sendo que sempre lhe despertou a curiosidade o espírito criativo do potencial humano, sobretudo das mulheres, por sinal e de acordo com a literatura, com insuficiente representatividade nesta temática. Sentimos, portanto, uma profunda vontade de dar resposta à necessidade de identificar o papel da mulher neste cenário e desta forma contribuir para a causa da igualdade de género. Motivou-nos também, assim como, concomitantemente, aumentou o nível de responsabilidade deste trabalho, o facto de sermos premiadas com uma bolsa de estudo Santander, atribuída pelo júri do Conselho Científico da Universidade da Beira Interior, pelo mérito de projeto.

O interesse pelo empreendedorismo adveio sobretudo da constatação de ser uma forma de atividade profissional e modo de vida escolhido minoritariamente por mulheres. No decurso do processo, a investigadora deparou-se com o paradoxo de pensamentos e a celeuma instalada na sociedade cultural, social, económica e sobretudo política. Contudo, consideramos que a politização percecionada veio reforçar o debate e evidenciar contributos possíveis do Empreendedorismo para a sociedade. Optamos então por seguir o lema citado no início da exposição, conscientes de que não poderemos reear o conflito, mas sim aproveitá-lo para produzir conhecimentos que possam contribuir para resolvê-lo.

Por outro lado, consideramos o empreendedorismo um fenómeno disperso, necessitando de casa própria, e para tal de investimento na investigação e na complementaridade de perspetivas no mundo académico.

Na pesquisa bibliográfica constatamos a escassez de trabalhos sobre o nosso objeto de estudo específico: mulheres empreendedoras na região do Algarve.

Assim, considerámos premente acionar o constructo da evolução histórica e social da mulher, de forma a contextualizar o potencial do seu papel social de empreendedora. Sobre o foco territorial, as particularidades características da região em estudo consolidam a nossa pesquisa. Estes elementos emergem, pois, da etapa exploratória do estudo e fundamentam a importância de investigar a atividade laboral do grupo feminino e a sua representatividade no empreendedorismo, as dificuldades por estas enfrentadas e superadas e sobretudo a capacidade de construção de oportunidades locais, assim como todo o ciclo de interdependências que geram mudanças sociais.

O estado de arte demonstrou-nos que o fenómeno do empreendedorismo, muito embora existente desde longa data, constitui cada vez mais uma prática necessária e recorrente, fruto de políticas neoliberais que procuram responder às demandas do mercado atual. Esta realidade provém da globalização e da metamorfose que esta provocou nos contextos laborais.

Na abordagem ao conceito, observamos que este é mais trabalhado no domínio da Economia, faltando a nosso entender, a visão sociológica para contribuir epistemologicamente para a delimitação conceptual. Pretende-se conceber o *homo sociologicus* e o *homo oeconomicus* numa perspetiva dual. E porque o grupo empreendedor se distingue em si pelas capacidades dos indivíduos que nele se enquadram, ou seja, pela capacidade individual que cada qual possui para tirar partido das oportunidades de uma estrutura, o empreendedor é um *creator*. Muito embora o empreendedorismo se disperse na sua natureza, entre por exemplo empreendedorismo económico, empreendedorismo social e empreendedorismo cultural, que constam na recolha empírica deste trabalho, entendemo-lo primeiramente como uma atitude perante a vida e o mundo. Nesta medida, torna-se premente diferenciar, na nossa análise, empreendedorismo de empresarialidade, esclarecendo desde logo que é o primeiro conceito que focamos ao longo do debate desenvolvido neste estudo.

O fenómeno do empreendedorismo introduziu novos matizes à realidade laboral, *i.e.* a flexibilidade, a inovação e a criatividade. É por isso que o empreendedorismo é um conceito em voga, replicado nas políticas públicas nacionais e internacionais e que sugere novas introduções nos mercados privados.

As transformações no mundo laboral e as mudanças nas estruturas domésticas são concomitantes. As consequências da precarização do emprego podem ser tão debilitantes quanto as do desemprego. A precariedade associa-se também ao sentimento de impotência mesmo a trabalhadores e trabalhadoras assalariadas e estáveis (Linhart, 2014). A autora coloca em evidência que as novas exigências no trabalho, levam a alterar a capacidade de resposta destes e destas e à necessidade de se atualizarem. As relações de trabalho suscitam um investimento individual de cada um e de cada uma. Os trabalhadores e as trabalhadoras necessitam despende mais horas de trabalho e adaptar-se a todas as circunstâncias exigidas

com velocidades vertiginosas (Bauman, 2007). É a chegada do trabalhador e da trabalhadora polivalente, com diferentes especializações (Giddens, 2002).

Este conjunto de elementos constatados e comprovados estatisticamente em múltiplos estudos, ou geram precariedade ou geram oportunidade, dependendo do ponto de vista, não apenas do ator social, mas também de quem analisa (Casaca, 2005; Sarkar, 2010; Corrêa da Silva *et al.*, 2015; Pecly e Ribeiro, 2015a; Campos e Soeiro, 2016). Assim, ‘ser empreendedora ou empreendedor’ é um ‘modo-de-estar’ fortemente promovido na sociedade globalizada, porque se trata de uma escolha medida e racional composta por quatro fases: ¹ intencionalidade; ² racionalidade; ³ distinção entre risco e incerteza e ⁴ distinção entre ação estratégica e ação interdependente (Downs, 2013; Scheeffer, 2013).

Noutra proposta de interpretação aventa-se que as organizações modernas estão submetidas a valores e padrões de dominação masculina. A solução seria mulheres construírem as suas próprias organizações com base em princípios muito diferentes, considerados mais próximos de uma identidade feminina: a comunicação, o consenso e o trabalho em equipa. Entendemos o repto como abordagens-chave que irão distinguir as organizações heterogêneas na nova era global.

Esta breve apresentação da diversidade de posturas fundamenta a pertinência sociológica deste estudo. Consideramos fundamental esclarecer desde logo duas premissas de partida que assumimos:

Em primeiro, o conceito de empreendedorismo é aqui tratado não pela ótica do ramo de estudos económicos, mas sim pelo ramo de estudos sociológicos, os mesmos que procuram trabalhar “*sobre as pessoas e as relações que estabelecem entre si (...)*” [produzindo] ‘*conhecimentos que podem afectar a vida dessas pessoas.*’ (Almeida, 1994, p. 214) Tomemos em conta pelo autor citado, que as sociedades humanas possuem capacidades «reflexivas», logo, possuem a capacidade de escolher as suas ações e consequentemente aprender com as suas experiências e com os conhecimentos que as e os especialistas vão produzindo acerca delas.

Em segundo, como pilar norteador de toda a análise, distingue-se aqui o conceito de empreendedorismo do conceito de empresarialidade, embora ambos caminhem histórica e economicamente lado a lado, na sua aplicação prática e no seu *laissez-faire*. Torna-se prioritário justificar a escolha do primeiro conceito para titular a tese e prosseguir este trabalho de carácter empírico e compreensivo. Importa reconhecer que a mulher empreendedora não é tão-somente a mulher que consegue gerar o seu posto de trabalho, é além disso a mulher autónoma, criativa e com capacidade de visão (Shane e Venkataraman, 2000).

A estrutura deste trabalho é composta por duas partes. A primeira parte expõe a revisão de literatura que alicerça a linha argumentativa teórica condutora da investigação, organizada em três capítulos:

No primeiro, intitulado ‘As grandes questões adjacentes à luz das teorias acionadas’ introduzimos os Estudos de Género e a problemática em torno do mercado laboral, debatida ao longo de todo o trabalho sobretudo a partir de uma perspectiva teórica acionista. O poder de agência e a sua capacidade reflexiva

são o cerne da linha de interpretação que rege todo este estudo académico. Ao nível da Sociologia do Trabalho e das Organizações, o fenómeno da globalização, a flexibilidade, a polivalência curricular em paralelo com o crescimento da precariedade, a resiliência humana, a criatividade, entre outros temas informam o nosso estudo.

De seguida, ‘Empreendedorismo no Feminino: Contextualização e Problematização’ é o capítulo onde vamos confrontar analiticamente a interpretação do fenómeno, fruto de uma globalização de mercados e de uma emergência nos desenvolvimentos locais com os estudos de género e o posicionamento social da mulher. É precisamente neste capítulo que aprofundamos a interpretação ao conceito de empreendedorismo, enquadrando a posição de diversos especialistas (Boava e Macêdo, Cantillon, Chaves e Parente, Drucker, Hisrich, Marques, Monteiro, Sarkar, Shane e Venkataraman, Schumpeter, entre os demais explorados neste estudo) procurando distingui-lo do conceito de empresarialidade. Só deste modo nos é possível desassociar os estigmas de género, idade ou nacionalidade enraizados na empresarialidade e que deixam de fazer sentido na visão sociológica que pretendemos atribuir ao conceito de empreendedorismo.

Outrossim, o grau de autonomia da personagem feminina, que tem verificado um aumento gradual no papel de empreendedora, no contexto social, leva a que a mesma aspire a determinadas mudanças estruturais, as mesmas que lhe garantem a igualdade de género e o reconhecimento de mérito próprio. Ademais, ao utilizarmos a expressão Empreendedorismo no feminino, fugimos da tradição funcionalista de características fechadas e geneticamente determinadas, e estamos a acionar o conceito sem identidade de género. Entendemos que Homens e Mulheres têm percursos diferentes porque são culturalmente condicionados, enfatizando o potencial humano de todos e todas (Sales Oliveira e Villas-Boas, 2012). Homens e Mulheres podem ter contributos diferentes e que acrescentam mais-valia a esta temática, desde que tenham igualdade de oportunidades para fazê-lo. Neste entendimento, todo o potencial humano é válido quando o mote é a busca de criatividade.

No terceiro capítulo denominado ‘A Mulher Empreendedora Contemporânea: Origens e Circunstâncias’ enfatizamos a evolução da mulher nas questões laborais, assim como a necessidade de rompimento de tradições obsoletas, para dar lugar a novos passos neste campo, *i.e.*, ao reconhecimento do potencial feminino que conscientize a sociedade para a importância da paridade no mercado laboral. O ramo de estudos de género na Sociologia pressupõe um vasto caminho teórico, conceptual e metodológico, contudo centramo-nos no contexto contemporâneo, colocando em retrospectiva os trilhos já percorridos, as doutrinas clássicas, as modernas e as pós-modernas, para selecionar as diversas contribuições que nos servem de recurso à análise e à contribuição académica e científica a que nos propomos.

A segunda parte deste estudo é dedicada ao trabalho empírico e à sua estilização analítica, também distribuídas por três capítulos:

O quarto capítulo trata ‘A Região Estudada e as Opções Metodológicas Tomadas’, permitindo descobrir geograficamente o campo de investigação. A delimitação do estudo (geográfica e demográfica) nesta província teve como fim facilitar o próprio trabalho de recolha de dados, uma vez que aglutinados num determinado espaço, possibilita-nos uma análise mais intensa sobre os mesmos. A região do Algarve caracteriza-se essencialmente pela sua oferta turística, tendo uma vasta costa de praias com águas tépidas

e ainda uma zona interior carregada de tradições e produtos artesanais. Em termos de empregabilidade encontramos o setor terciário fortemente representado - aportado em torno do Turismo. Importa ainda registar que foi precisamente nesta fase de trabalho que nos deparamos com um novo fenómeno envolvido na matéria, *i.e.*, as migrações atípicas na região, as quais têm um contributo reforçado no empreendedorismo. Assim foram enquadradas as dimensões culturais de Hofstede (2003) para diagnosticar a consciência destas comunidades em relação à sua atual composição social.

Não poderíamos fechar este capítulo sem esclarecer as opções metodológicas presentes neste estudo. Este trabalho desenvolve-se numa metodologia qualitativa. Não obstante, durante a recolha de campo, deparamos-nos com a presença relevante de elementos mensuráveis, considerando fundamental quantificá-los através da análise estatística, procurando deste modo complementar os resultados com a análise qualitativa (Reis e Maroco, 2007). Em paralelo, durante o processo de investigação adotamos uma perspetiva triangular, procurando obter informação quer de especialistas ou representantes de instituições ou associações focadas nesta matéria, quer das próprias empreendedoras no seu local de trabalho, confrontando também elementos estatísticos apurados por entidades oficiais. Importa esclarecer que, embora a metodologia deste estudo seja, em rigor, qualitativa, sentimos necessidade de recorrer pontualmente a diferentes técnicas na recolha e no tratamento dos dados.

No quinto capítulo intitulado ‘Tipificação de Perfis Empreendedores encontrados’, começamos a análise do conteúdo empírico recolhido, numa abordagem analítica eminentemente qualitativa, com o objetivo de operacionalizar uma estratégia capaz de cruzar as diferentes escalas e dimensões explicativas. O método utilizado para a recolha empírica foi a entrevista semiestruturada aplicada de modo presencial. Importa ainda registar que todo o percurso foi alvo de uma alargada pesquisa bibliográfica e documental, bem como de recolha estatística de fontes nacionais e internacionais. Foram ainda levadas a cabo entrevistas a especialistas e duas visitas de estudo à realidade espanhola. É ainda neste capítulo que identificamos os determinantes apurados que permitem responder à primeira questão que enforma o estudo, relativa aos perfis empreendedores.

O sexto e último capítulo intitula-se ‘Contributos do empreendedorismo no feminino para o desenvolvimento económico, cultural e social da região’. Este último patamar do trabalho de análise permite-nos complementar o anterior, procurando, numa lógica qualitativa, o encontro de discursos que elucidem sobre o valor do fenómeno empreendedorismo à sociedade local e o contributo económico, cultural e social deste território. No cumprimento dos objetivos da investigação, pretendemos por fim dar lugar às considerações finais que refletem o valor científico, académico e pessoal de todo o trabalho desenvolvido, fazemos um balanço do percurso percorrido e refletimos sobre as possíveis linhas de continuidade para futuras pesquisas nesta área temática.

I PARTE

Enquadramento Teórico-Conceptual do Tema

I - As grandes questões adjacentes à luz das teorias acionadas

"Poder é toda a chance, seja ela qual for, de impor a própria vontade numa relação social, mesmo contra a relutância dos outros" Max Weber

1.1. A(s) Problemática(s) do Género

Neste primeiro ponto abordamos a problemática das questões de género. Paraphraseando Giddens (2000a) importa antes de mais discernir género do conceito de sexo. Baseando-nos no quadro conceptual do feminismo de segunda vaga, definimos sexo como as diferenças físicas e biológicas entre homem e mulher, já o conceito de género diz respeito às diferenças socialmente construídas, as quais aqui se pretendem explorar. Assim, por desigualdade de género entende-se, num sentido binário, a assimetria entre homens e mulheres no que relaciona aos papéis representados na sociedade.

Apesar dos crescentes contributos académicos na matéria, permanece a necessidade de caracterizar e compreender a segregação das mulheres no mercado de trabalho que continua a persistir. De acordo com dados estatísticos recentes (SIGI, 2017), as assimetrias entre homem e mulher são ainda muito elevadas. Apesar de atingir mais diretamente a mulher, este problema não é só feminino, pois também afeta os homens. Na Europa e segundo os dados recolhidos (Worldstate, 2015)¹, em 2011, contávamos com 353.542.772 habitantes do sexo masculino e 380.686.199 do sexo feminino. Constatamos deste modo que existem mais mulheres do que homens, na generalidade nascem mais mulheres e a esperança média de vida destas é maior-, logo, a distribuição de responsabilidades e poder não sendo equitativa coloca em causa o desenvolvimento sustentável de uma sociedade (Monteiro e Portugal, 2013). Adicionalmente existem tarefas para as quais as mulheres têm potencialidades para desempenhar e que estão a desaproveitar (Sales Oliveira et al, 2014). Todavia, ao observarmos o desenvolvimento histórico, compreendemos quão o processo de atribuição de novos papéis sociais à mulher tem sido moroso.

Vejamos o contexto português e a distribuição da sua população. Segundo os indicadores, (INE, 2017) as mulheres estão em maior número no país, apresentando-se uma variação homóloga crescente de 2,9% na última década. Para dados mais precisos existem 5.427.117 mulheres e 4.882.456 homens. Não obstante, a sociedade tende a considerar-se ainda patriarcal, tal como argumentam especialistas na temática do género (Loureiro, 2014; Pereira e Santos, 2014), sublinhando a necessidade da mulher se desvincular dos limites a si estereotipados. Hearn (2014) reflete, na esfera global, sobre a problemática de igualdade de género² e

¹De acordo com os dados da Worldmeters, em 2013, entre os duzentos países analisados mundialmente, a maior parte deles conta com uma superior população feminina. Contudo, na soma global - mundial - os dados invertem-se ligeiramente, uma vez que sobretudo em países da Ásia Ocidental (Emirados Árabes, Qatar, Óman, Bahrain, entre outros), o percentil de homens sobe para médias que rodeiam os 70%. Tal análise, em países de grandes aglomerados populacionais, explica porque na soma mundial se encontram mais homens, apesar de diferença percentual mínima (Worldstate, 2015). Sem prejuízo ao exposto e perante os cenários de desigualdade e guerras nos países citados, refletimos sobre a fidedignidade dos números registados, colocando a hipótese de não terem sido fornecidos à entidade de estatística, a real conjuntura.

²Importa acrescentar que sobre esta preocupação têm contribuído mulheres como também muitos homens, sociólogos e não só, que têm uma visão holística sobre as necessidades de desenvolvimento equilibrado de uma sociedade, e.g. Joaquim Lopes Praça(2005) e a sua contribuição no feminismo de primeira vaga; o jornalista militante do PCP Manuel

das diversas teorias feministas que consequentemente têm surgido para combater o arraigado patriarcado que provoca as clivagens sociais e divide as oportunidades no mercado de trabalho entre homens e mulheres. Para o autor, a igualdade de género por si só não é um objetivo final, uma vez que é necessária uma transformação mais radical através das vozes e perspetivas das mulheres para remodelar, de forma mais fundamental, a ordem social de género, nomeadamente, a abolição do patriarcado.

Atendendo aos registos estatísticos, se as mulheres estão em maior número, também elas deveriam contribuir em maior proporção para a economia e assumir papéis sociais mais relevantes. Contudo, o papel prioritário da mulher reside, desde os primórdios, no cumprimento de tarefas domésticas, perdurando aos dias de hoje os efeitos de uma cultura ancestral. Esta realidade generaliza-se na estrutura de muitas comunidades (ILO, 2013). O estudo ‘Estatísticas no Feminino: ser mulher em Portugal’ (INE, 2012) mostrou-nos que a maioria das mulheres com mais de quinze anos e em situação inativa é doméstica. De igual modo e em situação de atividade laboral, são elas que mais utilizam instrumentos de conciliação entre o trabalho e família, e.g., redução de horários e interrupção de carreiras por licença parental, ou outras necessidades de assistência à família. Neste cenário, importa esclarecer que por tarefas domésticas referimo-nos a uma diversidade de funções, entre as quais a organização da casa e os cuidados a pessoas dependentes, e.g. crianças, pessoas idosas, portadoras de deficiência, doentes. Todas estas funções sociais não remuneradas são ainda, em grande maioria, asseguradas pelo sexo feminino. Conforme corroboram Saleiro e Sales Oliveira (2018) as mulheres portuguesas acumulam trabalho - despendendo quase do mesmo tempo em seu trabalho remunerado do que os homens- com trabalho não remunerado. As autoras explicam assim que esta rotina espelha as assimetrias vivenciais fortemente ancoradas em estereótipos de géneros. O contributo dos homens nos ofícios do lar e na responsabilidade de tomar conta dos filhos e das filhas tem evoluído lentamente, relativamente a outras transformações sociais (Casaca, 2008).

Para Giddens (2000a), enquanto existir a convicção de que as tarefas domésticas são prioridade feminina, não vai ser possível desenvolvimentos nesta matéria. No seu raciocínio considera-se fundamental incluir a importância da ‘atitude’ da própria mulher, visto que os estereótipos de género ao estarem naturalizados também as influenciam. A este propósito Schouten (2012) identifica a tendência das mulheres em relativizarem a ausência dos homens na partilha das atividades domésticas e assumirem elas próprias que têm uma aptidão inata para estas tarefas, ou seja, naturalizando a diferença social. A autora reforça que este comportamento dificulta as lutas pelos direitos de igualdade, tornando-se incompreensível para os mais atentos à problemática. No seguimento desta ordem de pensamentos, Friedan (2010) lamenta que, após as difíceis lutas, sobretudo por direitos cívicos e constitucionais, as raparigas considerem o tempo na universidade apenas como um período de transição até ao casamento, restringindo o seu papel e as suas potencialidades ao campo doméstico.

À procura de explicações para as situações evidenciadas, colocamos em retrospectiva as primeiras aprendizagens da mulher, as suas raízes ontológicas e o facto de a distribuição dos papéis estar desde logo assumida à nascença - se é menina ensinaremos como cuidar da casa, se é menino preparemo-lo para

Azevedo, entre outros, que Tavares elenca criteriosamente na sua resenha histórica no campo de estudos de género (Tavares, 2008). Saliente-se que a problemática de igualdade de género não é, pois, um problema feminino, tendo repercussões negativas no sexo masculino, é pois, um problema global, conforme iremos esclarecer neste ponto de análise.

trabalhos de estatuto social mais importante e bem remunerado, selecionando também de modo heterogéneo os próprios brinquedos de cada uma e de cada um. De facto, as identidades de género começam na infância e são transmitidas entre gerações. Esta é uma realidade social que expressa conceptualizações remotas dos papéis de género, que, são ainda vigentes. Destarte, a contínua ausência da mulher no mercado laboral diminui as possibilidades de o homem usufruir também do seu papel de pai e de cuidador do lar, ao mesmo tempo que lhe acrescenta responsabilidades na vertente económica, *i.e.*, na sustentabilidade de um lar. A este propósito, na sua tese acerca de papéis de género em uniões de facto, Santos (2010) aprofunda a análise fundindo as suas explicações através dos percursos biográficos dos coabitantes, *e.g.* da origem social e familiar, do percurso profissional, de praxis religiosas, de histórias de vida na afetividade e ainda da diferença etária entre parceiros. Desta forma, distingue dois conceitos: a identidade social - que revela comportamentos motivados pelo seu contexto - e a identidade de género - que remete para uma aprendizagem de carácter ontológico no qual se reproduzem os comportamentos.

A sociedade, inclusive as mulheres, reproduzem de forma inconsciente o que interiorizaram no seu processo de socialização. Esta breve alusão reflete existir ainda alguma resistência perante uma sociedade ciente da necessidade emergente da construção e ou reconstrução de novos papéis sociais. Por essa razão nas apreensões sociológicas sobre os conflitos de género, as questões ligadas ao mercado de trabalho e às potencialidades de homens e mulheres *versus* oportunidades, ocupam lugar de charneira visto que, para além da sua importância inegável, podem também abrir caminho para o debate público de outras questões, como por exemplo as ligadas à problemática da transexualidade³.

Retomemos o foco deste estudo, *i.e.*, as posições de género no mercado de trabalho. Connel (1987) debate-se sobre o sexismo existente nas políticas económicas e a dificuldade da mulher se afirmar em igualdade de oportunidades. Já Oakley (1975) estuda empiricamente a opressão de género em matéria de trabalho doméstico, procurando separá-lo enquanto trabalho que é e não como uma extensão das tarefas femininas, sobretudo culturalmente imbuídas à figura materna. Crompton (1997) sublinha a estratificação existente no trabalho da mulher britânica. Também Walby (1990) procurou dar consistência à problemática através de sua análise ao patriarcalismo na sociedade, fruto de uma continuidade ancestral cultivada entre gerações. Verificamos, pois, que a problemática se generaliza a nível internacional.

Neste compêndio, Giddens (2000a) aponta a tarefa doméstica como o elemento principal que diferencia o comportamento feminino do masculino, para agora tomar em conta que este mesmo comportamento é adquirido através de uma aprendizagem social. Os dois conceitos aqui presentes - feminilidade e masculinidade - constroem identidades díspares e estigmatizantes. Ao constatarmos que as mulheres são o grupo que mais executa o papel das tarefas domésticas, logo verificamos que têm menos tempo para outras tarefas. De igual modo, há quinze anos atrás, o autor constatou serem poucas as mulheres que ascendiam a cargos superiores ou de direção, sublinhando que essas poucas não tinham filhos, condição que as tornaria mais disponíveis. No contexto próximo, a situação apresenta alguma evolução, embora lenta. De acordo com os mais recentes dados estatísticos (INE, 2015c), referentes ao quarto trimestre de 2014,

³Não sendo este o nosso propósito em foco, acrescentamos em nota uma breve alusão às identidades não heteronormativas como a transexualidade ou homossexualidade (Connell, 1987; Butler, 2008), nos quais cremos encontrar processos de discriminação de identidades, o que perspetivamos, aguça a problemática de inclusão social imbuída no campo de estudos de género, tornando-o por sua vez, ainda mais complexo.

existem em Portugal 207 100 homens e somente 111 800 mulheres a ocupar cargos no poder legislativo. Em alternância, são mais as mulheres, cerca de 470 600 que ocupam cargos de especialidade em atividades intelectuais e científicas, para 327 100 homens. Todavia, se considerarmos os membros do conselho de administração do PSI20, a desproporção é muito mais visível, pois encontramos 204 homens e apenas 14 mulheres a ocupar estes cargos em grandes empresas. À data de entrega deste trabalho o INE ainda não dispunha de atualizações nestes dados.

Tabela 1 - Representação por sexo em cargos de administração de Empresas Portuguesas cotadas em Bolsa (INE, 2015c)

Período de referência dos dados	Sexo	Membros do conselho de administração das empresas pertencentes ao Portuguese Stock Index (PSI20), número e %
2014	HM	218 - 100%
	H	204 - 93,6%
	M	14 - 6,4%

Face a estes resultados e muito recentemente, o governo aprovou a proposta de Lei n. 62/2017, publicada no Diário da República a 01 de agosto de 2017 (Parlamento, 2017), na qual propõe a paridade laboral através da estabilização de quotas de género, entrando em vigor em janeiro de 2018. As empresas terão que elevar a fasquia para 20% numa primeira fase e para 33,3% até final de 2020, no que toca à presença de mulheres nos cargos dirigentes. A ação das políticas públicas na temática de igualdade é fundamental para suprimir segregações laborais e por efeito para desenvolver a economia com a contribuição de todo o potencial humano competente e qualificado. A questão das qualificações por sexo será retomada no ponto de análise seguinte, uma vez que é basilar para reforçar o reconhecimento das desigualdades existentes.

Através da análise à tabela, constatamos claramente que faltam modelos de referência no feminino, sendo nestes mais simples elementos quantitativos que residem as desigualdades de género, conceito que é o cerne deste ponto de análise. Analisando a medida do Governo, que se dirige para já ao topo da pirâmide - maiores empresas nacionais -, cremos que a mesma poderá ter repercussões de cima para baixo, incentivando as restantes empresas a seguir exemplos e a procurar o potencial da mulher para cargos decisórios. Ressalve-se que esta proposta contempla também e para que sirva de exemplo, as empresas estatais. Não obstante, a paridade ainda ficará longe de se atingir, uma vez que o ideal seria a proporção 50/50.

A inserção da mulher no mercado laboral entra em paradoxo quando relacionamos as suas competências e as suas habilitações literárias, com os cargos ocupados, os salários auferidos e o tempo dedicado ao labor. Deparamo-nos com realidades deveras rudimentares em termos da paridade laboral.

Do apuramento de resultados dos últimos Censos (INE, 2011), constatamos que em Portugal as mulheres superam os homens ao nível de habilitações superiores, apresentando um índice de crescimento em matéria de ensino superior, conforme se pode concluir da tabela apresentada.

Tabela 2 - Evolução do Nível de Habilitações Literárias por sexo (INE, 2011).

Zona Geográfica	1991			2001			2011		
	HM	H	M	HM	H	M	HM	H	M
Nenhum	3 403 926	1 453 866	1 950 060	2 732 254	1 152 169	1 580 085	2 023 094	879 662	1 143 432
1º ciclo	3 214 016	1 650 855	1 563 161	2 882 955	1 477 680	1 405 275	2 680 333	1 290 632	1 389 701
2º ciclo	1 446 277	762 899	686 378	1 430 146	755 781	674 365	1 403 249	764 420	638 829
3º ciclo	778 499	391 590	386 909	1 426 255	752 009	674 246	1 687 085	882 766	804 319
Ens Secundário	643 341	320 885	322 456	1 143 448	546 656	596 792	1 362 660	652 627	710 033
Pós-secundário	97 013	26 784	70 229	66 965	32 729	34 236	142 744	79 300	63 444
Ens. Superior	284 075	149 896	134 179	674 094	283 117	390 977	1 262 449	497 980	764 469

Em 2011 existiam 497980 homens e 764469 mulheres com ensino superior. Em 2001, o número de mulheres com ensino superior era menor face ao homem. Esta situação tem vindo a reverter-se ao longo de duas décadas, sendo que a disparidade existente é cada vez maior, prevalecendo as mulheres em maior número no quadro do ensino superior. Não obstante, é residual observar também que a iliteracia feminina continua a ser preocupante. Uma vez que a população feminina tem maior longevidade e face aos números elencados aos anos de 1991, associamos a uma problemática do passado, *i.e.*, ao grupo de mulheres séniores residentes. Só deste modo, encontramos explicação coerente para o elevado número apresentado na tabela.

Já no ano de 2016 temos o registo em milhares de 615,7 homens para 960,8 mulheres com habilitações ao nível do Ensino Superior. Já em termos de iletrados, 201,2 homens para 494,5 mulheres (PORDATA, 2017a, 2017b). Assim podemos dizer que se estas estão em maioria no topo das habilitações, também o estão no patamar mais baixo (ausência de habilitações), pelo que perspetivamos que os últimos dados se justifiquem pela população mais idosa. Anuímos assim, que, histórica e independentemente do género, a educação em Portugal era precária, apenas constatamos o crescimento na educação pré-escolar, o que, hipoteticamente, poderá dever-se à inserção da mulher no mercado de trabalho e à impossibilidade de esta cuidar dos filhos a tempo inteiro. (Amâncio, 1999).

Na recente pesquisa de Saleiro e Sales Oliveira (2018) é visível a assimetria de género na frequência do ensino superior, particularmente no ano de 2016, existem 20,4% de mulheres diplomadas e apenas 14,9% de homens. Já revisitamos a evolução das habilitações literárias por sexo, desta feita, aprofundamos a questão para as competências *versus* ocupações profissionais.

Na antítese entre a situação das mulheres perante o emprego, a sua ausência em cargos administrativos nas grandes empresas face às suas crescentes habilitações literárias, acentuando as assimetrias entre competências e rendimentos, compreendemos que existe um caminho a percorrer na problemática de desigualdade e sobretudo na disfuncionalidade existente no mercado laboral. Sem

embargo, o facto de as mulheres se precaverem com maiores habilitações faz também com que se tornem mais conscientes dasua capacidade de ação.

Ainda que o campo de estudos de género se distinga dos feminismos, que para além da sua diversidade albergam a componente de intervenção e ativismo, para contextualizarmos as origens do conceito de género, retrocedemos à proliferação de correntes feministas, desde o feminismo liberal, que lutou pela igualdade de direitos sociais e políticos, ao feminismo radical de Beauvoir (2009), entre outros.

Para Tavares (2008), os movimentos feministas nunca estiveram separados de outras formas de movimentos sociais, surgindo fortemente influenciados pelas revoluções políticas. Segundo a autora, o feminismo de primeira vaga⁴ teve forte ocorrência no século XIX e primórdios do século XX, caracterizando-se por aquele que se preocupava com o discurso dos direitos de igualdade, sobretudo a nível político. O feminismo de segunda vaga ocorre no século XX, a partir da década de sessenta por adiante aos dias de hoje e concentra-se na autonomia e liberdade da mulher em outras instâncias da sociedade, e.g., a profissão, a educação, as relações amorosas (divórcio), a sexualidade (aborto).

Já para Magalhães e Alvarez (2013) entendem que o feminismo apelidado de radical não chega a ter expressão na sociedade portuguesa, a não ser em casos excepcionais como direitos sexuais e reprodutivos. Para os autores, o que desde sempre impera é a corrente do feminismo liberal, socialmente mais aceite, na luta pela igualdade. Para Alvim *et al* (2002) a corrente feminista liberal surge em Portugal nos finais dos anos 80, início dos anos 90, tendo como principais ideias o primado da mulher como uma agente, onde a assertividade e a competência profissional levam à ascendência económica e política, desde que assegurados, à partida, por um conjunto de direitos nas leis. Já Perrot e Duby (1995) denunciam que a cultura ocidental desenvolveu poucas vias para representar a mulher de forma positiva, refletindo durante muito tempo o sexismo e definindo uma especificidade feminina que só existia na penumbra ao serviço do homem e da família.

O Feminismo não é de forma alguma uma temática sobre a qual haja consenso e existem muitas correntes e movimentos diferentes. Alguns movimentos não reivindicam a igualdade *tout-court*, mas sim a afirmação social, a oportunidade de existir na diferença e conquistar o seu território. Outro recurso que conflui neste sentido é o estudo doutoral de Tavares (2008), que nos recorda que a única e primeira-ministra portuguesa, Maria de Lourdes Pintassilgo⁵, não pretendia que as mulheres fossem iguais aos homens, abominando a imitação, pois defendia que as mulheres são dotadas de poder, a que chamava um 'outro

⁴De modo generalizado, o feminismo divide-se em dois movimentos que se sucedem cronologicamente, sendo que o de primeira vaga se concentra na corrente liberal e na defesa de direitos de igualdade sobretudo em termos políticos e legislativos. Na segunda vaga as preocupações aprofundam-se mais a nível de papéis sociais, à valorização da mulher na sua feminilidade e nas suas necessidades de afirmação nos diversos vetores da sociedade.

Hoje e principalmente através do termo de performatividade de género inserido por Butler (2008) já há quem se atreva a falar de uma terceira vaga, contudo apenas respeitante à subversão do corpo e à própria identidade de género conjugando com a mudança (a nível de comportamento e a nível fisiológico) de sexo, problemática trabalhada pelas teorias de Queer (Brandão, 2009).

⁵Maria de Lourdes Pintassilgo (1930-2004), formou-se em engenharia química industrial e foi um exemplo de emancipação feminina, por ter sido a única primeira-ministra, embora no curto espaço de tempo de um ano, até hoje em Portugal.

poder', suficiente para construir uma história e uma dimensão humana e global. Para ela, a mulher deveria se consciencializar a defender os seus direitos e afirmar-se na sua diferença com igual crédito na sociedade.

Seguindo a reflexão, aventamos que a questão de género não é somente uma questão de igualdade no sentido linear, mas sim de aceitação da diferença humana, em igualdade de oportunidades e por isso mesmo muito mais ampla do que a tradicional visão dicotómica homem/mulher. No seio do mesmo grupo sexual, homem ou mulher, encontramos uma miríade de diferenças, quer nos modos de estar ou nos modos de interação social. Assim, o ser-humano deverá afirmar-se na sua diferença e em concomitância no direito à igualdade de oportunidades.

No pensamento de Teixeira de Amorim (2011), todas as lutas e conquistas, sobretudo na segunda metade do século XX, orientam-se para a construção do conceito de género, não isolando neste cenário as problemáticas de género como sendo matéria exclusivamente feminina.

Recordemos a historiadora americana Scott⁶(1995) que foi promotora do conceito de 'género' em 1941, ainda no século XX. Para ela este conceito necessitava de uma teoria que lhe desse suporte: o feminismo pós-estruturalista. Este permitia a desconstrução das dualidades encontradas entre sexos. Na perspetiva de Scott necessitamos pensar o género em termos de pluralidades e diversidades, em lugar de unidades. Já Mariano (2005), sublinha que a concepção pós-estruturalista permite compreender o sujeito independentemente da construção de significados e representações da cultura em que este se insere, a qual por sua vez, se encontra marcada por relações de poder. A autora (Mariano, 2005) fundamenta a sua posição no exemplo de Mouffe⁷, que propõe incluir as diferenças num projeto de democracia plural, desconstruindo as identidades masculinas e femininas de forma a se compreender a variedade de relações sociais que existem e onde devem prevalecer os princípios da igualdade (de acessos a direitos cívicos) e de liberdade (de pensamento, de diferença social). Neste sentido, Mariano observa que Mouffe propõe limites a essas diferenças, não permitindo que as mesmas constituam objeto de subordinação. Perrot (2005) defende ser necessário continuar a ousar dizer 'eu sou feminista' com uma coragem tranquila e sem agressividade contra os homens. Trata-se de adotar um mecanismo de genderização cultural e social, que promova aos cidadãos e cidadãs oportunidades equitativamente.

Apesar da evolução social constatada ao longo de um percurso histórico da mulher, quando abordamos a problemática de género, encontramos ainda muitas questões em aberto no quadro científico deste ramo de estudos. Schouten continua as suas interrogações acerca do momento atual "*Como classificar os dias de hoje? Alguns defendem que estamos na terceira vaga, o período de power feminism e mainstreaming (...)*" (Schouten, 2012, p. 116). Segundo a autora, o momento atual caracteriza-se por aceitar a presença das mulheres e dos seus direitos comuns aos dos homens, em qualquer aspeto da vida social. Num horizonte contemporâneo, recorreremos ao conceito de performatividade de género introduzido por Butler (2008). A autora considera que a performatividade resulta da própria exposição linguística que habitualmente opera na problemática de género e questiona 'como se faz (e se desfaz) género com

⁶Joan Scott nasceu em 1941 nos E.U.A. e foi uma historiadora que se dedicou a investigar o papel da mulher. A aplicabilidade do termo 'género' é reforçada nos Estados Unidos em 1986 através da sua produção '*Gender: a useful category of Historical Analysis*' (Alvim et al, 2002).

⁷Chantal Mouffe (1943), belga, defensora de um feminismo de segunda vaga, dedica-se à ciência política pós-marxista.

palavras?'. De acordo com a explanação de Amâncio (2003), podemos compreender que a resposta se encontra no próprio ato de desconstrução dos esquemas dicotómicos de género na cultura e sobretudo na sua politização. Teixeira de Amorim (2011) clarifica o conceito de género como uma construção social e histórica que define padrões de comportamento, aceitáveis ou não, contudo frisa que o género é mutável, pois está em constante processo de ressignificação face às interações sociais contínuas, femininas e masculinas.

Atendendo à ténue inserção do campo de estudos de género na interdisciplinaridade académica, destaca-se a importância das produções científicas femininas, transcritas com uma linguagem neutra e interpretações pensadas no género feminino (Rodrigues, 2009). A autora frisa que a introdução deste campo de estudos e sua problematização veio ocupar um novo espaço de teorização e investigação científica que estava por preencher. De todos os modos, o enfoque analítico académico encontra-se ainda dominado pelo sexo masculino. Também Schouten (2012) reforça o quanto a perspetiva epistemológica dos estudos de género carece de produção pensada no feminino, pois a tendência secular do saber tinha o masculino como norma. A construção do conhecimento tem-se feito até então a pensar no homem como o representante unitário da sociedade, numa masculinidade hegemónica (Connell, 1987). E mais se confirma a inquietação de que *“durante muito tempo a história foi a história dos homens, vistos como os representantes da humanidade.”*(Perrot e Duby, 1995, p. 12)

Pereira e Santos (2014) sublinham que em Portugal já muitos e muitas cientistas se esforçam pela renovação da produção científica em diversas disciplinas, procurando criar novas epistemologias, tendo a mulher como objeto de estudo, inclusive inserindo-as em propostas internacionais, partindo da adaptação à realidade portuguesa. A corroborar, Tavares (2008) defende que se deve interligar a problemática de género a outras questões de pesquisa, sobretudo a partir deste novo milénio onde a prática da globalização gera um entrosamento de factos sociais.

Já para Amâncio (2003) o desconstrutivismo dos papéis de género, é o caminho para acabar com os atributos exclusivos de homens ou mulheres, valorizando-se por outro lado, a questão da cultura, linguagem e práticas institucionais como instrumentos para desenvolver uma sociedade mais justa e em aberta a todos os cidadãos e cidadãs.

Para que se anulem discriminações, quer de género, etnia, classe social, ou outras, entendemos ser primordial reconhecer os atributos humanos na sua diferença e concomitantemente na equidade de direitos perante o bem-estar social que se almeja para a sociedade do século XXI. Quase a terminar este ponto consideremos a evolução obtida no campo interdisciplinar de estudos de género, de acordo com a observação de Giddens,

“Nos últimos anos, poucas áreas da Sociologia se desenvolveram tão significativamente ou emergiram com um papel central no seio da disciplina como o estudo das relações entre os géneros. (...) O estudo de género coloca problemas difíceis à Sociologia contemporânea. (...) Podemos imaginar uma sociedade em que não há diferenças de género, onde todos os seres são andróginos (têm as mesmas características de género)?” (Giddens, 2000a, p. 145)

Diríamos, após a súmula apresentada, que não auspiciamos seres andrógenos conforme questiona Giddens, mas sim seres autónomos e conscientes do direito à igualdade nos acessos e oportunidades. A posição que pretendemos tomar nesta investigação académica, propõe assim (des)fazer estereótipos de género de acordo com os argumentos fundamentados neste estudo, através de uma cuidada revisão teórica e de uma adequada exploração empírica.

Perante as matrizes teóricas debatidas neste primeiro ponto de análise, entendemos o conceito de diferença como liberdade, a liberdade de agir enquanto ator social, a liberdade da agência⁸. Assim, não importa somente a igualdade no sentido lato da expressão, mas de uma forma mais enfática a afirmação de género num quadro de igualdade de oportunidades. No campo de estudos de género, ambos - igualdade e diversidade - constituem importantes marcos de valor social (EIGE e UE, 2016). Não obstante, ressalve-se que para existir liberdade tem que existir consciência de poder de decisão.

É neste cenário de problematização que elencamos de seguida uma linha teórica de agência, com a qual pretendemos analisar a problemática de género focada na temática de estudo - Empreendedorismo no Feminino -, na intenção de compreender e esclarecer cientificamente as formas de atuação de mulheres empreendedoras e de que modo este fenómeno contribui ou não para a evolução das questões de género. Para melhor clarificarmos esta relação de poder da agência *versus* estrutura, recorreremos a Fernandes (2011) que defende destrinçar o simbólico e a prática, a estrutura e a agência e o investimento macro e micro político das relações de género, conforme iremos aprofundar em seguida.

1.2. O debate estrutura/agência

Este ponto de trabalho visa equacionar um dos dilemas centrais da Sociologia e que está profundamente implícito na análise de todas as desigualdades sociais e como tal também nas de género: o debate Estrutura/Agência. Por agência entende-se a capacidade de os atores sociais gerirem a sua própria conduta de forma autónoma acionando o seu livre arbítrio. Já a estrutura consubstancia todos os condicionamentos que a sociedade como um todo colocam ao e à agente (Giddens, 1991).

Introduzimos nesta abordagem o conceito de poder enquanto capacidade do indivíduo em afirmar a sua vontade, em concomitância com a definição da primeira dimensão de poder (Lukes, 2004) ou com a sociologia compreensiva weberiana que defende que este conceito atribui a qualquer um ou uma a posição de impor a sua vontade numa determinada situação, mesmo contra resistências, seja qual for o fundamento dessa vontade (Weber, 2010). Já o conceito bourdieuse de poder simbólico (Bourdieu, 2013) traduz uma posição detida na sociedade por determinados grupos, que atuam na estrutura segundo a posição em que se encontram, podendo na presente investigação ser aplicado ao grupo de empreendedoras em estudo que manifestam os seus comportamentos em sintonia com os seus objetivos e de acordo com as condições estruturais locais, nacionais e globais. A abordagem de poder de Bourdieu, abarca tanto a agência como a estrutura e transcende a dicotomia, respeitando as suas lógicas que poderão ser integrantes ou antagónicas.

⁸Importa desde já desmistificar o conceito de liberdade de agência utilizado ao longo de todo este trabalho, evitando confundi-lo com o paradigma de individualismo, uma vez que esta liberdade que tratamos no estudo só tem o seu propósito no coletivo da ação do e da agente, *i.e.*, na sua interação social e não na sua individualidade por si só.

O estudo do poder e a forma como os indivíduos se sobrepõem a outros, tem relevo para compreendermos as metamorfoses estruturais. Para Marx (1974), as divisões clássicas de poder e posição social residem nas divisões de classes capitalistas. O conceito de classe para o autor presume estratificação social. Durante muitos anos este conceito não teve em conta a variante de género. Não se analisavam divisões de poder, riqueza e prestígio entre as pessoas de acordo com o seu sexo ou com a sua identidade de género. Na verdade, as mulheres estavam à partida arredadas destas análises porque não detinham posições de poder, riqueza ou *status*. Este é por tal, um exemplo de segregação. Não se avaliavam as mulheres e a posição convencional com que eram identificadas era com a posição de classe do marido. Goldthorpe (1983) alarga esta posição de classe para o agregado familiar, *i.e.*, a mulher pertenceria à classe do seu agregado familiar. Este tipo de análise da estrutura social encontra-se atualmente ultrapassada e carece de novas introduções visto que o papel social das mulheres se alterou profundamente.

A teoria da escolha racional (Scheefer, 2013) vem, na nossa opinião, complementar a interpretação da posição do poder do e da agente e sua determinação reflexiva na tomada de decisões que condicionem as suas escolhas de vida, *i.e.*, os seus comportamentos passam a ser reflexo de suas motivações pessoais e de um processo de seleção racional perante as possíveis opções ou caminhos que se apresentam ao indivíduo. Entramos assim no permanente debate entre estrutura e agência.

Segundo Baert e Silva (2014), ao identificarmos atores sociais como agentes, assumimos que estes e estas são capazes de agir de acordo com a sua vontade, ultrapassando os condicionamentos da estrutura envolvente. Eles e elas podem decidir intervir ou não na estrutura em que se integram. Têm assim poder de ação ou capacidade transformadora, no sentido de Giddens (2000a). Acentuamos que este poder a que nos referimos pode ser exercido em todos os níveis de interação social, em todas as instituições e por todas as pessoas embora em diferentes graus.

Um forte condicionante a elencar nesta reflexão é que despoleta novos contornos no debate entre agência e estrutura, prende-se com a posição do e da agente na interação social, *i.e.*, num cenário de mundo globalizado e interligado digitalmente. Castells (2002) veicula que a sociedade em rede pelo alargamento das vias de comunicação, proporciona um maior conhecimento da identidade pessoal, uma maior abertura e capacitação aos e às agentes.

Para Giddens (2002), viver na era da informação significa um aumento da reflexividade social dos atores sociais. O processo de socialização é o principal meio de transmissão da cultura através do tempo e gerações. Este mesmo processo leva a que os atores sociais se tornem agentes, com sentido de identidade própria, capacidade de pensar e agir de forma independente. Distinguimos assim a identidade pessoal que se prende com a noção intrínseca de nós próprios, da identidade social que identifica as características que os outros nos atribuem (Amâncio, 1993b).

Neste trabalho, pretendemos trabalhar a identificação social das agentes - mulheres empreendedoras - atendendo às suas motivações e à sua identidade pessoal, bem como a uma identificação da estrutura envolvente em busca de compreender a problemática do fenómeno do empreendedorismo. Neste ensejo, impele-nos procurar uma resposta cabal acerca dos princípios geradores da prática do empreendedorismo no feminino residente na estrutura social e multicultural da região algarviense.

Após conceptualizarmos a agência, recordemos que ela corresponde ao indivíduo enquanto ser com capacidade de ação. Contrapondo, uma “estrutura” corresponde aos factores de organização social que exercem influência sobre o indivíduo, tais como os sistemas de estratificação social, as instituições sociais, o sistema político (Giddens, 2002).

A agência pressupõe liberdade e autonomia, já a estrutura pressupõe uma estabilidade de padrões comportamentais entre os membros que nela coabitam. O grupo de atores sociais identifica a sua pertença ontológica numa estrutura pela forma como atuam e reproduzem as normas vigentes na mesma. Entendemos deste modo a estrutura como um sistema que tem que ter um significado para o exterior, bem como uma significância para os membros que a integram (De Castro, 2012).

Importa conhecer as forças de socialização que integram uma estrutura, *e.g.*, família, escola, amigos, instituições, *media*, local de trabalho, entre os diversos elementos que podem ser alvo de uma rigorosa observação analítica. O processo de socialização é vitalício, contudo não é estanque, permitindo que os indivíduos, sob uma ótica de construtivismo social (Liu e Chen, 2010) se (re)ajustem ao sistema.

A estrutura é composta por um conjunto de valores sociais, culturais, económicos e simbólicos, os quais Bourdieu denomina como ‘campos’, tendo em vista uma observação analítica e sociológica dos mesmos (Bourdieu *et al.*, 2004). O autor propôs o conceito de campo simbólico, identificando-o como o espaço em que ocorrem as interações entre os membros de um grupo social. Bourdieu ainda aplica o conceito de *habitus* que traduz a reprodução de ações inconscientes e padronizadas por parte dos indivíduos (coletivo), mas nas quais o indivíduo (singular) expressa a sua individualidade e personalidade. Assim, através deste processo de prática interiorizada, os membros de um grupo social apreendem os seus papéis sociais, *i.e.*, as expectativas socialmente definidas para a sua conduta na estrutura em que se inserem. Segundo Setton (2002) é necessário considerar o *habitus* como um sistema flexível e em permanente construção, uma vez que se altera com o tempo. Assunção (2012) corrobora esta linha de pensamento quando refere que o *habitus* tem um efeito durável mas não é mecânico, é antes reproduzido através da prática e desenvolvido em torno da vida do indivíduo e segundo as suas disposições cognitivas.

Por outro lado, o conceito de capital - também de Bourdieu (2000) - quer económico, cultural, social ou simbólico identifica o acervo de forças do e da agente e a sua posição no campo - estrutura social -, *i.e.*, o capital de um e de uma agente corresponde à sua capacidade cognitiva e dá-lhe o poder de ação. No quadro conceptual, confrontamos Bourdieu e os seus conceitos centrais - campo, *habitus* e capital - e a agência que tem capacidade de modificar estruturas.

Giddens (1989) insere neste debate uma dualidade de estrutura que consiste num modelo de comportamento humano e social que refere que a ação é motivada e está dependente de consequências desconhecidas e não intencionais. Assim a ação com influência estrutural é realizada de forma inconsciente tal como o *habitus* em Bourdieu. Este tipo de comportamento tácito é vital para a segurança ontológica do indivíduo. Todavia, esta rotina quebra-se pela vontade de mudança do indivíduo, produzida pelo conteúdo explosivo do inconsciente e a monitorização reflexiva da sua ação.

O teorema da dualidade da estrutura proposto por Giddens (2000a), remete-nos para uma abertura de interpretações em diversos domínios científicos, encadeando contributos das ciências sociais - da

panóplia de autores e autoras acima citados - de filosofia, de psicologia, de antropologia, das mais variadas correntes sociológicas, *e.g.*, fenomenologia, etnometodologia, interacionismo simbólico, construtivismo simbólico, despoletando uma articulação constante entre níveis micro e macro da análise sociológica e relacionando os planos analítico e normativo do pensamento social.

Ressalve-se que a teoria da estruturação surge nas sociedades modernas numa perspetiva macrossociológica e é a base para o pós-estruturalismo. No pós-estruturalismo a realidade é uma construção social contínua, despertando uma pluralidade de sentidos, e todos os elementos que a integram participam. O prefixo 'pós' não significa necessariamente contraposição, mas sim abertura de horizontes e perspetivas de análise.

A teoria da estruturação identifica um processo ativo e contínuo da construção e reconstrução da estrutura social. Tal como o e a agente depende da estrutura, a estrutura também depende das regularidades do comportamento humano. Estrutura e ação estão implicitamente recíprocas, pois a ação só é possível na medida em que o e a agente possui o conhecimento socialmente estruturado. Esta interação, na observação sociológica, torna-se previsível e por efeito passível de ser controlada. Giddens (2002) enceta este paradigma através do conceito de reflexividade. Reflexividade pressupõe liberdade e autonomia para analisar as realidades sociais, quer pelos próprios agentes que as integram, quer pelo olhar sociológico que procura proposições válidas para explicar os movimentos da sociedade (Baert e Silva, 2014).

Giddens (1989) aprofunda a compreensão do conceito de agência, relacionando-o com a natureza da ação humana e com o *self*⁹ atuante (Mead e Morris, 1934). O autor recorre à sapiência hermenêutica e à corrente fenomenológica trabalhada por Heidegger, para melhor explorar o seu posicionamento teórico. Para Giddens (1989), as inovações de Wittgenstein aliadas às premissas de Heidegger constituem os dois principais marcos para a construção de um novo caminho no trabalho sociológico. A ação refere-se às atividades de um e de uma agente, não se podendo por tal separá-la de uma teoria mais ampla do *self* atuante. *“O conceito de agência tal como o defendo, envolvendo a ‘intervenção’ num mundo-objecto potencialmente maleável, relaciona-se directamente com uma noção mais generalizada de praxis.”* (Giddens, 2000a, p. 15)

Tavares (2008) recorre-se dos postulados de Giddens para abordar o conceito de agência sujeito a um indeterminado número de condicionantes estruturais que o dominam, *e.g.*, sexo, classe social, etnia, orientação sexual e região de origem. Segunda a autora (Tavares, 2008), esta perspetiva permite-nos abordar um feminismo de agência atendendo a um sujeito coletivo de mulheres que estão abertas à diversidade de experiências, capazes de gerar novos significados sociais. Tavares considera o feminismo de agência adequado à pós-modernidade, assim como o pós-estruturalista. Estes trazem novas questões, uma vez que presumem uma maior abertura de pensamentos críticos, mantendo, contudo, em simultâneo as mesmas preocupações anteriores acerca dos conceitos sistémicos de poder, estrutura e classes.

⁹O conceito de 'self atuante', entende-se como o ego do indivíduo e emerge na sua interação social, *i.e.*, este conceito só faz sentido no coletivo, pois só desta forma se coloca a descoberto a particularidade de significações (significados - globais- e significâncias -individuais) - atribuídas pelas estruturas cognitivas do indivíduo - que o indivíduo toma perante os diferentes contextos - estruturas - em que se insere (George Herbert Mead, 1863-1931).

Para Fernandes (2011), que expressa as mesmas preocupações, *“no pós-modernismo (...) o discurso assume-se como constitutivo do exterior (social) e do interior (individual).”* (2011, p. 33). A autora sublinha que compreender o conceito de poder na sua perspetiva significa incorporar as práticas específicas de conhecimento que enformam a compreensão do mundo e de nós enquanto sujeitos sociais. Na dimensão constitutiva do ‘poder’ como capacitação e do ‘eu’ como agente ativo, Fernandes introduz que *“(...) o ‘fazer género’, deste ponto de vista, lança o convite para que se reflecta sobre a forma como as pessoas pela interação se implicam e se realizam nos actos sociais (...)”* (2011, p. 85).

Contextualizando a nossa temática de trabalho, a interação que a autora analisa envolve, pois, o percurso pessoal de cada mulher e relaciona com o coletivo nos diversos espaço-temporais. Caminhamos assim para a influência da rotinização na ação do sujeito - ator social.

Desta feita geram-se as discussões para conciliar estrutura (ou sistema) e agente (ou sujeito). Debateremos sobretudo a partir de um enfoque do poder do e da agente e a sua relação com os condicionantes da estrutura. O conceito de agência vem atribuir aos atores sociais a capacidade de agir e de delinear formas de enfrentar a vida, até então negada nos quadros teóricos funcionalista e estruturalista. Por um lado, o e a agente interpreta o mundo segundo as características de sua própria experiência de vida, por outro lado, para se viver em sociedade há que adotar um comportamento de aproximação aos parâmetros de condutas vigentes. Por este motivo se compreende que as sociedades nunca deixam de estar em processo de contínua (re)estruturação.

Partimos do pressuposto que os e as agentes são detentoras de conhecimento que lhes conferem a capacidade de ação. Para Giddens (2000a) é essa capacidade de agir e não a intencionalidade que gera a ação. Um conjunto de atores de um mesmo grupo social, com os mesmos objetivos, pode exercer um determinado tipo de poder social. É este poder que tem a capacidade de causar mudanças em relação a um estado de coisas pré-existent. É este poder que pode aproveitar, alterar ou acrescentar novas aceções a uma determinada comunidade. Mas para que ocorram essas mesmas interações, é necessário que cada indivíduo tome consciência das suas capacidades e aja de acordo com os seus propósitos, vencendo deste modo a atribuição de significados da estrutura em que se insere, quando estes não favorecem os seus objetivos e ou usufruindo de contingências estruturais para suas concretizações.

Sem embargo, poderemos encontrar obstáculos na estrutura assim como também incentivos, os quais podem ser encarados pelos e pelas agentes como oportunidades de que podem tirar partido. Baert e Silva (2014) observam que Giddens entende as estruturas não somente como restrições mas também como facilitadoras. A estrutura não terá que constituir unicamente uma barreira à ação, pelo contrário, poderá até estar implicada na produção dessa mesma ação.

Na sua reflexão crítica, Ferreira (2005) analisa como Giddens aborda o processo de desrotinização de forma a estimular a mudança social, elencando como motivações dos e das agentes as relações antagónicas de autonomia e dependência do indivíduo, as relações de poder e o desenvolvimento de diferentes setores dos sistemas sociais. Estes são elementos geradores do processo de mutação.

A reflexividade (Giddens, 2002; Beck *et al.*, 2006), coopera para que nos consciencializemos de nós enquanto indivíduos e de igual modo nos consciencializemos do mundo que nos envolve, encarando as

fronteiras dicotômicas e sabendo como agir perante as mesmas. O conceito de consciência pressupõe o conhecimento reflexivo das coisas e o modo como elas nos afetam, quer em termos individuais, quer em termos coletivos. Enquadramos este conceito no contexto temático em estudo, seguindo os postulados de uma sociologia compreensiva (Weber, 2010). Neste patamar importa que consigamos interpretar e compreender o mundo a nossa volta, para refletirmos de modo consciente acerca do nosso papel e da nossa posição enquanto atores sociais, tornando justificáveis as nossas escolhas de vida. Por outro lado, importa esclarecer que o conceito de consciência é também fortemente representado neste estudo no sentido de conscientização do empoderamento feminino, defendido por Lourdes Pintasilgo (Carrilho, 2015) e postulado na educação de Freire (2006), no quadro teórico de educar para o empreendedorismo e não sobre o empreendedorismo, conforme iremos desenvolver ao longo do trabalho.

Penna (2012) estuda o espectro da capacidade de agência e reflexividade na teoria sociológica contemporânea, constatando que Giddens se encontra no centro dos autores que dão primazia às capacidades cognitivas dos e das agentes (dentro dos seus limites gnosiológicos) e concomitantemente à organização social promovida por determinada estrutura social. Segundo a nossa perspetiva, Giddens apresenta-se numa dupla hermenêutica entre as validades heurísticas e a experiência dos e das agentes. Para o enquadramento da nossa análise temática, esta é a posição adequada a adotar no espectro teórico.

Importa relacionar toda esta conceptualização paradigmática com o foco do nosso trabalho, *Empreendedorismo no Feminino na região do Algarve*, onde nos propomos analisar a problemática de género e a realidade do mercado de trabalho na região. Este ponto de desenvolvimento teórico vincula-nos a premência de investigar até que ponto as mulheres empreendedoras desta região são autónomas, criativas e detêm o auto-controlo de suas vidas, ou se a maioria das suas ações resulta de forças sociais exteriores e até que ponto são influenciadas por factores estruturais. Estes factores estruturais estão relacionados com as condições de vida e de trabalho contemporâneas, que vamos de seguida debater.

1.3. A flexibilidade e a globalização do mercado de trabalho

atual

Numa perspetiva longitudinal podemos dizer que enquanto o século XIX se identificou com a modernidade, o século XX afirmou-se pelo conceito de globalização (Sales Oliveira, 2011). Há também quem o conceptualize como pós-industrial (Touraine, 2005).

Seria infrutífero caminhar neste capítulo sem visitar os conteúdos que encadeiam o desenvolvimento do campo da Sociologia do Trabalho. Para melhor compreendermos e porquanto contextualizarmos o quadro atual que atravessamos, importa deslindar o histórico dos principais movimentos que delimitam os diferentes cenários da evolução do trabalho.

Recolhemos de Freire (1995) e sua tese pioneira sobre o trabalho independente em Portugal, que o objeto de estudo constitui-se numa vasta extensão de todas as atividades humanas que se constituem graças ao trabalho. O autor revisita-nos os sucessivos objetos de análise da Sociologia do Trabalho, os quais num espectro cronológico e estrutural se precederam em Portugal, *i.e.*, no ano de 1960 o impacto da indústria

leva a que as análises sociológicas se debruçassem sobre o período de produção mercantilizada, em que a teoria Fordista impunha produzir o máximo num determinado espaço de tempo. Segue-se a teoria de ação de Touraine (2005), acerca dos movimentos operários, marcando um grande incentivo no desenvolvimento da sociologia do trabalho após o 25 de abril de 1974. Já Tripier (1991) sente a necessidade de focar uma sociologia do mercado de trabalho. Crozier (1977) e Sainsaulieu (1987) transferem-se para uma sociologia da empresa. A partir de 1990 e perante os movimentos de globalização as realidades de análise transmudam-se para abordagens pós-tayloristas, onde o cerne se concentra então no Homem, enquanto ser criativo e inteligente, em detrimento da força das máquinas. Nos tempos atuais debruçamo-nos com maior incidência no setor terciário devido ao seu grande crescimento.

É incontornável que quando abordamos problemáticas como o desemprego - ancoradas nos estudos da Sociologia do Trabalho - nos seja necessário assistir a um entrosamento com variados ramos de estudo, e.g. Sociologia Política, Sociologia das Organizações, Sociologia do Desenvolvimento (Almeida, 2005). Analisar a realidade atual, implica relacionar épocas vividas. No revisitar de contextos e teorias aventamos que os alicerces do estruturalismo se encontram neste trabalho preteridos pelas novas escolas onde figuram a teoria de escolha racional e a sociologia compreensiva (Weber, 2010). Remetemo-nos nesta análise ao paradoxo dos conceitos escolásticos de poder simbólico *versus* habitus (Bourdieu *et al.*, 2004), assumindo que o primeiro prevalece com mais determinação nesta contemporaneidade. Reconhecemos desde cedo, no momento de escolha da temática de estudo, que o repto do empreendedorismo se tem tornado perlocutório nos tempos vigentes. Importa por tal relacioná-lo com as realidades do quadro laboral que vivenciamos, quer no que toca à temática que envolve a globalização como às suas consequências e sobretudo às exigências da flexibilidade do e da agente.

Sendo que seguimos a linha teórica de agência, e por consequência, o poder do e da agente em decidir a sua ação, entendemos que ele e ela têm capacidade para contornar obstáculos, inclusive o desemprego, e procurar a construção do seu posto de trabalho. Aqui caracterizamos um empreendedorismo por necessidade. Por outro lado, quando nos referimos ao empreendedorismo por oportunidade, tratamos mais do conceito de satisfação pessoal. A mulher, no seu ancestral papel de cuidadora do lar, tendo consciência de suas potencialidades, de suas necessidades, avança nestes termos para criar algo que a motive, algo que denote as suas apetências profissionais perante a vida social, cultural e económica em que se envolve estruturalmente (Carrilho, 2015). A mulher constrói o seu papel, ela é agente e tem o seu poder de ação weberiano perante a estrutura que a envolve. Não é assim a estrutura que determina, mas sim a agência perante a envoltura estrutural. E seria uma ousadia - característica estereotipada como sendo pouco feminina (Amâncio, 1992) - avançar que todo a envoltura social se desenvolve em troca de interesses e influências, desde o meio empresarial, o meio político, o meio académico. Não obstante, este brevíário será, pois, aprofundado no capítulo seguinte bem como ao longo do desenvolvimento de todo o estudo.

Destarte, utilizando a clássica classificação dos setores de atividade¹⁰ de Fischer e Clark, demarcamos as posições dos setores de atividade mais salientes em quatro momentos: ⁽¹⁾ até 1950 setor

¹⁰Importa acrescentar que os setores de atividade divergem, porém, pelas assimetrias locais e pelos estágios de desenvolvimento de um país ou região, *i.e.*, nos países menos desenvolvidos o setor primário tem maior peso, já nos países em desenvolvimento a terciarização é predominante. Em Portugal, a estrutura profissional tem vindo a alterar-se, no início do século XX resumia-se em proporção às atividades primárias. Doravante, assistimos a uma forte tendência ao setor terciário, face a variadas circunstâncias, e.g., diminuição da mão-de-obra na agricultura por força do êxodo

primário (atividades de exploração dos recursos da natureza, produzindo os bens essenciais à sobrevivência);⁽²⁾ 1950 setor da indústria e automação (diz respeito à transformação de bens primários produzidos, com vista ao consumo);⁽³⁾ 1980 setor terciário (apesar de não produzir nenhum bem, envolve o agrupamento de atividades que prestam serviços à população) e⁽⁴⁾ após 1990 corresponde à era da flexibilidade laboral (Touraine, 2005). Esta última vem ao encontro dos mercados livres. A este propósito torna-se perentório precisar neste enfoque dois conceitos: o liberalismo e o neoliberalismo. Também estes têm que ser entendidos à luz do seu enquadramento histórico e estrutural. Etimologicamente liberalismo remete-nos ao conceito de liberdade. O termo surge pelo viés teórico dos clássicos John Locke (1986) e Adam Smith (1999), nos séculos XVII e XVIII aquando da revolução francesa¹¹, na pretensão de romper com o absolutismo e acentuar a liberdade do indivíduo. Os autores citados repudiam a interferência do Estado nas trocas económicas entre privados, evocando o primado do *laissez-faire*. Com esta ideologia emergem as classes burguesas e que posteriormente vão estar ligadas ao trabalho nos serviços. Hoje apelidada de liberalismo clássico, esta corrente denuncia-se em função da ausência de políticas de proteção social bem como de regulamentação, despoletando o individualismo metódico aliado à competição dos mercados.

Face a esta conjuntura e já nos primórdios do século XX surge nos EUA a Escola de Chicago, na qual Keynes (in Keynes e Krugman, 2007) enceta a sua defesa de intervenção, embora moderada, do Estado na economia, mantendo as ideias de liberdade e autonomia do indivíduo mas assegurando assistência e proteção às pessoas desfavorecidas na pretensão de combater as taxas de desemprego que então se faziam sentir. Viviam-se os designados trinta anos dourados.¹² A partir da linha de pensamento keynesiana, mas com posteriores desenvolvimentos, surge um novo conceito, o neoliberalismo¹³, postulando a contínua defesa da liberdade do e da agente e as privatizações, na abertura económica, com o objetivo primordial de abrir portas ao mundo numa política de mercado global¹⁴.

Sem embargo e seguindo os postulados de uma sociologia compreensiva weberiana, entendemos não alimentar posições derogatórias, construídas a ‘preto e branco’ sobre mercados liberais ou neoliberais nas quais se fundem evidentes semelhanças¹⁵. Este breve prólogo é suficiente para compreendermos os

rural e mecanização agrícola, automatização do setor secundário e novas exigências sociais que refletem a diversidade de emprego em áreas prementes como o turismo, a cultura, o crescimento do comércio, os serviços financeiros, a educação e a saúde. É neste contorno que, concomitantemente, surge a mão-de-obra feminina (Touraine, 2005).

¹¹Importa registar que nesta mesma época coincide o despoletar nas Ciências Sociais do domínio científico da Sociologia, pela necessidade premente de analisar os movimentos do trabalho, expandindo posteriormente os seus objetos de estudos para vastos campos de análise de grupos sociais em interação.

¹²Expressão de Jean Fourastié (1907-1990, economista francês que cunhou o termo para descrever a situação de prosperidade vivida em França a partir da segunda guerra mundial). Este período fértil a nível financeiro, também conhecido como a idade do ouro, durou de 1944 a 1974 em que as comunidades melhor posicionadas beneficiaram de um rápido crescimento económico. Identificamos sobretudo o Japão e outros países europeus. Todavia Portugal não usufruiu (Casaca, 2008).

¹³Atente-se que esta corrente é atravessada por dois movimentos, o keynesianismo - também apelidado por alguns teóricos de liberalismo social - e a posição de Friedman (2012) que denuncia que o Estado não tem capacidade para desenvolver economicamente um país, justificando que canaliza os seus escassos recursos a investimentos que não trazem valor produtivo à sociedade e apenas concertam populismo aos governantes. O autor citado chega a defender a ausência de salários mínimos sendo contra qualquer regulamentação estatal que iniba a ação das empresas privadas.

¹⁴Importa-nos esclarecer a necessidade desta breve alusão aos dois conceitos - liberalismo e neoliberalismo - uma vez que é através destes que desenvolvemos a nossa leitura do conceito de ‘mercado livre’, tão presente na temática da globalização e porventura no fenómeno de empreendedorismo, foco do nosso estudo.

¹⁵Pela consulta teórica damos conta que existem e perspetivamos que sempre existirão diferentes posições, elencando prós e contras, semelhanças e diferenças aos mercados liberais ou neoliberais. A insatisfação é um estágio da natureza humana, e.g., alguns apontariam as fraquezas dos países subdesenvolvidos subjugados à concorrência dos países mais

movimentos atuais à luz das teorias acionadas. A liberdade de agência - e importa esclarecer neste debate que-pode ter significados distintos segundo diferentes ideologias políticas, todavia, o que nos importa é analisar criticamente o impacto das ações enquadradas às suas realidades. Entendemos ser mais importante reforçar que as práticas laborais derivam de constructos sociais (Liu e Chen, 2010), *i.e.*, cada estágio vivenciado procura melhorar o anterior seguindo sempre um caminho que é contínuo, não é fechado e definitivo. Entendemos ainda que é tarefa do sociólogo e da socióloga observar os factos à luz da sua contextualização estrutural e histórica, sob pena de se obter deficientes interpretações, reiterando que cada caso é único, é novo e deve ser tratado com a sua 'identidade' própria.

Touraine (2005) elenca-nos que durante muito tempo analisamos a realidade social em termos políticos, *i.e.*, o poder e o Estado, em seguida substituímos o foco de análise pelos paradigmas económicos, *i.e.*, classes sociais e riqueza, sendo que de acordo com sua análise estas categorias tornam-se incipientes para explorar o momento atual. Para o autor (Touraine, 2005) carecemos de novos paradigmas que concentram o foco sobre os problemas culturais, privilegiando diagnósticos sobre interação do e da agente nas redes sociais de trabalho e reorganizando o pensamento social neste novo cenário global.

Após esta incontornável súpula histórica, vamos focar o momento social atual caracterizado pela globalização. Conforme esclarece Rodrigues (2000) a globalização não é um fenómeno recente, mas sim um processo genealógico que tem as suas raízes na longa história da modernidade. No discurso sociológico a globalização é um processo de integração económica, cultural, social e política entre várias nações (Giddens, 2002). O fenómeno revela-se uma força condutora de rápidas mudanças sociais que está a reestruturar as sociedades contemporâneas.

Sobre as origens desta realidade social e após revisão literária constatamos que emerge na década de setenta do século passado, sobretudo devido à saturação dos mercados internos que têm necessidade de conquistar e expandir fronteiras. Agregado a este contexto destacam-se o desenvolvimento de novas tecnologias e a evolução de novas linhas de transportes, que, por sua vez, vêm encurtar distâncias entre as comunidades. Estes são assim os elementos condutores de aproximação entre sociedades e que facilitam a sua integração global. Na continuidade desta leitura, o termo global incumbe um processo de união de informações, produtos e serviços, procurando sobretudo privilegiar e evoluir as empresas e o mercado laboral no campo da comunicação, tecnologia e transnacionalidade (Castells, 2006).

Deste modo constatamos que a globalização alterou o mercado de trabalho no respeitante ao conjunto de oportunidades em oferta *versus* a procura existente ao nível laboral. Sem embargo, atendemos que o mercado de trabalho condiciona muitos outros factores da vida social, *e.g.* as relações sociais, a capacidade de consumo da população, a relação entre a vida laboral e a vida familiar e pessoal e a nível macro o desenvolvimento económico de um país. A introdução do próprio conceito de mercado de trabalho surge enformada no domínio da Economia, sendo por natureza um conceito pouco sociológico e abstrato nesta matéria, conforme nos sugere Marques (2000, 2013). Todavia e debatendo os impactos sociais que o mesmo acarreta nas pessoas torna-se premente analisar as relações sociais que se geram no seu entorno,

ricos, todavia também os primeiros têm a ganhar por ficarem menos isolados e terem acesso a mais informação face ao fenómeno advento da globalização.

e.g., o emprego, o desemprego, os setores de atividade, as hierarquias institucionais, os salários, as competências.

Toda esta análise conjuntural centraliza-se nas transformações sentidas em torno da Economia e do trabalho e no modo como esses elementos influenciam as sociedades e os seus agentes. Acerca da nova organização de trabalho na era global, Almeida (2005) recorre a Gilbert Durand¹⁶ para analisar a construção de um novo modelo laboral que está em rutura com o modelo obsoleto da organização fordista ou taylorista. Recorde-se que o modelo fordista-taylorista surge com a industrialização e privilegiava a produção em série em detrimento das capacidades humanas dos e das agentes sociais. No quadro contemporâneo surgem outras prioridades direcionadas sobretudo à criatividade e à cultura. Atrevemo-nos a acrescentar que também o empreendedorismo - matéria que iremos desenvolver nos capítulos seguintes - constitui requisito prioritário neste novo modelo.

Held e Goldblatt (1999) agrupam as diferentes posições em três correntes: hiperglobalistas¹⁷, céticos¹⁸ e transformacionistas¹⁹. Segundos os autores, para os hiperglobistas geramos um mundo sem fronteiras, para os céticos eliminam-se as localidades, já para os últimos compreendemos uma comunicação multidirecional entre povos. É é nesta última corrente que nos revemos no desenvolvimento deste trabalho.

Por sua vez, Sousa Santos (2012) enumera-nos os factores que, a seu ver, contribuiriam para o quadro destas metamorfoses, *e.g.*, com a globalização chegam também as mudanças tecnológicas, a diversidade cultural de mão-de-obra, as novas demandas e exigências de clientes, os modelos de gestão em constante remodelação, uma reconfiguração do conceito de trabalho e diferentes expectativas da sociedade.

Sousa Santos (1997) cria duas denominações do fenómeno: a globalização hegemónica *versus* a contra-hegemónica. Para o autor, a globalização contra-hegemónica incorpora as diferenças de cada comunidade local num mercado global e liberal. Entendemos assim a globalização contra-hegemónica como a promoção das economias locais e comunitárias diversificadas, ligadas a forças exteriores provenientes da força da globalização, mas, ressalve-se, não dependentes das mesmas. As iniciativas locais, de pequena escala, diferem consoante o seu espaço físico, a cultura e as necessidades desse local.

Advogamos que os processos transnacionais, quer económicos, quer culturais, encontram-se interligados irrevogavelmente, *i.e.*, o local e o global cooperam entre si. Atendemos à aceção que quaisquer iniciativas cosmopolitas, dirigidas a uma transnacionalidade, estão, porém, ancoradas, enraizadas em locais concretos. É uma missão global defender os direitos humanos, sobretudo em locais onde exista maior

¹⁶(1921-2012), Professor, sociólogo e antropólogo francês que dedicou os seus estudos à pedagogia do imaginário.

¹⁷Para os hiperglobalistas o Estado perde autoridade para o Mercado Económico, que é o cerne deste movimento. A decisão política depende assim da força do poder financeiro de cada país. Assim é função do Estado procurar atenuar as clivagens de classes sociais e concentrar-se no poder da ação humana para dar sentido a uma unificação global de sociedades.

¹⁸Para este grupo de pensadores, o Estado prevalece e o objetivo é dominar o mercado ocidental nos negócios mundiais. Neste entendimento denunciam a marginalização dos países do terceiro-mundo por oposição ao crescimento dos países desenvolvidos e registam um aumento de disparidades sociais no mundo.

¹⁹Os transformacionistas adotam uma posição mais moderada, concentrando-se no seio das preocupações dos dois grupos teóricos anteriores. Temos como integrantes desta escola Giddens, Castells, Scholte, entre outros. Para estes, a globalização associa-se a novas formas de organização política e económica e sugerem que tanto as pessoas como os Estados Nação têm que se adaptar a este mundo em permanente transformação, onde não está limido o espaço nacional / internacional, compreendendo-se que o local é em simultâneo global.

carência e deturpação das normas igualitárias. Acreditamos que o global acontece localmente e conforme Sousa Santos (1997) sugere, importa desenvolver a inteligibilidade recíproca entre os diferentes locais de modo a superar as necessidades de cada qual, através de alianças translocais. Importa ainda transportar o multiculturalismo emancipatório que o autor sublinha, uma vez que, anuímos que “*temos o direito de ser iguais quando a diferença nos inferioriza e de ser diferentes quando a igualdade nos descaracteriza.*” (Sousa Santos, 2003, p. 56, 2011, p.1)

Esta premissa elencada é válida ao longo de todo este estudo, que analisa em simultâneo, assimetrias de género e assimetrias regionais, a forma como se desenvolvem e caminham para ultrapassar barreiras e atingir um êxito, quer em termos de representatividade de género, quer em termos de identificar oportunidades para empreender no *locus*. Definimos êxito neste estudo como o alcance de objetivos pessoais e ou profissionais por parte do e da agente social. Readaptando a conceptualização de Cabral in Sales Oliveira (2011) aos nossos propósitos, o conceito de êxito social é introduzido neste paralelismo para identificar as atitudes do ator social quando tem que lidar com as inferências da globalização nas localidades e as suas perceções sobre os factores determinantes desse êxito, o que tem profunda relação com o percurso de vida e pertença de classe social (Cabral in Sales Oliveira, 2011).

Já Casaca sedimenta que as transformações ocorridas no mundo do trabalho durante o século XX fizeram surgir um novo léxico social e político “(...) *globalização, descentralização, flexibilização*” (Casaca, 2008, p.167). Os factores resultantes desta condição social atual sustentam a construção social de um mercado de trabalho flexível, que necessita da criatividade dos atores sociais envolvidos para sobreviver. Para Almeida (2005) a interpretação do conceito de flexibilidade pode resultar em variáveis no mercado laboral, nomeadamente o tempo de trabalho, o local e o seu estatuto jurídico “(...) *por outro lado, significa assegurar que uma atividade humana específica (ou um factor produtivo) se adapta às circunstâncias mutáveis na produção (...)*” (Almeida, 2005, p. 153,154). Há quem considere que a flexibilidade resulta numa precariedade de trabalho, uma vez que não se preveem condições de segurança em termos contratuais, contudo, por outro lado, incentiva os atores sociais a se tornarem mais competitivos, despertando a sua multifacetada capacidade de sobrevivência. A este propósito Rebelo (2005, 2006) constrói uma dupla conotação: a flexibilidade precarizante e a flexibilidade qualificante. À primeira relaciona o termo quantitativo, *i.e.*, a procura de trabalhadores que respondem a determinado volume inconstante de trabalho. Já a flexibilidade qualificante é aquela que é capaz de responder à competitividade de mercados, por força das ecléticas competências dos trabalhadores.

Em torno do viés teórico da globalização e seus impactos ao nível do mercado de trabalho, importa ainda referir as mudanças setoriais acerca do tipo de empregos com maior predominância no contexto vigente. Segundo os indicadores estatísticos mais próximos à data deste estudo (PORDATA, 2016b), em Portugal, o setor de atividade com mais população empregada é o terciário, apresentando um largo afastamento dos restantes setores, *e.g.*, 318, 4 milhares para o setor primário, 1128,3 milhares para o secundário e 3158,6 milhares para o terciário. Esta tendência vem aumentando nos últimos tempos de acordo com a mesma fonte (PORDATA, 2016b).

A globalização, para além de alterar a composição laboral, tem vindo a afetar os quadros tradicionais de identidade, que, estão a dissolver-se em prol de novos padrões. Obriga deste modo a que os e as agentes

sociais adotem uma posição diferente na construção da sua vida pessoal e profissional. Ademais, Giddens (2000a) constata que os laços económicos, sociais e políticos atravessam fronteiras e acabam por condicionar a estrutura e os e as agentes de cada país neste movimento relacionado. O debate em torno desta temática tem gerado inúmeras posições, quer no meio académico, quer na opinião pública: há quem reconheça benefícios na globalização e os que apenas encontram prejuízos para as sociedades²⁰.

Beck (2006) transmite-nos que o trabalho a tempo inteiro está a dar lugar a esquemas mais flexíveis, *i.e.* trabalho a partir de casa através de recursos internauticos, múltiplos empregos, horários de trabalho parciais, entre outros. Vários autores e autoras determinam o fim do conceito de ‘carreira’ ou ‘trabalho para a vida’ dando azo a uma metamorfose radicada na capacidade de adaptação humana. A noção de trabalho entrecruza-se cada vez com os meios nomeadamente a tecnologia e a importância das TIC²¹ toma uma dimensão escatológica na sociologia do trabalho. Não podemos deixar de abordar aqui a polémica debatida por Kóvacs (2015) e as duas posições elencadas: a determinista e a não determinista acerca do futuro do trabalho na era digital. Confrontamos aqui o perigo do aumento de segregações laborais para os que detêm menos habilitações, a ameaça da substituição de trabalhadores e trabalhadoras na robotização de serviços e o desemprego, os baixos salários e por consequência as desigualdades sociais. Por outro lado, numa perspetiva não determinista enfatiza-se o aparecimento de novos cargos, empregos de futuro, numa era contínua de informação global. De facto, as TIC permitem uma redução significativa de custos organizacionais, mas ao mesmo tempo, exigem uma readaptação do trabalho. O trabalho complexifica-se e carece de maiores qualificações de quem trabalha e capacidade de inovação, podendo porventura criar barreiras para as pessoas que não se adaptem a este novo percurso profissional. Cardoso (2003) desmistifica o fenómeno das TIC, reiterando que não veio substituir a presença humana, mas sim engrossar o caudal de relações sociais e consequentemente abrir novas oportunidades no mercado laboral. Importa nesta linha esclarecer ainda o mito inerente, o receio que a mão-de-obra venha a ser substituída pelas tecnologias (robôs domésticos), todavia refletimos que é o homem quem produz essa mesma tecnologia, a qual fica dependente deste, partindo do entendimento que o Homem produz a tecnologia para o seu conforto e não para a sua destruição ou anulação social. Ademais, entendemos que as potencialidades de criatividade de homens e mulheres são infinitas e muito mais complexas que a própria tecnologia. Ao contrário da era da industrialização o ditame atual preza pela capacidade humana de inovação, dependendo os novos mercados da prática criativa do e da agente. Esta nova era pós-taylorista necessita, tal como postula Kóvacs (2016) que os governos atuem e que as legislações acompanhem a velocidade tecnológica.

Bourdieu sugere que *“o ‘mercado mundial’ é uma criação política (como o tinha sido o mercado nacional), o produto de uma política estabelecida de forma mais ou menos consciente.”*(2000, p. 313) Numa

²⁰Apontam-se como benefícios os intercâmbios de informação e conhecimentos, numa sociedade em rede (Castells, 2006) o que permite a redução de distâncias quer a nível económico, cultural e social (alienando deste assunto - por nossa opção - o nível político também implícito), a qualidade de vida com recurso aos conhecimentos globais melhora na medida em que existe acesso a medicação mais eficaz, tratamentos cirúrgicos mais avançados, por consequência a esperança média de vida aumenta, aumenta a produção e trocas por conta de exportações e importações, diminui o preço dos produtos tornando-os mais acessíveis aos consumidores, surgem novos postos de trabalho e por via de normatizações constitucionais a consciencialização para o ambiente e outras preocupações mundiais suscita boas práticas entre *locus*. Todavia, existem múltiplos receios. Um dos fenómenos preocupantes que não podemos deixar de elencar prende-se com os impactos negativos causados em determinado país influenciarem velozmente os restantes. Não obstante, os fenómenos carecem de análises específicas, para as quais não nos alargaremos.

²¹Tecnologias de Informação e Comunicação, que ancoram sua utilização nos meios cibernauticos e na inteligência artificial.

visão económica o autor sublinha que esta nova concepção - globalização - vem substituir a de 'modernização' há muito utilizada pelas sociedades anglo-saxónicas, tidas como as mais avançadas e por tal em vantagem na conjuntura de globalização, o que poderá desfavorecer outras nações mais isoladas deste mercado-mor. O conceito de modernidade líquida introduzido por Bauman (2007) remete-nos para um mundo de instabilidade, em que tudo o que se conquista e depressa se esvai. Um mundo que caminha a uma velocidade vertiginosa e por tal carece de uma capacidade de conciliação pelos seus atores como também pelos seus observadores.

É ponto assente no nosso discurso que um dos efeitos da globalização é a flexibilidade. Casaca (2013) argumenta que a flexibilidade é vivida em registos distintos, nomeadamente horários prolongados ou horários reduzidos, muitas vezes indesejados pelo trabalhador ou trabalhadora e com impactos no equilíbrio entre a vida profissional e a vida privada. A necessidade do trabalhador ou da trabalhadora estar sempre disponível para o mercado de emprego, faz com que tenha que descurar o tempo para lazer e família. Segundo a investigadora, as mulheres são as mais afetadas por esta conjuntura, quer por falta de vínculo laboral, quer por trabalhos a tempo parcial, baixos salários, escassas oportunidades de desenvolvimento, fraca ou nula proteção social. Para o grupo social feminino desde sempre se identificam terminologias de segregação horizontal (menores rendimentos pelo mesmo trabalho) e segregação vertical (dificuldade em ascender a cargos superiores num contexto de igualdade de competências). Conforme refere a autora *“Esta gestão flexível da força de trabalho é gendered, i.e., não é indiferente às representações simbólicas em torno do género e tem efeitos distintos nas condições de trabalho dos homens e das mulheres.”* (Casaca, 2008, p. 2).

Relacionando o fenómeno de globalização com a problemática de género, constatamos que o aumento da oferta de emprego no setor de serviços, vem proporcionar um alargamento do número de mulheres no mercado de trabalho. Na avaliação de Casaca (2013) as mulheres encontram-se atualmente em maioria nos serviços de atendimento pessoal porque são valorizadas precisamente por competências tendencialmente a elas associadas como a capacidade de comunicação, empatia e resiliência a tarefas monótonas e repetitivas.

Por outro lado, esta nova realidade vem afetar a rotina da vida familiar e o reajustamento de tarefas domésticas entre os sexos, conteúdos já abordados no primeiro ponto deste capítulo. Na opinião otimista de Castells (2000) caminhamos para o dismantelamento da cultura patriarcal e da divisão sexual do trabalho, que se torna aparente face à emersão de novos setores na economia. Por outro lado, num debate mais recente e independentemente das questões de género, Kóvacs (2016; 2017) reflete a presença das tecnologias e da comunicação em rede e os seus impactos no mercado de trabalho. Sendo a evolução tecnológica inevitável, a questão central prende-se com a adaptação das comunidades. Para a autora, o cenário é acompanhado de um discurso dominante que preconiza desenvolvimento, proximidade entre povos e evolução, todavia é fundamental avaliar em campo empírico o posicionamento crítico da polarização e da desregulação política. Kóvacs (2017) coloca a tónica da responsabilidade na estrutura, *i.e.*, nos governos e na sua regulação para tirar partido do avanço tecnológico em concomitância com o bem-estar e equilíbrio social de todos os cidadãos e todas as cidadãs.

Giddens (2002) evidencia que para o trabalhador ou para a trabalhadora ingressar no mercado de trabalho nos dias de hoje, necessita constituir um portefólio de especializações de forma a possibilitar-lhe

mudar de emprego ou a adaptar-se às variáveis oportunidades que surjam a nível laboral. “À luz do impacto da economia global e da procura de uma força de trabalho flexível, alguns sociólogos e economistas defendem que no futuro cada vez mais indivíduos se tornarão no que designam como «trabalhadores polivalentes»” (Giddens, 2002, p. 400). É ponto assente que no contexto de globalização e numa sociedade de informação, a educação de adultos, numa perspetiva de educação ao longo da vida, constitui uma necessidade incontornável (Monteiro, 2013). Incorporando esta premissa na nossa temática de estudo, pretendemos investigar se estes requisitos fazem parte de um perfil empreendedor, que se quer polivalente e flexível e que vá ao encontro das necessidades dos mercados em constantes mutações. Neste cenário, procuramos averiguar se a mulher - na medida em que tem todo um histórico de articulação e *multitasking* por assegurar as tarefas domésticas em paralelo com as suas responsabilidades sociais e económicas numa dupla jornada de elasticidade - se revela capacitada para lidar com estas novas exigências globais.

Num cenário de trabalho independente, Marques (2016b) adita que o empreendedorismo se trata de uma mudança cultural. A autora acrescenta que existe uma tendência de transição profissional, *i.e.*, os trabalhadores e trabalhadoras assentes numa subordinação contratual contrapõem-se à autonomização e à modalidade por conta própria. Para Marques (2016b) esta condição vem aumentar o leque de atividades profissionais, todavia alerta para as dissonantes posições dos e das agentes neste patamar.

Não obstante, o fenómeno de globalização poderá ser entendido como uma possível causa para as mulheres enveredarem também pelo empreendedorismo. Por outro lado, e muito embora Casaca (2005) alie o fenómeno de globalização à luz das correntes gestionárias, identificando a necessidade de flexibilidade do ator, a autora alerta que essa mesma flexibilidade reveste-se de uma incipiente proteção estatal e por consequência de uma instabilidade no mercado de trabalho. Teremos que analisar cuidadosamente os prós e os contras desta conjuntura. Uma das reflexões a desenvolver neste estudo é reconhecer se a globalização constitui um obstáculo ou por outro lado uma oportunidade para a atuação empreendedora das mulheres.

Reiteremos que a posição teórica de agência tomada para a análise e argumentação desta investigação se conjuga com a perspetiva sociológica do global para o local. A respeito de local e de igualdade, já Rawls (1996) defendia que cada Estado, região, sociedade, se constrói separadamente. Existem diferentes povos, diferentes tradições e culturas políticas e a nível internacional existe o dever de assistência global a cada uma delas. Entendemos que o local, o nacional e o global devem interpenetrar-se entre si para uma construção equilibrada da vida social. Castells (2006) acrescenta a este enfoque que a construção de identidades culturais é fundamental para o modo como as pessoas vêem o estado de coisas. A edificação teórica de Polanyi (1971) vem enfatizar esta discussão com o primado de que as ações económicas e o trabalho envolvente encontram-se *embeddedness* num contexto de inter-relações sociais. O autor procura democraticamente corroborar na instauração de um mercado de trabalho livre mas concomitantemente com medidas de proteção, ao encontro da linha de pensamento keynesyana e de seus percursores (Rawls, 1996; Rorty, 1999; Mill, 2006; Dewey, 2007; Keynes e Krugman, 2007).

Face aos postulados debatidos, vinculamos a nossa posição na liberdade de empreender e agir dos e das agentes, transnacionalmente. Iremos assim intercalar neste trabalho académico as duas preocupações singulares: a problemática de género e a problemática de globalização no contexto laboral. Tal como já exploramos, continuam a persistir clichés que dificultam a participação da mulher. Para Ferreira da Silva

(2008, p.165,166), estas contingências prendem-se a razões culturais enraizadas e transmitidas de geração em geração, assim como a razões estruturais de ordem política e económica.

Muitos mais esforços se esperam até que se atinja o ponto de interseção entre os dois sexos, na esfera social, perspectiva que não aceitamos como utópica.

Neste patamar, Ferreira acrescenta também o papel primordial do Estado e as providências que tem tomado e que deve continuar a tomar para incentivar sobretudo a igualdade de acesso no trabalho, *“as medidas conduzidas pelo IEFP (CITE, 2009) (...) entre elas: (a) medida de majoração dos apoios financeiros em diversas medidas de emprego no caso de profissões significativamente marcadas por discriminação de género.”* (Ferreira, 2010, p.123)

Sales Oliveira (2011) recorre ao sociólogo Sousa Santos para veicular a caracterização de Portugal como uma sociedade semi-periférica, que está a negociar a sua posição no sistema mundial. Não obstante, Portugal tem representações do ‘centro’ e também da periferia, uma vez que articula práticas sociais com universos simbólicos muito discrepantes. Delimitamos assim o nosso estudo numa região periférica -Algarve - agregada a um país semi-periférico - Portugal. O Algarve, limite do nosso estudo, representa o local perante o global, pelo que nos interessa analisar a interação que aqui se propícia face aos mercados económicos globais e a sua identidade cultural.

Revisitando os principais movimentos laborais sentidos ao longo dos tempos, podemos aferir que o fenómeno da globalização nos transporta para novas posições. Sob a égide de novos paradigmas surge o empreendedorismo apregoado como prática emergente de políticas públicas locais e globais. À luz das teorias elencadas, é o e a agente que focamos, no seio de uma sociedade ávida de novas transformações, de novas práticas e novas incorporações nos mercados laborais. No presente estudo concentramo-nos apenas na agente - mulher empreendedora - na região do Algarve.

O *leitmotiv* deste ponto de trabalho é, pois, abrir caminho para o (re)enfoque do conceito de empreendedorismo, fruto do fenómeno da globalização. Avancemos para a teorização do capítulo seguinte, procurando compreender os motivos, os meios, as competências que levam a que um empreendedor ou uma empreendedora vejam oportunidades onde outros indivíduos vêm fracassos.

II - Empreendedorismo no Feminino: Contextualização e Problematização

"Tudo o que é valioso na sociedade humana depende da oportunidade de desenvolvimento de acordo com o indivíduo" Albert Einstein

2.1. Empreendedorismo: do conceito ao fenómeno

Após o enquadramento no contexto de globalização e perante os cenários de desemprego, precariedade e flexibilidade do mercado de trabalho, vamos agora debruçar-nos sobre o conceito central a explorar neste campo de estudo: o empreendedorismo. Levantamos desde logo a preocupação sobre o seu enquadramento e por conseguinte a questão base: Que espaço para a interpretação sociológica?

A conceptualização de mercado de trabalho, tal como já referido no primeiro capítulo, é enquadrada neste estudo para nos permitir compreender a amplitude do fenómeno de globalização e a necessidade que advém de romper com os paradigmas clássicos do fordismo e taylorismo que privilegiam a produção maquinizada com vista ao lucro, para dar lugar às capacidades humanas - até então relegadas a segundo plano - e inclusive ao empreendedorismo enquanto atividade proveniente do Homem. Já Pereira de Almeida (2005) nos alertava que o trabalho enquanto objeto de estudo nos oferece um vasto leque para análise, e.g., organização de tarefas, qualificações e competências, conciliação do trabalho com outras esferas da vida, formas de desemprego, ocupação de tempos livres, entre os demais. Nesta panóplia acrescentamos mais um elemento de análise: a diversidade aliada à ação empreendedora. O paradoxo da contemplação humana face à evolução tecnológica²² que esgrime a mão-de-obra e a substitui por equipamento, não anula a emergente necessidade criadora - a qual só existe através do homem e da mulher, enquanto potencial humano.

O que é o empreendedorismo? Onde e como surge este conceito? À segunda questão e confrontando a retórica literária, aventamos que este fenómeno existe desde sempre, quer tenha sido identificado ou não, não obstante, à luz do paradigma da globalização traduz um neologismo nas formas conducentes ao mercado de trabalho. À primeira questão, mais complexa, constatamos que diversos autores e autoras se têm debruçado no sentido de definir epistemologicamente o estudo do empreendedorismo. O termo surge mais comumente utilizado no ramo de estudos económicos. Confunde-se e equipara-se a conceitos como empresarialidade e ou autoemprego, a que por defeito se agrega perante uma ausência epistémica própria. Contudo e apesar de uma interligação a estes últimos conceitos, é importante compreender o seu conteúdo e significação transdisciplinar.

Segundo Sarkar (2010) terá sido o economista francês Richard Cantillon²³ o responsável pelo aparecimento deste conceito, ainda no século XVIII, logo, o conceito *entrepreneur* tem origem europeia, na

²²Já abordado no anterior capítulo pela terminologia TIC, como característica subjacente das novas realidades laborais e sob o qual iremos desenvolver a problemática da empregabilidade e desmistificar a substituição da mão-de-obra humana por tecnologias.

²³(1680-1734), economista franco-irlandês que dedicou os seus estudos à economia política e à natureza do comércio global.

vizinha França. Etimologicamente, a palavra deriva dos compostos ‘entre’ e ‘prendre’, que, na propedêutica, resulta estar entre quem cria (agente) e a quem se dirige (estrutura). A expressão do ato traduzida para português - empreendedorismo -, conforme reflete Nogueira (2009), formula-se numa palavra composta: empreender+ismo. No campo lexical a palavra empreender, conferida em qualquer dicionário de língua portuguesa, significa intentar, dar início a ou decidir-se a, o que a nosso entender determina uma pessoa que decide colocar em prática uma ação ou projeto. O sufixo ‘ismo’ constitui um reforço nas expressões portuguesas para consolidar uma regra ou uma ideologia a ser seguida, o que faz do conceito empreendedorismo um fenómeno de prática de determinadas ações específicas.

A contribuição de Schumpeter (1934) é decisiva para a consolidação do conceito de empreendedorismo como sinónimo de inovação. Evidenciando a importância da inovação no crescimento económico, Schumpeter defende que o empreendedor tem o papel de fazer limpeza de mercados, *i.e.*, participar no processo que apelidou de ‘destruição criativa’, eliminando atividades sem viabilidade produtiva e ou renovando-as de acordo com as demandas de mercado com novas introduções. O empreendedor e a empreendedora tornam-se neste cenário responsáveis pelo processo de mudança. Importa também acrescentar que o autor (Schumpeter, 1934) rejeita a ideia de que todas as atividades representem empreendedorismo. No seu entender, só se classificam como empreendedoras as ações que sejam inovadoras. Neste primado, atribuímos forte relação ao conceito de diversidade nos e nas agentes, no entendimento de que só pela heterogeneidade se produz a almejada inovação.

Noutra perspetiva, Drucker (1993) relaciona o perfil empreendedor com aquele e aquela que assumem riscos. Hisrich (1994) define o conceito como o processo de criar algo diferente e com valor para a sociedade. Transpondo estas analogias para o nosso enfoque sociológico, poderemos depreender que o empreendedor ou empreendedora são aqueles que rompem as normas, hábitos e costumes inculcados na sociedade como expectáveis. Relembrando o primeiro capítulo anteciparíamos que o empreendedor e a empreendedora são agentes que agem livres na sua razão e que quebram *habitus* inerentes em determinada estrutura, ou desta tiram proveitos.

Ainda que o conceito de empreendedorismo surja como paradigma dominante na área económica, é atravessado por uma polissemia de interpretações que lhe é intrínseca. Neste propósito, entendemos analisá-lo no campo de estudos comportamentalistas, *i.e.*, no campo das Ciências Sociais e Humanas. Chaves e Parente (2011) veiculam que empreender é sobretudo ter uma atitude perante a vida. Para Boava e Macêdo ‘*O empreendedorismo constitui-se algo próprio do homem. Onde houver homem e sociedade haverá atividades empreendedoras, independentemente da natureza de tais atividades (econômicas, sociais, políticas, esportivas, culturais, académicas, etc.)*’ (2011, p. 9). Como sabemos, a Sociologia estuda o comportamento humano em interação grupal, pelo que inexoravelmente engloba a observação dos diversos ramos científicos. Em nosso entender, encontra-se assim na condição mais favorável para ancorar a análise conceptual do empreendedorismo.

O périplo deste ponto de análise consiste na procura da definição conceptual a enquadrar neste estudo focado no empreendedorismo. Para além da análise à retórica citada, consideramos importante

complementar a reflexão através dos contributos de especialistas²⁴, nacionais e internacionais, que no seu *status quo*, convivem diretamente com a temática. Assim, passamos a elencar algumas das principais propostas para a pretensa definição de empreendedorismo.

Thompson²⁵ colabora diretamente com o projeto GEM - Global Entrepreneurship Monitor²⁶. Identifica o empreendedorismo através do quadro conceptual do GEM tomado a nível mundial, que consiste na tentativa de criação de novos negócios e ou novas empresas, quer a título individual na criação do próprio emprego, quer através de uma nova organização empresarial ou de expansão de uma empresa já existente, por um indivíduo, ou por uma equipe de indivíduos (Reynolds, 1999). Não obstante, Thompson reconhece que a definição é limitada ao ramo económico, sendo este teorema utilizado para dar cumprimento aos objetivos do GEM: obter uma recolha estatística de forma equitativa nos diferentes contextos e países à escala mundial. A definição utilizada é por assim dizer uma fórmula enquadrável às diversas realidades abrangentes. Blanco²⁷, representa a *Escola de Donas Empreendedoras*, um dos serviços da entidade *Barcelona Activa Emprendedora*²⁸, e entende que não pode dissociar os conceitos, até porque defende que o empreendedorismo se aprende e neste cenário se uma mulher funda a sua empresa, mesmo que tenha pouca criatividade para fazê-lo, mais tarde ou mais cedo o mercado vai exigir que ela própria cresça como empreendedora. Posto isto, Blanco, considera que os dois conceitos se fundem nos mesmos objetivos. Já Amich²⁹, reforça que o conceito de empreendedorismo tem mais força que o conceito de empresarialidade uma vez que se assume como premissa para alavancar a economia, com novos produtos e novos serviços.

Na recolha de visões oriundas da Academia, encontramos Assunção³⁰ que baseia a sua definição na perspetiva schumpeteriana, contudo ressalva a ambiguidade do conceito de empreendedorismo e apesar de o distinguir, interliga-o ao conceito de autoemprego. Rufino³¹ defende que se pode ser empreendedor ou empreendedora sem se ser empresário ou empresária, todavia, a empresarialidade carece de

²⁴Vide entrevistas a especialistas em anexo, e.g., Thompson, Valls, Blanco, Amich, Assunção, Costa, Andraz, Rufino, Sarkar e Varela.

²⁵Douglas Thompson é Diretor do projeto GEM em Portugal, através da Sociedade Portuguesa de Inovação (SPI).

²⁶O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) é uma organização que nasce em 1999, composta atualmente por 214 países, que a nível mundial mede o grau de desenvolvimento da atividade empreendedora em cada um destes. Tem em cada qual, especialistas e responsáveis pela recolha de dados estatísticos específicos, que servem para análise anual transmitida em Relatório. Em Portugal, a entidade que se responsabiliza diretamente por este projeto é a SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação, fundada e presidida pelo Prof. Doutor Augusto Medina desde 1996 (doutorado em Engenharia Química, tem tido forte presença no desenvolvimento das questões de inovação e do empreendedorismo, uma vez que é também empresário e figura pública nacional). Mais recentemente a SPI tem tido a colaboração do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, com especializações em ciências empresariais, ciências sociais, tecnologia e arquitetura. O projeto GEM consiste numa avaliação anual da atividade empreendedora num largo conjunto de países. Atualmente é o maior estudo sobre dinâmicas empreendedoras no mundo. Permite recolher as aspirações e as dificuldades dos empreendedores e das empreendedoras para assim refletir como as colmatar.

²⁷Maria José Blanco é Diretora da Escola de Donas Empreendedoras, em Barcelona.

²⁸Organização do Ajuntament de Barcelona que tem como objetivo prioritário promover o desenvolvimento local. Presta serviços de apoio a empreendedores e empreendedoras, desde a criação da ideia, à implementação e desenvolvimento. Dispõe de um espaço de coworking gratuito, presta formações de variados níveis e para diferentes setores económicos. Possuem, para além do magno polo principal, outros espaços pela cidade inclusive a Escola de Donas Empreendedoras, exclusivamente para mulheres.

²⁹Maria José Amich, é fundadora e presidente da organização Women Win Win (organização registada, composta por mulheres empreendedoras e que tem como objetivo apoiar o empreendedorismo no feminino em Portugal e Espanha, através de uma plataforma *networking*, realizando também seminários, consultadoria e outras ações de apoio).

³⁰Fátima Assunção, Doutorada em Sociologia pela Universidade de Manchester, 2012, com o trabalho 'On becoming self-employed: gender, class and entrepreneurship in Portugal'.

³¹Isabel Rufino, Doutorada em Sociologia pelo ISCTE - IUL com a tese 'Trabalho e Desenvolvimento Industriais: agricultores e pescadores do Oeste'. Para além da atividade de docência tem dedicado a sua investigação ao mercado laboral, inclusive também à realização de projetos de intervenção como o caso da 'Fábrica do Empresário'.

empreendedores para prover uma criação permanente, quer estes sejam gerentes da empresa ou o próprio *staff* na qualidade de intraempreendedores. Para Rufino, o empreendedorismo distingue-se por ser um ato natural de todo o ser-humano em pleno uso das suas capacidades, sendo que o contexto onde se insere, estimula ou não a oportunidade de mobilizar o seu potencial. Andraz³² admite que a empresarialidade se relaciona com aquele ou aquela que entra com o capital e o empreendedor ou empreendedora é o/a agente que cria e que tem ideias. Andraz crê que o empreendedorismo é influenciado por diferentes contextos e sobretudo pela cultura, pelo que considera que o domínio científico da Sociologia pode dar um importante contributo na sua análise. Costa³³ trabalhou o conceito de empreendedorismo académico através do estudo a *spin-offs* universitárias, adotando uma posição pragmatista, não o contextualizou fora do enfoque empresarial, apesar de atualmente se propor a investigar o papel da improvisação no empreendedorismo. Já Valls³⁴ distingue empreendedorismo de empresarialidade, contudo entende que ambos os conceitos se encontram encadeados e que para se ser empresário ou empresária já se foi um bom empreendedor ou empreendedora e/ou se continua a ser. Sarkar³⁵ é considerado pelos *media* (Oliveira, 2012) um “guru” do empreendedorismo face aos trabalhos que tem realizado na temática e por ter sido um dos primeiros a abordar academicamente este conceito em Portugal. Sarkar entende o empreendedorismo em dois contextos: o contexto empresarial e o contexto de espírito, sendo neste último que o termo se desenvolve a longo prazo, acrescentando que empreender é sobretudo criar valor. É de ressaltar que o próprio autor, academicista no domínio de Gestão, conceptualiza o conceito numa vertente humana - mais aproximada ao domínio de estudo da Sociologia -, discernindo-o claramente do conceito de empresarialidade, afirmando que este último consiste apenas numa mecanização de um produto já pensado, sem acrescentar o dito valor, *i.e.*, a diferença, a novidade no mercado sedento de novas criações e autenticidades.

E perante as múltiplas matrizes em torno do conceito de empreendedorismo, que indubitavelmente se entrecruzam umas com as outras, compreendemos que a temática carece de um corpo teórico consistente para vincular o conceito ao conceito de oportunidade (Shane e Venkatraman, 2000). Empreendedorismo é um tema complexo, pelo que Fillion (1998) chega mesmo a defender a necessidade de estabelecê-lo numa nova ciência, a que denomina de Empreendedologia³⁶. Para o efeito, tem a consciência da premência em delimitar validades epistemológicas consistentes de entre a convergência dos diversos estudos acerca da matéria.

³²Georgette Andraz, Doutorada em Gestão, pela Universidade de Évora, 2013, atualmente docente na Universidade do Algarve.

³³Sérgio Costa é autor do PhD ‘Business Model Change in Early-Stage University Spin-Offs’ (2014) premiada como a melhor tese de Empreendedorismo a nível mundial (Falcão, 2015), o qual segundo o próprio, se deve à utilização da metodologia longitudinal -modelo de Canvas- que lhe permitiu acompanhar o desenvolvimento de *spin-offs* universitárias durante um espaço de tempo e constatar as suas evoluções e alterações face a oscilações de mercado e às necessidades de readaptação.

³⁴Jaume Valls, docente e diretor no Instituto de Empreendedorismo da Universidade de Barcelona. Barcelona Institut d'Empreendedorismo (BIE), da Universidade de Barcelona, tem como objetivo apoiar a criação de empresas e iniciativas de empreendedorismo inovadoras. Fundamenta as suas ações em dois eixos - o setor Económico e o Entorno Social -, realizando inúmeras atividades relacionadas com ambas as missões. A conexão entre o meio académico e os/as cidadãos e cidadãs empreendedores/as é uma das prioridades.

³⁵Soumodip Sarkar, Docente na área de Gestão e Diretor do Instituto de Estudos e Pesquisas Avançadas na Universidade de Évora. Consideramos que foi pioneiro do campo de estudos do Empreendedorismo no ambiente académico português.

³⁶Assunto que por constituir expressiva relevância neste estudo, iremos retomar com maior afinco no último ponto deste mesmo capítulo.

Para que não nos percamos em demais definições, iremos alocar a nossa conceptualização de empreendedorismo como o **poder de ação diversificada do e da agente em interação social e com o objetivo de produzir novidades sustentáveis para o desenvolvimento económico, social e cultural do local para o global**, tomando este conceito como premissa basilar neste estudo doutoral. Esta ação resulta de uma escolha racional, composta pelas quatro fases: intencionalidade, racionalidade, distinção entre risco e incerteza e distinção entre ação estratégica e ação interdependente (Downs, 2013; Scheffer, 2013).

Empreendedorismo é criar algo novo em determinado contexto, empresarialidade é criar e gerir uma atividade sem introduzir diferença nesse mesmo contexto. Ambos partem de uma escolha racional. A diferença basilar reside que o primeiro conceito, em nosso entender, não deverá ser analisado no campo das ciências exatas, uma vez que reside na função humana, numa ação interdependente.

Com este dítame pretende-se trabalhar o conceito de empreendedorismo na Sociologia, atendendo que este tem características muito próprias e que por tal necessita de ser discernido do conceito de empresarialidade. Ambos, embora caminhem lado a lado, têm identidades próprias que importa explorar: o conceito de empresarialidade remete-nos para uma automatização de ações já previamente construídas e esquematizadas numa ação estratégica. A este propósito fazemos uma breve alusão ao fenómeno, também muito frequente no tempo atual, do *franchising*. Neste cenário, refletimos sobre quem é então o empreendedor ou empreendedora. Os franchisados e as franchisadas são aqueles e aquelas que abrem atividades com as regras previamente definidas por outrém, *i.e.*, pelo major, o Franchisador. É este último que inventa o conceito de negócio e regista a marca ou patente³⁷. É este último, no nosso entender, que pode se classificar como empreendedor ou empreendedora, sendo que os e as franchisadas assumem a empresarialidade sem invento próprio. Sarkar (em entrevista) reforça que podemos abrir um café com todo o esforço inerente à logística desse processo, todavia, não estamos sendo empreendedores e empreendedoras, salvo se lá introduzirmos uma inovação de produtos e ou serviços que surpreendam o mercado. Empreender implica nesta posição criar, inovar, adaptar. Também Carvalho e Da Costa (2015) respaldam que a perspectiva schumpeteriana diferencia claramente o empreendedor do gestor, quando entende aliar o primeiro conceito à inovação destrona o gestor que tem a função resumidamente mecânica de gerir.

Acrescentamos que empreender só faz sentido no decorrer de uma interação do e da agente com a comunidade, no aproveitamento de recursos ou perante contingências que mobilizam o despoletar de novas introduções em determinada estrutura. Reiteramos a prática do global para o local porque postulamos que nenhum empreendedor e empreendedora se desenvolvem sozinhos, assim como também nenhuma região, sendo premente focar objetivos para um contexto preciso, atendendo aos conhecimentos que o global nos proporciona. Não obstante, o empreendedorismo parte sobretudo de iniciativas locais que se enquadram na sociedade global. O empreendedor e a empreendedora -entendidos como capital humano-, agem no local onde se encontram e contribuem para gerar riqueza a uma região ou país, contudo, o seu papel pode ir muito além, despoletando mudanças e ou readaptações estruturais na sociedade (Giddens, 1991).

³⁷O registo de marcas, patentes e invenções no INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial, é um importante indicador para medir a inovação existente em determinado local, pelo que iremos analisar no ponto seguinte concertante à realidade portuguesa.

Por esta ordem de ideias e uma vez que procuramos aqui estabelecer as premissas que vinculam o empreendedorismo, compreendemos o quão importante é discernir de outros conceitos, ao qual está inequivocamente interligado por ser a raiz de uma prática maioritariamente económica. Ainda que o conceito de empresarialidade³⁸ caminhe paralelo ao conceito de empreendedorismo, reiteramos que, na nossa perspetiva, o segundo é tido como um fenómeno e o primeiro não, pois apresenta um carácter linear, constitui um mecanismo previsível que faz com que seja comumente representado como algo comum, fruto da necessidade, ao contrário do empreendedorismo que é fruto da criatividade, algo mais valorizado socialmente (Macêdo, Boava e Silva, 2004; Boava e Macêdo, 2011). Podemos ser empreendedores ou empreendedoras e não trabalhar por conta própria. Logo, a pessoa que trabalha por conta própria pode ou não ser um empreendedor ou empreendedora, dependendo do desiderato da sua ação humana.

Não tencionamos, no entanto, opor estes conceitos porque não são opostos, mas sim díspares na sua essência, mas pela prática interligam-se e ou complementam-se, *i.e.*, o empreendedorismo no seu sentido abrangente contribui para reforçar a empresarialidade e a sua sobrevivência num mundo em constante mutação. O empreendedorismo é o ato que permite a adaptação ou readaptação de necessidades que se produzem entre o e a fornecedora e o e a consumidora, no contexto empresarial. A empresarialidade não pode negar a importância deste contributo.

Para já e na linha teórica de agência, importa aferir a conscientização dos indivíduos (Freire, 2006) perante a presença de transformações sociais e económicas a que os novos mercados obrigam. A partir desse entendimento, os e as agentes mobilizam-se em modo autodidata no contexto local em que se encontram, reivindicando a sua presença, enviesando pressões proativas, servindo-se da realidade vivida e das suas experiências, no sentido de construir o seu futuro. Os empreendedores e as empreendedoras deverão por este sinal testar a sua capacidade de resiliência face às transformações sociais produzidas pela globalização. Para Rufino (2008), quanto maior for o conhecimento, quer de si próprio, quer do ambiente circundante, maiores são as capacidades do indivíduo para empreender com êxito.

Na revisão de literatura efetuada e muito provavelmente devido à ambiguidade do conceito, poucos trabalhos se concentram exclusivamente no empreendedorismo com a diferenciação conceptual que pretendemos para este estudo. Freire procurou identificar as motivações do trabalhador e da trabalhadora independente em Portugal e define que o “(...) *trabalhador independente é aquele que exerce atividade por conta própria e não emprega habitualmente assalariados.*” (Freire, 1995, p. 17). Assunção (2008) identifica três conceitos: o auto-emprego, que também designa por trabalho independente ou trabalho por conta própria; a pequena propriedade e o empreendedorismo. Acerca deste último, a autora caracteriza o mesmo como a ação humana empresarial em busca da geração de valor. Na sua tese, Assunção (2012) investiga o autoemprego na região de Lisboa e conclui que os e as que trabalham na sua própria atividade, não significa que tenham necessariamente participado na sua fundação.

³⁸Entendemos que as características limitadas com que se define o conceito de empresarialidade tomariam este estudo para uma vertente mais economicista e quantitativa. Assim e concentrados os objetivos no domínio da Sociologia, consideramos preferível efetuar um estudo que permita a compreensão da ação de um grupo de empreendedoras a nível regional.

É fundamental esclarecermos que não é o perfil de empresário e empresária que procuramos explorar, mas sim o perfil de empreendedoras o que constitui o nosso objeto de estudo. Temos, no entanto, consciência que de igual modo nos podemos cruzar com as indissociabilidades destes dois conceitos no trabalho de campo. Propomo-nos por tal a uma cuidada análise do conteúdo empírico recolhido para confrontar estes dois perfis: empreendedora e empresária. É tarefa complexa, assim como o é o próprio conceito transdisciplinar - empreendedorismo - constituir fundamentos com rigor científico de modo a atribuir a alguém esse mesmo estatuto: empreendedor ou empreendedora. Não obstante, entendemos possuir os objetivos claros e definidos para concretização desta premissa, que, de certo modo, individualizará o conteúdo desta tese doutoral procurando por este viés a sua autenticidade produtiva na Sociologia. Apesar de relacionarmos a dependência do empreendedorismo à criatividade humana e por consequência ao e à agente, entendemos que empreender é um fenómeno social e não individual, uma vez que tem que interagir com a estrutura onde atua, detetar oportunidades que traduzam impactos mensuráveis para a sociedade, *i.e.*, que a longo prazo³⁹ se atinjam novos setores de atividade ou novas readaptações com sustentabilidade para o crescimento das comunidades, ao encontro dos objetivos das entidades públicas e privadas que o fomentam (CCDR, EUROSTAT, GEI, GEM, H2020, ILO, OCDE, entre as demais).

Torna-se fulcral esclarecer a necessidade de delimitar os dois conceitos na sua ‘cédula’ própria, uma vez que sem essa distinção não poderíamos desenvolver uma questão basilar deste estudo: os perfis de mulheres empreendedoras. Destarte, estando definido o conceito de empreendedorismo, teremos que identificar o perfil de empreendedora, aquela que é então hábil para encontrar as oportunidades a que nos referimos⁴⁰. É esta problemática que nos inquieta e nos leva a entrecruzar o género com o mercado de trabalho.

Como já aqui proposto, o empreendedor e empreendedora são o ou a agente que quebram as regras, porquanto incluem novidades no mercado. Segundo a observação contida no ensaio de Morgado (2013), o empreendedor e a empreendedora estão envolvidos em características habitualmente valorizadas, *e.g.*, têm iniciativa, motivação, empenho, persistência, tolerância ao *stress*, autoconfiança, estabilidade emocional, resiliência, criatividade, capacidade de decisão, capacidade de comunicação, dinamismo, força de vontade, audácia, procuram o êxito e a ascensão social, valorizam o reconhecimento, são determinados e determinadas, dinâmicos e dinâmicas.

Desta panóplia resultam requisitos que devem acompanhar a definição cabal de empreendedor e empreendedora. Empreender pressupõe detetar e aproveitar oportunidades em diferentes contextos e espaços temporais. A capacidade visionária para detetar oportunidades é então uma característica

³⁹É fundamental compreender-se que as ações empreendedoras não têm, muitas vezes, efeitos imediatos, só sendo possível medir os seus impactos a longo prazo, após o devido distanciamento cronológico do processo. É também por este motivo que uma das condições que propomos para as amostras empíricas recolhidas é que as empreendedoras atuem no mercado há pelo menos três anos.

⁴⁰Esclarecemos que o conceito de oportunidade é aqui entendido como um proveito que se pode retirar de uma determinada realidade social, política ou económica. Tomemos como modelo de referência o jovem Mark Zuckerberg, que, em 2004 inventou a rede social Facebook, juntamente com os seus parceiros Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, sabendo aproveitar o factor crise que desmotivava a população para promover uma maior interação, entretenimento ou também negócio, através de uma rede que favorece a aproximação entre pessoas nos diversos locais do mundo, extravasando fronteiras e incluindo nas premissas de atividades ‘*born globals*’ a elencar adiante (Periard, 2012).

essencial, que nos leva a refletir sobre o que são oportunidades e porque apenas alguns e algumas agentes as vêem e outras não. A este propósito focamo-nos no estudo de Shane e Venkataraman (2000) que interpretamos resultar de um esquema complementar entre o ramo sociológico e o ramo económico, onde os investigadores examinam as condicionantes que influenciam a população para a criação de uma ação empreendedora. Os autores explicam o factor 'oportunidade' através de duas proposições: a primeira tem a ver com a prioridade com que certas pessoas adquirem a informação necessária para detetar a oportunidade (depende da estrutura); a segunda já diz respeito à idiosincrasia de cada agente e à capacidade cognitiva para valorizar ou não a oportunidade com que se depara (depende da agência). Segundo os autores (Shane e Venkataraman, 2000), o comportamento humano procede das diferentes reservas de informação, do desenvolvimento de estágios cognitivos e construtivistas (Liu e Chen, 2010) dos atores sociais e são essas reservas que vão influenciar o reconhecimento de oportunidades particulares. Após este processo o e a agente capacita-se para criar esquemas mentais que se transformam em modelos de novas informações, *i.e.*, modelos de negócio com carácter inovador no mercado e na sociedade. Todavia, ressalvamos, não depende somente da agência, temos que atender aos factores estruturais.

Neste compêndio, assentamos que o empreendedor e a empreendedora têm a incumbência de inovar, quer no produto, quer no serviço, e neste cenário almejar novas formas de trabalho que consequentemente poderão abrir portas a novos postos de emprego. Não obstante, Malheiros e Padilha (2010) alertam-nos que a inovação não pode constituir condição *sine qua non* para identificar um empreendedor e empreendedora. Desta feita, e conforme é revelador ao longo de todo o nosso trabalho, colocamos a tônica na raiz, *i.e.*, na atitude, no comportamento da empreendedora, muito embora conscientes das implicações que acarreta, nomeadamente a complexidade de definições entre teóricos e teóricas para o consenso do perfil no empreendedorismo. Um outro estudo (InnoSkills, 2017) procura clarificar o que pode ser entendível como inovação e o que não, distinguindo sobretudo os conceitos de inovação e invenção. Para os autores, inovação é a extensão da invenção, pois não basta ter a ideia se não foi implementada, assim inovação é a ação e só faz sentido existir se responder a demandas de mercado. Identificam pois quatro tipos de inovação: no produto (introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado que traduz novidade no mercado), no processo (mudanças nas técnicas de produção e ou distribuição), no marketing (novos métodos no *design* do produto, preço, distribuição e promoção que traduzem rutura com o até então praticado) e na organização (métodos ainda não utilizados respeitantes às condições do local de trabalho, redução de custos, aumento de produtividade e novos procedimentos nas relações externas). Atente-se, pois, que nem todas as ações que procuram variantes no mercado competitivo, se podem considerar inovação, debruçando-nos sob o discurso da população entrevistada constatamos que apenas a diferenciação procurada na sua atividade não constitui inovação. Importa ter em conta a distinção clara que a literatura coloca (InnoSkills, 2017) sobre os tipos de inovação, *i.e.*, inovação incremental (implica modificação numa organização), inovação radical (implica introduzir novos produtos ou serviços que se expandam em novas atividades conetadas) e inovação disruptiva (traduz eventos raros, maioria fruto de investigação científica e que surpreendem o mundo circundante que considerava impossível à data a dita revolução no mercado).

Na perspetiva sociológica deste estudo, inovação constitui algo mais do que criar um produto, concentrando-se sobretudo no processo, *i.e.*, apresenta comunicação do produto ou serviço, a estratégia

de marketing, a estratégia relacional com os clientes e redes de contacto, a mudança de perspetiva na demanda de mercados e os impactos sociais do mesmo. Por tal, depende do tipo de estrutura e do seu mercado vigente. Neste parâmetro, há que tomar em conta (Bourdieu, 2000) que os e as agentes são responsáveis pelo caminho que tomam. O autor defende que as estratégias de mercado destes e destas agentes, os seus trunfos, são os elementos que os diferenciam e colocam em vantagem perante a concorrência. E nestas estratégias encontram-se incluídas para além do capital financeiro - atual ou potencial, o capital cultural, o capital tecnológico, o capital jurídico, o capital comercial, o capital simbólico e o capital organizacional. Todo este conjunto de elementos, que subentendem inovação, quando não se encontram presentes, são, segundo Bourdieu, causas de anomia empresarial.

Portugal é um pequeno território que se quer desenvolver. Sarkar complementa que *“(...) ser pequeno tem a vantagem paradoxal de não ser um alvo de uma forte competição internacional.”* (Sarkar, 2010, p. 30). No aproximar deste contexto periférico Portela (2006) opina que a inovação radical nasce muitas vezes de pessoas com uma mente macro em unidades micro. Para o autor, é indubitável a existência de pequenas e microempresas que suscitam cada vez mais a curiosidade do meio académico e da investigação, na iminência de comprovar que essas atividades possuem a capacidade de gerar na sua estrutura local inovações de variados tipos, e.g., de ideias, de organização e gestão, de processos, de produtos e serviços e inclusive construção de novos mercados. Portela determina que *“O peso assumido pela inovação e saber tecnológico está relacionado com a reestruturação do tecido industrial, na sequência da crise do fordismo. O domínio das indústrias pesadas foi substituído pelo vigor das indústrias e serviços em áreas tecnologicamente mais complexas (...)”* (Portela et al., 2006, p. 20).

Em função do desenvolvimento do conhecimento permitido pela globalização, a tecnologia avança a passos largos. Com esta surgem novas realidades de mercado e abrem-se novas oportunidades para criar atividades. A opção pela criação do próprio emprego é uma solução derivada do estado social e da evolução do mesmo e há que concertar caminhos de aprendizagem empreendedora para os e as agentes (Marques, 2016a). Empreender aos dias de hoje pode entender-se como factor determinante para a empregabilidade, tal como afirma Rufino (em entrevista), todavia a socióloga ressalva que não podemos cair no extremo de culpabilizar as pessoas não empreendedoras pelo seu desemprego e aumentar os conflitos sociais que possam advir por neste viés.

Por outro lado, empreender nem sempre é sinónimo de êxito, levando o seu tempo no alcance de objetivos, logo não pode em nosso entender constituir uma solução imediata para uma situação crítica de desemprego. Sobre o exposto, recorremos a Portela para fortalecer que *“Os liames económicos são inexoravelmente híbridos. Em suma, a vida não é económica na base e social no topo. É simplesmente vida.”* (Portela, 2009, p. 149). Para o autor, a economia cruza-se com cooperação. Quer isto dizer que o empreendedor e empreendedora têm que tomar consciência de que o erro é uma aprendizagem e que fortalece a construção de novas ações (Freire, 2006).

Recorda-nos Sarkar (2010) que não existem fórmulas mágicas para se atingir o sucesso, pois para cada padrão nos aparece logo um outro diferente e que também se presenteia como êxito. Este denominado êxito difere também na interpretação pessoal de cada agente.

Empreendedorismo é assim um termo que promove distintas especificidades ao e à agente. Confrontando o seu (re)enfoque nas exigências de novas práticas laborais e nas realidades conjunturais locais e globais, já aqui abordamos dois estágios díspares que despoletam as ações específicas: o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade. Importa por tal problematizar o entorno estrutural que permite eclodir cada um destas modalidades.

Como a própria expressão indica, o empreendedorismo por necessidade está vinculado a uma necessidade do e da agente, subjugada a contingências pessoais e ou estruturais. Encontramos frequentemente esta definição no quadro político e económico aliado ao fenómeno do desemprego. Por esta conta, o e a agente têm necessidade de empreender, criar uma forma emergente de sustentabilidade, sem acudir em primeira mão às necessidades de demanda do próprio mercado onde operam e concentrando-se sobretudo nas suas próprias necessidades. Este tipo de empreendedorismo é acusado de deficitário e mais propenso ao insucesso (Campos e Soeiro, 2016). Por outro lado, há quem defenda (Vericat, 2013; Amich em entrevista) que, mesmo criado por necessidade pode vir a transformar-se em oportunidade, numa metamorfose aliada à aceitação pelo mercado em constante movimento. Destarte, o que se aponta à primeira análise como um fracasso - através de diagnósticos absolutistas e fechados -, poderá constituir resultados aceitáveis na esfera do desenvolvimento local. É este último fenómeno que também pretendemos investigar empiricamente.

Já o empreendedorismo por oportunidade prima por detetar primeiro as necessidades de mercado e alicerça-se quer no aproveitamento de recursos existentes numa determinada estrutura, quer na importação de boas práticas de outros países, mantendo presente a preocupação com a viabilidade económica, social e política no contexto onde se pretende implementar e ou readaptar.

Qualquer que seja a razão que motiva a atividade empreendedora, ela atende a um propósito e faz parte de uma escolha racional (Weber, 2010; Scheffer, 2013). Descortinamos neste entorno que um empreendedorismo cuja natureza se motive por necessidade não possa vir a se transformar numa vantagem, *i.e.*, numa oportunidade. Todavia, a alavanca tem de partir não somente da agência, mas inclusive da estrutura que a alberga. É premente que ambos os atores, se encontrem em sintonia e engajados nos mesmos objectivos, para que possam produzir ações com resultados tangíveis. Entendemos que empreender não é uma obrigação, mas também não deve ser transmitido como um tabu, uma vez que consiste numa escolha.

Na inquietude sobre os motivos para empreender e a dicotomia necessidade versus oportunidade, abordamos a teoria das necessidades (Maslow, 2000).



Figura 1 - Pirâmide de Necessidades (Maslow, 2000)

Observando a figura, refletimos que quando nos encontramos prontos para empreender, já teremos que ter atingido todas as outras necessidades, todavia, na realidade nem sempre é certo que assim aconteça. As necessidades primárias estão muito dependentes de questões financeiras, *i.e.*, de meios de subsistências, muitas vezes apontadas como as principais motivações para empreender.

Sem prejuízo ao exposto e colocando a tónica no empreendedorismo por oportunidade, desmistificamos que o lucro⁴¹ se constitua como primeiro alvo de uma ação empreendedora - o que procuraremos validar no trabalho de campo - muito embora este esteja sempre subjacente para sustentar a existência da própria ação empreendedora. Nesta linha, já Scheffer (2013) levanta que os incentivos económicos não são os únicos envolvidos numa escolha racional, visto que não podemos descartar a dimensão psicológica do indivíduo, *i.e.*, o desejo de prestígio, respeito, dentre outros. Se relacionarmos estas constatações às problemáticas de género e à posição de conquistas permanentes da mulher no mercado de trabalho, far-nos-á mais sentido pensar que encontramos muito mais do que incentivos económicos.

Na abordagem de Becker (1993) reforça-se a necessidade de erguer economistas longe dos ideais capitalistas. O autor reconhece que o comportamento humano é impulsionado por um conjunto mais rico de valores e preferências. Becker, através da sua teoria do 'Capital Humano' considera a dedicação às pessoas, aos seus anseios e bem-estar, o grande trunfo para o crescimento económico e para o desenvolvimento de uma empresa. Para se chegar ao objetivo financeiro, há que interagir primeiro com o capital humano. Segundo Becker (1993) e a propósito do empreendedorismo no feminino, a teoria do capital humano constitui também uma reversão dos papéis no género, uma vez que tradicionalmente a mulher é tida como cuidadora, logo, mais hábil no trato humano, o qual o autor defende ser determinante para o bem-estar e desenvolvimento das empresas, focando o resultado.

⁴¹Objetivo mais aliado ao conceito de empresarialidade.

Independentemente dos factores oportunidade e necessidade, em consonância com o ecletismo do conceito enumeramos diferentes perspetivas da ação empreendedora tendo em conta diferentes objetivos de agentes e diversos contextos, e.g. intraempreendedorismo⁴² (Macrae, 1982), empreendedorismo económico, empreendedorismo eletrónico, empreendedorismo familiar, empreendedorismo social, empreendedorismo cultural, empreendedorismo estatal, empreendedorismo local, empreendedorismo académico, empreendedorismo na terceira idade, empreendedorismo jovem, entre uma infinidade de fatores aliados a contextos, que traduzem a diversidade que pode albergar o conceito.

Na linguagem alusiva à temática, existem três conceitos base com conotação ampla: o empreendedorismo, o empreendedor e a empreendedora e o empreendimento. Para melhor os entendermos recorreremos à posição fenomenológica de Schütz e analisada por Wagner, em que “(...) o termo ‘ação’ designará a conduta humana como um processo em curso, que é projetado pelo ator com antecedência, isto é, com base num projeto preconcebido. O termo ‘ato’ designará o resultado desse processo em curso (...)” (Wagner, 1979, p. 138) Nesta epítome entendemos ‘ação’ como empreendedorismo, ‘ator’ como empreendedor e empreendedora e ‘ato’ como empreendimento.

Colocando a tónica sobre o ecletismo do conceito de empreendedorismo recordamos Sarkar (2010) que cita uma fábula indiana, em que diversas pessoas de olhos vendados rodeavam um elefante. Desta feita, ao tocarem neste e em diferentes partes do seu corpo, cada qual apresentou perceções diferentes. Nesta simbiose, apreendemos que para analisar as práticas empreendedoras devemos tomar sempre em conta a posição em que se encontram e relacionam a agência e a estrutura.

Para um desenvolvimento ordenado deste tema, iremos em seguida analisar o tecido económico e social em Portugal e o fomento do empreendedorismo neste contexto, partindo do descortino que o fenómeno do empreendedorismo vem produzir impactos em todas as instâncias societais.

2.2. Empreendedorismo em Portugal

Depois de definidos os parâmetros identitários do conceito de empreendedorismo, prosseguimos a caracterizar o fenómeno a nível nacional.

Num primeiro momento faremos uma retrospectiva à evolução do mercado laboral de forma a contextualizar o fenómeno do empreendedorismo na realidade portuguesa. Tal como sublinha Casaca (2008) Portugal não usufruiu da era designada pelos *‘trinta anos gloriosos’*, pelo que somente após a revolução do abril de 1974 se debutam um conjunto de reformas em torno da problemática do emprego. O sociólogo Estanque (2009) complementa o painel histórico rebuscando que de há dois séculos passados, a sociedade mudou profundamente e com ela também o mercado laboral, que continua a ser um pilar central no século XXI. O trabalho sofreu nas últimas décadas metamorfoses profundas, surgindo por consequência necessidade de alterar as categorias de análise para a compreensão dos novos conceitos que emergem. O mecanicismo deu lugar ao humanitarismo e por conseguinte, a inclusão cada vez mais profícua das mulheres na atividade

⁴²A este propósito iremos relacionar com a importância das práticas de responsabilidade social e a importância dos e das trabalhadoras para complementar as inovações e renovações das atividades, onde todos colaborem criativamente, assunto a desenvolver no ponto quatro deste capítulo, assim como ao longo do tratamento do conteúdo empírico.

laboral remunerada veio alterar paradigmas sociais. A teoria de ação fundamentada por Touraine (2005) ocupa agora o lugar do modelo de sistemas parsonianos (Parsons, 1951).

À procura de elementos que nos reconheçam esta evolução no contexto português revisitamos os anos noventa, através da investigação de Freire (1995). Deparamo-nos com índices que revelam que a idade dos trabalhadores e das trabalhadoras independentes era alta, muitas das atividades eram familiares e ou transmitidas entre gerações e que as mulheres estariam em minoria na autocriação de emprego, conforme reforça o autor “*Será, pois, mais correcto falar-se de uma feminização mitigada do grupo dos independentes em Portugal, nos anos 80 (...)*” (Freire, 1995, p. 35). Na continuação, o autor afere que a atividade com maior percentagem de independentes na época seria a agricultura e o comércio. Os valores mais elevados da taxa de autoemprego encontravam-se nas regiões Centro, Alentejo e Algarve. “*Quanto à escolaridade, a maioria (54%) frequentou apenas o ensino primário (...)*” (Freire, 1995, p. 57). Fernandes (2011) realizou um estudo similar mais recente, baseando-se num correlato de elementos de pesquisa. A sua tese, apesar de limitar-se ao género feminino enquanto objeto de estudo e de se distanciar em pouco mais de uma década do trabalho de Freire, encontra residuais similitudes com os resultados deste último. Na sua amostragem, Fernandes (2011) regista também o vínculo familiar nas atividades empresariais, assim como a idade média das trabalhadoras considera-se alta atendendo à idade ativa dos quadros de emprego⁴³, situando-se na moda estatística dos quarenta e quatro anos. Já no que diz respeito às habilitações, Fernandes encontra que a maioria possui um grau académico, contrariando assim os resultados obtidos há mais de uma década por Freire (1995).

Importa verificarmos a representatividade empresarial em Portugal. No relatório global mais recente do GEM (2017a), Portugal registou uma Taxa TEA (Total Entrepreneurial Activity) de 7,7%, *i.e.*, existem entre 7 a 8 empreendedores e empreendedoras *early-stage*⁴⁴ por cada 100 indivíduos em idade adulta. Sabe-se que esta mesma taxa ocupava em 2015 (GEM, 2015d) a 44ª posição no universo de 69 países, sendo porém a 7ª mais baixa das 24 economias orientadas para a inovação. Os setores onde se regista maior percentagem de empreendedores são os que estão orientados para o consumidor final, *i.e.*, o setor terciário (comércio e serviços). Sabe-se ainda que o número de empreendedores *early-stage* em Portugal correspondia a 9,2% da população do sexo masculino e a 6,1% da população adulta do sexo feminino. Em relação a estes últimos elementos comparados a anos anteriores, os estudos apontam para um aumento progressivo do equilíbrio entre o número de homens e mulheres envolvidos em atividades empreendedoras (GEM, 2015e).

Não obstante, preocupa-nos analisar o padrão da anémica ação empreendedora em Portugal. Questionamo-nos se terá influências de condições estruturais ou por outro lado, se enraíza nas motivações do e da agente, ou ainda em ambos os casos. Abordemos nesta continuidade as características estruturais que favorecem ou colocam entraves às ações empreendedoras no cenário português. Um estudo basilar,

⁴³Os indicadores estatísticos determinam o conceito de população em idade ativa entre os quinze e sessenta e quatro anos (INE, 2017).

⁴⁴Indivíduos envolvidos atividades em fase inicial. Para além deste grupo, importa identificar um outro: o *Later Stage Plan* - empresas com três ou mais anos e em fase de desenvolvimento, necessitando de introdução de modelos de sustentabilidade, as quais pretendemos pesquisar com prioridade. Entendemos que não é somente na fase de arranque que um empreendimento deve ser analisado, mas sobretudo no seu estágio de desenvolvimento e cumulação de experiências, recolhidas em número e trabalhadas qualitativamente como conhecimento relevante para validação científica.

desta feita de carácter mais qualitativo, realizado pelo GEM (2015d) a um conjunto de trinta e oito especialistas⁴⁵ em empreendedorismo em Portugal, destaca como aspeto positivo a generalidade das infraestruturas existentes no país, entendendo como um factor facilitador à criação de empreendedorismo. Como infraestruturas designamos, para além de armazéns industriais, escritórios, lojas, entre outros espaços, as incubadoras. A primeira incubadora surge em Portugal em 1987 sob incentivo da União Europeia⁴⁶. A incubadora tem como função alojar gratuitamente, ou por um montante inferior ao praticado no mercado circundante, uma empresa *early stage*, bem como prestar apoio a variados níveis, durante o seu período de incubação, *i.e.*, adaptação e inserção nos mercados, o qual se encontra parametrizado na economia global pelos primeiros três anos de atividade. Muito embora não existindo respostas em todos os locais do território português, o número de incubadoras e espaços de coworking⁴⁷ têm vindo a crescer para acolher empresas em *early-Stage e spin-offs universitárias*. Não podemos também deixar de elencar aqui o conceito *mainstream* de Start-up, ações que nascem precisamente com propósitos inovadores, ou com pretensão de introduzir novos engajamentos nas empresas já existentes, tendo em conta a evolução dos mercados globais. Posicionam-se estrategicamente para surpreender mercados, muito embora possam ter um funcionamento disruptivo, *i.e.*, um tempo curto de duração (Innoskills, 2017). A par disso - e não contemplando aqui as vastas associações privadas - Portugal dispõe de um conjunto de entidades públicas coordenadas para dar suporte nas variadas instâncias, *i.e.*, para albergar candidaturas de apoio para instalação e ou expansão de ações empreendedoras, assim como para apoiar internacionalização, inovação e crescimento de atividades existentes, que hajam de acordo com o planeamento global Horizonte2020⁴⁸, *e.g.* IAPMEI⁴⁹, EEN⁵⁰, AICEP⁵¹, entre as demais que possam constar e que estejam omissos nesta exposição e inclusive na bibliografia apresentada.

⁴⁵Alejandro Pan (Departamento de Tecnologia do Laboratório Ibérico Internacional de Nanotecnologia- INL); António Cunha (Universidade do Minho); António Teixeira (Inova-Ria); Carlos Barbot (BARBOT, SA); Carlos Brito (Universidade do Porto); Dana Redford (Plataforma para a Educação do Empreendedorismo em Portugal); Emídio Gomes (Portus Park - Rede de parques de ciência, tecnologia e incubadoras); Fernando Costa Lima (Banco BPI); Filipe Castro Soeiro (Universidade Nova de Lisboa); Francisco Banha (Gesbanha, S.A.); Francisco Maria Balsemão (Associação Nacional de Jovens Empresários); Gonçalo Amorim (ISCTE-IUL); Inês Santos Silva (*Start-up Pirates*); João Luís Sousa (Vida Económica); José Trigo da Roza (APBA - Associação Portuguesa de Business Angels); Joaquim Borges Gouveia (Universidade de Aveiro); José Eduardo Carvalho (AIP - Associação Industrial Portuguesa); José Martins (NET, S.A., Business Innovation Center do Porto); José Paulo Rainho (Universidade de Aveiro); Luís Manuel Barata (Millenium BCP); Luís Mira Amaral (Banco BIC); Luís Laginha de Sousa (NYSE Euronext Lisbon); Manuel Laranja (Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa); Maria José Madeira Silva (Universidade da Beira Interior); Mário Rui Silva (Universidade do Porto); Miguel Barbot (Velo Culture); Miguel Lopes (ISCTE-IUL); Miguel Pina Martins (Science4you, S.A.); Néelson Ramalho (ISCTE -IUL); Nuno Gomes (Exatronic); Paulo Andrez (FNABA - Federação Nacional de Associações de Business Angels); Pedro Falcão (Novabase, S.A.); Pedro Félix (NERSANT); Pedro Reis (Grupo Visabeira); Rodrigo Brum (Imprensa Nacional Casa da Moeda); Rui Barros (Bioinstrument, S.A.); Victor Cardial (Creative Wings, SGPS); Vítor Verdelho Vieira (Escola Superior de Biotecnologia da Universidade Católica Portuguesa).

⁴⁶Recurso internautico <http://pme.pt/incubadoras-empresas-portugal/> [27 March 2017].

⁴⁷Espaços comuns propiciados pelas universidades para a criação de ideias empreendedoras e para apoiar o seu desenvolvimento no mercado.

⁴⁸Conjunto de medidas de apoio orientadas para o crescimento e a empregabilidade nos países afetos à união europeia. Independentemente de quaisquer crispações políticas plasmadas pelos *media* e por oposições parlamentares, assim como acontecimentos posteriores à realização deste trabalho, Portugal usufrui atualmente de um programa específico ao seu contexto -Portugal2020- no qual se dota de um programa de financiamento para apoiar projetos que fomentem crescimento e desenvolvimento ao país, que, isoladamente, não recolhia condições de se autofinanciar, face à fraca produtividade do setor público e privado.

⁴⁹Agência para a Competitividade e Inovação que tem como missão promover a competitividade das empresas e o crescimento económico em Portugal.

⁵⁰Entreprise Europe Network, entidade internacional que cruza informações com as vastas entidades no sentido de promover o mercado livre e a cooperação internacional entre empresas.

⁵¹Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, vocacionada para o desenvolvimento de políticas de exportação, tendo em conta a necessidade de globalização da economia portuguesa.

O empreendedorismo é sinónimo de liberdade, mas também de responsabilidade. Sem embargo, os aspetos desfavoráveis têm aqui que ser elencados. Perante o acervo explorado (entrevistas aos e às especialistas), sublinham-se as imposições fiscais, sobretudo quando se inicia uma atividade, *i.e.*, antes de obtermos qualquer proveito ou lucro já estamos sujeitos a cumprir pagamentos taxativos obrigatórios por lei⁵². Esta mesma realidade é defrontada por muitos e muitas comentadoras da temática, quer a título científico quer a título empírico. Fernandes, Campos e Silva vêm reforçar a contingência assumindo que *“Muitas dificuldades são impostas a quem abre seu próprio negócio, independente de gênero.”* (Fernandes, Campos e Silva, 2013, p. 7). As personalidades interpeladas pelo GEM (2015d), já aqui citadas, apontam ainda as barreiras existentes quando o assunto é financiar as empresas. Outro precedente diz respeito à educação e formação para empreender, que, no nosso país tende a ser parcialmente insuficiente. Os e as especialistas defendem que a relutância observada no ato de empreender encontra-se enraizada nas normas culturais e sociais, ou seja, na estrutura social portuguesa. Consideram que a cultura nacional está pouco orientada para o empreendedorismo, e que, para além da existência de um excesso de burocracia e de carga fiscal, a sociedade padece de uma falta de estímulo ao êxito individual.

Para além da pesada carga fiscal, os e as especialistas entrevistadas (Thompson, Sarkar, Costa, Assunção, Amich, Valls, Blanco) apontam a existência de uma obstrução cultural, que se manifesta num abstrato temor ao fracasso. O receio de empreender, o medo de falhar, a aversão ao risco, são sentimentos que influenciam o comportamento dos e das agentes. Tal postura resulta muitas vezes em inatividade, bloqueando a iniciativa empreendedora e não permitindo assim testar muitas das ideias criativas que poderiam acrescentar valor social e económico ao país. Na mesma linha, Amorim (2013) confirma que *“(…) em Portugal, existe um estigma enorme relativamente ao insucesso (...) que, de certo modo, acabam por inibir o empreendedorismo”* (2013, p. 3). Todavia, poderá não ser um problema exclusivamente português como *a priori* se quer transparecer. Na pretensão de complementar este entorno acerca do conceito de ‘temor’, entendemos ser necessário ampliar o nosso ângulo de visão. Desta forma e em contexto de investigação empírica, realizamos duas viagens à cidade de Barcelona⁵³ em dois momentos distintos - dezembro de 2015 e abril de 2016. No primeiro momento, permanecemos durante nove dias na localidade, o que nos permitiu o contacto com entidades-chave, *e.g.*, Institut de Emprenedoria de Universidad de Barcelona; Facultad de Economía e Negócijs de Universidad de Barcelona; serviços agrupados da entidade Barcelona Activa - Ajuntamento de Barcelona: Escola de Donas Empreendedoras, Barcelona Institut de Emprenedoria e Barcelona Treball. Na qualidade de observadora, assistimos e participamos em cursos e eventos⁵⁴.

⁵²Nomeadamente, assim que se constitui uma empresa, esta fica sujeita ao pagamento de um TOC -Técnico Oficial de Contas, a efetuar descontos para a segurança social sobre salários muitas vezes ainda não auferidos, a efetuar pagamento de taxas regulamentares específicas a determinadas atividades, entre outras imposições que dificultam uma fase de arranque de um negócio.

⁵³Barcelona é considerada a cidade empreendedora na vizinha Espanha, tendo um conjunto de entidades-chave que fomentam a prática na população (EU, 2011).

⁵⁴Assistimos à International Conference /Innovation, Creativity and Culture: outline of a new socio-economic post-crisis model for cities and regions, organizado pela Faculdade de Economia e Negócios da Universidade de Barcelona; participamos na ação-formação ‘Autoconeixment: Descobreix els teus interessos Professionals, organizada por Barcelona Activa; participamos no Seminário de Especialização ‘Com Afrontar amb Èxit situacions on la comunicació és difícil’, organizado por Barcelona Activa; participamos ni curso de desenvolvimento competencial ‘Planifica’t i Organiza’t Eficacement, organizado por Barcelona Activa; assistimos à Sessió Informativa d’Emprenedoria, organizada por Barcelona Activa; participamos na ação de formação ‘Elevador Pitch: com Presentar el teu projecte en 3 minutes, organizado por

No segundo momento, para além da contínua observação na comunidade, aprofundamos o contacto com as entrevistas a especialistas realizadas presencialmente a Valls e Blanco - aqui já citadas. A par da exploração em Barcelona, participamos ainda no II Encuentro Luso-Andalus de Empresários Portugal-Espanha-Marrocos, organizado pela PRODETUR e realizado Sevilha. Esclarecemos o quão importante foi o confronto da temática com o território vizinho. Observamos sobretudo junto das ações promovidas pelo Ajuntamento de Barcelona, uma população (maioria de pessoas desempregadas que recorrem a esta entidade ou que pretendem encetar uma atividade própria) manifestamente temerosa⁵⁵, uma vez que se detetou uma indefinição global de objetivos de vida e uma incerteza perante o trabalho. Blanco (em entrevista) anui que a problemática de aversão ao risco se encontra presente na realidade espanhola, sobretudo mais saliente no sexo feminino.

Face à análise exposta, entendemos denominar este obstáculo de agência por ‘temor ibérico’. Doravante, este conceito operatório irá servir-nos para avaliar o discurso das entrevistadas e aferir elementos mensuráveis que identifiquem se este fator se encontra presente e condiciona ou não estas mulheres.

Em entrevista, Rufino apela à conscientização de que as ações se geram por tentativas e erros, num contínuo processo que construímos e em que nos (re)construímos nessa mesma construção, enquanto postulado teórico (Argento, 2012). De acordo com o relatório GEM (2015d), em Portugal 48,2% da população considera existir boas oportunidades para iniciar uma atividade no país, embora 30,9% destes respondentes sejam demovidos por medo do insucesso. Mas afinal o que é o sucesso e o tão aclamado êxito? Rufino não se atreve a exemplificar. Para a investigadora tal mede-se com o progresso, o caminho e o cumprimento dos objetivos almejados, adiantando que o conceito de sucesso só poderá ser avaliável a médio e longo prazo. Perante esta premissa, se o empreendedor não avança devido a um temor cultural, como pode chegar à fase de avaliar o seu êxito, quer pessoal, quer profissional?

Sarkar (2010) predica como solução as boas práticas de outros países, e.g. Suíça, Suécia, Finlândia, os quais são entendidos na literatura estatística como economias fortes, resultantes de longa tradição de valores clássicos liberais. Governos limitados e descentralizados colocam a tónica na agência, no respeito pela propriedade privada e na capacidade de criação humana. Nestes países ser empreendedor ou empreendedora é um estatuto desejável, respeitável na sociedade (Badenhausen, 2017). Podemos aventar que se apresenta como um estatuto social de topo, almejado pela maior parte dos habitantes da Suécia. Já em Portugal, a realidade é outra e existe um certo temor em relação à falha que aqui tomamos como aprendizagem. Neste país adota-se o entendimento que ser empreendedor ou empreendedora só é bom sinal quando tudo corre bem, mas até lá existe um longo caminho a percorrer.

Inúmeras causas podem justificar o atraso de Portugal face a outros países, já coexistindo esta discrepância, sobretudo europeísta, desde longa data na história - criticada por orfeístas, pela geração de

Barcelona Activa e na ação ‘Comunicación para Emprendedores’, organizada pela Faculdade de Economia e Empresa da Universidade de Barcelona.

⁵⁵Enquanto investigadores, é com surpresa que recolhemos estes resultados na voz de especialistas nesta região, uma vez que especulávamos encontrar uma população mais intrépida na ação empreendedora, sendo Espanha um país com maior número de empresas em relação a Portugal.

70, por coimbrãs, por renascentistas e por muitos outros literatos dos antepassados (Vieira, 2015) - que, por razões culturais, educativas, geográficas, fracos recursos económicos ou fracos recursos tecnológicos e industriais, nos levam a estes baixos patamares estatísticos. No ranking do GEM (2015), Portugal ainda se encontra abaixo do nível expectável. O complexo de inferioridade sentido nos antepassados da sociedade portuguesa e tão bem figurado no clássico literário de Eça de Queiroz (Queiroz, 2016), aloca-se na perfeição a esta nova praxeologia no trabalho, *i.e.*, o ‘temor ibérico’ elencado como barreira ao empreendedorismo, constitui não só um entrave ao agente, mas também um bloqueio à estrutura que deste modo não acompanha os desideratos da globalização, bem como a proposta de crescimento do país.

Filion (2003) apresenta-nos um roteiro de boas práticas para despertar o crescimento endógeno e de igual modo espelhar uma cultura empreendedora, cuidando que muitas das quais se podem implementar a baixos custos, *e.g.*, a educação, as incubadoras e centros de apoio, o desenvolvimento de *spin-offs*, o agrupamento de *clusters* por tipologia de atividade, o engajamento de parceiros institucionais e sociais, o reforço no apoio a grupos tendencialmente desfavorecidos - jovens, mulheres e desempregados, a legislação favorável aos mercados, as jornadas de empreendedorismo, o papel renovado do líder político e a instalação de agências especializadas. Não obstante, o autor (Filion, 2003) alerta-nos que os resultados não são tangíveis a curto prazo e dependem, pois, da natureza e intensidade da implementação das sugestivas práticas.

Respeitante à categorização da empresarialidade existente em Portugal e segundo publicações do INE (2015a), verificamos que a maior parte das empresas existentes são microempresas, o que corresponde a pequenas atividades de subsistência e com fraca probabilidade de crescimento. Das empresas constituídas em Portugal à data desta recolha, totalizamos um universo de 1.119.447. Destas 96,23% categorizam-se como Micro, 3,17% como Pequenas, 0,51% como Médias e apenas 0,09% como Grandes empresas. Classificam-se ainda micro, pequenas e medias empresas como PME⁵⁶.

Em termos demográficos a maioria das empresas concentram-se no norte do país e em seguida na zona de Lisboa. Os arquipélagos contam com o menor número de empresas e no continente destaca-se a região do Algarve com apenas 55.449 empresas (INE, 2015a). Verificamos que estes dados já vêm refutar os resultados obtidos nos anos noventa do século XX pelo estudo de Freire (1995), uma vez que as mais elevadas taxas de autoemprego se concentravam nas regiões Centro, Alentejo e Algarve.

Nas assimetrias de um país apelidado de periférico (Sousa Santos, 2012), focamos atenções sobre a periferia de outra periferia, *i.e.*, a região do Algarve. Perante os cenários racionados, prevemos aqui encontrar em maior número o microempreendedorismo⁵⁷. Não obstante, é Portela et al (2006) quem nos

⁵⁶A definição de PME - Pequenas e Médias Empresas é atribuída pela Recomendação europeia 2003/361/CE (www.entrepriseeuropeanetwork.pt, acedido a 20 de novembro de 2017). A categorização do tipo de empresa varia consoante o volume de negócios e o número de empregados. Através do IAPMEI - Agência para a Competitividade e Inovação e de acordo com o DL 372/2007 de 6 de novembro, classifica-se uma microempresa por ter até 10 trabalhadores e um volume de negócios igual ou inferior a 2 milhões de euros, uma pequena empresa por ter até 50 trabalhadores e um volume de negócios igual ou inferior a 10 milhões de euros, uma média empresa por ter até 250 trabalhadores e um volume de negócio igual ou inferior a 250 milhões de euros e uma grande empresa é aquela que supera estas características (www.iapmei.pt, acedido a 20 de novembro de 2017).

⁵⁷Ainda a respeito de microempreendedorismo não podemos deixar de frisar o contributo de Mohammad Yunus - Nasceu na Índia em 1940, é economista, banqueiro e um assumido filantrópico dedicado a problemas sociais. Em 2006 foi

reforça que este tipo de empreendedorismo revela a força dos e das agentes no modo de estruturar as suas vidas, dignifica pessoas e constrói futuros nas comunidades locais. Tomamos esta aceção como princípio axiológico desta investigação, entendendo neste quadro, mais importa agir do que esperar que determinada estrutura dite o nosso destino, postulando a teoria de ação presente à escolha racional. Perante as epistemias exploradas, os e as agentes têm o poder de escolher, de entre as opções com que se defrontam, a melhor ação a tomar.

Daqui emana a premência do empreendedorismo para desenvolver o mercado social e económico de um país, em resultância de factores de globalização. Conforme questiona Sarkar, “*Mas, sem crescimento económico significativo, onde vamos arranjar empregos para todos? Uma das soluções é a promoção do espírito de empreendedorismo e inovação.*” (Sarkar, 2010, p. 19). Podemos aventar que o empreendedorismo será uma prioridade aos dias de hoje, por esse motivo é essencial desenvolver a sua prática e sobretudo disseminá-la culturalmente numa sociedade híbrida de movimentos sociais, políticos e económicos. No presente e *devir*, e seguindo nossa linha de reflexão, prevê-se que o conceito de empreendedor e empreendedora se torne mais refinado, uma vez que passa a considerar princípios, ideias e definições a partir de uma perspetiva sociológica. Empreender nestes trâmites 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 indissociável do grande motor global, que é afinal o universo.

Aliado à problematização literária plasmada na cultura portuguesa, às repercussões que produz quer na estrutura, quer na agência, avançamos para outro dos elementos incontornáveis na complexidade do fenómeno empreendedorismo: os contornos políticos.

A politização⁵⁸ em torno no fenómeno traduz polémicas, impactos e posições elencadas no debate estrutura e agência. Nesta linha de raciocínio, Hearn (2014) articula a presença de dualidades constantes no mundo social: dicotomias de mente e corpo espelham muitos outros dualismos: homem e mulher, cultura e natureza, pública e privada, razão e paixão, e assim por diante. Para o enriquecimento do debate entre agência e estrutura, atravessamos as inúmeras assimetrias citadas continuamente ao longo deste estudo e que carecem de uma atenta interpretação, e.g. a dualidade e a unidade, a diferença e a igualdade, o local e o global, a construção e o desconstrutivismo, o *homo oeconomicus* e o *homo sociologicus*, o empreendedorismo por necessidade e o empreendedorismo por oportunidade, assim como posições ideológicas politizadas.

Esta politização envolta à prática de empreendedorismo encontra-se presente em debates públicos e atravessa questões às quais não nos podemos alienar nesta exposição temática. Elencadas que estão as valências positivas e negativas da conjuntura portuguesa, importa desmistificar perceções do fenómeno. Rufino (2008) manifesta a sua preocupação perante a analogia do desemprego ao empreendedorismo, contudo, sem descredibilizar as práticas empreendedoras. A própria socióloga não só não descarta a

laureado com o Prémio Nobel da Paz. Este banqueiro popularizou o microcrédito (Sarkar, 2010) e que de certa forma permitiu que as classes menos favoráveis possam concretizar projetos e ‘sonhos’ quando são eles que têm essa intenção.
⁵⁸Politização esta que acompanhará tacitamente o debate estrutura e agência ao longo de toda a construção analítica deste trabalho, na medida em que o próprio conceito na temática de estudo - empreendedorismo - encontra-se envolto em fortes paradoxos, em díspares posições ideológicas perante o erário político.

importância do fenómeno como concretiza um projeto de intervenção: a Fábrica do Empresário. O seu projeto primou pelo cuidado aos aspectos sociais, *i.e.*, incentivar e auxiliar, num local específico - Oeste de Portugal, concelho da Benedita - a criação de empresas e com isto produzir empregabilidade, orientando as microempresas com necessidades financeiras e coadjuvando deste modo para o bem-estar social das populações afetadas (UBI e CIES, 2016). Já Campos e Soeiro (2016) problematizam o empreendedorismo eminentemente como um discurso de promoção política individualista e falacioso. Para os autores, ao fomentarmos uma sociedade empreendedora estaremos a defender o individualismo e a excluir os que não se integram nos perfis empreendedores, logo, o empreendedorismo só vem beneficiar os que têm elevada capacidade financeira (capitalistas) para praticá-lo e ou os que tenham relacionamentos privilegiados na estrutura⁵⁹. Quanto à primeira proposição, recorremo-nos da conceptualização tomada nesta análise de que o empreendedorismo difere das premissas de empresarialidade, e embora parta da criatividade humana, não traduz uma ação individualista, uma vez que depende sempre de uma interação social não encontrando benefícios num circuito fechado. Campos e Soeiro (2016) cunham o empreendedorismo de ardiloso, criticando programas de apoio às empresas e programas de apoio à educação. Os ensaístas apontam que o empreendedor e a empreendedora em Portugal apresentam-se como contrapropistas de mercados incertos e que servem apenas para encapotar o desemprego. A esta segunda proposição acreditamos que muitas políticas públicas emergentes encetadas em torno do empreendedorismo possam não traduzir resultados imediatos na prática, todavia existem ferramentas de medida (Corrêa e Costa, 2016) com vista à reformulação de boas práticas e limpar do mercado (Schumpeter, 1947) as que não surtiram efeito, matéria que desenvolvemos adiante, no quarto ponto deste mesmo capítulo.

Não podemos, porém, e numa atitude displicente acusar Portugal de resumir a sua ação ao empreendedorismo por necessidade, catalogando mais um estereótipo à nossa sociedade. Um dos aspetos mais importantes a ter em conta condiz com a motivação de agência, independente da sua realidade conjuntural. Segundo a última recolha estatística (GEM, 2017a) refunde-se que Portugal apresenta uma boa motivação, seguida da Suécia, do Reino Unido, Luxemburgo, Hong Kong, Áustria, Irlanda, Austrália, Canada e USA. Em nosso entender a motivação relaciona-se com o poder de escolha racional, logo, se existem motivações é porque se figuram oportunidades.

Ao relacionarmos os pontos fortes e os pontos fracos do empreendedorismo em Portugal, e tal como sublinha Assunção (2012), enfatizamos um quadro complexo de forças e fraquezas. Por um lado, alguns apoiam-se na facilidade de criar uma atividade através da ferramenta 'Empresa na Hora' - já descrita neste capítulo como medida SIMPLEX -, por outro, evocam toda a rigidez com se debatem após a criação da atividade. O Estado português facilita a criação de empresas na hora, todavia as mesmas começam desde logo a debater-se com o pagamento de impostos ainda sem estarem a auferir rendimentos, processo que não é imediato. Esta situação resulta num elevado peso de obrigações para as empresas.

Alocamos a nossa análise na neutralidade axiológica apelada por Weber (2010), uma vez que não nos é possível resolver o politeísmo de valores que balanceiam o fenómeno do empreendedorismo. A questão de que o empreendedorismo poderá ou não despoletar clivagens sociais, acreditamos ser especulante, uma

⁵⁹Aqui depreendemos uma fundição entre o conceito de empreendedorismo e empresarialidade (renegando o potencial humano e focando o discurso no capitalismo), assim entendemos pelo discurso dos autores citados.

vez que sendo um fenómeno que produz impactos a longo prazo, consideramos não ser este o momento de analisar efeitos ainda não visíveis se não em observações apriorísticas e absolutistas, mas sim o momento de analisar o comportamento dos e das agentes perante o fenómeno.

Neste debate, importa descortinar posições que permeiam o confronto estrutura e agência. Varela⁶⁰ replica a posição de Campos e Soeiro (2016) quando elimina a possibilidade da prática empreendedora no contexto português. A investigadora entende que se deve diminuir a responsabilidade do e da agente neste assunto e standardizar o peso da estrutura. Campos e Soeiro (2016) entendem que o empreendedorismo praticado em Portugal, na sua maioria, de pequena escala, não deve ter lugar de existência por se encontrar à partida votado a falência, condenando os apoios a micro e pequenas empresas por considerarem apostas falhadas e gastos orçamentais infundados. Deste modo, observando pelo prisma enquadrado na agência, os autores citados acabam por não respeitar a democratização da escolha do próprio e da própria agente. Por outro lado, vilificam o lucro no privado, rotulando-o de capitalismo egocêntrico. Não obstante, encontramos um paradoxo, uma vez que estes mesmos autores acabam por defender com prioridade a liberdade de agência e a assistência estatal à mesma, todavia veiculam que a agência deverá ficar dependente dos cânones estruturais para conduzir a sua ação. Este conflito de ideologias é complacente com o denominado temor ibérico, uma vez que se promulga num extremo, aventando que Portugal, enquanto país periférico, não terá condições de criar, de competir na complexidade dos mercados globais. Attendemos que a ausência de condições estruturais para desenvolvimento de mercados, acentua o eclipse de ações empreendedoras, figurando o denominado ‘buraco sem fundo’, por escassez de movimento social e económico. Sem embargo, perspetivamos que mudar paradigmas sociais é tarefa mais árdua do que criticar um fenómeno ainda não totalmente esclarecido. Portugal é rotulado por praticar um empreendedorismo por necessidade. Esta é uma polémica rebatível se atendermos aos últimos resultados apurados no gráfico seguinte (GEM, 2015b), relacionando as motivações dos e das agentes *early-stage* para a prática.

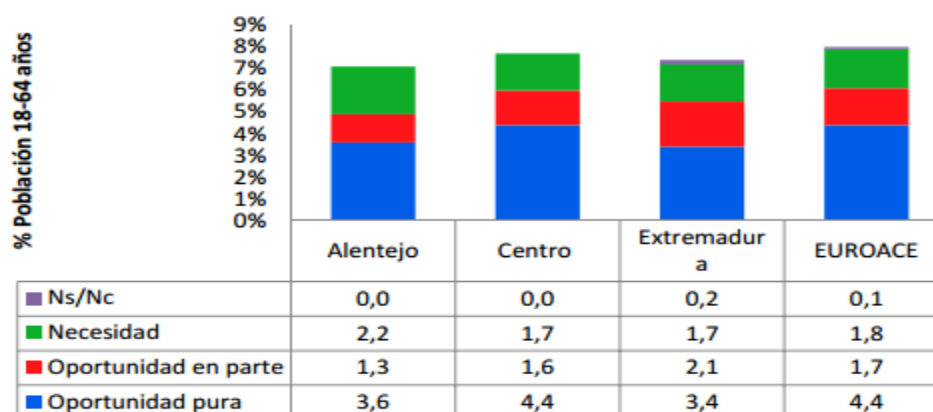


Gráfico 1 - Motivações para empreender nas regiões Euroace (GEM, 2015).

Mais se retira que 58,3% destes empreendedores e empreendedoras criam uma atividade motivada pela oportunidade, 26,2% motivados pela necessidade e 15,6% alegam a mistura destes dois pretextos. Estes

⁶⁰Raquel Varela, investigadora do Instituto de História Contemporânea da Universidade Nova de Lisboa.

foram os resultados obtidos à sondagem realizada a um universo de 2000 pessoas em idade adulta - entre os 18 e 64 anos - residentes em Portugal Continental (GEM, 2015).

Procuramos neste trabalho identificar perfis empreendedores, contudo, antes teremos que nos debruçar sobre as motivações que os constroem. Para além do que distingue uma necessidade de uma oportunidade, importa deslindar os diferentes fundamentos da ação por oportunidade. O gráfico do GEM (2015b) apresenta-nos os resultados apurados também nas regiões EUROACE⁶¹.

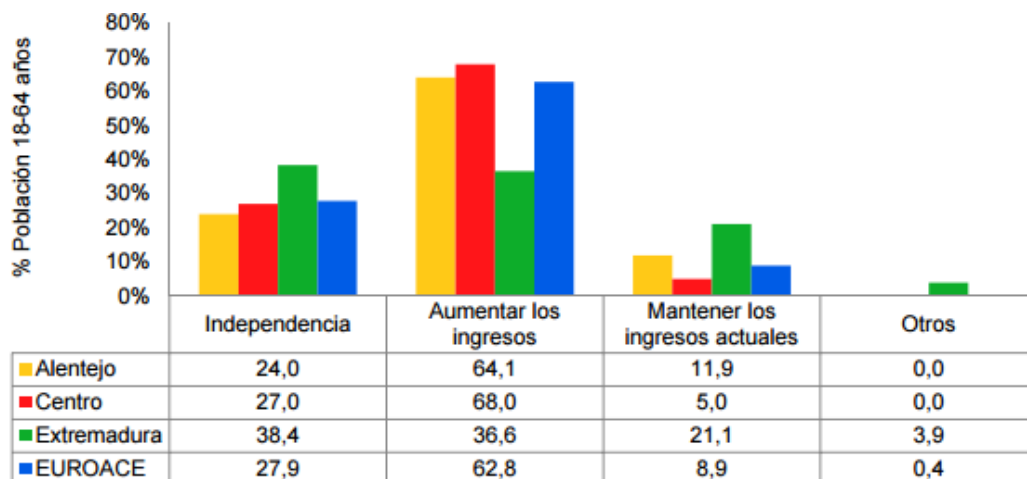


Gráfico 2 - Elencos dos principais motivos nascidos por Oportunidade (GEM, 2015b)

Conferimos através da análise que o desejo de independência e o desejo de aumentar os seus rendimentos constam como motivações salientes no panorama ibérico. Sobre a questão dos motivos, McClland (1961) diferencia a razão do desejo, correspondendo a razão à necessidade latente e o desejo a ideário de realização pessoal. Esta diferença acentua-se pela estrutura e pelas condições existentes para empreender.

Ainda à procura de elementos que clarifiquem mutações no quadro laboral português, comparamos as realidades anteriores a 2010 e à implementação das medidas SIMPLEX⁶². Este instrumento tem vindo a facilitar a criação de empresas, o que por um lado impulsiona atividades, por outro lado, serve de mote para gerar mais impostos a favor do Estado. Não obstante, verificamos através da recolha de dados apresentada, que a maioria de empresas em Portugal são microempresas. A realidade portuguesa passa pela sobrevivência das pequenas atividades, que, muito provavelmente surgiram pela facilidade de constituição que o Estado provém. Perante este painel, resta-nos compreender como se podem desenvolver e tornar sustentáveis perante as constantes metamorfoses sociais. A regra seria, em nossa perspetiva e de acordo com o acervo literário aqui debatido, continuar, através de novos modelos de abordagem, a encorajar o empreendedorismo e a inovação. Cremos que estas pequenas atividades cooperam para colmatar as taxas de desemprego. Para Adam e Reynaud *“É um pouco artificial distinguir entre pequenas e grandes*

⁶¹É composto pela Eurorregião Alentejo-Centro-Extremadura, correspondendo a última às principais capitais de Espanha.

⁶²SIMPLEX trata-se de um conjunto de medidas destinadas a desburocratizar procedimentos para os cidadãos. No que diz respeito a empresas, veio permitir a sua criação na hora, através de um balcão online, www.empresonline.pt ou www.simplex.pt. Apesar dos encargos de constituição com a escritura do pacto social aumentarem sensivelmente, as medidas simplex integraram a abolição do capital social mínimo de 5000€ para as sociedades, passando este a ser livre a partir de apenas 1€.

multinacionais, a propósito dos conflitos de defesa do emprego.” (Adam e Reynaud, 1984, p. 354) As grandes empresas necessitam das pequenas empresas e vice-versa, numa conjuntura de uso cada vez mais incidente do conceito de *outsourcing*.

Já percebemos que Portugal tem ramificado o termo empreendedorismo e que existem inúmeras entidades, quer públicas, quer privadas, que foram criadas com o intuito de apoiar as empresas e por inerência o empreendedorismo. No entanto fica a incerteza ou a ligeira interpretação de que os mesmos não são suficientes ou não estão a ser bem distribuídos para solidificar a motivação de um empreendedor e de uma empreendedora.

Empreendedorismo, conforme já exposto no anterior ponto capitular, tem uma relação próxima ao conceito de inovação. O INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial - vem nesta matéria, revelando o número de marcas e patentes registadas em Portugal. Contabilizamos (INPI, 2017), no ano de 2014, o total de 929 pedidos de Invenções - Patentes, Modelos de Utilidade, Certificados Complementares, entre outros similares. Destes, 49% correspondem a inovações respeitantes às Necessidades da Vida e 39% ao ramo de Química e Metalúrgica. Quanto aos requerentes, registam-se 26% de empresas, 18% universidades, 52% inventores independentes e 4% instituições de investigação. Apenas 38 pedidos partiram da região do Algarve, correspondendo a 4,7% do total. No que diz respeito a marcas, logotipos e afins, foram registados 20.842 pedidos, sendo que a maioria provém de atividades de Educação, formação e Divertimentos, seguido de Publicidade e Negócios Comerciais e como terceiro CAE mais frequente as Bebidas Alcoólicas - exceto cerveja. Estes números referem-se a 57% pedidos efetuados por pessoas coletivas e 43% por pessoas singulares. Uma vez mais, o Algarve encontra-se em 4,2% dos pedidos substanciais.

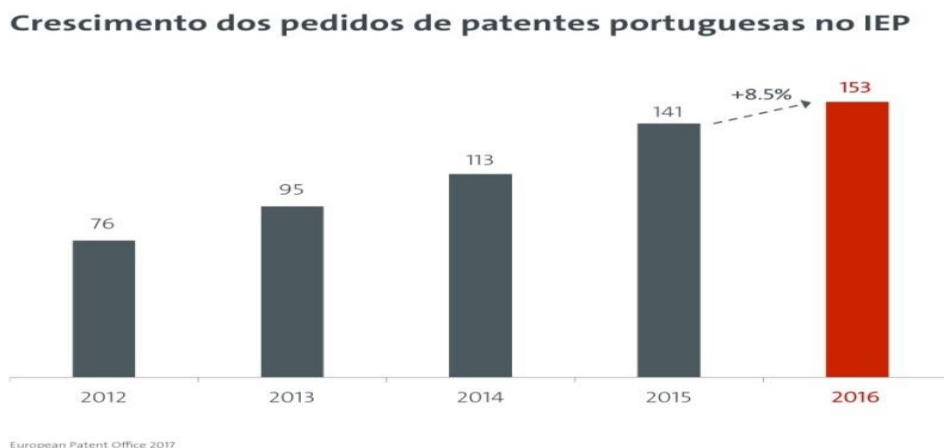


Gráfico 3 - Evolução do pedido de registo de Patentes criadas (INPI, 2017).

Curiosamente não constam nas publicações citadas a segmentação de dados por sexo. Ainda a propósito do conceito de inovação, Sarkar (em entrevista) reitera que o *branding*⁶³ é fundamental para diferenciar modelos de atividades, assim como para introduzir valor nos mercados, ávidos de originalidades.

⁶³Conceito global para identificar a ação de registo de marcas que diferenciem as atividades.

Medina (Cesar, 2014) reforça a temática sublinhando que Portugal tem tido um interesse crescente pelas questões da inovação. Mais adianta que a inovação não se trata só da introdução de novos produtos, mas também da novidade nos processos, nos métodos e no marketing. Para ele, muitas tentativas já se efetuaram para legar a imagem de Portugal como país inovador, contudo o estigma de um país tradicional e menos desenvolvido do ponto de vista científico e tecnológico permanece. Por tal existe um esforço público - Estatal - para aumentar a despesa com I&D (H2020,2017). Acrescentamos neste patamar que inovar poderá corresponder a uma diversificação concêntrica, em que o empreendedor e empreendedora inova nos produtos e serviços, aproveitando o mesmo modelo de negócio, ou uma diversificação conglomerada, onde existe uma disrupção ao existente, provocando inovação com novas ferramentas. A inovação traduz um crescimento económico dinâmico assim como o desenvolvimento da sociedade. Este último modelo de diversificação equipara-se ao encontrado nas denominadas Start-ups que nascem com intuítos de romper com o estabelecido, provocando surpresa com novas introduções no mercado.

A inovação é um dos elementos repisados nos objetivos de empreendedorismo, pelo que se torna pertinente estimular a sua incidência no contexto português. Conforme sedimenta o CRIA⁶⁴, o conceito de empreendedorismo de base tecnológica e científica, reflete mais do que a mera criação de uma empresa, *i.e.*, assume a existência de uma cultura de criatividade e inovação. Segundo a Comissão Europeia (in Santos et al, 2015), a inovação induz diferenciação e estimula a produção de valores, podendo ser dirigido para os desafios sociais locais e responder a desafios globais. Entendemos deste modo que a inovação está mais relacionada com a construção de competências e aprendizagens, e não somente com a mera introdução de novos produtos no mercado. Assim, no programa regional do Algarve, o DUI (*doing, using and interacting*) é definido como o mecanismo da inovação. Pretende-se catalisar o conhecimento tradicional e local ancorado no fazer algo, utilizar os recursos existentes e interagir com outros locais em troca de novos conhecimentos. A este propósito e na linha do conhecimento global e do agir local, não podemos deixar de abordar a teoria das ‘Born Global’ (Cavusgil e Knight, 2009; Laranjeira, 2012) e seu contributo nesta matéria. As empresas e ou atividades que nascem, independentemente do seu *locus* e cuja natureza de suas ações sejam adictas de internacionalização nos mercados, estão mais votadas à inovação. Em Portugal, este fenómeno é ainda rudimentar, talvez, pressupondo, devido a condições estruturais ou não. Porquanto, não podemos deixar de reconhecer que o fenómeno das ‘born global’ é premente para fortalecer o tecido económico do país. Para Veloso et al. (2009) as profissões surgem quando a inovação tecnológica, as novas forças produtivas, as transformações no ensino superior, as ameaças externas, as mudanças políticas, ideológicas ou de valores, entre outras, configuram oportunidades sustentadas pelo Estado, *i.e.*, concebidas como respostas a ‘necessidades’ ou satisfazendo ‘interesses’, numa retórica contínua de globalização.

Recordemos a proposta de Sarkar no seu manual “(...) *empreendedorismo é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas.*” (Sarkar, 2010, p. 47). Este parecer leva-nos, no entanto, a refletir sobre o que são oportunidades, as quais poderemos estar a desaproveitar, quer por temor ibérico, quer por questões políticas enviesadas que fundem

⁶⁴Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia, entidade de apoio ao empreendedorismo, quer a estudantes, quer a externos, sediada e com o apoio da Universidade do Algarve.

a nossa estrutura social. A complexidade do fenómeno do empreendedorismo não se esgota, assim como também a complexidade de leituras a este subjacente.

Sumariando este ponto que trata da estrutura portuguesa perante o empreendedorismo, cuidamos que prevalece a necessidade de impulsionar o empreendedorismo, a criação de atividades e novos projetos em organizações já existentes. Nos países anglo-saxónicos (Sarkar, 2010) esta sensibilização para aculturar sociedades empreendedoras há mais tempo que se reproduz, pelo que poderá constituir um proveito retirar fórmulas já testadas - boas práticas resultantes da globalização - e adaptá-las à realidade portuguesa, no ditame de pensar global agir local (Vieira e Sales Oliveira, 2016). Por certo, Amorim confirma que *“A União Europeia, através da Estratégia de Lisboa, aposta numa efetiva educação para o empreendedorismo que, referem, deve ter o seu início desde cedo, trabalhando com as crianças uma mudança de mentalidades (...)”* (Amorim, 2013, p. 3), tal qual como nos sugeriu Sarkar em entrevista. Amorim acrescenta ainda, e segundo os diversos autores referenciados, que *“(...) a educação para o empreendedorismo oferece a vantagem de o aluno aprender o que é ser um empreendedor bem-sucedido, mesmo que não se torne, efetivamente, um empreendedor.”* (Amorim, 2013, p. 4) Nesta linha de pensamento consideramos fundamental investigar o conceito de êxito na ubiquidade do termo e no significado que toma para cada empreendedor e empreendedora.

Recentemente, um estudo publicado pela Forbes (Velho, 2016) inclui Portugal de entre os vinte melhores países⁶⁵ para se investir. Acreditamos que o impacto mediático desta notícia, proveniente de uma revista bem catalogada junto da economia mundial, poderá eventualmente colmatar algumas reticências no empreendedorismo em território português, assim como reforçar a premência de se acompanhar os mercados globais sem complexos de periferias.

2.3. Contornos de um empreendedorismo no feminino

Perante as contingências laborais em torno do empreendedorismo, acresce-nos neste estudo a problematização da representatividade de género. O papel da mulher tem vindo a conquistar espaço na sociedade sobretudo na necessidade presente do mercado laboral, pela simples aceção de que a mulher é um ser cada vez mais ativo e consciente de si própria. Neste entorno, aumentam as possibilidades de adquirir mais venturas para si própria e para a sua vida. Assim argumentam Fernandes, Campos e Silva (2013) acerca da evidência do empoderamento feminino, registando um aumento gradativo de empreendimentos organizados por mulheres neste novo cenário económico.

Atendemos à premissa de que empreender é liberdade, *i.e.*, a liberdade de ser mulher e de ser reconhecida como uma mais-valia no desenvolvimento económico e social, é afinal, um dos patamares que se procura atingir nas questões de igualdade de género. Respeitar o seu mérito enquanto mulher e a sua diferença enquanto ser-humano, contribuir com o seu potencial, o seu perfil e o seu portfólio de

⁶⁵De entre os quais se integram por ordem de classificação: Suécia, Nova Zelândia, Hong Kong, Irlanda, Reino Unido, Dinamarca, Países Baixos, Finlândia, Noruega, Canadá, Austrália, Singapura, Estónia, Luxemburgo, Lituânia, Suíça, Bélgica, Taiwan, Portugal e Eslovénia.

conhecimentos e competências. Através de um processo heurístico a mulher contemporânea vai constituindo a sua própria episteme num quadro científico *sui generis*.

Sales Oliveira (2014) assenta que as últimas décadas do século XX foram marcadas pela feminização no mercado de trabalho, conquanto, estudos nacionais e internacionais revelam que a mulher portuguesa acumula trabalho remunerado - despendendo quase sempre as mesmas horas laborais do que o homem- com trabalho não remunerado -tarefas domésticas e cuidado de dependentes - filhos e outros familiares necessitados-, contrapondo, o homem que continua a envolver-se menos neste tipo de funções. Para a investigadora, isto representa um acréscimo no esforço da mulher e provoca dificuldades de conciliação entre a vida familiar e a vida laboral. O desafio das mulheres empreendedoras é tanto maior assim que se toma em consideração que são elas que, em maioria, se encarregam das tarefas familiares e domésticas (Robeyns, 2003). Conciliá-las com a sua atividade profissional poderá complicar o seu desempenho, alerta Sarkar (em entrevista), que aponta ser este o principal obstáculo nas mulheres. Todavia, em termos de prestação laboral, Sarkar não identifica diferenças entre mulheres e homens. Nesta linha, depreendemos que as mulheres têm uma capacidade de resiliência acrescida, uma vez que lhes incumbe realizar diversas tarefas em simultâneo e com eficácia. Curiosamente Schouten (2012) enfatiza a responsabilidade das mulheres mesmo nos atos domésticos e familiares, constatando que *“também noutros assuntos as mulheres na prática são as mais racionais: é comum que as mulheres se encarreguem da gestão dos recursos financeiros da família, conferindo aos homens o dinheiro para os seus vícios (...)”* (Schouten, 2012, p. 34). Concluimos daqui a capacidade proativa da mulher e, de modo alegórico, relacionamos o seu potencial com um mercado de trabalho voltado para a flexibilidade de desempenhos.

Uma divisão de tarefas equitativa tem sido uma preocupação sobretudo feminina, todavia os homens também se têm, pouco a pouco, posicionado no debate da equidade. Assunção (em entrevista) defende que os homens acabam por ganhar com esta divisão de papéis. Ganham sobretudo espaço, pois se existir uma congénere distribuição de tarefas, o homem consciente verifica facilmente que a sua função já não será tão pesada no âmbito da responsabilidade social e económica, bem como em determinados setores da atividade diária. Por outro lado, também o homem deseja ter mais tempo para os assuntos familiares (Ferreira, 2010). Devemos compreender que o próprio é prejudicado em questões de licença parental, não podendo, caso queira, dedicar mais tempo à família. Esta condicionante parte da estrutura social que temos, pelo que nas questões de género, tanto a mulher como o homem têm a ganhar defronte de cenários de igualdade. Assunção alerta-nos que é preciso que também o homem esteja ciente, que contribua cada vez mais para uma paridade de género e por conseguinte para a coesão social.

Seguimos a analisar o conceito de empreendedorismo e a relação de género. Ahl (2002) defende que o género é um *constructo* social e que se desconstrói face ao conceito de empreendedorismo. Importa-nos reforçar esta abordagem a partir do título tomado para este trabalho - O Empreendedorismo no Feminino na região do Algarve. A inserção estratégica do artigo ‘no’ vai ao encontro de um discurso sexualmente neutro, na procura de uma produção científica neutra, uma vez que permite esclarecer que, no presente estudo temático, o nosso objeto de estudo é exclusivamente feminino. Por outro lado, a ausência desse mesmo artigo iria dar ênfase a posições gendradas, *i.e.*, a abordagem de ‘empreendedorismo feminino’ determina uma classificação estereotipada, acentuando a diferença entre as expressões empreendedorismo

e empreendedorismo feminino numa tradição funcionalista. Doravante e sem essência de género, entendemos que o conceito de empreendedorismo pertence apenas ao ser-humano, seja homem ou mulher. Santos reforça esta premissa reconhecendo que *‘os diferentes conceitos e definições sobre o empreendedorismo não fazem distinção de género, uma vez que as características empreendedoras encontram-se presentes tanto nos homens como nas mulheres (...)’* (Santos, 2014, p. 2). Pelos motivos que vão sendo elencados na construção teórica deste trabalho, constitui uma matriz premente desnaturalizar o conceito de empreendedorismo, quanto ao sexo, idade e nacionalidade. É relevante a menção a ‘nacionalidade’, uma vez que nos deparamos com um vasto multiculturalismo na região do Algarve, com o qual iremos cruzar a análise na segunda fase deste trabalho.

Discutido que está o posicionamento do género no fenómeno, interessa-nos prosseguir a analisar os perfis associados à ação de empreender, ou, por outro lado, os perfis mais debatidos na literatura económica e aliados à atividade empresarial. Sem embargo, na abordagem de perfis de género, já Amâncio (1993a) nos referenciava as características estereotipadas de homens e mulheres em contexto de decisão.

Tabela 3 - Perfis de género relacionados com gestão e ou liderança (Amâncio, 1993a).

TRAÇOS ASSOCIADOS A DECISÃO (médias)

Decisão		Formal	Interpessoal	F(1,160)	p =
Autoritário	M	4.10	2.16	144.90	.0001
Dominante	M -	3.67	1.93	101.69	.0001
Dependente	F -	2.90	1.88	23.95	.0001
Frágil	F -	2.43	1.77	12.48	.001
Superior	M	3.32	2.86	6.09	.01
Sensível	F +	1.77	4.10	222.59	.0001
Sentimental	F	1.74	3.58	127.03	.0001
Paternalista	M	1.65	3.44	106.96	.0001
Afectuoso	F +	2.08	3.67	93.42	.0001
Corajoso	M +	3.10	4.00	22.50	.0001
Audacioso	M +	2.91	3.61	16.54	.0001
Aventureiro	M	1.91	2.69	16.91	.0001
Forte	M +	3.03	3.64	11.20	.001
Independente	M +	2.88	3.32	5.09	.02

Atente-se que ao discernirmos os conceitos de empreendedorismo e empresarialidade, estamos a propor que também os perfis agregados a cada um dos conceitos sejam distintos. Na tabela de Amâncio, entendemos encontrar traços de comportamentos estigmatizados e que se relacionam mais com o conceito de empresarialidade e liderança. A mulher é desvalorizada de processos decisórios por se rotular de frágil, dependente, sensível, sentimental e afetuosa. Na desconstrução defendida por Ahl (2002), seria impossível compreender os múltiplos ‘eus’ ou a fragmentação identitária que existe nos variados contextos em que a mulher se assume como mãe, conselheira, estudante ou até mesmo subordinada sem romper com os dogmas estruturais. A autora defende por tal uma perspetiva pós-estruturalista que lhe permita atenuar as ideias dominantes associadas em contextos de liderança, organização e administração. Ahl (2002) propõe uma rutura com o estigma social de que a liderança é por norma pertença masculina e uma mulher líder é um desvio de padrão.

Coelho (2014) investiga as diversas teorias de liderança, refutando o quadro acima apresentado. A autora colige algumas características que, através da sua pesquisa, encontra como vantagens na liderança

feminina, *i.e.*, as mulheres tendem a preocupar-se mais com o desenvolvimento de trabalhadores e trabalhadoras, definem de forma mais clara responsabilidades e constroem equipas de trabalho mais proativas. De acordo com a proposição definitiva tomada para o conceito de empreendedorismo no início deste capítulo, reforçamos o perfil da criatividade como o mais determinante no empreendedor ou na empreendedora. Nesta base, nenhum dos adjetivos apontados por Amâncio satisfaz este papel, até porque, cremos, os objetivos são diferentes.

Enviesado à matéria de perfis, encontra-se o motor da ação, *i.e.*, as motivações. Vericat (2013) aponta que o espírito empreendedor tem cinco estímulos: ⁱ⁾ a experiência pessoal; ⁱⁱ⁾ vontade de aproveitar as competências e potencialidades adquiridas; ⁱⁱⁱ⁾ alcance de objetivos pessoais; ^{iv)} vontade de replicar ideias observadas em outros contextos e adaptar em cenários próximos e ^{v)} ensejo de desenvolver uma atividade fora dos modelos tradicionais. Este último vem fortalecer a relação da inovação com o ato de empreender. O Global Entrepreneurship Monitor pela primeira vez em dezasseis anos de atividade, elaborou um estudo exclusivo acerca do empreendedorismo no feminino (GEM, 2015e), reconhecendo-se desta forma a necessidade e o crescimento da temática. No barómetro do empreendedorismo conclui-se que as mulheres, em quase metade das economias analisadas pelo GEM a nível mundial, revelam igual ou maior nível inovador na sua atividade, comparativamente aos homens (2015:9). Apesar disso, em Portugal a intenção de empreender corresponde a apenas 13% nas mulheres face a 25% nos homens. Através da classificação dos últimos Censos (INE, 2011), apuramos que em Portugal, 162 055 mulheres têm atividade própria e que gera emprego para outros. Estas mulheres têm a idade média de 44,9 anos, são, na sua maioria, casadas (104 573) e 27,8% possuem habilitações de nível superior. Ainda assim e apesar do cenário caminhar positivamente, Sarkar alerta-nos para que *“a participação das mulheres em atividades empreendedoras varia muito de país para país (...) Em nenhum dos países desta amostra a atividade empreendedora das mulheres é superior à dos homens. (...)”* (Sarkar, 2010, p. 64).

Blanco (em entrevista) revela encontrar na sua escola muitas mulheres vítimas de segregação laboral, assim como muitas mulheres receosas de arriscar na sua própria atividade, porque têm escassas condições financeiras para fazê-lo, ou até porque se sentem repelidas por uma sociedade patriarcal. Neste rescaldo, relacionamos à mulher um dos obstáculos fatores já aqui registado: o medo, a que designamos por ‘temor ibérico’. Importa desmistificar que este temor não pertence somente ao sexo feminino embora a este seja mais latente, pelas diversas circunstâncias sociais aqui exploradas.

Não obstante, Blanco reforça que cada vez mais mulheres optam por criar o seu próprio emprego, reforçando a importância de estudos que analisem os impactos sociais e económicos que o fenómeno do empreendedorismo de mulheres tem vindo a provocar nos diversos vértices da sociedade.

Mas vejamos por onde se distribui a força laboral feminina. Nos estudos apurados (Informa D&B, 2015), as mulheres estão mais ligadas ao setor terciário. Sabemos, no entanto, que este é uma categoria por demais heterogénea, albergando uma enorme diversidade de atividades (Sales Oliveira, 2011).

Tabela 4 - Representatividade das mulheres consoante o setor de atividade (Informa D&B, 2015).

Principais setores de atividade	Cargos de liderança	Cargos de gestão	Empregados	Peso no número de empresas	Peso no volume de negócios	Peso no emprego
Serviços	36%	40%	56%	24,5%	9,7%	22,6%
Retalho	32%	37%	53%	17,7%	16,3%	14,7%
Indústrias (1)	24%	30%	41%	11,6%	26,7%	25,1%
Construção	16%	26%	11%	10,2%	5,8%	9,4%
Grossista	24%	30%	37%	9,6%	20,6%	7,5%
Alojamento e restauração	32%	35%	56%	8,7%	2,1%	7,3%
Universo empresarial	28,2%	33,8%	42,3%			

Pela tabela constatamos que a representatividade feminina ainda é deficitária em algumas atividades. O setor da construção encontra-se tipificado ao género masculino. As mulheres nos cargos de gestão tendem a diminuir à medida que as empresas são maiores. A este propósito, a Lei 62/2017 de quotas de género, aqui já referida, vem precisamente atuar no busílis da questão. As assimetrias entre homens e mulheres evidenciam-se perante empresas lideradas por homens - observando-se uma composição de gestores maioritariamente masculinos. Em contrapartida, nas empresas lideradas por mulheres figuram equipas mistas, num resultado mais equilibrado ao nível do género. Nesta abordagem, acrescentamos ainda que as empresas com maior antiguidade no mercado contam sobretudo com homens na gestão, num feito geracional que nos leva a conferir uma continuidade na representatividade de género (Informa D & B, 2015).

Para colmatar estas e outras eventuais disparidades de género, e na continuidade de uma linha de atuação encetada já há alguns anos, foi elaborado e aprovado o V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não-discriminação 2014-2017 (Diário da República, 2013). Privilegia entre outros eixos a Independência Económica, o Mercado de Trabalho e Organização da vida Profissional, Familiar e Pessoal. No limiar da terceira área estratégica, retiramos para esta exposição as medidas que mais se relacionam com os intentos desta investigação e.g. ⁴¹⁾ pretende-se reforçar junto das empresas privadas a implementação de planos de igualdade; ⁴³⁾ valoriza-se as empresas que incorporam mulheres nos seus conselhos de administração, utilizando como critério de desempate em caso da candidatura de projetos a fundos comunitários, vencendo as empresas que têm mulheres no cargo de administração; ⁴⁴⁾ promove-se o empreendedorismo no feminino através de linhas especialmente dedicadas a este fomento; ⁴⁵⁾ promove-se o associativismo e o empreendedorismo das mulheres agricultoras; ⁴⁶⁾ avalia-se a evolução das diferenciações salariais entre homens e mulheres; ⁴⁸⁾ divulga-se os instrumentos de conciliação entre a vida profissional, pessoal e familiar, promovendo uma partilha equilibrada de tarefas entre homens e mulheres, e ⁴⁹⁾ distinguem-se boas práticas no âmbito da responsabilidade social de empresas.

Com vista a consolidar a nossa apreciação a este Plano, recorreremos ao mais recente relatório de avaliação intercalar (CIG, 2017) sobre o impacto das diretrizes registadas. Neste documento aborda-se a

importância de alteração de documentos públicos com linguagem inclusiva ou neutra, bem como relatórios estatísticos desagregados por sexo, sendo que as medidas estão sendo implementadas já por algumas instituições públicas. Importa ainda registar que em todas as ações de sensibilização para a igualdade de género realizadas pelo CIG, o numerário de adesões do sexo feminino é sempre superior aos participantes do sexo masculino. Este último resultado denuncia a alienação masculina na conciliação da paridade laboral, impossível de se desenvolver sem a contribuição de ambos e na conjugação dos interesses de ambos, homens e mulheres.

Perante o diagnóstico (CIG, 2015) avistamos ao longe os objetivos propostos para uma coesão social. É um caminho que se faz percorrendo, justificando-se a existência de continuados planos ancorados numa estratégia política, económica e social.

Tomamos agora a análise do papel da mulher enquanto empreendedora. Que benefícios poderá a mulher trazer no seu papel de empreendedora? Assunção (em entrevista), entende que o facto de as mulheres criarem o seu próprio emprego poderá assumir-se como uma alavanca para a reestruturação dos papéis de género na sociedade. Será então, atente-se, uma das formas de reconhecimento do potencial da mulher, de diminuir a segregação laboral e outros estereótipos persistentes. A socióloga opina ainda, que quando a mulher se torna autónoma e é proprietária da sua atividade laboral, potencialmente não sofre tantos preconceitos de género, uma vez que ela conduz a sua vida.

Segundo Monteiro, Silveiro e Daniel (2015) podemos também avistar um handicap presente na heterogeneidade das representações de mulher empreendedora, na evocação de atributos associados ao estereótipo de feminilidade, e.g. simpatia, beleza, elegância, vaidade, traduzindo vantagens para a mulher. Assim anui Santos que advoga que *“os atributos denominados ‘femininos’ começam a ser valorizados. As pessoas qualificadas como inovadoras e intuitivas estarão mais aptas para conquistarem os cargos de chefia e liderança”* (Santos, 2012, p. 221). E mais acrescenta que *“as mulheres se destacam em algumas habilidades, (...) em especial, pela capacidade empreendedora e de encarar com seriedade os desafios que se apresentam a cada dia”* (Santos, 2012, p. 221). A autora enumera competências como motivação, capacidade de trabalhar em grupo, organização, gestão de conflitos, gestão do tempo, atenção aos detalhes e vai mais longe, apelidando a mulher de criativa e intuitiva. Fernandes, Campos e Silva (2013) apontam a figura da mulher “elástica” e acreditam que a empreendedora tem vindo a introduzir características aos negócios que antes não eram tão valorizadas, tais como criatividade, sensibilidade, flexibilidade, cooperância e persuasão. Características tradicionalmente conotadas com o mundo feminino e que sempre foram vistas de forma preconceituosa, passam a ser consideradas essenciais.

Acentuando a tónica no debate permanente estrutura e agência, registamos duas posições de especialistas que trabalham diariamente o empreendedorismo no feminino em Espanha. Vericat (2013) defende que o desenvolvimento deste empreendedorismo se encontra condicionado por três factores e suas variáveis, e.g., factores sociais (educação, formação para empreender, normas sociais e culturais); factores económicos (acesso ao financiamento, acesso a igualdade de oportunidades, influência da estrutura do emprego público e privado, estágio de inovação e abertura do mercado) e factores institucionais (existência de políticas públicas de apoio às mulheres empreendedoras, proteção de propriedade industrial e apoio ao

crescimento e transferência de conhecimentos). Para a ensaísta este conjunto de elementos tem que compor o esqueleto de uma estrutura. Por outro lado, Blanco (em entrevista) alerta para a problemática que reside na própria mulher, *i.e.*, na generalidade elas geram atividades mais pequenas, têm menos autoconfiança e são mais avessas ao risco. É questionável em que medida se poderá associar esta tendência a um perfil feminino ou antes a condicionantes estruturais.

Para Santos (2012) a mulher é intrépida na medida em que é caracterizada como destemida e autoconfiante, com forte desejo de independência e realização. Ademais, a autora observa que enquanto tendencialmente os homens iniciam negócios relacionados com a sua atividade anterior, as mulheres passam por um processo de busca pessoal e não apenas profissional, podendo concertar outras atividades e iniciar novas aprendizagens.

O factor flexibilidade, presente no novo motor laboral advento da globalização, pode ser favorável se pensarmos que permite à mulher adaptar os seus horários, sendo autónoma para fazê-lo, e assim ter mais facilidade para as demais tarefas, conforme defende Sousa Santos (2012). Já Sarkar (em entrevista) discorda desta posição, uma vez que um empreendimento (projeto) é como um recém-nascido, carece de dedicação quase exclusiva, ocupando assim mais tempo e carga horária. A propósito, Schouten recorda-nos a contradição dos horários perante a incumbência de tarefas domésticas e o tempo livre para os projetos femininos “*É irónico que, apesar da sua chamada supremacia na casa, a mulher raramente tem um espaço para si e para a sua autorrealização, como foi referido por Virginia Woolf, no ensaio ‘A room of one’s own’, entre outros textos*” (Schouten, 2012, p. 71). A gestão do tempo configura-se assi, como um aspeto que carece de uma acentuada mudança nos papéis de género, a qual, acreditamos, se enceta pelo motor da conscientização do e da agente, do seu empoderamento, no sentido de Lourdes Pintasilgo (Carrilho, 2015).

Por outro lado, da consciencialização weberiana resultam também as escolhas racionais (Scheffer, 2013). No momento da escolha da atividade, confrontamos os resultados apurados (Informa D&B, 2015) para concluir que as mulheres se concentram em maioria na área dos serviços. Perspetivamos, sem generalizações, que tal se deve por se encontrarem mais experientes e intuitivas com o lado humano, o que as leva a lidar com facilidade com o público e revelar neste quesito uma capacidade de *bargaining* maior do que os homens. Seguindo o acervo aqui explorado (Ahl, 2002; Santos, 2012, 2014; Fernandes, Campos e Silva, 2013; Coelho, 2014; Monteiro, Silveiro e Daniel, 2015) as mulheres têm mais facilidade em compor equipas, são persistentes, cuidam dos detalhes, vêm o trabalho como um desafio e não como um fardo, são destemidas e autoconfiantes.

Agregamos a esta panóplia o facto de a mulher surgir como empreendedora em cenários de crise, como a recente instabilidade política e económica nacional. Em analogia com os dados históricos a aprofundar no capítulo seguinte, a mulher entra no mercado de trabalho em conjuntura de guerra, diante de crises económicas, políticas e sociais. Este é um elemento que entendemos reforçar o papel da mulher e a sua natureza de resiliência no trabalho.

Neste quadro colaboram múltiplas ferramentas. A entrevistada Amich fortalece o cenário afirmando a existência dos inúmeros recursos internauticos para mulheres. Através destes, um maior número de pessoas promove e reconhece as ações empreendedoras de mulheres, realizam-se *workshops online* para

mulheres, entre outras ações fundamentais para a difusão das suas atividades. As plataformas tornaram-se uma ferramenta modal para universalizar o empreendedorismo, de entre as quais encontramos a associação oficial women win win⁶⁶, e vão surgindo outras, algumas oficialmente registadas, outras apenas reconhecidas no mundo cibernético, com o propósito de empoderar as mulheres.

Sousa Santos (2012) fortalece esta premissa referindo que a experiência tem demonstrado à sociedade que em qualquer situação, desde que em igualdade de oportunidades, a capacidade de desempenho das mulheres é igual à dos homens. A mulher tem vindo a provar que sabe detetar o factor ‘oportunidade’, estando consciente de si própria, *i.e.*, em processo *Bildung*⁶⁷ (Siljander et al, 2012). Também Amich (em entrevista) respalda que atualmente as mulheres trazem consigo uma preparação académica superior e apura em dados recentes, que 30% das empresas na Europa são lançadas por mulheres. A própria fundadora da rede social de mulheres reforça acreditar que uma sociedade que não investe nas suas mulheres empreendedoras é como uma pessoa que nunca alcançará o seu verdadeiro potencial.

Sendo que o empreendedorismo no feminino está em evidência, por consequências ou não do fenómeno de globalização, cogitamos que carece neste exato momento de uma alavanca, nomeadamente mais e contínuas pesquisas, quer teóricas quer empíricas, produzindo estudos académicos que contribuam para a visibilidade deste fenómeno. Um aspeto fundamental é o conjunto de apoios e incentivos a que as empreendedoras podem recorrer.

2.4. Papel do Estado, apoios e incentivos

Avaliar as políticas públicas do quadro anterior 2007-2013 e aferir as do quadro vigente 2014-2020, é premente para fundamentar o contínuo debate estrutura e agência, as polémicas adjacentes ao fenómeno do empreendedorismo e a opacidade presente nas questões ideológicas levantadas.

As assimetrias regionais constituem uma das principais preocupações expressas na União Europeia (Correia e Costa, 2016). Destarte, as políticas regionais surgem com o objetivo de atenuar as desigualdades territoriais, procurando estimular o crescimento e desenvolvimento de cada estrutura envolvida, atendendo à sua especificidade e correspondendo a um trabalho do global para o local.

A ausência de empregos é assinalada como uma das debilidades estruturais e que na perspetiva de alguns autores e algumas autoras é a causa do empreendedorismo por necessidade. No gráfico seguinte (INE, 2016c), encontra-se plasmada a evolução do fenómeno em mais de uma década e pelas diferentes faixas etárias.

⁶⁶Organização fundada por Maria José Amich.

⁶⁷Conceito alemão que traduz a capacidade de refletir sobre si mesmo, conhecimento autorreferencial de suas capacidades.

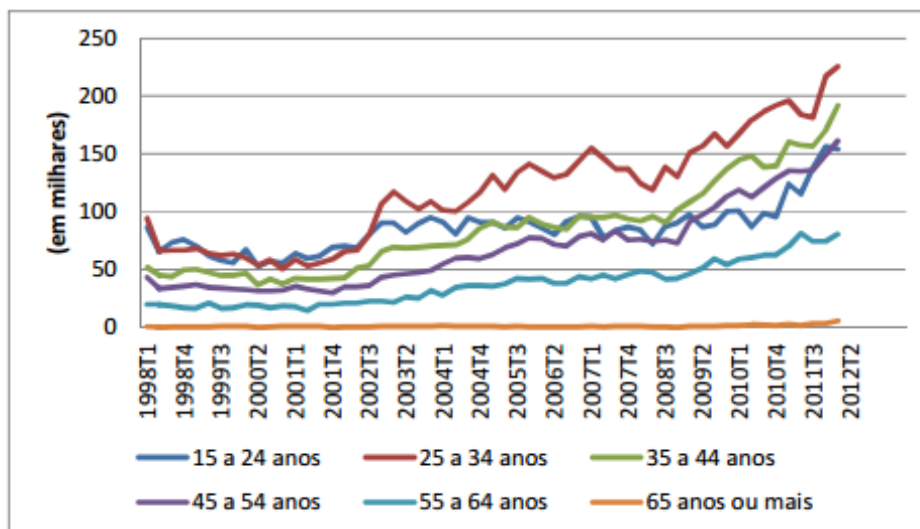


Gráfico 4 - Evolução da taxa de desemprego em Portugal por faixas etárias (INE, 2016c)

Concluimos que o desemprego tem sido sempre mais elevado nos jovens, com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos. Esta preocupação afeta tanto a sua continuidade nos estudos, como também a sua continuidade no território, podendo despoletar ainda uma outra debilidade: o fenómeno da emigração. Dias e Varejão (2012), corroboram que a tendência para o desemprego de jovens com habilitações superiores é relativamente elevada. Ainda assim, os últimos números - após uma inclinação constante na subida - apontam para uma tendência à queda da taxa de desemprego na generalidade. Não obstante, a faixa etária mais sofrida mantém-se (INE, 2017b).

Por outro lado, movem-se esforços para medir com discernimento os impactos das políticas públicas que fomentam o empreendedorismo, na tentativa de avaliar os efeitos, corrigir matrizes e melhorar resultados. Relativamente ao peso da despesa pública, Dias e Varejão (2012), analisam de entre vinte e seis países do continente europeu, o patamar português defronte aos restantes.

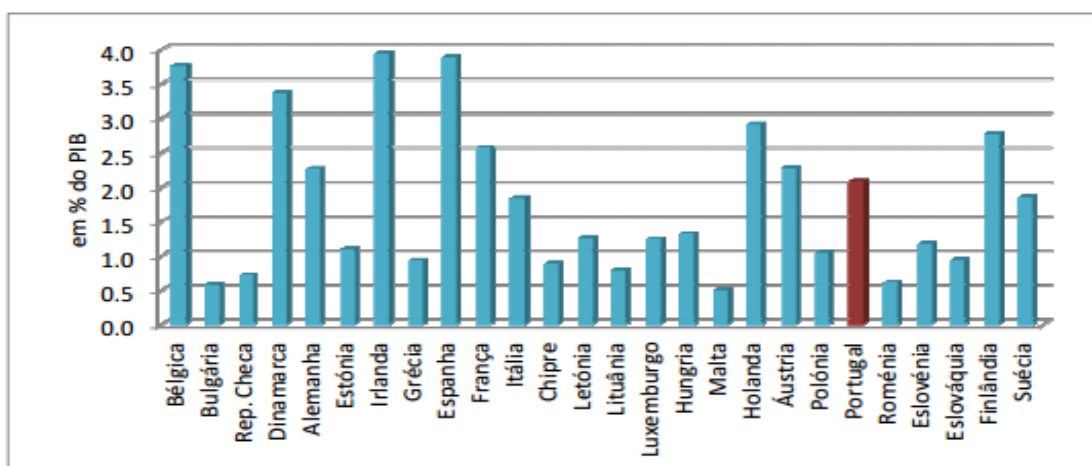


Gráfico 5 - Despesas públicas com políticas de emprego, nos diversos países, em 2010 (Dias e Varejão, 2012)

Utilizando como fonte documental o Eurostat na temática Labour Market Policy, os autores concluem que os gastos com políticas de emprego - medidas passivas e ativas, incluindo aconselhamento e apoio à

procura de emprego - variaram, em Portugal, no período entre 2006 e 2010, entre 1.5% do PIB em 2008 e 2.1% em 2010. Durante este período, os gastos em Portugal com estas medidas foram sistematicamente inferiores à média europeia, correspondendo a menos 15% do que a EU em 2006 e a menos 27% em 2010. Verificamos assim que Portugal não é dos países que direciona mais despesas nesta matéria, prevalecendo com gastos superiores, os países que, na sua maioria, se encontram atualmente mais desenvolvidos e com uma economia mais equilibrada, *e.g.*, Bélgica, Dinamarca, Irlanda, Espanha, Holanda, França e Finlândia (Dias e Varejão, 2012).

Sublinhamos que, nos países citados, há uma maior aposta em recursos financeiros para alavancar o emprego e, por conseguinte, o crescimento económico, fortalecendo de igual modo a coesão interna a nível social, cultural, económico e político. Stevenson e Lundström (2001) ilustram alguns exemplos de boas práticas na Finlândia, Holanda e Suécia, países que, segundo os autores, apresentam uma forte sintonia entre agência e estrutura comprometidas com o estímulo ao empreendedorismo. A Finlândia aposta na educação empreendedora, no estímulo à internacionalização, nas alterações tributárias, nas especificidades regionais e em instituir um quadro político suficientemente maleável para se adaptar à emergência de mercados. A Holanda enfatiza a importância do empreendedorismo de base tecnológica, para além da preocupação em reduzir barreiras na importação e exportação de produtos e reduzir a carga tributária. Já a Suécia, caracterizada pelos autores (Stevenson e Lundström, 2001) como o território de ‘empreendedores natos’, é dos locais com clima estrutural mais favoráveis ao empreendedorismo, mediado por quatro agências especializadas, *e.g.*, para o desenvolvimento de inovações, para a criação de empresas, para a investigação científica e para o estudo de modelos de negócio. Stevenson e Lundström (2002) ressaltam que estes países articulam políticas estruturadas para o empreendedorismo, sem contudo, menosprezar o contexto de restrições orçamentais, resumindo a sua atuação na simplificação burocrática de criação de empresas e atividades (o que também já acontece em parte em Portugal através do programa SIMPLEX) reduzindo a carga fiscal às empresas (temática sensível no contexto português e condicionada por determinantes políticas).

Uma outra avaliação sobre os impactos das políticas públicas pelo empreendedorismo, é publicada no Observatório do QREN⁶⁸ (Correia e Costa, 2016) e conclui que os incentivos às empresas têm resultados positivos com maior expressão nas pequenas empresas, com menos de dez trabalhadores e aumentam a possibilidade de sobrevivência do tecido empresarial para onze pontos percentuais, além de que criam postos de trabalho - muito embora mais pronunciados nas grandes empresas. Regista-se que o montante médio atribuído a cada posto de trabalho criado é de dezoito mil euros anuais, sendo o esforço público inferior a este valor, uma vez que alguns incentivos são reembolsados. As dotações orçamentais para o emprego privado têm sido eficazes sobretudo em empresas mais frágeis, as quais necessitam mais desses mesmos apoios financeiros, todavia acarreta riscos acrescidos para o próprio Estado, por tal este apoio tem vindo a ser reduzido, entrando-se em paradoxo, *i.e.*, por um lado o próprio Estado preserva-se de riscos⁶⁹, por outro lado paralisa o próprio desenvolvimento interno. É premente reponderar o balanço entre o risco

⁶⁸Designação de Quadro de Referência Estratégica Nacional, que vigorou no período 2007-2013.

⁶⁹Também a estrutura é afetada pelo denominado ‘temor’, conceito aqui desenvolvido a partir da observação de agência.

assumido pelas políticas públicas e o impacto efetivo na economia, numa dualidade de apostas entre contenções estruturais e ou oportunidades aos agentes.

Não obstante, permanece a preocupação do endividamento das empresas e da sua autossustentabilidade. As condições estruturais são débeis e quanto menos investimento provado surgir, estaremos mais longe de encontrar equilíbrio financeiro, uma vez que a força governamental não tem capacidade para sustentar o emprego por si só, resta-lhe regulá-lo através de boas práticas. O gabinete de estudos estratégicos do Ministério da Economia (GEE, 2016), apura que a conjuntura macroeconómica de qualquer país condiciona a atividade empresarial assim como as decisões de investimento a realizar. Como determinantes estruturais que se revelam importantes, salientamos: a qualidade das instituições; a estabilidade política; o nível de corrupção; as infraestruturas; a maturidade tecnológica; a capacitação humana; o acesso ao financiamento e o ambiente macroeconómico. O World Governance Indicadores (WGI, 2015), estudo do banco mundial, pronuncia que, em comparação com os resultados da edição de 2014, as dimensões em que Portugal mais evoluiu foram a eficácia do Estado (86,1%, + 6,2 p.p face a 2014), a qualidade regulatória (79,3%, + 4,3 p.p.), a estabilidade política e a ausência de violência ou terrorismo (75,2%, + 1,4 p.p). Por outro lado, evoluiu menos no que âmbito da participação e prestação de contas (83,7%, + 0,5), no controlo da corrupção (79,8%, + 0,5 p.p), e regrediu no cumprimento das leis em geral (83,7%, - 0,5 p.p.). Já outros indicadores (OCDE, 2017) denunciam que o investimento em Portugal é ainda muito reduzido e que um dos motores será, aumentar as qualificações da população, não obstante, no mesmo relatório respaldam que o desempenho das exportações melhorou nos últimos meses.

Porquanto, é salutar esclarecer que a informação e ou avaliação plasmada nas estatísticas, não se esgotam nestas análises, uma vez que os métodos utilizados não permitem aferir de forma precisa todos os efeitos no desempenho das empresas. Ao mesmo tempo, configuramos que os resultados apresentados não se encontram viciados - desmistificando dispersas acusações que vulgo possam advir - uma vez que são estes provenientes de diferentes fontes (inclusive do FMI⁷⁰) e com diferentes intenções no que toca a racionalizar a prática empreendedora e o crescimento socioeconómico de Portugal.

Para examinar o segundo momento - quadro 204-2020 -, em vigor, as políticas de avaliação assentam numa comparação rigorosa de empresas apoiadas e de empresas não apoiadas, em concordância com o Memorando de Entendimento da União Europeia (PT2020, 2017). Todavia, nesta fase, importa-nos registar as medidas que estão a ser implementadas. O Horizonte 2020 é o instrumento de financiamento da união europeia e dispõe de dotação superior a setenta e sete milhões de euros, entre 2014 e 2020, distribuídos por três pilares: a) Excelência Científica (correspondendo a 3 mil milhões de euros), b) Liderança Industrial (1,8 mil milhões de euros) e c) Desafios Societais (2,8 mil milhões de euros). O Portugal2020 conta com 16 programas operacionais⁷¹, sendo que quatro destes níveis temáticos abarcam na generalidade todo o país: o Compete2020, o POISE, o POCH e o POSEUR.

⁷⁰Fundo Monetário Internacional, cuja principal finalidade é acautelar as contenções orçamentais.

⁷¹i)Compete2020 (visa promover a competitividade e a inovação); ii)POISE (programa operacional de inclusão social e emprego); iii)POCH (programa operacional de Capital Humano); iv)POS E UR (visa promover a sustentabilidade e eficiência no uso dos recursos); v)NORTE2020 (programa exclusivo à região Norte); vi)CENTRO2020 (programa exclusivo à região Centro); vii)Lisb@2020 (programa exclusivo à região de Lisboa e Vale do Tejo); viii)Alentejo2020 (programa exclusivo à região do Alentejo); ix)CresceAlgarve2020 (programa exclusivo à região do Algarve); x)Açores2020 (programa exclusivo à

O primeiro, o programa Compete 2020, tido como um dos principais recursos para o empreendedorismo económico, pressupõe incentivar a competitividade e inovação. Portugal a nível do ranking internacional apresenta baixos níveis de inovação, colocando-se desfavoravelmente em termos de concorrência em matéria de exportação nos mercados financeiros. Com vista a impulsionar uma evolução, este programa prevê uma abrangência de apoios a fundo perdido⁷², e.g., Vale Empreendedorismo (destinado a *Start-ups*, sobretudo na cooperação da elaboração de plano de negócios); b) Vale Internacionalização (para prospeção de mercado); c) Vale Inovação (para gestão, assistência e tecnologia na economia digital, proteção de propriedade intelectual e industrial, normas de certificação) e d) Vale I&DT (destinado a investigação e desenvolvimento tecnológico). Para além dos Vales encontram-se ainda dentro dos incentivos não reembolsáveis os Projetos Demonstradores (dirigidos a empresas e outras entidades, financiados a 85% a fundo perdido no limite máximo de um milhão de euros por projeto); os Projetos I & D Empresas (exclusivo para empresas e com as mesmas condições acima mencionadas); os SI Qualificação e Internacionalização (dirigido a PME, financiado a 45% a fundo perdido - com majoração em algumas rubricas - com limite de quinhentos mil euros por projeto); os Núcleos I & D (dirigido a empresas e outras entidades, sendo financiado a 50% para PME e 15% para não PME); os Projetos Mobilizadores (dirigido a empresas e outras entidades com financiamento a 85% a fundo perdido), e a Proteção de Propriedade Industrial (empresas e outras entidades com um apoio de 50% a fundo perdido).

Quanto a apoios reembolsáveis identificamos o Sistema de Incentivos ao Empreendedorismo Qualificativo e Criativo (para PME em *Later Stage Plan*, financiado a 75% reembolsáveis sem juros); o Sistema de Incentivos à Inovação Produtiva PME (para qualquer fase de PME, também a 75% reembolsável sem juros), e o Sistema de Incentivos à Inovação Produtivo Não PME (com iguais condições acima descritas).

O segundo nível temático do país é o POISE, cofinanciado pelo FEEI - Fundos Europeus Estruturais e de Investimento, em cooperação com os centros em rede do IEFP - Instituto de Emprego e Formação Profissional. O IEFP assegura três medidas: a) Apoio à Criação de Empresas, b) Programa Nacional de Microcrédito - através do PADES⁷³ e do CASES⁷⁴, e c) Apoio à Criação do próprio emprego por beneficiários de prestações de desemprego.

No terceiro nível temático, encontramos o POCH (Programa Operacional de Capital Humano), sendo neste que se enquadram as linhas de igualdade de género. O novo quadro comunitário 'Horizonte 2020' promove uma série de medidas em prol das mulheres - mais desfavorecidas nas questões laborais -, de acordo com a Portaria 57-A/2015 de vinte e sete de fevereiro. Esclarecemos desde já que recolhemos o acervo do programa vigente à data deste trabalho, contudo, não podemos garantir que os mesmos não sofram alterações até ao final do quadro comunitário, face às volatilidades dos governos e das políticas em geral. O projeto FAME⁷⁵ é assegurado pelo IFDEP - Instituto de Fomento para o Desenvolvimento do

região autónoma dos Açores); ^{xi}Madeira14-20 (programa da região autónoma da Madeira); ^{xii}PDR 2020 - Programa de Desenvolvimento Rural do continente, ^{xiii}R.A. Açores PRORURAL+, ^{xiv}R.A.Madeira14-20; ^{xv}MAR2020 (programa para o fundo europeu dos assuntos marítimos e das Pescas - FEAMP) e ^{xvi}Programa Operacional de Assistência Técnica. Para além destes, Portugal integra ainda os Programas Operacionais de Cooperação Territorial Europeia. Recuperado de www.portugal2020.pt acessado a 20 de março de 2017.

⁷²Em forma de Vales para apoio a ações de consultadoria, financiadas 75% a fundo perdido.

⁷³Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Economia Social.

⁷⁴Cooperativa António Sérgio para a Economia Social.

⁷⁵Formação Avançada para Mulheres Empreendedoras.

Empreendedorismo em Portugal) e tem três eixos de apoio: consultadoria, formação e apoio financeiro (12xIAS). O projeto MINA⁷⁶, desenvolvido pela Cruz Vermelha Portuguesa, visa acompanhar a criação de empresas por mulheres. Até à data desta pesquisa constam o apoio a quarenta e sete empresas, trinta e seis das quais ainda no ativo e empregando cento e dezasseis pessoas. O projeto Dona Empresa, liderado pela APME (Associação Portuguesa de Mulheres Empresárias) provia um prémio de arranque de cinco mil e trinta euros para empreendedoras. O Projeto EVA⁷⁷, promovido pela TecMinho com o apoio QREN, nasce para colmatar a fraca percentagem de mulheres empreendedoras e para potenciar o desenvolvimento regional. Para além dos apoios públicos direcionados à igualdade de género, encontramos uma infinidade de organizações particulares, associações oficiais e não oficiais, que trabalham no sentido de auxiliar a mulher empreendedora.

O quarto nível temático é o POSEUR (Programa Operacional de Sustentabilidade e Eficiência no uso dos Recursos), o qual tem repercutido apoios a projetos cuja missão se oriente para a preservação e utilização sustentável dos recursos naturais, numa eficiência ambiental.

Estes são, pois, os quatro motores de alavancagem à economia do país.

O desenvolvimento local e a postula ‘Pensar global, Agir local’ (Vieira e Sales Oliveira, 2016) acompanham a dialética desde logo assumida entre estrutura e agência. Assim e atendendo à delimitação espacial da nossa investigação interessa-nos focar o Programa CrescAlgarve2020. O território português encontra-se hierarquicamente dividido em NUTs⁷⁸. A região do Algarve integra a NUT III (composta por vinte e cinco municípios que representam unidades administrativas) e a NUTS II (composta pelas sete entidades intermunicipais). O Programa Operacional Regional CrescAlgarve2020 possui uma verba de trezentos e dezanove milhões de euros. O denominado RIS3⁷⁹ tem como aposta ‘fazer novo com o velho’, detetando e aproveitando os recursos da região (Santos et al., 2015). Outro dos objetivos prementes consiste em lutar contra as condicionalidades económicas aliadas à sazonalidade, bem como alargar horizontes a oportunidades não detetadas. O Algarve encontra-se definido como região de convergência, pois ao longo de várias décadas, o olhar económico tem persistido quase totalmente sobre um único foco: o Turismo. Estas e outras questões resguardamos para já, na promessa de recuperar o seu desenvolvimento no quarto capítulo, dedicado exclusivamente à caracterização da região.

Importa esclarecer que o conhecimento exposto neste ponto de trabalho acerca dos programas comunitários, não tem o propósito de uma recolha totalitária, o que obrigaria a um exclusivo estudo desta natureza. Serve-nos, porém, para partir com algum *background* para o trabalho de campo na região em estudo. Refletimos que os grupos sociais se encontram em mudança e a necessidade de inovação está a propalar-se como um padrão. Para Ferreira (2015) “*muitas vezes o empreendedorismo é utilizado na opinião pública de forma completamente despropositada, pois por vezes dá-se a entender que é o remédio para todos os problemas da sociedade*” (2015, p. 11). O autor defende que o empreendedorismo tem que ser

⁷⁶Mulheres & Ideias.

⁷⁷Empreendedorismo de Valor Acrescentado. Recuperado de <http://www.tecminho.uminho.pt/eva> acedido a 25 de março de 2017.

⁷⁸Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos.

⁷⁹Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente - aprovada em conselho regional de 13 de fevereiro de 2015 (Santos et al., 2015).

contextualizado, pois isoladamente não se obtém resultados. Assim temos em conta que os apoios deverão ser pensados a nível local ou regional, pois cada caso é um caso. O empreendedor ou empreendedora é o ser que se adapta às metamorfoses sociais e aos diversos contextos. Se não se adaptar, estagna e por consequência retrocede no seu patamar de evolução.

Neste enfoque, é relevante registar também o conceito mundializado por *Corporate Social Responsibility*⁸⁰, traduzido como responsabilidade social nas empresas. A medida propõe incitar, em contexto interno, o equilíbrio entre trabalhadores e trabalhadoras e a empresa, inclusive na importância do bem-estar social em benefício do rendimento empresarial, *i.e.*, os primeiros necessitam sentir-se valorizados pois só assim ‘vestem a camisola’ e catalisam os seus interesses em virtude da empresa onde laboram. Na relação com as práticas empreendedoras, esta aceção torna-se fulcral, uma vez que o envolvimento do coletivo trabalhador, num designado intraempreendedorismo (Macrae, 1982) vem reforçar o desenvolvimento das empresas afetas. Em entrevista, Sarkar transmite-nos que o CSR é uma organização mundial que procura favorecer a ergonomia e otimizar resultados. Ao nível da Sociologia Política esta organização é premente, perante o acumular de problemáticas derivadas da globalização. O CSR permite regular os mecanismos de interação social e inculcar princípios éticos nos modelos de negócio. Encontra-se por tal acreditado e reconhecido internacionalmente pela norma NP ISO 26000. Em Portugal tem tido uma deficitária disseminação, quer pelos *media*, quer sobretudo pelas entidades com competência para o efeito. Não obstante, acreditamos que o CSR no âmbito de suas competências, pode oferecer muito mais em prol de uma cultura empreendedora portuguesa (Passport to Trade 2.0, 2014). Todavia, questionamos se estas mesmas práticas são inculcadas nas próprias empresas estatais com intento de pronunciar um modelo central.

Já o empreendedorismo social incorpora-se entre os diversos tipos de práticas elencadas no primeiro ponto deste capítulo. Nesta área Parente (2014) reconhece a crescente presença do designado Terceiro Setor. Para a autora é importante ter em conta que, muito embora o empreendedorismo social tenha uma missão social, tem também um formato de organização que importa saber gerir de modo sustentável. Entendemos neste patamar que o próprio avançar tecnológico e sobretudo a nanotecnologia produzirá efeitos nesta matéria, *i.e.*, atendendo aos propósitos de bem-estar e aumento de esperança média de vida, o Terceiro Setor poderá adivinhar-se como o trabalho com mais demanda no futuro. Para já e sem especulações conscientizamos neste trabalho uma breve alusão à importância deste tipo de empreendedorismo. A este propósito já Monteiro (2004) lançava o repto para a importância dos laços sociais e das iniciativas de desenvolvimento nas comunidades locais, figurando a proposta de interação da economia e do social.

⁸⁰Conceito que se traduz por Responsabilidade Social nas Empresas, uma medida transversal mundialmente e enfatizada nas políticas públicas. Alertamos que no seu conjunto integra sete linhas de orientação *e.g.*, a governação organizacional, os direitos humanos, as práticas laborais, o ambiente, as práticas operacionais justas, o consumo, e o envolvimento e desenvolvimento da comunidade. A norma da responsabilidade social é composta assim por boas práticas quer em contextos externos ou internos às empresas, todavia são os contextos externos que são mais replicados, nomeadamente através da prática de mecenato e ações filantrópicas. Que fique assente que, os factores internos respeitantes às práticas laborais são até hoje muito olvidados, conforme iremos constatar na recolha empírica, motivo pelo qual daremos mais destaque neste trabalho, pois é a ética interna e a cooperação intraempreendedora dos agentes que corrobora para a sobrevivência de atividades que se pretendem inovadoras nos mercados vigentes.

Já refletimos acerca das motivações empreendedoras, que nem sempre são orientadas para factores económicos, mas muitas vezes por cumprimento de sonhos, na vertente pessoal. Porquanto, recordamos que o nosso objetivo de investigação é reconhecer os perfis de mulheres empreendedoras na região do Algarve, independentemente da tipologia do empreendedorismo praticado. Como refere Morgado (2013) atravessando a opinião dos diversos autores - Schumpeter, Bornstein, Sweedberg, Vasi - o empreendedorismo social e o de negócios complementam-se entre si. O termo Empreendedorismo Social⁸¹ vai também de encontro à necessidade atual e emergente do contexto nacional: a capacidade de criar com poucos recursos e inovar. Seghers e Allemand (2007) sublinham que é uma prática de agência mas que depende do apoio do Estado, resultando numa parceria entre os interesses sociais e económicos.

Hoje o empreendedorismo é um assunto urgente a nível económico, político e social. Assunção (2012) reflete-nos que na década de 2000, o autoemprego, sob a perspetiva de empreendedorismo, recuperou a visibilidade entre os e as decisores políticos como sendo um meio de criar novos postos de trabalho e fomentar a inovação. A autora ressalva que foram crescendo, na última década, uma série de medidas governamentais no sentido de facilitar e estimular o trabalho por conta própria. Fala-se nas medidas do IEFP, do Microcrédito e outros apoios estatais. Em paralelo, abordam-se ainda as medidas que promovem a igualdade de género, facilitando o envolvimento das mulheres mediante programas com majorações.

O papel das universidades é fundamental, monitorizando a eficácia das políticas públicas que fomentam o desenvolvimento da sociedade através do fenómeno do empreendedorismo (Marques, 2016a). Para além das recolhas estatísticas, este quadro de diagnósticos carece de mais pesquisas empíricas e estudos de natureza qualitativa, uma vez que não podemos apreciar um todo e concluir resultados sem compreender cada situação, cada contexto no estudo do impacto de práticas empreendedoras em Portugal. As circunstâncias em que ocorrem cada prática são voláteis, *i.e.*, dependem de um conjunto de factores externos e internos e da ação e adequação do próprio agente perante a estrutura.

Apesar da crescente dinâmica se patentear na criação de *spin-offs* (empresas incubadas nas universidades) a grande parte do tecido económico não tem sinergia institucional, o que inexoravelmente se reflete nos baixos índices de inovação. O estudo da Innoskills (2017) conclui ainda que a maioria das PME inovadoras não está ligada a nenhuma instituição de I & D, refletindo o desaproveitamento das competências institucionais no âmbito da investigação científica.

A tese de Pinto (2012) reflete a necessidade de uma universidade engajada no desenvolvimento regional. Todavia, no território do Algarve, o autor observa uma desconfiança geral entre os dois grupos - empresariado e investigação. Da recolha apurada através de *focus group*, no seu trabalho conclui que os empresários e empresárias apontam existir um desfasamento entre o que os objetivos de investigação e o que as empresas na realidade procuram, assim como existe uma especulação orçamental relativamente a trabalhos solicitados pelas empresas e que são habitualmente morosos. Do outro lado, os investigadores e investigadoras justificam que certos trabalhos para pequenas empresas não lhes permite uma produção científica de excelência em termos institucionais uma vez que as empresas são pouco sofisticadas. A juntar

⁸¹Enquadra-se no terceiro setor, uma vez que resulta em prestação de serviços.

a isto, o autor (Pinto, 2012) deteta ainda diferentes posicionamentos na academia (enquanto algumas pessoas defendem que a investigação aplicada desvirtua o papel da ciência académica, outras concordam que tem que existir a proximidade empírica para gerar retornos económicos e sociais). Esta dissonância interna vem enfraquecer ainda mais a ténue interação universidade-empresa.

Todavia o cerne desta questão encontra-se alocado na dissonância entre prática e teoria, que na matéria de empreendedorismo é ainda mais complexificado. Como fomentar e ensinar empreendedorismo? A tese de Veiga (2017) focaliza a reflexão na flexibilidade e polivalência dos recursos humanos, fruto das mudanças laborais orientadas para globalização de mercados. Neste contexto, problematizam-se as competências dos e das agentes e a dicotomia entre *hard* e *soft skills*, atribuindo-se às primeiras competências do conhecimento académico e teórico e às segundas competências transversais, fruto de experiências práticas. Segunda a autora (Veiga, 2017) e atendendo às exigências do mercado de trabalho existe uma mudança paradigmática na universidade, centrando o ensino no e na estudante e na sua capacitação à reflexão.

O peso da estrutura é assim o ponto crítico desta variável. Sem prejuízo ao exposto, desengane-se quem aponta a problemática da estigmatização do ensino nas universidades somente ao cenário português. Soprana (2016) compartilha que no Brasil a situação é congénere, *i.e.*, existe uma grande pendência a formar jovens para trabalho assalariado, o que provoca um descompasso na matéria de empreendedorismo. Um trabalho de investigação realizado a dois mil alunos e alunas, a seiscentos e oitenta professores e professoras, distribuído por setenta instituições, conclui que os alunos e as alunas estão insatisfeitos na matéria e apontam escassez de disciplinas práticas. Já a docência, em maioria, não está consciente desta necessidade, o que leva a uma ineficácia operada do que ensinam (Soprana, 2016). A este respeito, Feijó e Tamen (2017) adicionam a importância do ensino académico se orientar para as saídas profissionais dos seus estudantes, acompanhando em permanência a evolução do mercado de trabalho e os novos paradigmas. Atualmente, o foco já não se encontra no trabalho assalariado, mas sim na produção criativa dos trabalhadores e trabalhadoras. Deste modo, as Universidades deverão capacitar os seus alunos e alunas para o pensamento crítica e a capacidade de se tornarem autodidatas (Feijó e Tamen, 2017).

Desta reflexão importa reforçar que tal como a sociedade muda, também os métodos de ensino carecem de contínuas adaptações, sobretudo quando abordamos o tema complexo do empreendedorismo.

Na súpula do exposto, refletimos que o maior papel do Estado - no caso o português e qualquer outro- é educar. Educar para promover uma sociedade empreendedora que acompanha as demandas da globalização e responde ao caleidoscópio de novas necessidades, quer económicas, quer sociais. Nesta linha torna-se premente observar o espectro da educação cultural para o empreendedorismo em Portugal. Sabemos que não há uma política que se encaixe em todos os contextos, pelo que a abordagem local, regional, centrada nos e nas agentes locais, é útil para analisar a propedêutica de intervenção política.

Por outro lado, o cenário de globalização também gera reveses políticas e opiniões difusas entre a população. Fernandes (2017) reforça ser frequente, as pessoas temerosas acerca do fenómeno da inovação se refugiarem na ideia de que os governos protegem os mercados nacionais da concorrência externa. Este protecionismo e reservas de mercado manifesto no temor, traduz-se no isolamento dos motores globais,

poderá ser este sim entendido como o individualismo de uma nação. Em consequência, teremos a inércia do conhecimento restrito ao *locus*, traduzindo a ausência de crescimento e desenvolvimento dessa mesma comunidade.

Tomamos como princípio nesta exposição teórica de que um dos maiores recursos inexplorados de uma sociedade é o potencial empreendedor dos seus cidadãos e das suas cidadãs. Neste entorno, a jusante e a montante, entendemos ser basilar que a estrutura e a agência se encontrem, se reformulem em permanentes construções, no sentido de instalar a vitalidade empreendedora em Portugal.

2.5. Inato, apreendido ou aprendido?

É pelo último parágrafo do anterior ponto de análise que sentimos necessidade de acrescentar a este trabalho um espaço para refletir a importância da educação do empreendedorismo na sociedade.

Drucker (1993) afirma que o empreendedorismo não é nada mais do que uma disciplina e que por tal, pode ser aprendida, eliminando a possibilidade desta ser inata ao empreendedor e à empreendedora. No seu ensaio Amorim afere que *“durante as últimas décadas, a educação para o empreendedorismo expandiu-se significativamente na maioria dos países industrializados (...) dando assim o valor real ao tema”* (Amorim, 2013, p. 15). Tendo em atenção que nestes países se captou esta necessidade, compreendemos que Portugal não deverá petrificar-se num complexo ancestral de inferioridade aqui já problematizado, mas sim movimentar-se ao encontro deste desenvolvimento global. A educação visa sobretudo preparar a população para ser mais informada e em situações de crise revelar competências que lhe permitam enfrentar, com êxito, os desafios.

Um estudo sobre o empreendedorismo jovem em Portugal (IFDEP, 2014b) reflete que a atitude empreendedora destes e destas jovens ainda está pouco desenvolvida. A pesquisa citada aponta limitações que condicionam esta dita atitude, *e.g.*, a capacidade de financiamento (ausência de histórico em capital e ativos que lhes promova credibilidade e segurança à banca), a falta de experiência descrita, a situação económica adversa, a carga fiscal, a escassez de informação e ainda a aversão ao risco e medo de falhar - que aqui operacionalizamos como ‘temor ibérico’. Todas as problemáticas apontadas polarizam uma cultura pouco empreendedora e que segundo os autores (IFDEP, 2014b) carecem de um meio estrutural estimulante, que aposte na educação através de novas práticas e modos de ensino. Os autores baseiam-se em Filion para fortalecer a importância do contacto com modelos empreendedores, quer em contexto familiar ou quando não é possível em contexto social, pois assim têm maior probabilidade de construir a determinante ‘atitude’ que compõe o perfil de um empreendedor e de uma empreendedora, sendo que este procedimento deve debutar-se sempre que possível nos mais jovens.

Não consta como objetivo deste trabalho analisar práticas pedagógicas, mas sim reconhecer perfis e contributos locais, todavia, entendemos ser basilar compreender a construção do empreendedorismo numa visão global e integradora. Após revisão da literatura, partimos do princípio que o empreendedorismo pode ser aprendido, pelo que importa descortinar os instrumentos que viabilizam essa aprendizagem.

Como se pode ensinar o empreendedorismo é uma questão que tem sido alvo de inúmeros posicionamentos. Quando a educação não pode se aplicar desde a infância, confrontamo-nos com a questão da educação em fase adulta. Monteiro (2013) assenta que a educação de adultos comporta novas habilitações e qualificações que traduzem sobretudo novas competências técnicas, acentuando que esta educação, numa visão mais ampla, para além de propósitos profissionais relacionados com o trabalho preenche também os quesitos de transformação e emancipação dos cidadãos e cidadãs. O confronto entre a ideia de que este é inato, pode ser aprendido ou ir sendo apreendido é uma das interrogações da investigação. O *modus operandi* de um empreendedor e de uma empreendedora, depende, segundo a redução fenomenológica de Schütz⁸²(1979), de factores endógenos ou exógenos da pessoa, *i.e.*, existem factores intrínsecos⁸³ que a levam à inspiração para criar, por outro lado os factores extrínsecos (novas experiência de vida) e toda a interação social que acrescenta à sua volta impele à concretização dessa motivação, como nos esclarece De Castro

“(...) tanto as ‘reservas de experiência’ quanto as ‘estruturas de pertinência’ são socialmente transmitidas, herdadas dos ‘predecessores’ - dos sujeitos que já as viveram - mas também são, permanentemente, elaboradas, reelaboradas, fundidas, desfeitas, num processo contínuo de ‘sedimentação’ que se conforma intersubjetivamente” (De Castro, 2012, p. 54).

Tomando estas premissas em *lato sensu*, reconhecemos que o mundo social é ilimitado, assim como as tentativas de explicá-lo e teorizá-lo. Neste corolário, o papel da fenomenologia é inegável, porque nos abre os horizontes à compreensão social. No limiar deste ponto de análise, importa-nos clarificar que a fenomenologia é uma perspectiva de base compreensiva e que nos permite sistematizar com fundamento palpável a nível científico, dados de natureza qualitativa, *i.e.*, analisar o modo de vida das populações objeto de estudo, a forma como estruturam o seu pensamento, interpretam e sentem as suas vivências num contexto de interação social, focando acima de tudo a experiência de vida dos e das agentes. Trata-se de uma atitude de reflexão do fenómeno que se nos depara como objeto de estudo - no caso, mulheres empreendedoras - através dos conhecimentos ônticos e ontológicos contidos e de uma reconhecimento destes perante novos objetos e novos fenómenos. O significado⁸⁴ (produzido através do conhecimento ôntico) e a significância⁸⁵ (produzida através da reflexão que se baseia no conhecimento ontológico do e da agente, por tal difere em cada qual traduzindo uma definição invisível a ‘olho nu’) produzidos no legado de Saussure (2013) vêm complementar a proposta fenomenológica.

A construção de conhecimento, Schütz (1979) assenta o seu arcabouço teórico na fusão dos horizontes de Weber (2010) - os tipos ideais como categorias de análise - e Husserl (1986) - o processo de redução fenomenológica -, resultando a tese de que a dimensão da experiência do e da agente se solidifica na disposição de três patamares: ¹ reservas de experiência (saberes herdados pela pessoa, sejam de natureza

⁸²Alfred Schütz (1899-1959) austríaco que transpôs a fenomenologia do alemão Edmund Husserl (1859-1938) para o campo da Sociologia, complementando premissas essenciais para a compreensão da capacidade cognitiva nas relações sociais entre grupos. A fenomenologia de Schütz, neste quadro, consiste em prover utilidade à consciência e cognoscibilidade dos indivíduos perante uma estrutura social, privilegiando o *logos* do agente.

⁸³Atente-se que estes factores intrínsecos relacionam-se com a sua ontologia, a sua vivência na infância e percepção do mundo, não com a sua transmissão genética contida à nascença como proposto em abordagens naturalistas.

⁸⁴Conhecimento imediato.

⁸⁵Conhecimento reflexivo.

prática ou teórica); ² tipicidade da vida quotidiana (modo pela qual a reserva de experiência lhe permite interpretar os factos e ou objetos) e ³ estruturas de pertinência (consiste na eliminação do solipsismo através da denominada redução fenomenológica). Este último patamar opera na reformulação de novas bases cognitivas, produzindo a tensão de consciência no e na agente e a sua reflexão, *i.e.*, a tramitação que altera a impressão original que se concretiza num estágio de duração singular a cada indivíduo (De Castro, 2012).

Schütz (1979) discerne neste processo - que apelida de 'síntese politética'⁸⁶ - o encontro de duas formas de experiência: a *Erlebnis* (experiência viva presencial) e a *Erfahrung* (experiência vivida e conservada pela memória). Sumariamos a esta explanação de cariz teórico-metodológico que o papel da experiência do e da agente, assim como os seus esquemas cognitivos são factores-chave para explicar o fenómeno do empreendedorismo.

Para Ferreira (2010) o empreendedor ou empreendedora é definido em termos de comportamentos e atitudes e não de traços de personalidade ou outras características inatas. Temos assim em atenção que o meio cultural e a educação, sobretudo desde a primeira infância. Na visão de Negas e Lobão (2014) o empreendedorismo é um conceito de vida e não unicamente um conceito identificado com a área de atividade. Trata-se de um conceito global, que está presente em todo o mundo, sendo também um conceito perpétuo e não geracional. Segundo os autores (Negas e Lobão, 2014) o sujeito (agente) deverá apresentar um elevado sentido de ética e responsabilidade, sendo o seu dever cívico contribuir para uma maior criação de valor na sociedade.

Sarkar (2010) questiona se as pessoas têm consciência para que serve o empreendedorismo, uma prática que existe desde longa data, mas que ganha um exponencial significado perante o contexto de globalização. Segundo adianta Sarkar, perante a forte concorrência e instabilidade de mercado, as empresas necessitam manter-se competitivas e só conseguirão fazê-lo se desenvolverem novas práticas e estratégias que lhes permita acompanhar a evolução.

Um importante marco desta análise é a sensibilização sobre a educação para o empreendedorismo. De acordo com a entrevista exploratória concedida por Sarkar, deve-se promover esta prática logo na pré-primária, onde se formam as primeiras bases do indivíduo. Já em contexto académico é importante ensinar para o empreendedorismo e não sobre o empreendedorismo. Atente-se que 'para' e 'sobre' no contexto apresentado traduzem paradigmas diferentes na dimensão da educação. Enquadramos neste discurso a proposta de Freire (2006) quando sublinha que mais importante que prover o 'peixe' (metaforicamente à necessidade presente de empregabilidade), as políticas sociais devem se concentrar em 'fornecer a cana e ensinar a pescar', a fim de assegurar uma subsistência futura fortificada e duradoura. O que se pretende no ensino para o empreendedorismo é motivar o ser-humano a colocar em ação as suas potencialidades, estimulá-lo a refletir e a reconhecer oportunidades.

É neste quadro que introduzimos a proposta de Fillion (1998) sobre constituir bases epistemológicas para ancorar uma nova ciência, a Empreendedologia. O autor propõe separar a teoria da prática, *i.e.*, o conceito de empreendedorismo reserva-se para as práticas experienciais, já o conceito de

⁸⁶A que corresponde a reflexão e coerência inferencial.

empreendedorologia dá nome à delimitação de epistemes a transmitir num processo pedagógico. Neste debate problematizamos as tentativas de introdução em cenários académicos dos programas de empreendedorismo. Polarizam-se atualmente, de forma multidisciplinar, inúmeras propostas didáticas inseridas sobretudo nos domínios da Gestão, da Economia, mas também e mais recentemente da Sociologia e até de outros ramos disciplinares. Todavia, a dificuldade reside em congregar um quadro de matrizes teóricas coesas, uma vez que se dispersam métodos e técnicas de ensino do fenómeno. Na teoria visionária de Filion (2008) este campo de estudos sem ‘casa própria’, carece de alicerces. Para o investigador o empreendedorismo é inexoravelmente um conceito aliado a uma prática, sem a qual não tem razão de existência, por tal, quem se propõe a ensiná-lo deveria conter também a sapiência da experiência vivida, *i.e.*, o ‘know-how’, num debate constante entre ação, técnica e ciência. O fenómeno analisado no domínio dos comportamentalistas enfatiza a hegemonia de quem o despoleta, *i.e.*, do empreendedor e da empreendedora. Filion (2008) determina que empreender é uma aprendizagem ao longo da vida, residindo na experiência acumulada do e da agente e no esquadriñar das denominadas competências transversais.

O empreendedorismo vem assim contribuir para a eclipse dos paradigmas tradicionais do ensino, quebrando o dogmatismo unilateral e abrindo portas para novos métodos de ensino que assentem em capacitar os estudantes a refletirem por si próprios, a desenvolverem as suas potencialidades e autonomia, num modelo heurístico produzido para um quadro de objetivos paradigmáticos. Este seria o roteiro para um domínio científico denominado Empreendedorologia (Filion e Laferté, 2003), debatendo a evidência da experiência em detrimento dos postulados teóricos residentes na academia. Remetemos a sua escolta no trabalho de campo visado nesta investigação.

Para atenuar os hiatos entre o ensino formal e o não formal, presentes na ambiguidade de interpretações do conceito, na dicotomia de posições entre domínios económicos e comportamentalistas (os quais assentamos como complementares neste esforço de conceptualização) e na pretensão de contribuir também, juntamente com outros tantos autores (Filion e Laferté, 2003; Boava e Macêdo, 2007) para a proposta de Filion, introduzimos nesta retórica o *storytelling*. Este termo surge-nos de modo globalizante, rompendo as barreiras da Língua, motivo pelo qual optamos por não traduzir a expressão e utilizar o conceito original conforme se difundiu.

Conforme enquadrado nesta temática por Vieira e Sales Oliveira (2016), o termo *storytelling* consiste na partilha de experiências de vida sobre ações empreendedoras. A prática do *storytelling* utilizada para disseminar as práticas do empreendedorismo engloba um apetrecho de conhecimentos empíricos, válidos para enriquecer a temática em reflexão. Se a pretensão é ensinar empreendedorismo, não podemos descurar os e as protagonistas que o praticam e experienciam quotidianamente esta matéria. São eles e elas que têm a idoneidade de transmitir factos, realidades em torno do fenómeno. Reforçamos a necessidade de polarizar experiências reais através de modelos de referência⁸⁷, também referenciados como *role models*, *i.e.*, os novos e as novas empreendedoras carecem de mentores para auxiliar as suas práticas, bem como despoletar as suas motivações e conseqüentemente os seus perfis. O contributo do *storytelling* vem permitir

⁸⁷A este propósito sublinhamos a escassez de modelos de empreendedores em Portugal, sobretudo ao nível do género feminino. Recordemos a conjuntura elencada por Stenson e Lundström (2005) de países com fortes modelos (Suécia, Finlândia e Holanda), que estimulam a criação de novos e novas empreendedoras, já registado no anterior ponto de análise.

resolver a dicotomia entre prática e teoria. A sua instrumentalização aliada a contextos práticos, permite assimilar o ‘bom’ e o ‘mau’ do ato de empreender, *i.e.*, as boas e as más experiências empreendedoras. Na ênfase de empreender muitos erros se cometem e são esses mesmos erros que constituem fonte de conhecimento para (re) formular ações futuras. Posto isto, entendemos que a aprendizagem fica mais enriquecida na partilha dos erros e dos fracassos que se cometem ao nível das atividades, uma vez que permitem refletir sobre causalidades e premeditar melhores práticas.

No contexto atual de globalização e de acordo com a retórica explorada neste trabalho, as organizações procuram diversificar, *i.e.*, desenvolver novas práticas que cativem clientes, nomeadamente diversificações concêntricas⁸⁸ ou até mesmo diversificações conglomeradas⁸⁹ (Berger e Quinney, 2005). Neste prognóstico, algumas empresas já praticam o *storytelling* entre empresas de modo a detetar necessidades de mercado. Este ‘modelo pedagógico’ que nasce em contexto informal, tem vindo a constituir objeto de aperfeiçoamento em busca de troca de saberes. Berger e Quinney (2005) anuem que a perspetiva interventiva do *storytelling*, assumido na análise de narrativas provenientes da experiência humana, poderá contribuir para a reflexão e para uma mudança social exigida na evolução de mercados globais.

Aventamos que a prática constante deste tipo de comunicação a nível empresarial poderá produzir sinergias entre empresas, originando o que se apelida de coopeção (Kirzner, 1973, Czakon, 2009), um conceito que traduz a conjunção da competição com cooperação, promovendo uma convivência saudável na realidade dos mercados atuais.

Numa relação académica, o *storytelling* também tem elencado vantagens, pois possibilita uma seleção de conhecimentos partilhados *ipsis verbis* por um empreendedor ou uma empreendedora, cujo conteúdo informal recolhido é alvo de cuidada análise para construção de validades científicas e assim contribuir no ensino para o empreendedorismo. Polleta et al. (2011) reconhecem vantagens e desvantagens nesta prática, uma vez que, se por um lado a experiência narrada pode servir para motivar o próximo, promovendo uma cultura para o empreendedorismo, por outro lado essa mesma história pode estar envolta em sofismos de quem a interpreta, assim como pode não se adaptar ao contexto de quem está a ser transmitida. Não obstante, os autores (Polleta et al., 2011) postulam que o *storytelling* transmite experiências reais, produzem explicações estruturadas que só mesmo em contexto prático se adquirem e premeditam comportamentos futuros mais saudáveis no contexto empresarial. Lefsrud e Jennings (2013) corroboram que a investigação académica acerca do *storytelling* comprova que boas histórias auxiliam o empreendedor e a empreendedora na elaboração de melhores modelos de negócio.

Uma técnica utilizada é a prática corrente do *mentoring* em associações de fomento do empreendedorismo. Os mentores e as mentoras, são agentes experientes com algo a dar aos restantes membros. O conceito remete à partilha de um empreendedor ou de uma empreendedora da sua experiência, bem como ao acompanhamento de agentes que iniciam o seu processo no empreendedorismo, procurando deste modo facilitar o percurso destes e destas. A prática de *mentoring* acaba por se assemelhar aos objetivos do conceito de *storytelling* (partilha de *know-how*, experiências boas e menos boas), todavia o

⁸⁸Consiste na inovação com introdução de novos produtos / serviços no mercado, aproveitando a mesma tecnologia e os mesmos recursos existentes dentro de uma empresa.

⁸⁹Consiste na inovação total de produtos e serviços com introdução de novos recursos cuja empresa terá que adquirir.

primeiro traduz um contacto mais permanente e contínuo com os novos e as novas empreendedoras. O mentor ou a mentora traduzem um modelo de referência, sendo relevante acrescentar que nesta temática, existem mais mentores do sexo masculino do que do sexo feminino (Vericat, 2013). Torna-se assim perlocutório que existam mais *role-models* no feminino a representar o universo empreendedor.

De acordo com Castells (2006) encontramos-nos na era da informação e de uma sociedade em rede. A partilha de *know-how* entre empreendedores e empreendedoras está assim facilitada, sobretudo através da internet. Jenkins (2008) faz a abordagem do *storytelling* relacionando-o com uma cultura de convergência. Utiliza-o através de recursos internauticos, mais especificamente, da prática de *networking*. Para o autor, esta prática permite adquirir conhecimentos globais que contribuem para impelir o empreendedorismo de forma organizada em ambiente local. Lundström e Stevenson (2005) reforçam este enfoque, introduzindo o TPM - Technology, Product and Market - que consiste em interligar a tecnologia com os produtos no mercado. Conforme observamos nesta retórica o *storytelling* poderá apresentar-se como uma prática presencial e síncrona, onde interagem diretamente o orador - aquele que partilha a experiência - e o seu público - os que têm interesse em retirar conhecimento para produzir debate e ilações futuras. Poderá também assumir uma apresentação assíncrona através da internet e dos recursos aos sistemas audiovisuais.

O *storytelling* permite-nos acumular saberes traduzidos para um viés teórico, destarte, atendemos que poderá constituir novos paradigmas no acervo teórico em construção. Tal como outros anglicismos provenientes dos países mais desenvolvidos, as práticas do *storytelling* já se vão integrando na sociedade ocidental. Consideramos premente introduzi-las neste estudo. O conceito utilizado despertou-nos atenção e curiosidade de investigação após uma visita exploratória às práticas pedagógicas vigentes nas aulas de Empreendedorismo na Universidade de Barcelona⁹⁰.

Nesta sequência interessa-nos, e numa breve alusão, familiarizarmo-nos com a demais linguagem utilizada em torno do empreendedorismo, *e.g.*, o *coaching*⁹¹, o modelo Canvas⁹², o Elevator *Pitch*⁹³ o poder

⁹⁰Vide entrevistas realizadas na região, bem como os eventos, cursos e seminários assistidos, os mesmos já elencados no segundo ponto deste mesmo capítulo.

⁹¹O termo *Coach* existe desde longa data (sec. XVI), tendo assistido a uma evolução de práticas. Existem variadas formas de *Coaching*, contudo, neste contexto, aplicamo-la com o objetivo de promover comportamentos de confiança para empreender, através de dinâmicas de grupo. Trata-se de uma técnica que incita ao poder interior do indivíduo e a melhorar a sua *performance*.

⁹²O Modelo de Canvas (Osterwalder e Pigneur, 2010) propõe construir esquemas de negócios segundo nove elementos essenciais - internos e externos: Segmentos de Clientes, Proposta de Valor, Canais, Relacionamento com Clientes, Fontes de Receita, Recursos Principais, Atividades-Chave, Parcerias Principais e Estrutura de Custos. Trata-se de uma ferramenta para organizar atividades novas ou existentes, sendo baseado sobre um modelo ontológico e social. É cada vez mais utilizado a nível mundial, corroborando esta informação com os contactos obtidos em Espanha (Barcelona, Sevilha, Cádiz), bem como com outros especialistas.

⁹³O Elevator *Pitch* (Crosby, 1981), já por nós sugerido, consiste em adotar as melhores técnicas de comunicação para se alcançar os objetivos pretendidos. O seu sucesso depende da sua mensagem estratégica. Esta prática é habitualmente utilizada como modelo para cativar investidores para uma ideia *Start-up* que se pretende colocar no mercado. Iremos aqui propor a sua exercitação em apenas quatro momentos a que operatoricamente apelidamos de DICA, *i.e.*, acrónimo de Despertar (o interesse do ouvinte), Incentivar (o investidor a analisar), Captar (a atenção para o potencial da atividade apresentada) e aplicar (o investimento na atividade).

do *storytelling*⁹⁴ como ferramenta prática, o papel dos *stakeholders*⁹⁵ que propõe retrair um dos maiores obstáculos a empreender - temor ibérico⁹⁶ -, o recurso a técnicas de *benchmarking*⁹⁷, as campanhas de *crowdfunding*⁹⁸, campanhas de *crowdsourcing*⁹⁹, a utilização de ferramentas *networking*, entre outros anglicismos fluentes num linguajar universal, com efeito *mainstream* na envoltura do empreendedorismo. Estes instrumentos integram-se como neologismos contínuos num processo de empreendedorismo. O *know-how* anglo-saxónico, entendido como fruto globalizado, aplica-se às conjunturas de diferentes países, desta feita, do global para o local. Assentamos neste discurso que o *storytelling* poderá ser uma ferramenta estratégica para comunicar, aprender a atuar e disseminar uma cultura empreendedora. Porém, existem variadas formas de comunicação, e.g., curtas, ou longas, desde que adequadas a cada objetivo específico.

Da panóplia registada, daremos maior desenvolvimento - para além do *storytelling* - a dois elementos que pela sua premência se destacam nos objetivos do trabalho: o modelo de Canvas e a importância dos *clusters*¹⁰⁰.

No seguimento e uma vez que é um dos modelos mais atuais, expomos neste trabalho o modelo de Canvas (Osterwalder e Pigneur, 2010) que implica a organização de nove elementos-chave para construir um modelo económico, *i.e.*, quando se pretende implementar uma ¹proposta de valor (oferta) há que considerar o ambiente interno (²a rede de trabalhadores que proporcionam as ³atividades-chave e os ⁴recursos-chave existentes na estrutura, assim como a ⁵estrutura de custos dos mesmos) e o ambiente externo (⁶identificar os clientes alvo para organizar a ⁷relação com estes, ⁸os canais de distribuição e comunicação e o prognóstico de ⁹fonte de receitas). A esta *framework*, surgem novas proposições desenvolvidos pelos mesmos autores (Osterwalder e Pigneur, 2010) com finalidade de adaptar a gestão estratégica ao nível da evolução de cada atividade. Os modelos de negócios representam todo um conjunto de prioridades para promover as boas práticas de um carácter emergente como é a prática do empreendedorismo como mote de desenvolvimento económico, social, cultural e político de um país.

⁹⁴O *storytelling* (Jenkins, 2010), neste ponto desenvolvido, trata-se de uma arte apurada de narrativa. Consiste num esquema de interação e cruzamento de saberes entre empreendedores, avesso à teorização excessiva e voltado para o reforço da experiência enquanto conhecimento útil ao próximo. É um processo cada vez mais utilizado, através de reuniões de grupos distribuídos por setores com os mesmos interesses - numa rede de *clusters* -, para uma troca de experiências que serve de aprendizagem e motivação contínua para desenvolver atividades. Segundo observações empíricas, determina-se que gere 'apetite' para empreender, uma vez que o sucesso de uns influencia a vontade de outros.

⁹⁵Intervenientes num processo de negócio, e.g. clientes, fornecedores, investidores, trabalhadores, quaisquer outros agentes da sociedade que têm algum interesse num determinado negócio. A teoria do *Stakeholder* foi iniciada por Freeman (1984) e propõe uma estratégia para somar a visão económica à visão sociológica e política da sociedade, influenciando os processos de tomada de decisão de uma empresa /negócio. Através do maior número de *stakeholders*, consegue-se obter o feedback mais completo possível acerca das necessidades atuais de mercado e acerca da aceitação de um produto ou serviço, permitindo deste modo adaptar ou aperfeiçoar o modelo de negócio, evitando assim maiores riscos de falhas.

⁹⁶Atente-se a esta problemática cultural que é observada e transmitida através das entrevistas a especialistas e que será por tal alvo de maior consolidação através de pesquisa empírica.

⁹⁷O *Benchmarking* (Watson, 1914) é uma ferramenta para comparar as melhores empresas de ranking mundial e favorece a elucidação de boas práticas a adaptar em cada caso concreto.

⁹⁸Trata-se de um financiamento coletivo, espécie de mecenato, para colocar em prática um projeto, uma ideia, com uma retribuição em espécie dada por quem recebe para quem dá, existindo uma troca de subvenções.

⁹⁹Trata-se de uma contribuição de serviços terciários perante outras entidades, *i.e.*, consiste numa troca de serviços.

¹⁰⁰Consiste num grupo ou associação de indivíduos com propósitos comuns, com a finalidade de desenvolver o conhecimento partilhado acerca das suas atividades por norma a melhorá-las e assistir à demanda de mercado.

Baptista e Leitão (2015) reportam-se à emergência do desenvolvimento local na perspetiva de que a interação e a comunicação entre redes de *clusters* por *ad hoc*, acopladas por interesses comuns, poderá ser a chave para encontrar perfis de capital humano vocacionado para ditar a evolução económica focalizada por regiões. No observatório europeu (ECO, 2016) frisa-se a importância da regionalidade, uma vez que pressupõe um ecossistema específico e sob o qual deve ser contextualizado as ações empreendedoras, do local para o global. A troca de conhecimento, segundo o relatório apurado, é mais frequente entre o denominado ‘*Gazelles*’ - empresas com menos de cinco anos e que revelaram um crescimento exponencialmente rápido revelando o efeito produzido pela interação das redes de *clusters*.

Na premissa que nos orienta - o pensar global para empreender local, o *storytelling* tem uma função disseminadora fundamental. Atendemos que a sapiência global, se for seleta e bem gerida ao contexto específico, contribui para o desenvolvimento local. A interpretação dos testemunhos disseminados pelo *storytelling* criam condições para uma estruturada análise de mercado antes de se exercitar uma ideia empreendedora.

As teorias construtivistas (Simmel, 1981; Liu e Chen, 2010; Argento, 2012; Wink, 2014), as metodologias fenomenológicas (Schütz, 1979; Wagner, 1979; Husserl, 1986; Derrida, 1996; Boava e Macêdo, 2007; De Castro, 2012; Nicory e Souza, 2012; Silveira et al, 2012b) e a sociologia compreensiva (Câmara, 2006; Jahnke, 2009; Weber, 2010; Scheffer, 2013; Garfinkel, 2015) complementam que nas práticas educativas para o empreendedorismo é premente engajar protagonistas, intervenientes no processo empreendedor com o papel do educador e da educadora.

Alexander (2004) defende ser na raiz cultural de um povo que se encontram os seus hábitos e é a partir deste reconhecimento que podemos quebrar estruturas e reeduca-lo culturalmente. O papel da cultura e da educação são neste cenário indispensáveis para sensibilizar, impelir, despoletar e incentivar a empreender. Combater o temor da incerteza por uma sociedade mais informada e mais empoderada, consiste numa tarefa complexa. Ao nos debruçarmos sobre este tema, não podemos deixar de registar a dimensão policrónica da cultura (Hall, 2011), uma vez que nas questões de género trabalhamos a atenção a múltiplos objetivos, *i.e.*, a integração da vida pessoal e os seus contornos e a integração da vida profissional e os estereótipos presentes.

A avaliação aos países BRICs¹⁰¹ conclui que as atitudes empreendedoras são afetadas pelos traços culturais de um local. Utilizando o GEI¹⁰²(2017) como instrumento semelhante ao GEM, apura-se que existe mais empreendedorismo motivado por necessidade do que por oportunidade e tal relaciona-se, para além do paradigma estrutural existente, com factores culturais reproduzidos pelos autóctones dessas regiões. Aventamos que a cultura se transmite através da osmose produzida pela agência - enquanto agentes de ação no processo- e fortifica-se na estrutura, que irá ter o papel de espelhar essa mesma cultura.

Retomando a retórica da proposta de uma nova ciência, Empreendedologia - como pertinente contributo à educação - elencamos a proposição de Kuhn (2001) refletindo em que medida poderá contribuir para segmentar a prática da teoria no empreendedorismo. O empreendedorismo trata-se mais de uma

¹⁰¹Agrupamento de países em desenvolvimento, fundados pelo Brasil, Rússia, Índia e China.

¹⁰²Global Entrepreneurship Index.

prática, de um modo de ser e estar na vida, conforme já o enquadrámos, à qual se valoriza a transmissão de modelos de referência e práticas de *storytelling* para transmissão de saberes de quem o experiencia. Todavia, também carece de uma organização de epistemes que possam constituir base para trabalhar a temática. É neste sentido que o sociólogo Fillion (1999) enceta a proposta de atenuar o ecletismo do fenómeno e constitui-lo com casa própria, reunindo matéria para desenvolver-se. Sobre os cânones de uma construção científica Sousa Santos *et al.* (2004) defendem tratar-se de um processo de democratização interno relacionado ao reconhecimento da necessidade de divisão disciplinar bem como ao modo como os próprios cidadãos e cidadãs - que vão consumir a nova ciência - toleram a adversidade. Partimos do princípio axiológico de que a ciência não é finita e absoluta, por tal também não poderá ser estanque. Não obstante, a mudança requer tempo, conciliação de epistemes e aceitação. Cremos que nos encontramos ainda em fase de pré-paradigma, uma fase de rescaldo, uma vez que o próprio Fillion (1999) entende que a Empreendedorologia carece de maturação.

III - A Mulher Empreendedora Contemporânea: Origens e Circunstâncias

«Uma sociedade que não educa as suas mulheres é como uma pessoa que apenas treina a mão direita»

Platão

3.1. Evolução histórica e social da mulher na sociedade ocidental

No primeiro capítulo deste trabalho versámos a problemática de género e o desenvolvimento da sociologia do trabalho, elencando as teorias que basilarão este estudo. No segundo capítulo trabalhamos o viés teórico do conceito de empreendedorismo. Neste terceiro capítulo não poderíamos avançar para recolhas empíricas sem primeiro aprofundar o papel da mulher no passado e no presente, numa completude ao breviário das questões de género que encetou este estudo. Não se trata de retomar o primeiro ponto do primeiro capítulo, mas sim de fortalecer o enquadramento do objeto de estudo - mulheres - e preparar o caminho para a compreensão do conteúdo da recolha empírica e o papel das mulheres enquanto empreendedoras.

Procuramos neste ponto integrar a trajetória das mulheres com o objetivo de, hoje, num quadro de globalização, compreender o seu contributo no mercado de trabalho e por conseguinte o seu impacto social, económico e político.

O desenvolvimento histórico-social da luta das mulheres, quer pela igualdade, quer pelo reconhecimento de direitos não só no trabalho, mas de modo global nos diversos pilares da sociedade, tem vindo a obter avanços, embora de forma lenta e sofrida. Recorde-se, segundo Ferreira da Silva (2008), que a primeira convenção do direito ao voto da mulher surge na Nova Zelândia em 1893. Só em meados de 1944 se expande em França e de modo geral pelas nações do ocidente. Em Portugal e conforme reitera a autora, só a Constituição de 1976 garantiu o pleno direito ao voto a todas as mulheres, casadas e solteiras, maiores de idade. O direito ao voto é considerado a primeira e principal conquista dos movimentos feministas a nível mundial.

Não podemos deixar de registar neste enfoque histórico a memória de algumas figuras portuguesas que cunharam a luta pelos direitos das mulheres (Tavares, 2008), e.g., Adelaide Cabete¹⁰³, Ana Castro Osório¹⁰⁴, Catarina Eufémia¹⁰⁵, Maria Lamas¹⁰⁶, Carolina Beatriz Ângelo¹⁰⁷, Carolina de Vasconcelos¹⁰⁸, as Três-Marias¹⁰⁹ - Maria Teresa Horta, Maria Isabel Barreno e Maria Velho Costa e Maria de Lourdes

¹⁰³(1867-1935) Médica em Elvas, reivindicou o descanso antes do parto, o direito ao voto e presidiu o Conselho Nacional de Mulheres Portuguesas.

¹⁰⁴(1872-1935) Feminista, escreveu o Manifesto 'Mulheres Portuguesas'.

¹⁰⁵(1928-1954), feminista, é assassinada a tiros no Alentejo por reivindicar os seus direitos no trabalho.

¹⁰⁶(1893-1985), ativista e jornalista que percorreu o país para conhecer e defender a melhoria das condições de vida das mulheres.

¹⁰⁷(1878-1911), Médica, primeira mulher a votar em condições especiais (por ser viúva) em 1911, ano em que faleceu.

¹⁰⁸(1851-1925) Escritora, primeira professora universitária em Portugal (universidade de Coimbra).

¹⁰⁹Feministas, autoras das edições do ensaio histórico 'Três-Marias - Novas Cartas Portuguesas', Maria Teresa Horta (1937) chefe de redação da revista 'Mulheres', Maria Isabel Barreno (1939), feminista e formada em História da Filosofia e Maria Velho da Costa (1938), escritora.

Pintassilgo.¹¹⁰ Na região do Algarve, destacamos Maria Veleda¹¹¹, Adelina da Glória Berger¹¹² e Maria Keil¹¹³. Na sua investigação, Tavares (2008) realça o episódio caricato da prisão de Maria Lamas à chegada do Aeroporto de Lisboa, quando regressava de um Congresso Mundial em Copenhaga (1953). Juntamente com esta, foram detidas outras tantas mulheres que incentivavam marchas grevistas em prol de aumentos salariais para as mulheres, e.g., Maria Keil (já aqui citada), Maria Alice Silva, Maria Sofia Dias Coelho, Leonor Casimiro, Maria da Conceição e sua filha de quatro anos. Durante este período de repressão e por causas similares morre Catarina Eufémia, em 1954. Muitas mais personagens ficam por citar, todavia importa esclarecer que não é o propósito deste estudo, apenas se funde como base complementar neste ponto alusivo, revisitando o passado para problematizar o presente.

Alvim *et al.* (2002) recordam que desde sempre as diferenças entre homem e mulher se aliam a uma discriminação sexual de funções, *i.e.*, numa família o pai é a autoridade e a força de trabalho e a mulher é apenas a sua sombra, limitando-se às incumbências domésticas, tendencialmente invisíveis. Na mesma linha, Santos (2010) recolhe os resultados de diversas investigações para assumir que os traços associados ao homem são dominância e à mulher dependência, resumindo-se a uma sociedade patriarcal, pensada e materializada pelo homem e para o homem de forma globalizada.

Não obstante, Almeida (1994) reforça que o que se pensava serem atributos naturais - mulheres passivas e homens ativos - vem a revelar-se apenas uma noção histórica, cultural e socialmente localizada, com tendência à sua desmistificação. No nosso enfoque conceptual já exposto, esta evolução reside no conceito de poder (Lukes, 2004; UERJ, 2013). Atendemos que este conceito tem forte presença nas análises sociológicas diante dos diversos ângulos de observação. Conforme já citado (UERJ, 2013), poder na posição weberiana é a capacidade de impor a sua vontade mesmo contra a relutância dos outros, dentro de uma relação social. Lukes (2004) elabora uma proposta para o conceito, fundamentada em três dimensões: a primeira é centrada na ação política oligárquica e nos processos decisórios (unidimensional - visível), a segunda já analisa o próprio rebatimento de algumas questões políticas, através da maestria do que denomina 'forças sociais ocultas' (bidimensional - escuso), já a terceira incide sobre o poder ideológico, em que prevalece a hegemonia de uns sobre outros (tridimensional- invisível). Sobre esta última dimensão encontramos conexão nesta abordagem de género, na medida em que as mulheres se sujeitam a uma cultura enraizada, dita patriarcal. Todavia cuidamos que as propostas de Lukes para conceptualizar poder processam-se em contexto isolado e localizado, não levando em conta as probabilidades da própria interação social globalizante. No complemento surge-nos Bourdieu (Wacquant, 2002; UERJ, 2013), que caminha pelos trilhos de Weber e que, rejeitando os reducionismos marxistas de classe, se propõe a desmistificar os mecanismos obnubilados do poder. Para o autor (Bourdieu, 2013) o poder traduzido nas hierarquias sociais é permanentemente confrontado pelas práticas sociais, *i.e.*, depende de uma cultura de *praxis*, logo sujeito a mutação.

¹¹⁰Já citada no primeiro ponto do primeiro capítulo, que enceta a temática de género.

¹¹¹(1871-1955) Natural de Faro, Veleda é pseudónimo de Maria Carolina Frederico Crispim, é professora, jornalista, livre pensadora e republicana, dirigente do primeiro movimento feminista português.

¹¹²(1865-1922), natural de Lagos, fundadora do núcleo de Lagos da Liga Republicana das Mulheres Portuguesas.

¹¹³(1914-2012) Natural de Silves, feminista e pintora da segunda geração de modernistas.

Que fique assente que o desenvolvimento do conceito de poder neste estudo, segue a proposta de Pintasilgo (Carrilho, 2015) e diz respeito à conscientização e visibilidade das desigualdades sociais e ao empoderamento das mulheres ao colocarem em prática o seu potencial, contribuindo ativamente, no papel de empreendedoras, para uma sociedade em desenvolvimento.

Doravante, seguimos uma retórica pós-feminista na qual Magalhães e Alvarez (2013) caracterizam as repercussões mais fortes na sociedade contemporânea. Nestes trâmites, valorizam a a mulher informada, empoderada e capacitada para triunfar num mundo (ainda) dominado por homens.

Retrocedendo ao primeiro cenário (século XIX) e tal como hoje, as mudanças laborais ocorreram velozes, surgem os processos de industrialização e os avanços tecnológicos nos países europeus e com isto o progresso económico.

Para Tavares da Silva (1983), o movimento a favor da emancipação da mulher em Portugal, é entendido como a tomada de consciência do valor da pessoa, como definição do seu papel na sociedade, e como contestação e revisão de preconceitos e limitações até aí impostos à mulher. É uma causa que progressivamente toma corpo, subitamente respalda um vigor quase inesperado num país, onde nem lutas sufragistas - típicas de outras culturas - nem movimentos radicais pelos direitos das mulheres, jamais se tinham feito sentir de forma tão organizada, enfatizando um cenário misto de vozes femininas e masculinas (embora estas últimas em menor proporção).

Cogitamos que os movimentos das mulheres não são relevantes para a Sociologia apenas pelo facto de fornecerem material de pesquisa. Os Estudos de Género também identificaram fraquezas nos modelos estabelecidos do pensamento sociológico e procuram por tal desenvolver novos conceitos que nos ajudem a entender a relação de género e poder (Pereira e Santos, 2012). Se cruzarmos estas informações com a Sociologia do Trabalho, como é pretensão neste estudo, iremos chegar a problemáticas de análise mais aprofundadas de utilidade premente na ciência, sobretudo acerca do impacto da mulher empreendedora na sociedade civil e no que a mesma sociedade reclama para a construção do seu equilíbrio e desenvolvimento sustentável.

Conforme nos sublinha Ferreira da Silva (2008) foi, no entanto, necessário esperar pelo século XX para perceber que a ideia de que as diferenças entre homens e mulheres resultam de relações de poder, e não de quaisquer predeterminações biológicas. Compreender que a mulher, enquanto ser-humano tem direito de cidadania e se constitui como princípio de interpretação da realidade social, vem alargar o ângulo de visão da sociedade.

Para Sousa Santos (2012) a mulher do século XXI tem vindo a ganhar cada vez mais espaço no trabalho, na política, na sociedade e na economia, com o compromisso de manter a sua identidade perante uma nova forma de viver, pensar e agir. A mulher despertou e conscientizou-se de que necessita mais do que lhe era votado para se realizar enquanto pessoa, enquanto 'eu'.

“Quando Betty Friedan falou pela primeira vez do ‘problema que não tem nome’, há mais ao menos um quarto de século’ queria dizer que ser uma esposa e mãe não era suficiente para dar a vida plena pela qual muitas mulheres, quase sem sabê-lo, ansiavam” (Giddens, 2002, p. 199).

Através da publicação de Magalhães e Alvarez (2013), entendemos o conceito de autonomia nas teorias feministas como instrumento capaz de marcar as especificidades, estímulos, oportunidades e contingências de um tempo e de um espaço social. Esta autonomia resume-se no poder resolutivo, transformador e de resistência da agência individual, pela expressão autónoma do *self*. Uma vez mais focamos a teoria da escolha racional marcada pelo poder do agente em decidir agir ou restringir a sua ação perante determinada estrutura social. Concentramos neste compêndio, a problematização de género no poder de decisão consciente das mulheres. Os autores acima citados corroboram que a discussão do *self* é uma linha estratégica nas teorias feministas, sendo que tem vindo a rejeitar as características culturalmente dominantes - em maioria provindas da filosofia kantiana - e que se reduzem a uma natureza homogénea e a uma única voz desligada das relações interpessoais.

A mulher ciente das suas capacidades, do seu 'eu', é muito mais do que a tradição - já ultrapassada - lhe reservou. Tavares da Silva (1983) refere que a independência económica é a vitória da propaganda feminista, uma vez que a mulher independente pelo seu trabalho adquire poder para tomar as suas próprias decisões, traçar o seu futuro, criar ambições e posicionar-se num espaço social mais vasto. A este propósito Lumier (2008) reafirma que os hábitos de esquematização ao nível dos aparelhos organizados numa estrutura necessitam de novas ideias e de novos valores, *i.e.*, não existe a criação de um simbolismo novo sem a afirmação de novas posições que inspirem condutas coletivas efervescentes e que provoquem uma reestruturação. E mais acrescenta que a resistência à mudança é uma 'corrente cega'. A mulher alarga o seu âmbito de atuação social e isso é cada vez mais visível. Reclama-se a mudança de paradigma, e com ele muitas outras alterações são necessárias de reajustar.

Retomando a pretensa constatação do desenvolvimento da representatividade da mulher na sociedade, Simmel¹¹⁴ (1981) tem um ponto de vista interessante e muito próximo do que pretendemos resumir no quadro evolutivo da mulher. Conforme nos transmite Ferreira da Silva (2008), Simmel defendia que a sociedade deveria reforçar-se como grande estrutura complexa e racional que é, uma vez que tende a ameaçar a liberdade de funções de um indivíduo, condicionando-o a um espaço social limitado. Entendemos desta asserção que, apesar de a mulher conquistar a sua liberdade, a sociedade tem ainda que preparar-se para a aceitar.

A este propósito e ao aproximarmo-nos do cenário contemporâneo, deparamo-nos com o facto que as preocupações de igualdade de género se transferem cada vez mais a nível académico. A expressão feminismo dá lugar aos 'estudos de género'. Por outro lado, um aspeto positivo é que a temática passa a ter mais reprodução académica e com valiosos contributos.

Em 1991 nasce em Portugal a APEM - Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres - que desde 1999 publica a sua revista *Ex aequo* com artigos científicos sobre a problemática de género. Conforme atesta Schouten (2012), no ensino português a temática de género conquista lentamente o seu lugar nos planos curriculares: nasce o primeiro Mestrado em Estudos sobre as Mulheres na Universidade Aberta, a Sociologia

¹¹⁴(1858-1918) Sociólogo alemão, seguidor de Weber, desenvolve a sociologia formal, integra-se no interacionismo simbólico e na perspetiva construtivista do conhecimento (Simmel, 1981).

de Género tem lugar como unidade curricular em diversas instituições, entre outras disseminações decorrentes do foro científico nas universidades.

As produções científicas ganham assim espaço para ser pensadas no masculino e no feminino. Santos (2010) chama a atenção para o facto de a sociedade ser pensada no masculino como totalidade equitativa, limitando a apreensão de significados especificamente femininos - votados às idiossincrasias de ser mulher - em contraposição com os significados masculinos, mais amplos e universais. Destarte, Pereira (2012), na sua tese, procura enquadrar novas epistemologias à importante temática de estudos de género através da prática etnometodológica de um grupo de alunos participantes, afastando deste modo a dicotomia sujeito-objeto na construção de conhecimento. Nesta continuidade Pereira e Santos (2014) defendem que o debate e a crítica são elementos vitais e generativos na produção neutra de género, postulando os dois prismas - masculino e feminino - e que a análise de temas que fujam aos cânones da produção feminista - como no presente estudo procuramos encontrar o perfil identitário da mulher no papel de empreendedora - tem contribuído muito para a atualização de conhecimentos nos estudos sobre mulheres, género e feminismo. Mais reforçam que não estamos perante um objeto de estudo acabado e é necessário a construção contínua e reflexiva *sine qua non* não se enriquece e preenche o conhecimento científico desta temática.

Ainda antes de terminarmos este ponto, e como o mesmo é maioritariamente dedicado ao domínio histórico, consideramos pertinente analisar a citação que enceta o capítulo, propositadamente pensada a este enquadramento. Platão¹¹⁵, apesar de suas boas intenções, figura a mulher como a mão esquerda da sociedade. Entre destros e esquerdistas, ou ainda ambidestros, informação que não conseguimos apurar junto de entidades de tratamento estatístico, desconhecemos a proporção representativa por sexo. Todavia, em termos de população encontramos a população feminina em maioria (Worldstate, 2015). Em termos simbólicos, entendemos que os destros se encontram como universais, os esquerdistas secundários, não estando em causa, ressalve-se, o potencial de cada qual. Logo, Platão, não desvalorizando o seu contributo e sua capacidade visionária numa época longínqua, acaba por ainda assim colocar a mulher como elemento secundário - embora necessário - numa sociedade claramente patriarcal.

3.2. A Mulher no mercado de trabalho

Em retrospectiva histórica abordemos os obstáculos ultrapassados e os que ainda estão por ultrapassar no presente atual e no futuro próximo, constatemos os avanços na matéria e localizemos a mulher no mercado de trabalho, quer seja de modo autónomo quer por conta de outrem.

Neste propósito, observamos indicadores históricos que plasmam alguma evolução da mulher no mercado de trabalho em Portugal, ao largo de quatro décadas.

¹¹⁵Filósofo grego do primeiro século d.c., cuja obra carismática é até hoje referenciada.

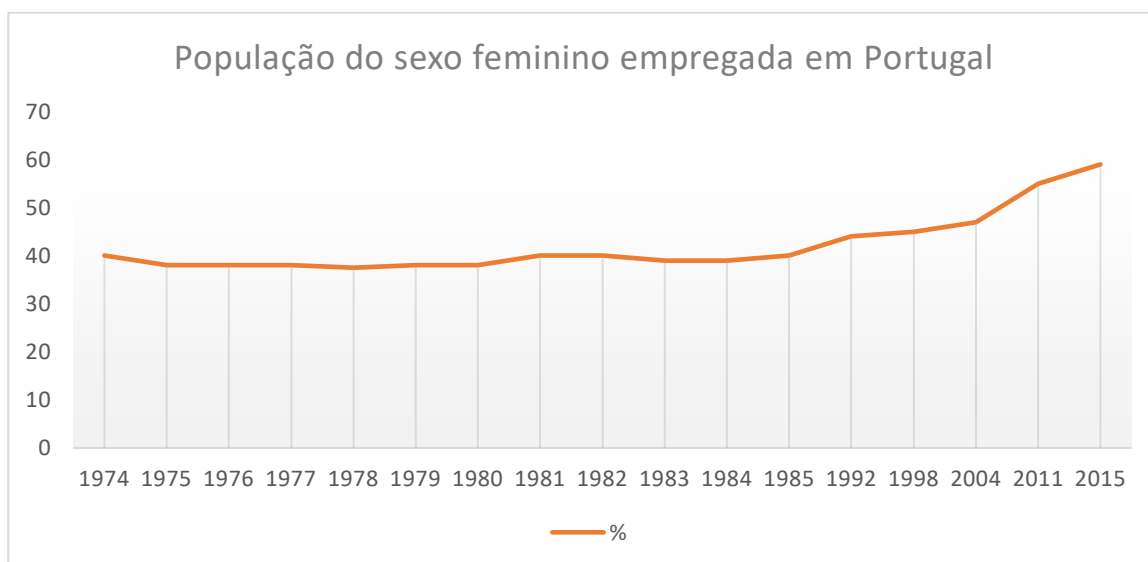


Gráfico 6 - Evolução da participação feminina na taxa laboral (PORDATA, 2016a)

Ainda que só recolhidas contagens a partir de 1974, sabemos que a integração das mulheres no mercado de trabalho surge a meio do século XIX em concomitância com a ocorrência de períodos turbulentos e de guerras políticas pelo poder, a nível mundial e ocidental, provocando necessidades económicas. Neste cenário, a mulher, e por falta de recursos humanos masculinos, avança forçosamente para outros papéis sociais. Alvim *et al.* (2002) recordam quanto a Europa do século XX foi profundamente marcada por esta tendência. O desvio dos homens para a frente da batalha propiciou a ocupação na retaguarda pelo elemento feminino, pelo que tarefas tradicionalmente masculinas - trabalho remunerado que provia o sustento da família- passam a ser executadas por mulheres. Doravante, a mulher começa a tomar consciência das suas capacidades e da imprescindibilidade de igualar os seus direitos aos do sexo oposto, denunciando atropelos e exigindo um novo espaço na sociedade.

Recorda-nos Casaca (2008) que a participação da mulher no mercado de trabalho em Portugal adquiriu particular estímulo na década de sessenta, face aos elevados níveis de pobreza e pela necessidade de reforçar os rendimentos do agregado familiar. Conforme transmite a autora, esta participação tem vindo a aumentar na Europa, sobretudo através do desenvolvimento dos serviços - setor terciário¹¹⁶ - e da demanda de flexibilidade laboral por conta das exigências do fenómeno da globalização. Não obstante, Tavares (2008) chama a atenção de que enquanto assistimos a uma feminização do mercado de trabalho, o trabalho doméstico não se masculinizou. Apesar da evolução de mentalidades perante o ingresso da mulher no trabalho dito remunerado, é inegável que a prática generalizada das tarefas domésticas ainda é vista por muitos, segundo estudos apurados por diversos teóricos e teóricas (Amâncio, 1993a; Tavares, 2008; Ferreira, 2010; Santos, 2010, 2012; Casaca, 2012; Fernandes, Campos e Silva, 2013; Hearn, 2014; Sales Oliveira et al, 2014) como competência feminina. Casaca (2008) recorre à expressão de 'revolução silenciosa', utilizada por Meda (1999), para aduzir que a sociedade permanece silenciosa e imóvel perante os novos desafios

¹¹⁶Sales Oliveira (2011) regista que a designação de setor terciário surge pela primeira vez em 1935 na obra de Fischer (1935), classificando as atividades económicas como Primárias, Secundárias e Terciárias. Mais acrescenta que a ligação deste último setor, fruto de múltiplas revoluções epistemológicas, se coaduna com a prestação de serviços e com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, no período pós-revolução. Segundo a autora citada as mulheres vieram impulsionar a terciarização do setor económico.

suscitados às mulheres, *i.e.*, a mudança de paradigma que inclui em concomitância a responsabilidade de assumir o prolongamento do seu ciclo laboral, com o trabalho remunerado e o não remunerado. A sociedade encontra-se deste modo envolta em eufemismos de modo a não assumir a necessidade de quebrar estruturas ontologicamente enraizadas na sua cultura.

Diagnosticada a fase conturbada a nível social (primeira guerra mundial), constatamos que somente nesta altura é que a sociedade ocidental se viu forçada a abdicar dos tradicionalismos estruturais em relação ao papel da mulher e a reconhecer a importância do seu contributo para a sustentabilidade de uma família e por conseguinte para o equilíbrio económico de um país. A introdução da mulher no trabalho, ressalve-se, trabalho remunerado, uma vez que o trabalho doméstico a que estava votada nunca obteve essa categorização, foi um momento forte de metamorfose no papel da mulher. Ao fazermos uma analogia da realidade passada com os dias de hoje - em que se vivenciam no contexto europeu momentos de incerteza traduzidos na flexibilidade laboral - onde através do fenómeno empreendedorismo se procura a solução para o aumento de receitas e para o desenvolvimento económico, social e político de um país, veiculamos o próprio conceito de empreendedorismo a uma procura contínua de atualizações e renovações perante o mercado global. Podemos, e tal como aconteceu no passado em que a mulher foi ‘chamada’ à representação social no trabalho, entender a importância acrescida do seu potencial nas questões empreendedoras.

Segundo a conceptualização que tomamos, empreender traduz criatividade, diversidade e liberdade. Destarte, interpretamos o reconhecimento do potencial feminino como uma mais-valia para o empreendedorismo. Aventamos que a mulher empreende em tempos de crise (em analogia histórica é sempre num cenário debilitado que a sociedade demove os seus cânones e se subverte à necessidade de assumir a mulher noutros papéis).

Para melhor compreendermos a importância da mulher no mercado de trabalho em condição de igualdade, comparamos no gráfico seguinte as realidades dos países do G20¹¹⁷, o qual contrapõe os que detêm maior paridade laboral de géneros e os que são desprovidos desta harmonia no trabalho (OCDE, ILO, IFM, 2014).

¹¹⁷Encontramos no gráfico, os vinte países que compõem atualmente o G20 - conselho internacional permanente de cooperação económica fundado em 2009 -, acrescidos da vizinha Espanha, que, foi convidada a integrar a cimeira posteriormente, o que vem fortalecer a nossa análise por se encontrar uma maior proximidade à realidade portuguesa. Mais esclarecemos que o G20 tem como propósito analisar e promover a discussão entre países mais ricos e países em desenvolvimento, acerca de questões políticas e estabilidade financeira de cada qual.

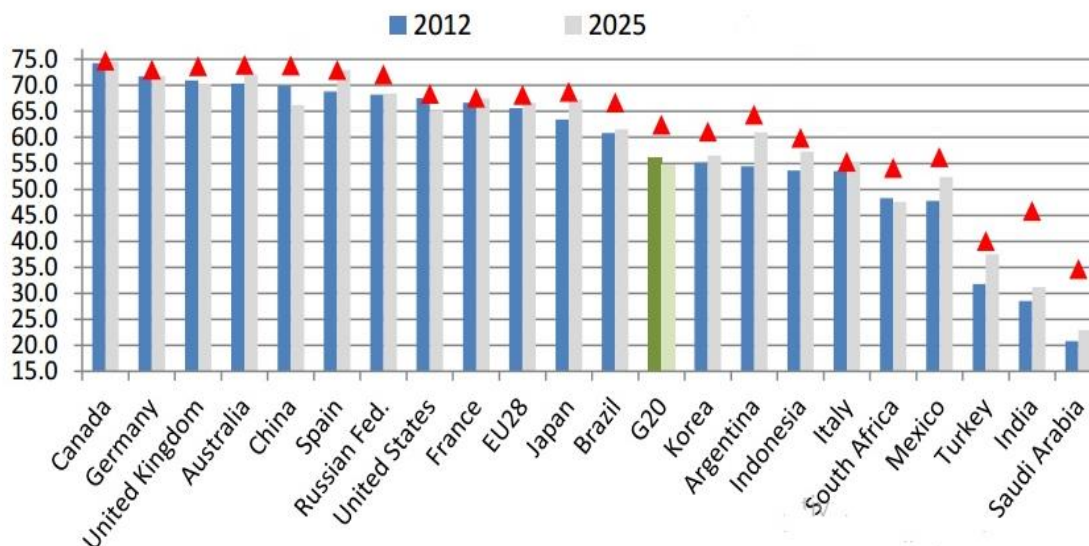


Gráfico 7 - Taxa de paridade de género no mercado laboral e prospeção futura (OCDE, ILO, IFM, 2014)

Numa peculiar observação aos indicadores transmitidos, constatamos que os países caracterizados por uma economia mais forte, a maioria países nórdicos, detêm um nível mais elevado de paridade de género no mercado de trabalho¹¹⁸. Por outro lado, nos países em que a mulher tem um contributo laboral inferior encontramos uma economia débil e em desenvolvimento. A partir desta recolha, fruto de uma colaboração entre várias entidades internacionais, *e.g.*, OCDE¹¹⁹, ILE¹²⁰, WBC¹²¹ e IFM¹²², foram realizadas sondagens com vista a uma previsão da evolução desta pertinente questão para uma década futura, *i.e.*, ano de 2025, com um prognóstico positivo sobretudo nos países mais carenciados neste aspeto, *e.g.*, Arábia Saudita, Índia, Indonésia, Coreia do Sul e Espanha. Por outro lado, a previsão indicia piores resultados na China, EUA e África do Sul.

Esta análise vem reforçar a premissa de que a igualdade de género contribui para o desenvolvimento económico de um país, uma vez que o contributo humano se encontra em maior proporção, *i.e.*, se a mulher se encontra em maioria, logo deve contribuir em maior escala. Para além de que a mulher constitui um potencial humano a explorar.

A corroborar este fundamento encontramos a entrevista de Sanches (2015) que após entrevistar a Ministra para a Igualdade na Suécia - Åsa Regnér¹²³ - defende que a fonte da riqueza económica deste país se deve à igualdade de género. Na Suécia 40% das mulheres ocupam cargos de chefia. A Suécia tem a maior taxa de emprego da União Europeia, sendo também um dos países onde a partilha de tarefas domésticas,

¹¹⁸Ressalve-se que nestes países, as preocupações de género já são tidas em conta há mais tempo, o que não invalida que não existam discriminações de género noutros vetores sociais (*e.g.* violência doméstica, abusos sexuais, entre outros), não obstante, o que aqui estamos a analisar diz respeito apenas a situações laborais.

¹¹⁹Organização para a Colaboração e Desenvolvimento Económico.

¹²⁰International Labour Economy.

¹²¹World Bank Group.

¹²²International Found Monetary.

¹²³Åsa Regnér pertence atualmente à Chancelaria do Governo Sueco pelo partido social-democrata. É Ministra das Crianças, da Terceira Idade e da Igualdade de Género.

sobretudo a de cuidar de filhas e filhos menores é assegurada numa maior equidade entre homens e mulheres. A própria política do governo exige paridade e por consequência tem obtido frutos positivos no seu mercado económico.

Sem prejuízo ao exposto, o estudo recente do Eurostat (INE, 2017) sobre as condições das mulheres, de modo genérico, na União Europeia, perante o mercado de trabalho, vem confirmar que elas ganham em média menos 16% do que os homens. Procurando explicações para esta disparidade, a pesquisa (INE, 2017) identifica que existem mais homens do que mulheres a trabalharem em setores profissionais que oferecem remunerações mais elevadas, como o caso do cargo de gestor ou gestora, das áreas da engenharia e das tecnologias (Saleiro e Sales Oliveira, 2018). Nesta profissão registam que a remuneração é 23% mais baixa para as mulheres comparativamente aos homens, calculando os auferes por hora de trabalho. Daqui depreendemos que a mulher dedicará menos horas de serviço por força de outras tarefas que lhe estarão também associadas, como o caso do trabalho doméstico. Ademais, conclui-se que a diferença salarial reside em factores de ordem cultural que ultrapassa a simples questão da igualdade de auferes por igual trabalho. (EUROSTAT, INE, 2017).

Perante os cenários que traduzem as barreiras da mulher no mercado de trabalho por conta de outrem, avançamos para a análise da mulher na qualidade de empresária e ou empreendedora.

Neste propósito, a sociologia do trabalho necessita assim de um maior foco nas organizações, motivo pelo qual surgem novos postulados restritos a esta matéria: a sociologia da empresa e ou a sociologia das organizações. Este campo de análise surge em meados de 1960 e em grande parte pela obra de Crozier (1994), na sua introdução de conceitos como identidade e culturas do trabalho. O papel do sociólogo e da socióloga, pelas suas funções e habilitações de análise, cruza-se uma vez mais com o papel da Gestão e o campo da Economia, na necessidade de instigar boas práticas entre os recursos - sobretudo humanos - e de esclarecer problemas de funcionamento endógeno das empresas. Numa breve alusão, importa-nos acrescentar que o trabalho de Crozier vem reforçar a proposta de confiança entre o *corpus* coletivo de uma empresa, *i.e.*, o desenvolvimento das relações interpessoais entre trabalhadores e trabalhadoras, a desmistificação hierárquica interna e a cooperação equilibrada para o crescimento dessa mesma empresa. Neste desígnio, as diferenças individuais do coletivo trabalhador são entendidas como uma mais-valia, na descoberta de caminhos que conduzam à inovação indispensável para responder às constantes mutações (inevitáveis) dos mercados e da sociedade.

Segundo observamos, Crozier (1994) aproxima a sua análise ao conceito de empreendedorismo, fundamental para resolução de disfuncionalidades internas nas empresas. Seguindo esta posição, entendemos a importância do intraempreendedorismo e mesmo do conceito de responsabilidade social (CSR), já aqui explorado.

A mulher portuguesa, com uma taxa de empreendedorismo de cerca de 38%, maior que em outros países europeus (GEM, 2015e) faz-nos crer e segundo o quadro de inatividade, que empreende mais por necessidade do que por oportunidade. Aqui se levantam duas questões: de que se trata o empreendedorismo por necessidade versus por oportunidade, já abordado no segundo capítulo. Face ao crescente desemprego

e à segregação laboral, a mulher tende a empreender por carácter de necessidade. Esta motivação - necessidade - é mais frequente nos países do Sul, do que nos países nórdicos do ocidente. (GEM, 2017b).

A este propósito, Maria José Amich (em entrevista) acrescenta um contributo relevante: reforça que em muitas áreas económicas e de comércio há que ter em conta quem mais consome. Segundo adianta serão as próprias mulheres. Neste caso, é fundamental que o mercado reconheça o que a mulher, no papel de *stakeholder*, procura. E quem melhor do que a própria mulher para saber explicar as suas necessidades de consumo, quer a nível de produtos ou serviços. Nesta proposição torna-se fulcral que surjam cada vez mais empreendedoras, quer seja por necessidade ou por oportunidade.

A fundadora do projeto de intervenção na comunidade de mulheres empreendedoras '*women win win*' indica ainda que 70% das despesas do consumo global são realizadas por mulheres, no mundo ocidental 60% das licenciaturas são de mulheres, promovendo-nos uma visão de que as mulheres desempenham um papel chave e crescente na economia, o que motiva acima de tudo a existência de trabalhos de investigação que comprovem.

O aumento do número de mulheres empreendedoras traz potencialmente vantagens objetivas para o tecido económico. O aproveitamento das competências humanas deve ser alvo de uma particular atenção quando o assunto é empreendedorismo. O próprio conceito de empreendedorismo, de acordo com a nossa concepção teórica, desconstrói o conceito de género, uma vez que presume liberdade, procura uma panóplia humana de potencialidades criativas, pretende inovação e diversificação e é nesta diferença que todos nos inserimos, homens entre homens, mulheres entre mulheres e mulheres entre homens. A aceitação da diferença neste plano é basilar à ação de empreender.

Segundo aventa Ferreira (2010), embora os homens tenham mais vantagens e oportunidades nas questões laborais, devemos nos consciencializar que somente em paridade, na igual contribuição de homens e mulheres no mercado de trabalho, obtemos os maiores benefícios. Defende a autora, que a entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho está entre os fenómenos unanimemente apontados como os que mais têm determinado as recomposições sociais verificadas em Portugal nos últimos tempos.

Não nos devemos esquecer também e conforme observa Tavares (2008), da importância da qualidade de vida das pessoas que, também deverão ter tempo para o lazer, quer para completude pessoal, quer para combater formas de *stress* agregadas a excessos do quotidiano e do trabalho. A autora sublinha que as mulheres e os homens fazem-no de forma diferente, atribuindo esta realidade a motivos culturais de socialização e performatividade de género. Deduzimos deste modo que a mulher fica prejudicada em termos de tempo para lazer, assim como o homem o também fica, conforme anteriormente explanado, quando a mulher não contribui a nível económico. Urge encontrar o equilíbrio, o qual, colocamos em premissa, só será possível através da paridade de género, quer no mercado de trabalho, quer também nas responsabilidades domésticas.

Impõe-se na tradição ortodoxa, que para uma mulher chegar ao 'topo' - melhor cargo - não pode ser igual, mas sim, é-lhe exigido que seja melhor que o homem, caso contrário não terá a mesma oportunidade (Tavares, 2008).

Este cenário torna-se incompreensível quando analisamos a evolução e as tendências das habilitações literárias entre homens e mulheres, já problematizada neste estudo. Marques (2016b) assinala a vulnerabilidade que assiste nas mulheres diplomadas, quando se colocam no papel de escolher a sua própria atividade. No estudo que realizou, as mulheres assumem desigual propensão para empreender, optando por atividades mais sociais e ligadas ao cuidar, enquanto os homens apostam mais nos setores inovadores e intensivos de conhecimento. Com isto Marques (2016b) assenta a persistência de uma segregação de género logo na seleção da área científica de estudo sendo que esta segregação se repercute posteriormente no mercado de trabalho e nas condições de autonomização económica das mulheres, confrontadas com desiguais oportunidades e condições de trabalho, nomeadamente salariais.

Ferreira (2010) cunhou a expressão ‘igualdade de facto’ para elucidar sobre a necessidade de transpor para as práticas sociais os atingimentos da igualdade legal e assim efetivar a vivência das mesmas condições para homens e mulheres em contexto de trabalho. Já Martinho e Parente (2016) abordam diretamente o panorama do empreendedorismo social refletindo que mesmo nesta área, apontada na literatura aqui revisitada como feminizada, as mulheres são votadas a atividades mais técnicas e operacionais, cabendo as decisões e as práticas de gestão a elementos masculinos. Tal resulta que não se trata apenas de áreas científicas que dividem homens e mulheres, mas também de uma hierarquia desproporcional à justiça e equidade no acesso ao mercado laboral (Martinho e Parente, 2016). Adicionalmente, também as mulheres se subestimam perante a sociedade. Marques (2016b) recolhe de uma entrevistada o argumento de que as pessoas são mais recetivas a um homem do que a uma mulher quando o assunto é liderança. Entendemos desta análise que por muito que as mulheres tenham mais habilitações académicas, o maior obstáculo que persiste é a estrutura patriarcal e as tradições continuadas, que constituem matéria de desenvolvimento no ponto seguinte deste trabalho.

3.3. Os Constrangimentos: Estereótipos de Género

A mulher desde longa data é identificada como o *sexus sequior*, *i.e.*, em todos os aspetos inferior ao homem - o principal sexo na sociedade (Beauvoir, 2009). Inúmeros pré-conceitos e preconceitos¹²⁴ se debatem, a partir do papel da mulher na sociedade. De acordo com a retórica até aqui explorada, a problematização das tarefas domésticas é considerada o grande hiato entre os sexos.

Na sua pesquisa sobre o assunto Schouten (2012) reconhece que em muitos casais existe alguma partilha embora a considere desigual. O homem contribui habitualmente nas tarefas que lhe são mais agradáveis, menos penosas, *e.g.*, cozinhar. Mais acrescenta relativamente a esta matéria, que só é reconhecida a importância dos serviços domésticos quando estes não estão feitos.

Segundo a autora (Schouten, 2012), o fenómeno da mulher doméstica, que tem como incumbência dedicar-se exclusivamente ao lar e à prole, participando pouco na vida pública, surgiu no século XIX através da classe média e espalhou-se como normativo para as camadas socioeconómicas inferiores. Por outro lado,

¹²⁴Importa distinguir os conceitos utilizados, sendo que pré-conceito diz respeito a um juízo de valor elaborado a um determinado acontecimento ou grupo social sem conhecimento de causa e preconceito consiste na atribuição contínua e dogmática desse juízo de valor, mesmo com conhecimentos contraditórios, tornando-se uma forma pejorativa mais grave de praticar a discriminação.

o fenómeno, nas classes económicas mais altas também ocorre, mas por outros motivos, desenvolvendo-se o termo de *female idleness*.¹²⁵ Esta ocorrência é por sinal uma escolha da própria mulher, que se acomoda a uma vida de luxo, recorrendo a amas e empregadas domésticas e onde o seu papel é sobretudo comandar, zelar pelos seus interesses e ocupar-se da sua beleza. Este quadro reproduz uma imagem muito negativa e pouco intelectualizada das capacidades da mulher.

Sousa Santos (2012) recorre a vários estudos que evidenciam que o aumento da participação das mulheres na esfera laboral remunerada não correspondeu, como expectável, a uma diminuição da discriminação do papel das mulheres na sociedade. A este propósito Perrot e Duby (1995) sublinham que os teóricos marxistas nem sequer consideravam a possibilidade do homem partilhar com a mulher as tarefas domésticas. Para estes, só seria possível libertar a mulher desta obrigação com a eliminação do capitalismo e com o avanço do progresso tecnológico.

As ideias centrais lançadas em torno do feminismo, que num primeiro plano luta pela igualdade de direitos constitucionais e num segundo plano pela igualdade no terreno profissional, padecem de ser resolutos através de novos comportamentos que espelhem a conciliação do trabalho com a dedicação familiar. Para tal, urge a adoção de práticas domésticas que privilegiem tanto o homem quanto a mulher no que diz respeito a licenças para assistência familiar, medidas que partem sobretudo de quem legisla, *i.e.*, da estrutura. Observamos os gráficos seguintes, onde se constata sobretudo a frágil evolução entre 2004 e 2008 e entre 1999 e 2008 da intervenção dos homens a cuidar de crianças e jovens (Monteiro e Portugal, 2013).

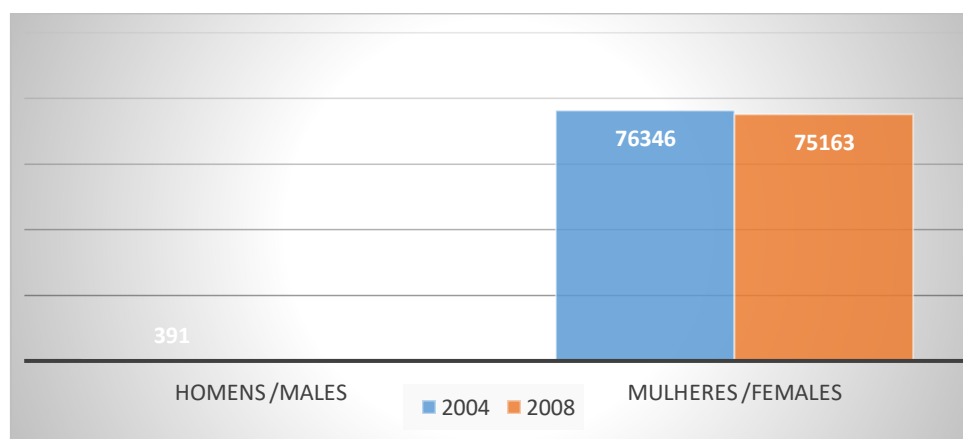


Gráfico 8 - Beneficiários de licença por paternidade/maternidade, em Portugal, 2004-2008 (Monteiro e Portugal, 2013)

Como se verifica, quer por culpa imputável à sociedade, quer por culpa imputável ao Estado - o qual predestina o número de dias para a recém-paternidade e ou maternidade, prejudica a figura masculina. No nascimento de um filho, importante para ambos os progenitores, o homem tem uma participação diminuta, por conta da legislação, *i.e.*, da estrutura.

¹²⁵Ociosidade feminina.

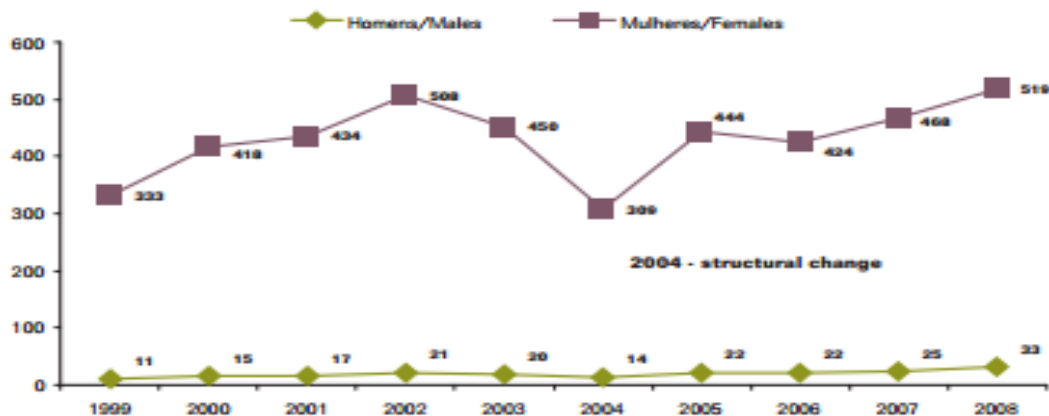


Gráfico 9 - Duração da licença especial para assistência a menores, 1999-2008 (Monteiro e Portugal, 2013)

Em 2008, 94,0% da assistência a menores foi prestada por mulheres. No entanto, a percentagem de cuidados prestados por homens quase duplicou face a 1999 - 6,0% em 2008 contra 3,1% em 1999. Este conjunto de indicadores tem repercussões a nível do mercado laboral, uma vez que a figura feminina e o seu potencial no trabalho, fica para segundo plano. Por inferência a esta análise concluímos que continuam os estereótipos em torno do seu papel, desvalorizando o seu contributo na vertente económica.

Schouten (2012) apura que o conceito de estereótipo define-se como um vetor orientador do quotidiano, que influencia e justifica o comportamento dos indivíduos e a construção de uma realidade, embora pouco 'real' e justa. Os e as jovens aprendem desde tenra idade qual o seu papel e sair deste ciclo vicioso é uma ofensa. Não obstante e para alterar comportamentos, teremos que começar nas origens - família - e partir por cada 'cabeça' "*O processo de individualização implica uma maior partilha de parentalidade entre mães e pais e verifica-se o desaparecimento gradual das distinções absolutas entre pai-provedor e mãe-cuidadora*" (Santos, 2010, p. 69).

É Tavares da Silva (1983) que transcreve que o estatuto social da mulher está marcado desde o berço e que logo assim que nasce, se é menina, tem logo o seu caminho traçado e um estilo de vida imposto pela sociedade. Segundo a autora, é neste paradigma que reside o principal problema entre homens e mulheres. Tavares da Silva (1983) recorda a feminista Ana de Castro Osório¹²⁶ que afirma que logo que a parteira anuncia aos pais que uma rapariga abriu os olhos ao mundo, por norma, estes ficam pesarosos, uma vez que prenuncia um papel pouco ativo na sociedade. Tropeçamos em realidades que só nos comprovam a sociedade sexista em que vivemos. Machado Pais (2002) defende ser no plano sintático que o sexismo é mais difícil de combater porque este está erradicado na nossa mentalidade. E esta disparidade entre homens e mulheres reside ontologicamente na diferença biológica entre sexos. No nosso entender o dimorfismo sexual que parece existir no ser humano não pode ser explicação para ocorrências derogatórias para um dos lados.

Em Portugal, recorda-nos Tavares (2008) viveram-se tempos em que as raparigas e rapazes eram separados fisicamente no meio escolar, o entendimento da sexualidade era tido como um ato meramente reprodutivo, negando o prazer da mulher. Existia um catolicismo severo, a submissão das mulheres ao seu destino social, imposto pelo preconceito, pela vergonha de não obedecer, pelo pudismo sexual, a moda

¹²⁶Vide ponto primeiro ponto do primeiro capítulo.

recatada, o cabelo longo, o domínio masculino, o poder marialva. Até mesmo o controlo da PIDE¹²⁷ na década de sessenta era um assunto silenciado, em que as mulheres ‘ditas’ desobedientes, eram espancadas com violência. A violência doméstica e tantos outros factos aqui enumerados são realidades ainda hoje não ultrapassadas, umas mais que outras e em certos locais mais que outros.

Por *ipso facto* se originam um caleidoscópio de comportamentos preconceituosos. No acervo literário pesquisado encontramos um artigo do periódico *Mirante*¹²⁸(1998) considerado complementar nesta matéria. Segundo relatado, numa fábrica em Rio Tinto, cuja atividade seria a produção de sinos, as mulheres não podiam entrar na fundição porque, de acordo com explanação de um dos responsáveis, o sino é um objeto sacro e a mulher tem pacto com o diabo. Logo, no dia em que estariam a produzir algo sagrado estaria interdita a entrada de mulheres. O entrevistado justifica que apesar de serem racionais, conservam esta tradição, dita superstição, que tem mantido o bom funcionamento da fábrica. Da mesma fonte (*Mirante*, 1998) se desvela que a mulher sofria de discriminação até na morte, uma vez que estaria determinado pela igreja que por ocasião dos enterros se soava nove badaladas no sino em caso de defuntos homens e apenas seis em caso de defuntas mulheres. Os costumes que ainda hoje são presentes, nomeadamente o misticismo que envolve o parto foram extremamente ritualizados na luta da vida contra a morte, *e.g.*, o contar das luas para saber o termo da gravidez, o desejar boa hora, os conceitos ancestrais de cosmogonia, a entreaajuda nos trabalhos domésticos, a mágica que envolve os desejos das grávidas, os pensamentos, os olhares e os atos da futura mãe e sobretudo o próprio parto em si, que deverá ser acompanhado de dor pressentida como um culto de passagem, permitem à mulher adquirir um estatuto, o de mãe (*Mirante*, 1992).

É aceitável em muitas sociedades a prática de poligamia. Não obstante também, num caso raro, se identifica a existência de poliandria, num território onde as mulheres estão em menor número que o homem, mais precisamente numa aldeia remota da Índia (*DeMartis*, 2006). Neste preciso caso, a mulher também não era favorecida uma vez que se obrigava a praticar o casamento com vários irmãos como ato de sobrevivência. Mesmo invertendo os papéis de poligamia para poliandria, esta prática era tida com o objetivo de a mulher cuidar dos homens e prover a sua subsistência, sendo ela responsável pelo ganha-pão. Assim nos corrobora *Giddens* (2000b) confirmando que a poliandria existiu apenas em sociedades de extrema pobreza e onde se praticava também o infanticídio feminino.

Ainda fora do contexto de trabalho, importa registar a assimetria entre homem e mulher, em caso de divórcio, uma vez que a legislação portuguesa vigente aos direitos da família, impõe um espaço de tempo dissímil para cada qual refazer a sua vida numa nova relação conjugal, *i.e.*, cento e oitenta dias para o homem e trezentos dias para a mulher se a mesma não estiver grávida, *cf.* n. 1 do artigo 1605 do código civil (*República*, 2018).

Apesar de considerarmos estes fenómenos inusitados, a realidade é que os mesmos existem e têm que ser ultrapassados num caminho lento e sinuoso. Lapidar o papel da mulher é tarefa do homem, da

¹²⁷Polícia Internacional e de Defesa do Estado, que vigorava antes do 25 de abril, em Portugal, num estado de repressão à liberdade humana perante a hierarquia do governo.

¹²⁸Trata-se de uma revista publicada pela Associação de Estudos e Defesa do Património Histórico-Cultural de Silves, na qual colabora um grupo de investigadores nos diversos domínios científicos.

mulher, das ciências sociais, de todos e de todas que observamos e interpretamos as realidades de dentro para fora e de fora para dentro.

Quando falamos em género não podemos esquecer o conceito de estratificação e é Giddens (2000a) que reafirma que o próprio género é um dos exemplos mais profundos de estratificação. A assimetria social entre homens e mulheres é a forma mais antiga de desigualdade social (Saleiro e Sales Oliveira, 2018). Não existe nem existiu nenhuma sociedade onde os homens não tenham mais riqueza, maior estatuto e influência do que as mulheres. As desigualdades de género estão mais enraizadas historicamente do que o sistema de classes económicas. No entanto, não podemos alienar um conceito do outro, poderemos sim interligá-los no sentido de analisar os contextos sociais específicos

Na temática do trabalho, constatamos que os ofícios tipicamente femininos nas sociedades europeias são as chamadas profissões do cuidar. Schouten (2012) reforça que estas atividades se fundamentam também por estereótipos de género, por se considerarem tarefas mais leves e condizentes com a inferior força física das mulheres. Nos seus estudos Becker (1971) substitui o termo discriminação por segregação, defendendo que as mulheres tendem a procurar trabalho onde não existe preconceito, sendo estes locais oligopolizados, ou seja, setores de mercado com pouco oferta mas muita demanda.

Sem embargo e perante a literatura analisada, reconhecemos que entre homens e mulheres, é desde sempre visível a segregação horizontal no mercado de trabalho. Analisamos, no gráfico seguinte o acentuar desta problemática.

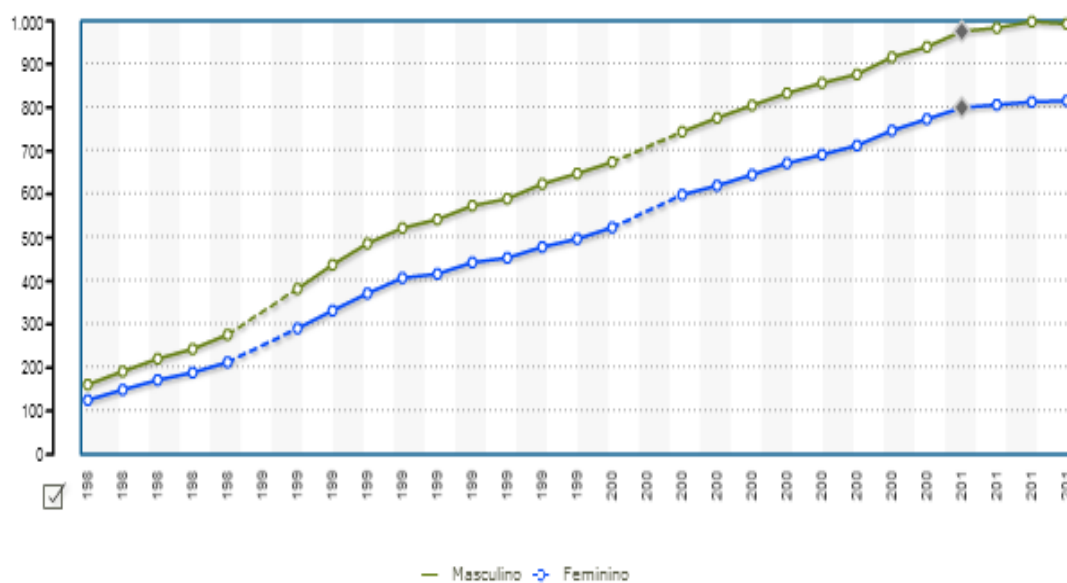


Gráfico 10 - Evolução histórica da remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem, por sexo, em Portugal entre 1985 e 2013 (GEP, 2014)

Podemos aferir através dos indicadores consultados que a discrepância salarial entre sexos tem vindo a alargar-se, o que numa sociedade em evolução de conhecimentos, nos suscita a inquietação de encontrar as causas de tal ocorrência (CITE, 2014). Recorremos uma vez mais ao preconceito. Ometto (2001) alerta-nos que se o preconceito é originado pelo consumidor, que o difunde na economia, pode ser a causa da

queda de salários das mulheres inseridas em trabalhos que envolvam o contacto direto com estes e estas. Contudo, tal explicação não nos satisfaz uma vez que no perfil de características femininas - ressalve-se não generalizada - se encontram qualidades como afável, boa comunicadora, sensível (Amâncio, 1993a), o que deduzimos que propicia à simpatia dos consumidores e consumidoras.

Acerca dos vários percussores do preconceito Ometto (2001) acrescenta outra possibilidade que se prende com os colegas de trabalho, homens, que exigem um adicional pagamento por trabalharem com mulheres. A autora sublinha as dificuldades em encontrar um modelo convincente que explique a persistência desta discriminação salarial. Apenas nos prevalece a ideologia de que os mesmos preconceitos provêm exogenamente à integração da mulher no trabalho.

A este respeito Amâncio (2003) considera fundamental assumir um compromisso político claro de rejeitar orientações ideológicas e preconceitos impostos a determinadas profissões, que têm vindo a orientar de modo poroso as suas práticas e adquirir uma postura de neutralidade. Esta postura não é requerida somente ao Estado, mas também às instituições privadas no sentido de se promover a reflexividade sobre este projeto emancipatório de igualdade de género.

Tavares (2008) evidencia que a base discriminatória reside na dominação masculina de uma sociedade, que se identifica patriarcal. Enumera os crimes de honra, mortes por apedrejamento, mutilação genital, violações, violência doméstica, casamentos forçados, privações e fome. Todo este cenário cruza-se com as desigualdades salariais, com as funções de maternidade que afastam forçosamente a mulher da sociedade económica, com as duplas e triplas jornadas de tarefas acumuladas com o trabalho remunerado, com a homofobia e sexismo, com a reduzida participação da mulher em cargos de maior poder, com a precariedade dos quotidianos, com a opressão da escassez de tempo para si, por todos estes acontecimentos que tomam proporções inimagináveis e que se observam na realidade de uma sociedade do século XXI. A acrescentar, a autora (Tavares, 2008) sublinha que a violência doméstica não é um problema social novo, sendo uma característica comum do casamento em tempos medievais e nos períodos da época da industrialização. Sabe-se que não existia qualquer lei que protegesse a mulher nestes casos e que proibisse o homem de abusar fisicamente da mulher, sendo normal na sociedade até finais do século XIX. Atualmente as mulheres têm maior proteção legal, no entanto este tipo de violência continua a existir de forma generalizada.

Assunção (2012) constatou que as mulheres que trabalham por conta de outrem sofrem mais discriminação do que as mulheres que criam o seu próprio emprego, que se tornam empreendedoras. As mulheres empreendedoras são o nosso objeto de estudo pelo que é também pretensão deste trabalho apurar até que ponto e na qualidade de independentes, as mulheres podem também ser vítimas de estereótipos na estrutura social onde concretizam a sua atividade.

Abordemos agora o problema das populações migratórias, no caso, mulheres. De acordo com o artigo de Ramos (2010) as mulheres imigrantes, na sua generalidade¹²⁹, acumulam discriminações em triplas

¹²⁹Importa acautelar que a amostra populacional deste estudo, específico à região do Algarve, encontra realidades diferentes e por tal passíveis de uma outra análise, rompendo com a tradição teórica tradicionalmente produzida sobre a problemática de migrações.

desvantagens: sexo, nacionalidade e classe social. Referimo-nos sobretudo a discriminações salariais (segregação horizontal) e a discriminações por ocuparem cargos inferiores às suas qualificações (segregação vertical). No pior dos cenários e segundo a autora, poderão ainda ser vítimas de redes de tráfico de pessoas para exploração sexual. Ramos esclarece ainda que nos países da OCDE a percentagem de mulheres imigrantes já é superior à dos homens.

Aferimos neste ponto que o passado está cheio de mal-entendidos, mas não tem necessariamente que ser assim no futuro. Podemos aprender daqui que os homens e as mulheres têm que ser mais compreensivos e têm que aceitar as diferenças uns dos outros, em pé de igualdade, enquanto seres-humanos desgendrados.

Schouten (2012) rebusca que os mitos que contornam a problemática do género não são poucos, reforçando que um dos principais até é bastante atual, *i.e.*, elenca que a mulher já conseguiu superar a desigualdade, alcançando muitos direitos. Desconstruímos este último mito, perante o exposto neste ponto capitular.

Monteiro e Portugal (2013) defendem que os planos nacionais para a igualdade têm que ser continuamente alvo de cuidadas avaliações, com o intuito de explicitar o modo como o problema da conciliação da vida profissional, pessoal e familiar tem sido formulado e reformulado por conseguintes planos políticos. Ademais, é unânime que nestes planos se pretende o escrutínio de preconceitos de género e as conceções enviesadas observadas neste ponto de trabalho, só vêm revelar inconsistências latentes no desenho das políticas de igualdade. Para os autores (Monteiro e Portugal, 2013) que investigaram anteriores planos de igualdade, conclui-se que os mesmos apresentam quadros interpretativos baseados num mimetismo de enunciações europeias e onde, mais grave, não se ecoam as vozes representativas das mulheres a quem os planos se dirigem.

3.4. Empreendedora desde sempre?

Após registarmos a panóplia de termos e conceitos atribuídos ao papel da mulher na sociedade, concentramo-nos numa perspetiva de análise ao seu genérico perfil desde os tempos ancestrais aos dias de hoje. Tomemos como ponto de partida a capacidade de resiliência. Resiliência face à estrutura, à morosidade de conquistas, aos papéis predestinados, aos estereótipos enraizados, aos obstáculos à sua ação no mercado de trabalho e nos variados vértices da sociedade.

A literatura evidencia que a mulher desde sempre se ocupou de múltiplas tarefas domésticas, trabalhou no campo e mais tarde vem ingressar na competitividade do mercado de trabalho remunerado em cenário de crises. Esta linha de atuação é distinguida como o *multitasking* (Saleiro e Sales Oliveira, 2018).

Schouten (2012) recorda-nos que as mulheres sempre trabalharam na agricultura, no artesanato e na costura¹³⁰. A autora acrescenta-nos ainda que eram as mulheres que, em grande parte, comercializavam

¹³⁰Muitos destas atividades eram informais, pelo que não existem elementos estatísticos que os possam comprovar, todavia existem relatos antigos que a grosso modo foram sendo registados em ensaios históricos. A reforçar esta asserção, acrescentamos o registo de um trabalho empírico realizado na Universidade Aberta, pela investigadora. O mesmo consistiu em investigar o papel do género nos anos 40, 50 e 60, a partir de entrevistas aplicadas a três grupos de séniores que compõem os polos de ELV - Educação ao Longo da Vida, especificamente nas localidades de Silves,

os produtos da agricultura e da pesca, isto sempre em concomitância com o cumprimento dos afazeres domésticos. Estas mulheres revelavam ainda a sua faceta de ‘cuidadoras’, uma vez que, preocupadas com os seus maridos e parentes, carregavam-nos por vezes às suas costas para os barcos para evitar que se molhassem. Neste limiar, questionamos assim, onde está o apelidado ‘sexo fraco’

O apanágio de competências femininas vincula sobretudo a identidade aliada à responsabilidade. A versatilidade que perdura desde os tempos remotos na mulher aos dias de hoje inclui-se cada vez mais nos parâmetros das necessidades organizacionais (Crozier, 1994).

As medidas de ‘responsabilidade social’, já anteriormente exploradas, correspondem sobretudo ao respeito pela dignidade humana, quer de modo ‘in’ - nas relações entre trabalhadores dentro da própria empresa - quer em modo ‘out’ - na atuação ética pelos recursos externos.

Noutro prisma, importa reconhecer que também o empreendedorismo social é visto atualmente como uma grande força de mudança. A mulher na sua história, numa perspetiva simbólica, tem-se comportado como uma empreendedora neste contexto, lutadora de causas sociais e defesa do bem-estar social (Fernandes, Campos e Silva, 2013). O autor e autoras citadas adicionam ao discurso que a mulher necessita de estar envolvida com o lado humano das pessoas.

Seguindo o raciocínio e de acordo com nossa exposição, entendemos que a mulher se dota das capacidades primordiais que vão de encontro aos princípios axiológicos fundamentados para o desenvolvimento equilibrado das empresas numa esfera global¹³¹. A este propósito Gomes (2005) reforça que o novo paradigma que se está a desvelar atualmente nas organizações, valoriza características como flexibilidade, sensibilidade, intuição, capacidade para trabalhar em equipa e administrar a diversidade. A autora citada reitera este apanágio de funções e assinala um emergente estilo feminino de liderança.

Reforçamos o descortino do conceito de empreendedorismo problematizado neste trabalho, onde o género, idade e nacionalidade não têm lugar perante a demanda da criatividade humana. Concentramo-nos nas capacidades da mulher. A agilidade que multiplica a mulher na conciliação de tarefas domésticas com trabalho remunerado é uma realidade sociologicamente aferida que foi construída socialmente e poderá, hipoteticamente, afigurar-se como um potencial que se coaduna com o *mindset* do empreendedor e da empreendedora.

A questão levanta-se: o que se pretende de um empreendedor e de uma empreendedora? Que tenha como elemento-chave uma capacidade de racionalização lógico-matemática ou por outro lado, que detenha uma capacidade sensorial que lhe permita observar sob diferentes perspetivas angulares o mesmo objeto. Tal como já debatido no discernir dos conceitos que têm identidades díspares - empreensarialidade e

Armação de Pêra e S. Bartolomeu de Messines, no território do Algarve. Daqui se concluiu que as mesmas sempre foram ativas na gestão familiar, no trabalho de costura, pesca e agricultura, embora de forma informal, sem remuneração, mas a ajudar a família nesse mesmo quesito.

¹³¹Como já verificamos, as empresas que têm vindo a integrar as políticas de conciliação dos planos nacionais para a igualdade, têm vindo a obter bons resultados a diversos níveis, e.g. desempenho dos recursos humanos, abertura de comunicação com *stakeholders* e sobretudo crescimento de níveis económicos de mercado.

empreendedorismo - iremos alocar os propósitos do empreendedorismo na capacidade sensorial e não na capacidade lógico-matemática, no sentido sociológico da criatividade de agência.

Para Schumpeter (1934) as competências criativas adquirem-se na diversidade, na propensão para a destruição criativa de mercados em prol da inovação. Nesta abordagem inserimos o escoramento de características femininas, cujo potencial se encontra por explorar. Será que a mulher, detentora de um perfil flexível, tem tido capacidades para empreender desde sempre e face a condicionantes estruturais não tem sabido reconhecer nem tem tido a oportunidade de ser reconhecida, não aproveitando, porém, as potencialidades para instrumentalizar atividades empreendedoras? É uma questão complexa.

Acreditamos que para esclarecê-la teremos que primeiro determinar perfis, depois a conscientização de conhecimentos e competências na agência, posteriormente o seu reconhecimento público (na estrutura), em seguida o aproveitamento do seu potencial, por fim a sua instrumentalização na sociedade.

Ademais, Gomes (2005) enumera que as empresas inovadoras procuram trabalhadores e trabalhadoras com atributos para compartilhar informação, encorajar a participação, estimular parcerias de trabalho, valorizar e motivar os outros. Atributos esses que estão fortemente presentes nas mulheres, fruto do papel social que têm assumido desde sempre.

Giddens (2002) acrescenta matéria crítica neste assunto quando refere que quanto mais nos 'fazemos a nós mesmos', reflexivamente enquanto pessoas, mais a própria categoria do que é uma 'pessoa' ou 'ser humano' vem para primeiro plano. Em reflexão ao seu historial, constatamos que a mulher tem relegado os seus próprios interesses e capacidades para segundo plano. Somente neste emergente contexto de necessidades, a mulher se afoita - tal como já explanado anteriormente - a empreender em tempos de crise.

Noutro prisma, Nogueira (2009) partilha-nos um estudo realizado no CES¹³² a vinte e seis mulheres que ficaram desempregadas. Os resultados concluem que mesmo perante uma situação de desemprego, sem direito a subsídio e outrora de assalariado baixo, estas mulheres - que tinham assumido compromissos de crédito ou para habitação ou para automóvel ou ambas as situações - não incorreram em nenhum incumprimento financeiro. As inquiridas revelaram uma capacidade de gestão e organização pessoal e mesmo numa condição precária conseguiram recorrer a poupanças acumuladas para situações emergentes, a contenção de despesas no consumo familiar e a redes de apoio familiares sempre que possível. Gomes (2005) acrescenta que, apesar de não constarem nas estatísticas, as mulheres eram responsáveis pela gestão do negócio da família junto com os seus maridos ou familiares, ao ponto de algumas vezes considerarem que a mulher era o cérebro - criativo, organizado e responsável- e o homem os braços -força.

Neste enfoque, o estudo do Eurostat vem confrontar que a mulher, de modo genérico, tende a ser mais emancipada do que o homem, *i.e.*, as mulheres saem de casa dos pais e casam-se mais cedo do que os homens, existem mais mulheres (7,7%) a viver sozinhas com filhos e filhas do que os homens (1,1%) - o que vem reforçar a sua responsabilidade na matéria e o papel doméstico em detrimento de outro -, existem

¹³²Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.

mais homens solteiros (16,1%) do que mulheres (9,5%) nas mesmas faixas etárias entre 25-49 anos (EUROSTAT, INE, 2017).

A respeito da ação de empreender ou de criar o seu autoemprego, Assunção (2012) considera que é um fenómeno que se processa lentamente e que é sobretudo influenciado pelas diferentes transferências de capital identificado em quadrupede na perspectiva de Bourdieu, e.g. capital económico, cultural, social e simbólico. As mulheres têm um capital - conjunto de conhecimentos - que vem sendo construído desde a infância e ao longo da sua vida, em interação com os diversos pilares da sociedade.

Esta proposição de ideias, leva-nos a refletir sobre o que tem sido o papel da mulher *versus* a sua conscientização e empoderamento.

A este respeito, Perrot e Duby (1995) recorrem à constatação de Marcelle Marini¹³³ para nos transmitir que no século XX, as mulheres já participavam na vida cultural num crescente desenvolvimento de obras de arte, que, por sua vez, obtiveram uma maciça difusão. Deparamo-nos neste cenário com as mulheres criativas, no papel cultural, tidas como empreendedoras desde sempre. As mulheres conscientes e detentoras do seu poder. Para Giddens (2000a) o poder surge definido como a capacidade ou probabilidade dos agentes alcançarem os resultados pretendidos.

Para a entrevistada Maria José Amich, as mulheres empreendem em tempos de crise. Atendendo que a adrenalina do empreendedor e da empreendedora é ultrapassar obstáculos, a mulher já revelou ao longo dos tempos que tem essa capacidade de resiliência. Mais se acrescenta que é em tempos de crise que o empreendedorismo floresce, mesmo sendo por necessidade, mas podendo gerar oportunidades de fazer algo de modo diferente e a mulher neste cenário marcar a diferença pelo seu perfil multidimensional. A mulher, nos cenários de crise, enquadra-se numa assentada serendipitia, tomando a oportunidade de empreender, provar o seu potencial e alargar o seu papel na sociedade.

O empoderamento da mulher no papel de empreendedora, poderá, hipoteticamente, cooperar para dirimir hiatos de género, logo, num ângulo abrangente, clivagens sociais, assim como, disposto nesta análise, reforçar o crescimento do tecido económico português, com repercussões políticas, sociais e culturais numa sociedade mais evoluída no patamar da globalidade.

¹³³(1932-2007) Célebre feminista francesa, com fortes contributos académicos.

II PARTE

Delimitação do Estudo e Trabalho Empírico

IV - A Região Estudada e as Opções Metodológicas Tomadas

Ninguém dá importância ao pão pela quantidade de pão que existe num país ou no mundo, mas todos medem a sua utilidade de acordo com a quantidade disponível para si, e isso, por sua vez, depende da quantidade total

(Joseph Schumpeter)

4.1 Contextualização histórica, social, geográfica e económica

Encetamos a segunda fase deste trabalho com a caracterização do local de atuação do nosso objeto de estudo, *i.e.*, a região do Algarve.

Como em qualquer trabalho de investigação, torna-se mister delimitar o território de pesquisa com vista a alcançar resultados mais concisos sobre o grupo social analisado. Neste patamar, já Ferreira recolhia de Giddens que *“o conceito de local é o uso do espaço onde acontece a interação. A regionalização são segmentos espaço-temporais onde acontecem as práticas sociais.”* (Ferreira, 2005, p. 54). Giddens (1989) propõe o local e as regiões como um esquema contextual que permita as relações sociais conetadas a um sistema, propondo indicadores para análise, *e.g.*, espaços-temporais diários, encontros, regionalização de locais e interseções de locais. E é este o caminho que seguimos no presente estudo académico, concentrando a nossa pesquisa no espaço de ação previamente determinado e no reconhecimento do que identifica o ecossistema desta região. Iremos neste ponto descrevê-lo pela seguinte ordem temática: ¹⁾ contextualização histórica e legados ainda presentes; ²⁾ delimitação geográfica e sua morfologia; ³⁾ demografia; e ⁴⁾ atividades socioeconómicas predominantes.

O conceito de regionalização implica uma relação espaço-temporal e por tal é importante num âmbito histórico desenvolver o conhecimento da região para se compreender a estrutura social hoje encontrada. A analogia ao passado é primordial para interpretar a articulação atual dos sistemas sociais presentes na região. Reforçamos que a Sociologia necessita de um vasto campo de visão, recorrendo por vezes à história de um local para melhor analisar os cenários atuais.

O território que caracterizamos integra o denominado al-Andalus¹³⁴ e encontra-se marcado nos antepassados por uma forte presença árabe, entre os séculos VII e XII, sendo reconhecida como Gharb (Vakil, 2004; s e Silva, 2005; Domingues, 2010; Alves, 2016). A passagem deste povo deixou, indubitavelmente, vestígios quer materiais (monumentos construídos) quer imateriais (hábitos e costumes imbuídos na nossa cultura), inclusive - na conexão a esta temática - técnicas laborais até hoje presentes em algumas práticas empreendedoras. Consideramos por isso indispensável equacionar os conhecimentos sobre a população autóctone pré-islâmica com os conhecimentos das populações que ocuparam posteriormente o território citado.

¹³⁴Denominação dada no século VII para identificar a antiga Península Ibérica Islâmica.

Como na maior parte das regiões mediterrânicas, a Península Ibérica sofreu a influência dos diversos povos que a ocuparam, *e.g.*, fenícios, gregos, romanos, visigodos e outros, com as consequentes assimilações linguísticas, religiosas e sociais. No plano económico e social, era uma população deprimida, subsistindo minimamente graças à agricultura de pequena escala, à pastorícia e à pesca nas zonas costeiras. Todavia, viviam em sistema de quase escravatura, dependendo e pertencendo aos senhores feudais e da igreja, que os exploravam com impostos excessivos, conduzindo-os a uma situação de debilidade económica.

Foi esta população pouco evoluída, cuja linguagem denominada ‘romance’ e resultante de diversas aculturações anteriores, que os seguidores do Islão¹³⁵ vieram encontrar. Importa acrescentar que perante a miscigenação tomada, não existia uma unidade linguística, nem religiosa nem social na região citada. Respeitante à linguagem, progressivamente o árabe e o ‘romance’ fusionavam-se através de processos de interação primária entre as populações. Ainda hoje, para além dos algarismos que utilizamos, muitas expressões dos residentes, *e.g.*, Algarve, azeite, alguidar, açude, azenha, alface entre mais de mil são encontradas no Dicionário de Arabismos da Língua Portuguesa (Alves, 2013).

Desde o século VIII, todo o al-Andalus e outras regiões da Península Ibérica dependeram politicamente de uma autoridade central: o Califado de Córdoba. Só no século IX, foi possível o Gharb, *i.e.*, o Ocidente do al-Andalus e outras regiões lusitanas, conseguirem autonomizar-se política e administrativamente, constituindo a província de Ossónoba. Todavia, as guerras eram frequentes entre as famílias que aspiravam ao poder. Assim, o governo central estilhaçou-se em pequenos centros políticos - as denominadas taifas - como Faro, Silves e Mértola, entre outras¹³⁶.

Considerando as características debilitadas da população autóctone não nos surpreende que os árabes tivessem sido bem acolhidos, *i.e.*, encontraram condições favoráveis para investir na agricultura, na pastorícia e no aproveitamento das florestas - que lhes forneciam a madeira para construir boas embarcações para desenvolver a pesca e também o pequeno comércio. A população pré-existente ficou favorecida, uma vez que a jurisdição do Islão - que aplicava impostos ligeiros - permitia uma aquisição de autonomia, impulsionava o enriquecimento e o desenvolvimento de novas técnicas laborais. As convulsões políticas ao longo dos cinco séculos - embora com períodos profícuos de paz entre os povos - não impediram um desenvolvimento exponencial das ciências, da cultura e do trabalho que se preservam até hoje num processo de aculturação assimilada (Domingues, 2010).

Com a reconquista aos árabes no século XII, este território passa a ser reconhecido como ‘Reino dos Algarves’. A partir do século XV, o Gharb passou a designar-se primeiro como comarca, depois já no século XIX como província¹³⁷ denominada por Algarve. Preserva, do legado árabe, características que se assumem agora suas, *e.g.*, as construções de casas típicas com terraços (açoteias) onde a chuva pouco abundante na região é conduzida para cisternas, paredes caiadas de branco a refletir o sol, tornando as habitações mais

¹³⁵Na realidade, também estes povos que ocuparam a Península Ibérica, sobretudo a sul, não constituíam uma unidade sociológica, pois eram oriundos de diversas regiões, *e.g.*, Iémen, Egipto, Península Arábica, Norte de África, África Subsariana e Oriente.

¹³⁶Embora alienadas posteriormente pela autoridade de Sevilha, Al-Mu’tadide.

¹³⁷O termo província deixou de ser oficialmente utilizado para identificar os territórios em Portugal, sendo substituído pela terminologia NUT (Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos, segundo a designação utilizada pelo DL 46/89. São utilizadas três classificações: NUTS I; NUTS II e NUTS III) (PORDATA, 2002).

frescas. Toda esta adaptação ao clima, foi transmitida pelos povos árabes. Também o desenvolvimento de artefactos artesanais, como as chaminés algarvias, os tapetes de arraiolos, engenhos e construções ligadas à água (nora, picota, levada, açude, tanque, cisterna, azenha) facilitaram a agricultura. Com novas técnicas de regadio puderam ampliar a produção, assim como novas culturas até então não conhecidas, e.g., laranjeira, limoeiro, amendoeira, figueiras, alfarrobeira, oliveiras, videiras, arroz, entre os demais. Com o desenvolvimento do setor primário e a construção de robustos barcos, também o setor secundário - o comércio - usufruiu de um crescimento adstrito para o desenvolvimento económico na região. Justificamos esta breve alusão histórica, por nos permitir compreender não só o legado deixado em matéria laboral, mas também aferir de longa data a hospitalidade identitária da região, que é votada a uma constante miscigenação de culturas, não só no passado, mas também no presente, conforme iremos reconhecer adiante no terceiro ponto deste capítulo, que trata da ordem temática do fenómeno migratório nesta região.

Este brevíário de componente histórica é fundamental para aprofundarmos o estudo do conhecimento das características do espaço, acompanhando as suas mutações no tempo. Conforme defendia Foucault (Coelho, 1960) o Homem é um ser histórico que se revela na psicologia, na sociologia ou nas ciências da linguagem, logo a História tem sempre o seu espaço epistemológico numa relação íntima com as ciências humanas e a investigação nesse domínio.

Passando para os parâmetros geográficos e administrativos, o Algarve é hoje identificado como uma das sete regiões do NUTS II de Portugal, tem como capital de distrito a cidade de Faro e é composto por dezasseis municípios. Apresenta uma dimensão longitudinal aproximada de 166 km (distância em linha reta de Sagres a Vila Real de Santo António) e representa uma superfície aproximada de 5000 km². É banhada a sul e a oeste pelo oceano atlântico e a leste pelo rio Guadiana - fazendo fronteira com Espanha. Destarte, na pequena região encontramos o interior e o litoral. A norte apresenta uma morfologia montanhosa, já a sul encontramos planícies (Santos et al., 2015). O Algarve é a região mais meridional de Portugal Continental, situando-se entre as latitudes Norte 36° 31' 44'' e 36° 57' 42'' e as longitudes 7° 23' 35'' e 8° 59' 49'', a Oeste do meridiano de Greenwich (Cluster do Mar, 2011).

Importa nesta segunda parte do estudo, registar que na nossa recolha de campo, temos em conta a delimitação dos dois hemisférios que compõem o Algarve: o Barlavento e o Sotavento.

Cada parcela territorial apresenta características específicas e conseqüentemente recursos distintos, desde a linguagem (pronúncias), hábitos e vida social, simbologia, morfologia de terrenos, produção e setores de atividade, grau de exportações e importações, taxas de turismo, demografia, migrações, infraestruturas, equipamentos coletivos, entre demais particularidades distintivas. Para já, importa-nos identificar geograficamente os espaços limítrofes ao barlavento e ao sotavento, disposto na figura seguinte.



Figura 2 - Delimitação geográfica do Barlavento e Sotavento no Algarve (Turismo de Portugal, 2017).

O Barlavento localiza-se na zona ocidental, a sul de Portugal e é composto pelos oito municípios: Vila do Bispo, Aljezur, Monchique, Lagos, Portimão, Lagoa, Silves e Albufeira. Já o sotavento localiza-se a este, na zona oriental e é também composto por oito municípios: Loulé, Faro, São Brás de Alportel, Olhão, Tavira, Alcoutim, Castro Marim e Vila Real de Santo António, apresentando com uma dimensão territorial ligeiramente maior. Tendo em conta as suas posições no mapa, determina-se que o barlavento é a área que está na direção do vento, enquanto o sotavento é o oposto, encontrando-se por tal abrigada¹³⁸.

O Algarve é uma das regiões portuguesas mais conhecidas. A notoriedade internacional desta região tem como pilares a amenidade do seu clima ao longo de quase todo o ano e a beleza diversificada das suas praias e nos últimos tempos dos seus campos de golfe (Cluster do Mar, 2011). Todavia, não são os únicos recursos que este ecossistema oferece. Na diversidade geográfica deste pequeno território, a norte e a sul, a interior e a litoral, a barlavento e a sotavento, encontramos potencial ainda por explorar, sobretudo se anularmos o estigma de periferia que recai sobre os locais menos povoados, logo menos explorados (Cluster do Mar, 2011). No decorrer da análise empírica conseguiremos entender melhor, em resposta à recolha das visões alcançadas na nossa pesquisa, que também a periferia e a quietude destes lugares são vistos como oportunidades, muitas vezes não reconhecido pela população autóctone, mas por quem vem de fora e traz consigo um outro olhar sobre o espaço, na descoberta até de haveres intactos que estes locais escondam.

Passamos agora para a composição demográfica do Algarve. Em termos de números o barlavento é composto, estilizando os dados mais recentes (INE, 2016d), por 202 205 habitantes e o sotavento por 239 724 habitantes, totalizando uma aproximação de 444 000 residentes, o que corresponde a 4% do aglomerado populacional de Portugal que por sua vez conta com 10 358 076 residentes (INE, 2016b).

Observamos que a zona do barlavento tem menos habitantes que o sotavento (todavia, esta última demarca sensivelmente uma maior dimensão territorial). Não obstante, encontramos as zonas de maior desertificação nos dois hemisférios citados, *e.g.*, Vila do Bispo, Monchique, Aljezur (barlavento), Castro Marim e Alcoutim (sotavento). Já os locais com maior densidade populacional são Albufeira e Portimão (barlavento), Loulé, Faro e Olhão (sotavento). Em todos os concelhos apresentam-se maior concentração de idosos e idosas (+ de 65 anos) do que de crianças (- de 15 anos), excetuando a localidade de Albufeira que

¹³⁸Note-se que estes termos foram criados pelos marinheiros com a preocupação de controlar o rumo das suas embarcações.

registra maior número de jovens residentes. Sem embargo e no respeitante à idade concluímos encontrar na generalidade uma população envelhecida (INE, 2016b).

Comparando taxas de natalidade com taxas de mortalidade, avultam-se em maioria as últimas, por todos os municípios, com o claro desvio na localidade de Albufeira, que tem maior percentagem de nados. Curioso será relacionar este elemento, com o facto de neste local se aglomerar um elevado número da população imigrante, conforme iremos desenvolver em seguida. Já em Portimão, cidade onde se encontra o Centro Hospitalar do Barlavento Algarvio, as taxas de natalidade e mortalidade são simétricas. Também em Faro, capital de distrito e com o Centro Hospital do Algarve, a maior unidade da região, estas taxas estão muito aproximadas. A discrepância agrava-se nas terras com menor população, *i.e.*, Alcoutim (com 6% de natalidade para 26,7% de mortalidade), Aljezur (com 6,9% de natalidade para 14,9% de mortalidade) e Castro Marim (com 6,6% de natalidade para 15,6% natalidade). Também Tavira, embora votada a uma maior falange, junta-se a este coro com 6,8% de natalidade para 13,4% de mortalidade. Os outros municípios aqui não mencionados mantêm uma diferença entre 1 ao máximo de 5% entre taxas, sempre com maior incidência na mortalidade (INE, 2016b).

A respeito do sexo, importa-nos registar que verificamos em quase todos os concelhos, a existência de maior número de mulheres do que homens. A única ressalva encontra-se na pequena localidade de Alcoutim, onde o número se encontra equiparado (INE, 2016b). Esta informação é relevante para cruzar com a taxa de desemprego, abordada no seguinte ponto deste capítulo.

Quanto à origem dos e das residentes -naturalidades e nacionalidades, reservamo-nos a caracterizar no terceiro ponto deste capítulo.

Passando a descobrir o território a partir das atividades desenvolvidas, é ponto assente que o setor produtivo mais representativo na região é o turismo, quase todas as atividades giram em torno desta atividade major.

As atividades económicas mais incisivas no Algarve e de acordo com os registos estatísticos (INE, 2016b) representam-se percentualmente, por ordem decrescente: Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis (21,96%); Alojamento, restauração e similares (16,92%); Atividades administrativas e dos serviços de apoio (15,33%); Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (11,62%); Construção (9,64%); Atividades de consultadoria, técnicas e científicas (8,92%); Atividades de Saúde Humana e Apoio Social (6,50%); Atividades imobiliárias (4,78%); Educação (4,33%). Num índice mais baixo constam atividades de indústrias transformadoras, indústrias extrativas, eletricidades e gás, captação de águas e gestão de resíduos, transporte e armazenagem, atividades de informação e comunicação e atividades artísticas de espetáculos, desportivas e recreativas.

Importa sumariar que o setor de serviços prevalece, existindo pouca indústria de transformação na região (Santos et al., 2015). O setor de agricultura e pescas, face aos novos programas de apoio da união europeia, tem vindo a desenvolver-se, mas não o suficiente. Atentamos que o setor do alojamento aqui registado poderá não corresponder ao número real, uma vez que persiste uma economia informal de

alojamento local¹³⁹ não registado (arrendamentos sazonais praticados por particulares), pelo que se presume que este tipo de atividade seja o mais forte na região, contudo é de carácter temporário.

Encontramos porém uma taxa empresarial deficitária (INE, 2017a), sendo que a região do Algarve, à data de abril de 2017, ocupa o mais baixo índice de empresas a nível continental, logo a seguir ao Alentejo¹⁴⁰ e às ilhas.

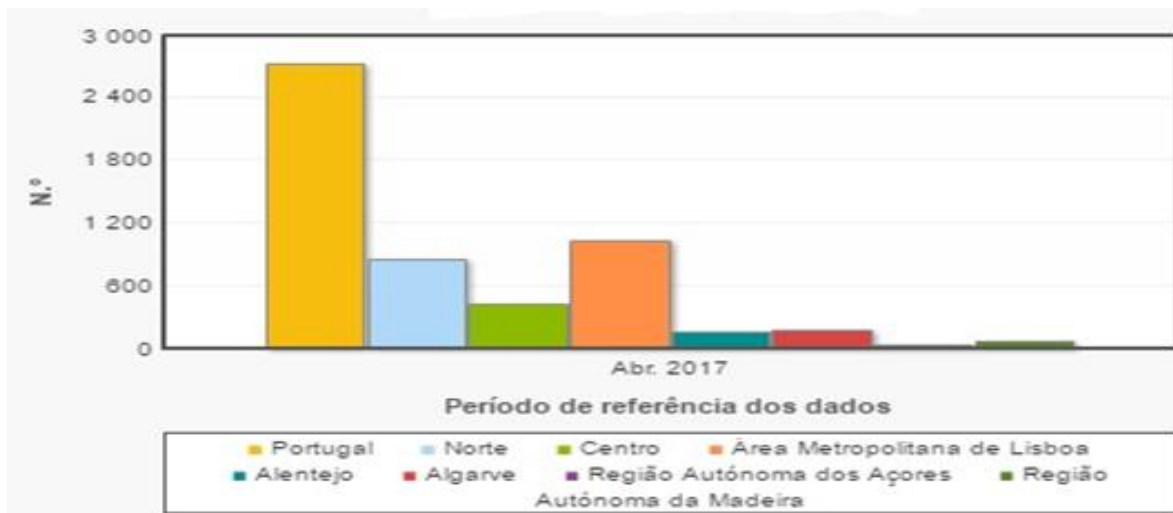


Gráfico 11 - Distribuição regional de Pessoas coletivas e entidades equiparadas (INE, 2017a)

Os números recolhidos pelo sistema de metainformação dos municípios (INE, 2016b) revelam-nos que no ano económico 2015/2016¹⁴¹ constituíram-se 1732 novas empresas ou entidades equiparadas na região, distribuindo-se em maioria pelas localidades de Portimão, Faro, Albufeira e Loulé, numa ordem crescente. Todavia a taxa de sobrevivência destas *early-stage* é de 51,76%. Sobre o tecido empresarial, os indicadores revelam que é de micro ou pequena dimensão, o que significa que empregam menos de dez trabalhadores. Muito embora, a situação se generalize por toda a região, são as localidades com menos densidade populacional e com menos empresas que padecem ainda mais deste microsistema empresarial, e.g., Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, São Brás de Alportel, Silves e Vila do Bispo (INE, 2016b).

Na região encontramos o total de 57 817 entidades privadas (Empresas e ENIs), gerando o total de 153 714 empregos e o volume de negócios registado é de 8 836 927 000 de Euros. É em Loulé que se encontra o maior desenvolvimento económico no setor privado. Encontramos o total de 29 904 pessoas empregadas, sendo que 28 122 são de empresas com sede na região, as restantes são filiais (INE, 2016b).

Do total destas empresas sediadas na região, apenas 2 562 dos e das gerentes possui o ensino secundário e 1706 o ensino superior. Esta conjuntura leva-nos a refletir acerca do que terá motivado a criação das empresas existentes: se foi falta de alternativa de empregabilidade ou vontade própria. Este é

¹³⁹Para colmatar a situação surge a legislação do Alojamento Local (DL 128/2014 de 29 Agosto /DRE, 2014), que permite assim dirimir a dificuldade na contabilização real dos indicadores de ocupação temporária na região.

¹⁴⁰O Alentejo apresenta uma taxa muito aproximada da região do Algarve, todavia acaba por ser mais deficitária se atendermos à discrepância das dimensões geográficas destas duas regiões.

¹⁴¹Contabilizando de novembro 2015 a outubro de 2016.

um ponto que integra uma das dimensões de análise a que nos propomos na tese, respeitante aos motivos das mulheres empreenderem na região.

Independentemente da região que caracterizamos, Félix (2017) estuda as taxas de sobrevivência das empresas em Portugal e conclui que a mesma tem vindo a decair pletoricamente (de 2005 a 2012), reforçando que a idade média de sobrevivência de empresas criadas em 2005 é de oito anos, já as criadas em 2011 é de apenas dois anos, confrontando esta elevada taxa de mortalidade sobretudo ao setor industrial que quer isto dizer? Não se percebe. Constatamos que o cenário é assim nacional.

Sem prejuízo ao exposto, Félix (2017) apoia-se nas análises de outros autores que defendem a importância da contínua criação de novas empresas, não somente com vista a fortalecer os tecidos económicos locais, mas também o emprego e a inovação. O reporte aos Estados Unidos da América, vem deslindar que também neste país se replica o fenómeno controverso de criação *versus* sobrevivência de novas empresas.

A forte dependência do setor do turismo na região do Algarve, leva-nos a analisar duas realidades que concertam o mercado de trabalho neste local. Para dar resposta à procura turística - principal setor económico deste território- a região tem quatrocentas e treze unidades hoteleiras (situando-se a maior parte no município de Albufeira). Esta localidade dinamiza turismo o ano inteiro e o movimento noturno também pouco difere (INE, 2016b, Cluster do Mar, 2011).

Importa não só contabilizar residentes, mas também ter em conta os e as visitantes na diáspora a este território. São elementos diferentes, mas que vêm alterar as demandas no mercado laboral, ainda que provisoriamente, *i.e.*, sazonalmente. Em termos demográficos, o Algarve, representa 4% do total da população portuguesa, todavia a região é fortemente visitada durante a época estival, o que leva a um acréscimo populacional - ainda que provisório -, difícil de mensurar, mas que por si só pode provocar a necessidade de moldagem - readaptação - à estrutura envolvente, quer a nível de equipamentos sociais e coletivos, quer a nível de incremento empresarial em oferta de produtos e serviços (Santos et al., 2015).

Tais elementos levam-nos a refletir que na época alta surgem atividades que depois cessam durante a época baixa.

4.2. A problemática do desemprego na região

Neste ponto importa aferir a problemática do desemprego no território caracterizado e a sua evolução. Tal entendimento poderá contribuir para investigar a motivação da atividade empreendedora no feminino e na região afeta, bem como elencar a premissa de que estas atividades contribuem para colmatar as contingências do mercado laboral em que operam, *i.e.*, partindo da premissa que a mulher no papel de empreendedora vem reforçar o tecido económico local.

No último recenseamento da população em Portugal, encontramos o total de 662.180 desempregados e desempregadas, repartindo-se entre 327.600 homens e 334.580 mulheres, para um

universo de 5.010.822 residentes como população ativa¹⁴² (INE,2011). Em 2011 a região do Algarve tinha a taxa mais elevada de desemprego do continente¹⁴³ português. Comparativamente ao mesmo trimestre e no ano atual de 2017 tal realidade alterou-se, encontrando-se as regiões norte (com uma taxa de 9,5%) e a área metropolitana de Lisboa (9,4%) com o mais alto número de desempregados (INE, 2017b).

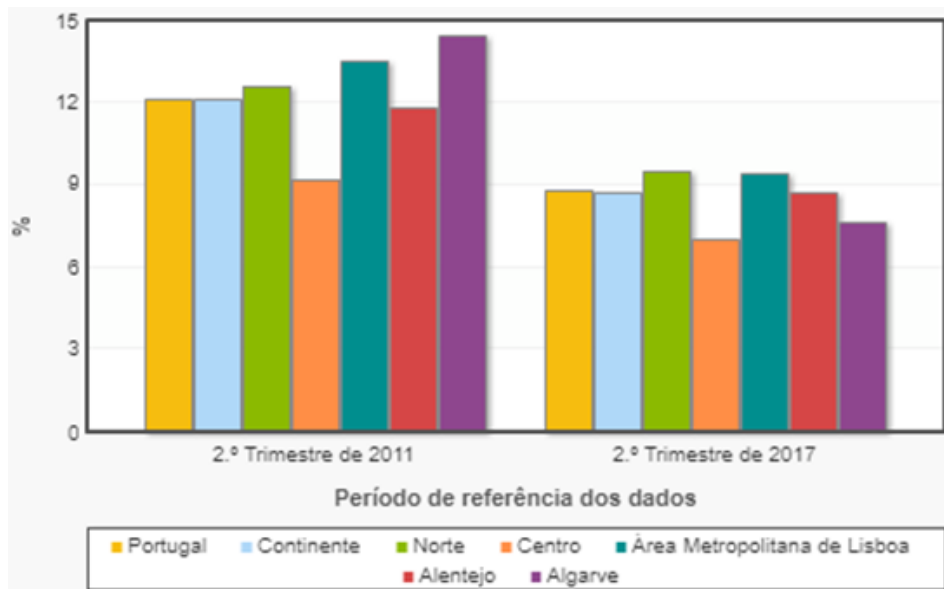


Gráfico 12 - Evolução da taxa de desemprego nas regiões do continente (INE, 2017b)

Outra das curiosidades reveladas nos dados demográficos apurados, é que apesar de existirem mais mulheres do que homens, nesta região, a taxa de desemprego é mais elevada nos homens (PORDATA, 2016b), o que nos leva a procurar correspondências que justifiquem o fenómeno.

É indubitável que a estrutura da região do Algarve tem sofrido mutações, as quais entendemos à primeira análise como positivas, uma vez que o desemprego desceu. Não obstante, importa compreender o papel das agentes - mulheres empreendedoras - nesta mutação, uma vez que no que tange ao segundo trimestre de 2017, os números vêm contrariar tendências no campo dos estudos de género. Embora com um ligeiro diferencial, mas que nos importa destacar, o desemprego nesta região é maior nos homens do que nas mulheres - respetivamente a proporção de 8% nos homens e 7,2% nas mulheres. Já comparativamente ao cenário português o paradigma altera-se, correspondendo a 8,4% nos homens e 9,3% nas mulheres (INE, 2017b). É relevante observar através destes dados que apesar de no país ainda existirem mais mulheres desempregadas que homens, as taxas têm vindo a aproximar-se ao longo dos anos. Ferreira (2010) aferiu que as taxas de desemprego das mulheres, ainda nos anos noventa do século passado, foram sempre superiores às dos homens numa média aproximada de dois pontos percentuais.

Respeitante à sua distribuição geográfica, os indicadores (PORDATA, 2016b) revelam-nos também que existe mais desemprego nas localidades do Algarve com maior aglomerado populacional, e.g. Albufeira,

¹⁴²Tabela de Dados Estatísticos referente à população residente com 15 ou mais anos de idade, por Local de residência, por sexo, grupo etário, condição perante o trabalho e nível de escolaridade (INE,2011).

¹⁴³Os dados referem-se ao continente, pelo que não incluem as ilhas, que já no cenário global português são as que têm a mais elevada taxa de desemprego.

Lagoa, Olhão e Portimão, excetuando os casos de Vila Real de Santo António e Castro Marim (pequenos núcleos onde se aferem também elevadas taxas de desemprego).

A problemática do desemprego na região é analisada no relatório da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional (Santos et al., 2015), que identifica como hipotéticas causas o facto de o Algarve ser uma região periférica, o seu fraco desempenho empresarial, a predominância de atividades sazonais pouco diversificadas e de cariz muito tradicional, não se aproveitando na totalidade os recursos existentes desta região.

Apesar da diminuição percentual do nível de desemprego no Algarve, nos dados mais recentes, um dos pretextos evidenciados na sua fundamentação diz respeito ao problema da sazonalidade. Conforme se verifica no gráfico seguinte, no período de 2016/2017, o desemprego aumenta no primeiro e último trimestre do ano - datas coincidentes com a época baixa. Já o período das estações mais quentes reativa o emprego na região, a qual apresenta forte dependência laboral no setor do Turismo e atividades afetas.

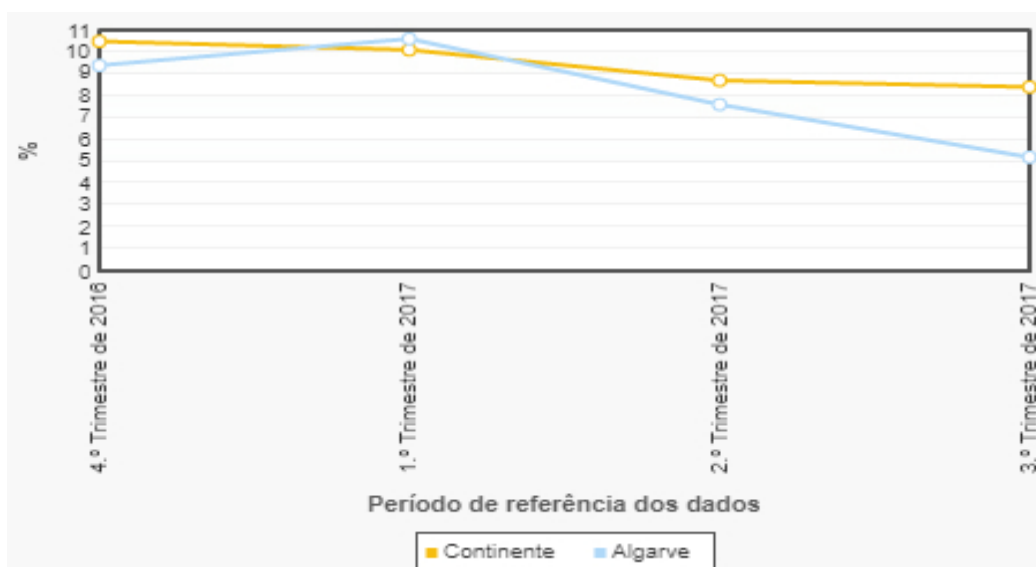


Gráfico 13 - Evolução da taxa de desemprego nos 4 trimestres 2016/2017 (INE, 2017b)

Santos et al. (2015) corroboram que os bloqueios cognitivos e produtivos de que a região padece se devem sobretudo por gravitar as suas atividades em torno do turismo, limitando a visibilidade para outros eventuais recursos endógenos existentes no ecossistema algarvio e por consequência limitando o seu potencial de inovação regional.

A este propósito Barreira (2006) analisava ser mister um novo olhar sobre a região. A autora ressalva a necessidade de capitalizar conhecimento através de novos modelos de sistemas de transferência de modo a que as empresas do Algarve possam se solidificar, tornar-se mais competitivas e crescer, criando de igual modo mais emprego. Passados dez anos deste estudo, constatamos que o pilar do desenvolvimento da economia regional continua ancorado no turismo e muito dependente deste assim como os registos continuam a acusar falta de inovação na região (Santos et al., 2015). Não obstante, Barreira (2006), considera que o turismo é um forte setor, pois as empresas do ramo integram fortes ligações internacionais e por consequência um conjunto alargado de informações e conhecimentos que podem vir a ser geradores

de inovação. Não obstante, continua a não chegar para colmatar o desemprego durante um desempenho que se quer anual e não periódico.

Paralelamente à sazonalidade e ao desemprego, o Algarve é uma região periférica - situada no ponto mais a sul de Portugal -, o que resulta muitas vezes em fracas interações institucionais, que fragmentam e desarticulam os empresários e as empresárias com as entidades centrais e as novas iniciativas empreendedoras. A este propósito já Freire (1995) registava na sua investigação que as entidades com poder de decisão estão fortemente centralizadas na capital, em Lisboa. Passados mais de vinte anos o paradigma mantém-se. A centralização é entendida como uma fragilidade para o território do Algarve, descrita no RIS3¹⁴⁴ (Santos et al., 2015) e que produz nesta um impacto negativo. A par desta celeuma, os autores citados consideram que seria desejável concentrar as prioridades das políticas públicas para gerar investimentos em setores mais diversificados, para além do entorno ao turismo. Por este motivo, torna-se premente que se encontrem novas oportunidades de ação empreendedora, de modo a esgrimir quer os recursos endógenos quer os recursos exógenos que existem e não estão a ser de todo aproveitados.

Para diversificarmos os setores de atividade necessitamos pois de pessoas com competências diversificadas. Neste raciocínio e se existirem barreiras sobre a população (quer de género, etnia, classe ou idade) estaremos a corroborar para uma estrutura pouco facilitadora à atividade empreendedora.

Sem embargo, os indicadores (INE, 2016a) apontam para uma recuperação do mercado laboral desde o ano de 2016. O Algarve é dotado de um ecossistema muito próprio e sem prejuízo do exposto relativamente às dificuldades, não é demais evidenciar o que nos oferece, *i.e.*, localização com clima ameno e estável, boas praias, terrenos férteis para a agricultura, larga costa para a pesca, zonas com riqueza interior no que diz respeito ao património material e imaterial - edifícios históricos e riqueza cultural-, elevada miscigenação através de populações migrantes que oferecem mão-de-obra para trabalhar ou que criam o seu próprio emprego, que investem na região, ou que simplesmente aqui vêm residir - logo consumir-, entre outras condicionalidades quer internas quer externas.

Ao colocarmos todos estes parâmetros na balança e refletirmos sobre as problemáticas identificadas em torno do desemprego, compreendemos que as políticas públicas de atuação não têm sido suficientes, ou, por outro lado, a sua aplicação prática não tem sido a mais eficaz. Retomamos assim o enfoque dicotómico da estrutura e agência, questionando se o fenómeno do desemprego será produto de uma causa exclusivamente estrutural ou se também os e as agentes afetados na região não têm sido suficientemente proativos.

Muito embora lentamente a recuperar, o que observamos é que o desemprego persiste e continua a ser uma adversidade a combater. Por outro lado, não podemos isolar o fenómeno do desemprego das tendências nacionais e internacionais. Na polifonia de debates sobre o assunto (Corrêa da Silva et al, 2015; Félix, 2017) é ponte assente que os tempos austeros recentemente vivenciados traduziram níveis nunca antes experienciados de desemprego, extensíveis a todo o território português e também europeu.

¹⁴⁴Research na Innovation System (Sistema Regional de Inovação).

4.3. O fenómeno atípico das migrações no Algarve

Este ponto de trabalho não estava previsto no projeto inicial e surge necessariamente neste capítulo, após o contacto de campo, uma vez que se verificou uma pertinente atuação de mulheres empreendedoras no território em estudo, mas oriundas de outras regiões e de outras nacionalidades.

O fenómeno migratório encontrado nesta região define-se como atípico, uma vez que a maioria da população encontrada não se enquadra nos padrões de vulnerabilidade mais trabalhados neste campo de estudos¹⁴⁵ (Malheiros et al., 2010; Oliveira, 2016). Todavia e muito por isso, esta população carece de desmistificações e análises de campo, as quais têm sido incipientes ou nulas nesta região especificamente. São, pois, escassos os estudos sobre este tipo de migrações, que envolve em maioria populações de classe média e alta (Covas, 2004; ACIDI, 2012). É por esta razão, que ao nos depararmos com o cenário, incluímos na nossa população entrevistada, mulheres empreendedoras de outras nacionalidades, permeando as fronteiras do global para o local. O conceito de comunidade migrante¹⁴⁶ não deixa de ser aqui aplicado, independentemente da génese dos alóctones - ressalve-se, sem generalizações¹⁴⁷ - cujo impacto subjacente sobre determinado local, o Algarve, importa também descortinar no presente trabalho. Importa assim acrescentar que, do total de residentes já aferidos - 444000 - 13% são comunidades imigrantes (INE, 2016).

No concertante às imigrações, a população do Reino Unido constitui a maior faixa dos alóctones residentes no Algarve, inclusive a nível de todo o continente português registam-se 17230 ingleses, sendo que 10045 habitam nesta região, concluindo-se ser aqui a maior proporção demográfica desta nacionalidade (PORDATA, INE, 2016). Concentram-se sobretudo em aglomerados nas localidades de Loulé, Lagos e Albufeira. Em Loulé encontramos o denominado *golden triangle*¹⁴⁸, mais precisamente na Quinta do Lago, Almancil.

¹⁴⁵Mais replicado sobre as comunidades que se deslocam por motivos de dificuldades (económicas, guerras, outras) no seu país de origem, e que se deparam com barreiras nos países para onde migram, assim como nestas problemáticas subjacentes.

¹⁴⁶Importa esclarecer que utilizamos o termo migrante sempre que nos referimos aos movimentos internos de deslocação entre regiões portuguesas. O termo imigrante, esse sim, remete às mulheres provenientes de outras nacionalidades.

¹⁴⁷Pois também encontramos comunidades migratórias mais desfavorecidas em termos económicos.

¹⁴⁸Conceito muito replicado nas entrevistas empíricas.

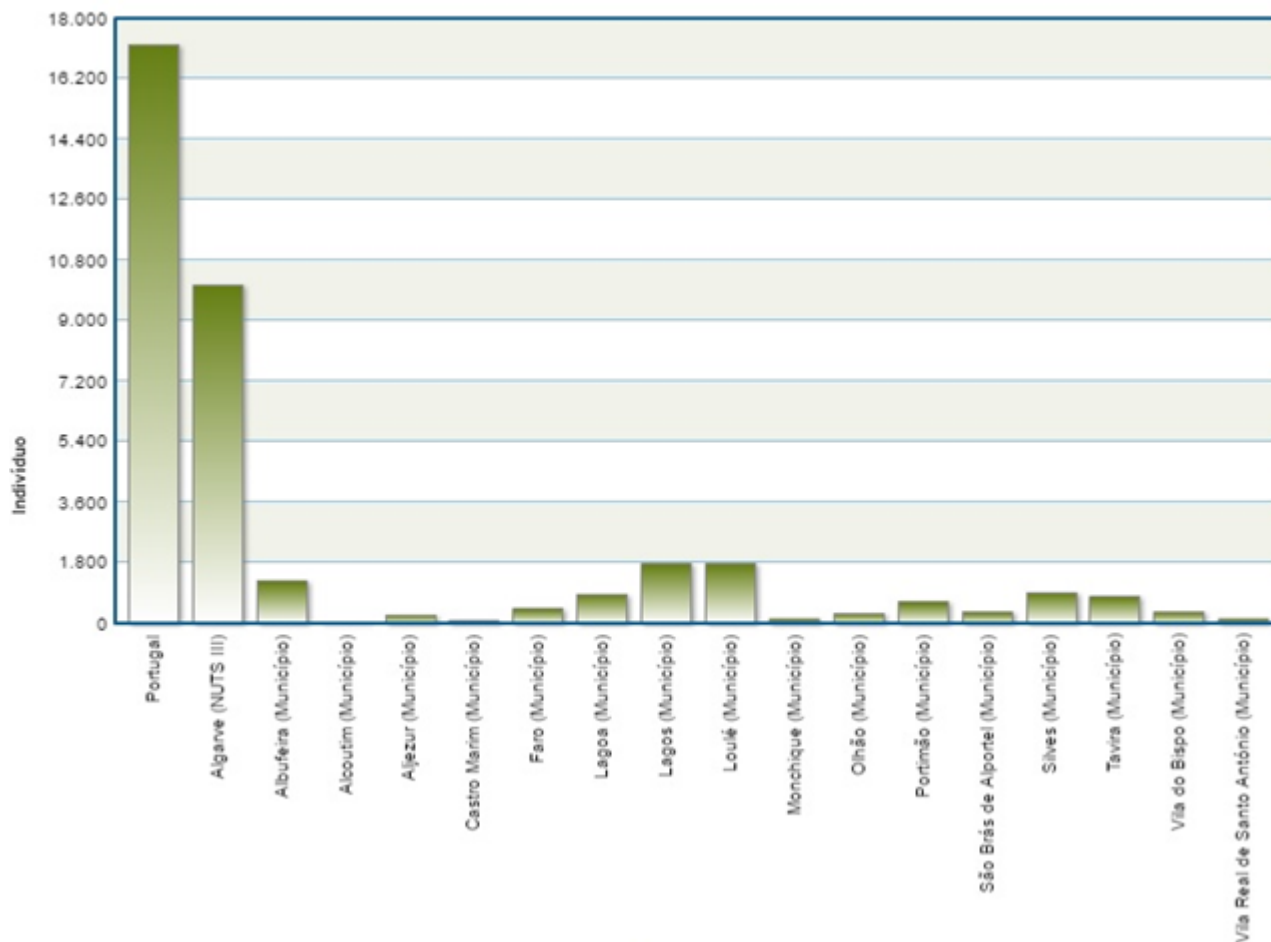


Gráfico 14 - Distribuição da População do Reino Unido em Portugal (PORDATA, INE, 2016)

Neste quadro, importa reforçar - e também perante os últimos acontecimentos da saída do Reino Unido da União Europeia e os conflitos sociais e económicos adventos, como o Brexit -, que esta população já vinha habitando a região muito antes de se formar a União Europeia (Oliveira, 2016).

Concluimos também e no propósito do desenvolvimento regional, que a grande parte destas comunidades imigrantes se enquadram numa classe média¹⁴⁹ (sobretudo os oriundos dos países mais desenvolvidos e com índice per capita maior que Portugal), as quais se deslocam para residir motivados pela qualidade de vida (Oliveira, 2016). Todavia esta população não vem somente fortalecer o consumo, como também instalar práticas empreendedoras (IFDEP, 2015b).

Completamos assim a análise demográfica encetada no primeiro ponto deste capítulo e verificamos a dinâmica territorial no respeitante à mobilidade - concentração ou êxodo populacional. O despovoamento produzido em alguns locais devido a movimentos emigratórios de autóctones em busca de empregabilidade e melhores condições de vida, passa a ser colmatado por outro movimento, no caso, imigratório, proveniente de outras nacionalidades, mas também de outras regiões portuguesas. Estes fluxos são ilustrativos do claro

¹⁴⁹Importa esclarecer que trabalhamos aqui o conceito de 'classe' mensurado apenas pelas condições económicas, não distendendo a sua caracterização nos demais elementos que o compõem no domínio da Sociologia, conforme modelo aplicado por Firmino in Roldão (2008) na dimensão económica/profissional, em que o investigador analisa dois parâmetros: a profissão e a situação da profissão.

aumento da mobilidade geográfica na contemporaneidade, proposto por alguns autores e autoras como paradigma de compreensão social e profundamente imbrincado com a globalização (Sheller e Urry, 2006; Cresswell, 2006; Sales Oliveira, 2011). Apesar do despovoamento sentido em algumas localidades mais interiores ou subperiféricas na região, regista-se o incremento da população oriunda sobretudo de outras nacionalidades, que na diáspora, decidem imigrar e obter aqui o seu estatuto de residente. Totalizavam à data de 2015, o numérico de 58110 imigrantes. São estes provenientes de países africanos - PALOP - (5218 pax.), asiáticos (3842 pax.), americanos (8503 pax.) e a grande fasquia da Europa (40421 pax.), e.g., Reino Unido, Alemanha, França, Ucrânia, Roménia (PORDATA, INE, 2016). Adicionalmente e independentemente destes números, acrescentamos ainda a existência de migrantes internos, *i.e.*, oriundos de outras regiões do país, e.g., Norte, Alentejo, Centro e Região Metropolitana de Lisboa. Da panóplia, assinalamos assim empreendedoras naturais da região do Algarve, empreendedoras de outras regiões de Portugal e empreendedoras de outras nacionalidades. O Algarve poderá deste modo descrever-se como uma entidade compósita, construída por uma ‘manta de retalhos’ onde vislumbram diferentes identidades - naturalidades e nacionalidades.

Sem prejuízo ao exposto, no enfoque temático deste estudo recordamos que mulheres e comunidades migrantes são grupos sociais mais vulneráveis (sujeitos a segregação e estereótipos), que requerem especial atenção na nossa sociedade (Malheiros e Padilha, 2010). Esta população despoleta-nos a curiosidade de perquirir os seus comportamentos sociais, *i.e.*, analisar se os mesmos se adaptam a uma cultura existente ou se vêm incorporar novos costumes na região, produzindo novas experiências e relações interculturais. Segundo o estudo de Covas (2004), apesar da tendência destas comunidades a agruparem-se entre si, por vezes até num círculo de convívio mais restrito, é inevitável que acaba por coexistir uma partilha, fruto do contacto com os autóctones, uma miscigenação que produz uma multiculturalidade regional, com usufruto para ambos. Como proposto por Vieira e Sales Oliveira (2016) a partilha de *know-how* do global enriquece o local e vice-versa, no entendimento contextual que o cruzamento de culturas poderá ser enriquecedor, quer ao nível de conhecimento partilhado, educação, cultura e também atividades económicas.

A questão que indubitavelmente emerge deste fenómeno migratório prende-se com o seu entendimento na dimensão cultural, matéria que neste ponto nos propomos desenvolver.

Introduzimos neste enfoque analítico, o conceito de cultura definido neste domínio de estudo sociológico, como o conjunto de valores e princípios que identificam um grupo social, num determinado espaço.

As sociedades de pequena dimensão tendem a ser culturalmente uniformes, porventura, a região do Algarve, motivada sobretudo pelas suas condicionantes climáticas, tem sido palco de multiculturalidades provenientes de diferentes nacionalidades e também naturalidades. Falamos assim de subculturas, segmentos de população que se distinguem dos restantes em virtude dos seus múltiplos padrões culturais.

A cultura desempenha um papel importante na perpetuação das normas e valores de uma sociedade, oferecendo também oportunidades de criatividade e mudança para outros grupos sociais em interação.

Esclarecemos que o conceito de cultura se refere neste contexto a valores que são apreendidos¹⁵⁰, *i.e.*, aos modos de vestir, constituir família, constituir emprego, à religião, às crenças, às atividades de lazer, em suma, ao modo de construir a vida. Esses valores são partilhados pelos membros de uma sociedade e formam um contexto de cooperação e comunicação, regido por simbolismos, tal qual conceptualiza Hofstede (2001), acrescentando a este debate as consequências das interações culturais num determinado espaço.

A organização social é um sistema de inter-relações coletivas. Sem cultura não existiria sociedade e vice-versa. Perante as multiplicidades étnicas, muitas vezes a comunicação entre autóctones e alóctones faz-se pela língua inglesa (Oliveira, 2016). A este respeito, desde já conferimos que é a população do Reino Unido que constitui a maior fasquia de imigrantes neste território meridional (PORDATA, INE, 2016). A par disso, é também a língua mais falada a nível mundial, utilizada nas organizações internacionais e nas relações diplomáticas (Della Chiesa, Bruno; Scott, Jessica e Hinton, Christina, 2012). Determinamos com isto a existência de uma hermenêutica diatópica, *i.e.*, o entendimento tácito entre diferentes línguas.

As subculturas podem promover pontos de vista alternativos à cultura dominante, cooperando para o *mainstream* estrutural (Cuche, 2010). Os costumes de um povo podem alterar-se e ou acrescentar-se sintomaticamente com o tempo cronológico. No debate sociológico temos a noção de cultura dominante e de cultura dominada (Cuche, 2010), todavia consideramos que atualmente se trata de grupos sociais que mantêm relações de dominação e subordinação entre si.

No que tange ao conceito de multiculturalismo, terminologia mais contemporânea no meio académico, resumimos a constatação de múltiplas culturas num mesmo espaço. O modo como estas diferentes culturas se comprometem e as condicionantes que as influenciam, sobretudo em ambiente laboral é alvo de nossa atenção.

Respeitante a esta multiculturalidade presente, entendemo-la como uma mais-valia na medida que vem enriquecer o capital simbólico, *i.e.*, os recursos exógenos nesta região. No estudo citado (IFDEP, 2015a), os autores e autoras envolvidas preludiam o empreendedorismo imigrante como uma aquisição de novos recursos, novas competências, dinamismo económico nas regiões afetas. Complementamos esta premissa através do conceito de *embeddedness*¹⁵¹, o qual presume as múltiplas interações sociais num mercado único, global (Polanyi, 1971). Para além disso, constitui uma abertura para incrementar trocas comerciais, *i.e.*, internacionalizar, recorrendo-se sempre que possível de abertura governamental no acolhimento de novas comunidades, assim como o define a legislação parlamentar (Assembleia da República, 2016).

No entorno do conceito de cultural, foco deste ponto de trabalho, para além da multiculturalidade constatada, outro conceito nos surge: a interculturalidade. Entendemos que a sua raiz nesta região é

¹⁵⁰Eliminando por agora deste diagnóstico os valores que são herdados, embora consideremos que estes estão tacitamente presentes no estágio ôntico (pré-ontológico) do e da agente, todavia estão sempre sujeitos a (re) construções perante as contínuas experiências vividas no social.

¹⁵¹Abordado no primeiro capítulo da tese.

sobretudo fruto do setor de atividade predominante - o turismo - assim como também da influência dos mercados globais¹⁵².

O termo de interculturalidade tem como fundamento a consciencialização e o respeito pela diversidade na interação entre duas ou mais culturas, impõe a intenção de fomentar o diálogo e a relação entre essas culturas. Registamos nesta dinâmica a RPCI¹⁵³ que tem como objetivo promover o desenvolvimento e a implementação de políticas de integração de imigrantes, a gestão da diversidade e o diálogo intercultural. Esta rede tem em cada região uma autarquia como parceira, no Algarve é acolhida pelo Município de Portimão. A interculturalidade depende da estrutura existente em determinado território, *i.e.*, de obstáculos comunicativos, de debilidades de políticas governamentais, de hierarquias sociais e sobretudo de diferenças económicas. O conceito significa a consciencialização compreensiva no sentido de Weber (2010) do respeito pela igualdade e dignidade humana, eliminando neste encontro quaisquer hipóteses de etnocentrismo e até xenofobias¹⁵⁴.

Nesta linha de desenvolvimento, é perlocutório que a sociedade portuguesa é sensível ao acolhimento de alóctones, não se observando neste território fenómenos massivos de rejeição de imigrantes - sem prejuízo de alguma situação pontual que possa na afria ter decorrido - pelo que Rocha Trindade (1993) considera que os investigadores e investigadoras dos movimentos e comportamentos sociais em grupo, têm motivos para se tranquilizar, aventados os mansos costumes portugueses. Numa visão bem distinta, a recente investigação de Roldão (2015) contribui para problematizar o constructo dos brandos costumes e alerta para a problemática da integração dos imigrantes provenientes dos países PALOP. Segundo a autora citada o percurso escolar dos e das jovens, sobretudo descendentes de pais e mães africanas, é condicionado, uma vez que se confrontam com os estereótipos de vulnerabilidade étnica, quer por conta da condição de classe social económica, quer por conta da sua origem de países em subdesenvolvimento, encontrando no país estas condições adversas que conduzem mais facilmente ao insucesso escolar destes e destas descendentes de imigrantes.

Sem prejuízo ao exposto, alerta-se para que a interculturalidade pressupõe ainda a naturalização das diferentes culturas concentradas num determinado local, procedendo ao reconhecimento da centralidade do próprio código que é utilizado por cada uma destas. Do cruzamento e valorização de diferentes culturas surgem muitas vezes visões empreendedoras e novas oportunidades (Malheiros et al,

¹⁵²De modo sumário, a globalização introduz também novos produtos, inclusive termos técnicos no labor, os denominados anglicismos além-fronteiras, *e.g.*, *start-up*, *early-stage*, *benchmarking*, *spin-offs*, *born global*, *networking*, *slusters*, *storytelling*, *franchising*, *pitch*, *crowdfunding*, *corporate social responsibilities*, outros¹⁵², que estamos votados a empregar no *mainstream* cosmopolita. Desde já esclarecemos que na exposição escrita deste estudo, são frequentes os anglicismos replicados, ou porque são intraduzíveis ou até porque produzem um acoplamento de matéria internacional. Todavia, tal não significa que percamos a nossa identidade, mas sim, que revelemos a abertura e o acolhimento à internacionalização do conhecimento e ao consequente desenvolvimento deste, em detrimento dos ineficazes estigmas à pluricentricidade da língua já globalizada.

¹⁵³Rede Portuguesa de Cidades Interculturais, criada em 2012 sob a égide do organismo internacional - Rede Europeia de Cidades Interculturais.

¹⁵⁴Importa clarificar a distinção dos dois conceitos aqui presentes, atribuindo-se ao etnocentrismo à tendência do pensamento a considerar as categorias, normas e valores da própria sociedade ou cultura como parâmetro aplicável a todas as demais. Já a xenofobia como a etimologia indica provém de fobia e corresponde a uma aversão a pessoas estranhas, que não são oriundas do país onde se encontram.

2010; Oliveira, 2016). Empreendedorismo e interculturalidade são uma realidade cada vez mais patente na região estudada. A globalização e um conjunto de factores a esta subjacente, convidam a este cenário.

Rocha Trindade (1993) entende que os *media* também contribuem para a abolição das fronteiras tradicionais entre territórios. A estes acrescentamos o desenvolvimento dos transportes, que eliminam distâncias e modificam universos sociais e culturais. Para a autora, as diferenças culturais esbarram sobretudo nas divergências do conceito de valor. Este é um conceito ambíguo na medida em que depende também do significado e significância de cada agente. Para Coelho (1960), a noção de valor depende de um significado coletivo num dado contexto regional, sendo paradigmática a aceção desta definição no contexto deste estudo.

O que é valor no empreendedorismo? É uma oportunidade, uma diferença demarcada, é inovação, é liberdade do indivíduo? Valor é o que distingue uma cultura, tem um significado coletivo, todavia também pode ter uma significância subordinada ao e à agente (Pecly e Ribeiro, 2015). Questão que também iremos procurar analisar através dos depoimentos das mulheres empreendedoras, nomeadamente sobre o que valorizam na sua ação empreendedora, o que consideram ser valorizado na região, sobre o que entendem por êxito, se colocam a tónica na vertente pessoal e ou económica.

Hofstede (2001) trabalha esta problemática num dos maiores e mais completos estudos alguma vez desenvolvidos¹⁵⁵, introduzindo um *survey* (de cerca de 117000 questionários) que abrange mais de setenta países entre 1967 e 1973 e regressando ao complemento desse estudo na década de noventa do século passado, sendo que já no século XXI lança novos questionários. Para o autor citado a cultura é resultante do processo de sociabilização que se inicia na infância através da família, segue na escola e tem o seu cume nas relações de trabalho, motivo pelo qual concentra a sua pesquisa nesta última fase, *i.e.*, no comportamento dos e das agentes em contexto organizacional /laboral. Hofstede (2001) entende que as diferentes culturas traduzem diferentes valores que por consequência produzem diferentes comportamentos. O cerne da questão cultural reside no conceito de valor, o qual é associado por simbolismos e díspares exegeses nos mesmos contextos/cenários (Hofstede, 2001).

O autor citado estudou os valores de diversos espaços territoriais ao largo de mais de uma década, resultando cinco dimensões culturais (Hofstede, 2003; Hofstede, 2005; Lacerda, 2011):

ⁱDistância do poder - que se fundamenta na existência de hierarquias. Hofstede encontra culturas que minimizam a sua importância em prol de igualdades de potencial humano (países nórdicos, Nova Zelândia, Austrália), já noutras identifica membros que aceitam a obediência e patenteiam as hierarquias de poder como uma necessidade, apenas se quebrando este paradigma com revoluções (Ásia, Europa Oriental, América Latina e África).

ⁱⁱAversão à incerteza /risco - o autor encontra territórios onde as pessoas se sentem bem vivendo o risco, faz parte de um *status*, a população rejeita regras e leis que não são fundamento (Jamaica e

¹⁵⁵Muito embora não tenhamos desenvolvido a temática da cultura no quadro conceptual, é-nos agora oportuno para a preparação da recolha de campo elencar as teorias emergentes que relacionamos com o disposto.

Singapura), já países mais temerosos, cautelosos, procuram combater o alto *stress* que lhes provoca a incerteza (Japão, Grécia e Rússia).

ⁱⁱⁱIndividualismo *versus* coletivismo - Hofstede deparou-se com culturas que denominou coletivistas, onde as relações são mais importantes do que as próprias tarefas (Guatemala, Paquistão e Indonésia), todavia os países mais desenvolvidos colocam ênfase no ‘eu’ (EUA, Austrália e Inglaterra).

^{iv}Masculinidade *versus* Feminilidade - valores como agressividade, procura por bens materiais e competitividade são padronizados nas comunidades patriarcalistas, masculinas (Japão, Venezuela, Itália, Irlanda e México), outros focam-se na qualidade de vida, pequenas coisas que se conquistam lentamente, compaixão pelo próximo, são estes considerados pelo autor como sociedades que se aproximam a perfis femininos (Suécia, Noruega, Finlândia, Dinamarca, Holanda). Verifique-se que estas últimas são na literatura contemporânea, locais onde encontramos o êxito empreendedor, sucesso a longo prazo (Badenhausen, 2017).

^vDimensão de Confuciano - esta divide os que se focam em objetivos de curto prazo ou objetivos de longo prazo e esse factor reflete-se no modo como preservam e mantêm ou não as suas tradições. Neste enfoque, importa respaldar que alguns países concentram o seu foco nos lucros imediatos e existe uma pressão social para o consumo, com efeitos a curto prazo (EUA, Inglaterra, Espanha), já as que se orientam para longo prazo, são perseverantes, economizam recursos e o esforço laboral é alcançado lentamente (países do Leste da Ásia, China, Coreia, Japão).

Hofstede (2005) recomenda a quem pretenda empreender noutros países que deve ter em conta a teoria das dimensões culturais, uma vez que os membros já carregam consigo a sua identidade cultural e vão deparar-se ou surpreender-se com novos valores de outras culturas. Se já se encontrarem preparados nesse sentido, utilizam como vantagem a sua diversidade em contexto laboral, no empreendedorismo.

Conhecer a cultura de outro país traz uma vantagem competitiva saudável, *i.e.*, a compreensão, o respeito e a utilização da diferença enquanto competência, promovendo a abertura e melhor aproveitamento de recursos. Conhecer a cultura onde nos vamos inserir é assim basilar para o sucesso. Rebuscamos a este propósito o conceito de coopetição (Czakon, 2009) que postula a perspetiva de cooperação aliada à competição, num mercado concomitantemente recíproco e partilhado entre empreendedoras e empreendedores, no caso, oriundos de díspares etnias.

Negas e Lobão (2014) colocam em foco a importância dos princípios universais através de fundamentos axiológicos que se enquadram no debate de responsabilidade social nas empresas. Alertam que sem valores morais é impossível realizar negócios no contexto atual porque a perda de respeito mútuo leva à desorganização social e coloca em perigo a sobrevivência de mercado. Desta forma se revela “a importância do empreendedorismo no contributo para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa (...) é hoje em dia reconhecida por inúmeras entidades que se dedicam ao respetivo estudo /promoção” (Negas e Lobão, 2014).

Assim podemos dizer que a multiculturalidade observada na região traduz novos recursos exógenos, novos potenciais no sentido a que temos vindo a postular do global para o local (Vieira e Sales Oliveira, 2016). Trompenaars (2012) preocupa-se com o este dilema - global versus local - e sugere que a cultura se distingue pelo modo como os seus membros respondem a desafios. Isto pode acontecer a diversos níveis: o externo (língua, gastronomia, arquitetura, tudo o que é observável a olho nu), o nível intermediário (normas, leis, valores-vontades) e o central (preocupação pela sobrevivência, contornando questões ambientais). Trompenaars (2012) acrescenta às dimensões de Hofstede: ⁱAtitudes no relacionamento entre as pessoas e o tempo (algumas culturas valorizam muito os factos passados - como Portugal saudosista (Lourenço, 2000; Vieira, 2015), outras concentram-se mais no futuro), e a ⁱⁱRelação ao Ambiente (receios de factos da natureza, catástrofes).

Ambos os autores Hofstede e Trompenaars cruzam dimensões respeitantes às relações de poder e ao individualismo *versus* coletivismo (Lacerda, 2011). Trompenaars esclarece a este propósito que a nação coletivista não é aquela que cerceia o livre arbítrio, mas aquela em que os indivíduos convergem nas mesmas vontades.

Acrescentamos ainda o contributo de Hall (2011) acerca do modo diferenciado como em cada cultura se faz a gestão do tempo; consoante a capacidade individual de realizar uma ou mais tarefas de cada vez, obtemos perfis, também entendidos como hábitos culturais - monocrónicos ou policrónicos. Hall identifica que a diversidade cultural é um dos pontos essenciais de análise no ambiente de trabalho.

Para o autor (Hall, 2011), a perceção do tempo difere de pessoa para pessoa, identificando como factores influenciadores a nacionalidade (atribui às regiões do Mediterrâneo, da América Latina, França e Japão características mais policrónicas, enquanto às regiões noroeste da Europa e EUA pendência a atitudes monocrónicas¹⁵⁶); o género¹⁵⁷ (atendendo à dimensão histórica de que as mulheres exercem diversos papéis em simultâneo, adotando uma postura *multitasking*,); idade (se tomarmos em consideração a energia disponível para o trabalho); a educação (o autor entende que os resultados mais elevados nos índices de policronismo foram reportados por indivíduos com mais elevada escolaridade, sobretudo de nível universitário); estado civil e vida familiar (aos quais associamos a pluralidade do desempenho feminino que conjuga o trabalho e o ambiente doméstico); a personalidade e ainda factores associados à própria organização laboral (tipos de atividade). Hall acrescenta ainda que a prática monocrómica pode ser vantajosa em operações lineares, todavia desastrosa quando se pretendem atitudes criativas. Entendemos ser basilar o registo dos postulados de Hall, para melhor confrontar a realidade empírica encontrada.

Relacionando a multiculturalidade e a consequente interculturalidade ao foco deste trabalho - o Empreendedorismo - é relevante o registo bibliográfico (ACIDI, 2012; IFDEP, 2015a; Oliveira, 2016), que enfatiza o papel do Reino Unido e a sua exponencial presença no território em estudo. Os autores citados concluem que existe uma evidente concentração de entidades empregadoras estrangeiras no distrito de Lisboa, todavia esta incidência é também proeminente no Algarve, sobretudo nos municípios de Lagos,

¹⁵⁶Organização de uma tarefa de cada vez, por regra de modo mais pontual, mas sem relação com a heterogeneidade dos mercados.

¹⁵⁷Para Hall (2011), as mulheres são policrónicas e os homens monocrónicos. Todavia, entendemos que não existem estudos suficientes para tingir esta aceção como paradigma absoluto.

Loulé, Albufeira e Lagoa. Na tabela seguinte constatamos o crescimento da presença e proveniência das comunidades imigrantes no território português ao longo de três décadas.

Tabela 5 - Evolução das taxas de empreendedorismo imigrante em Portugal, por nacionalidades (IFDEP, 2015b)

País de Nacionalidade	1981	1991	2001	2011
Total Europa	12	13,3	9,9	12,4
Alemanha	16,1	13,8	17,7	21,6
Espanha	15	18,4	11,6	16
França	7	5,4	10,2	14,6
Reino Unido	16,2	19,5	23	27,9
Roménia	-	-	4,4	8,2
Moldávia	-	-	2,6	8,7
Ucrânia	-	-	1,5	7,1
Total África	1,1	3,4	6,7	6,9
Angola	1,2	3,4	6,6	8,1
Cabo Verde	0,7	3	6,4	6
Guiné-Bissau	1,9	2,9	6,2	5,9
Moçambique	3	5,9	9,1	9,4
S. Tomé e Príncipe	0,2	2,6	6	5,4
Total América	5,1	8,8	13,6	11,8
Brasil	4,8	9,5	13,5	11,5
EUA	8,5	8,3	12,3	15,4
Venezuela	3,9	7,7	13,8	14,3
Total Ásia	9,8	21,3	19,1	28,3
China	22,2	24,1	36	42,2
Índia	7,9	17,6	7,6	10,6
Bangladesh	-	-	10,5	22
Paquistão	17	30,7	6,3	14,2
Oceânia	1,8	9,4	14,2	14,7
Total estrangeiros	5,1	7,7	10,2	12,1
Portugal	3,1	6,2	9,8	10,5
Total	3,2	6,2	9,8	10,5

Malheiros e Padilha (2010) vêm acrescentar que as mulheres migrantes apresentam taxas de atividade empreendedora superiores às autóctones. No que respeita às desvantagens laborais, quer em termos de assimetrias horizontais (salários) ou verticais (cargos), estas são mais nítidas nas mulheres portuguesas do que nas imigrantes. Também outro estudo (IFDEP, 2014a), que foca a temática do empreendedorismo no feminino, vem reforçar que as mulheres portuguesas, vítimas do fenómeno ‘*glass ceiling*’¹⁵⁸, têm dificuldades de ascensão na carreira, o que poderá certamente constituir motivo para se libertarem, se autonomizarem e se revelarem no papel de empreendedoras. Neste pressuposto, a presença

¹⁵⁸Termo utilizado na problemática de género para evidenciar as desigualdades existentes.

destas imigrantes poderá constituir vantagem também na conscientização de realidades e na mudança de mentalidades.

O Projeto PEI - Promoção do Empreendedorismo Imigrante (promovido internacionalmente pelo Alto Comissariado das Migrações) reconhece esta valência e objetiva fomentar atitudes empreendedoras em prol do desenvolvimento territorial onde se reúnem estas comunidades. De acordo com a análise de Ramos (2010) as mulheres ganham maior independência e empoderamento no projeto migratório, tornando-se agentes de mudança e de desenvolvimento nos países de acolhimento. São por sinal, intervenientes ativas no processo de transformações e inovações locais.

A nível de Portugal Continental e segundo os dados analisados (IFDEP, 2015a), a taxa de empreendedorismo estrangeiro em 2011 é maior dos povos oriundos da China (42,2%), seguidos do Reino Unido (27,9%) - note-se que percentagem de desempenho desta comunidade concentra-se quase em totalidade na região do Algarve - e da Alemanha (21,6%). Existiam no ano de 2011 uma percentagem de 18,19% de empregadores e empregadoras por conta própria de nacionalidade portuguesa e 10,16% de nacionalidade estrangeira, com tendência crescente à população estrangeira procurar Portugal para se inserir no mercado de trabalho como empregadora. Oliveira (2016) acrescenta ainda que enquanto se observa o decréscimo de entidades empregadoras portuguesas - muito devido à crise que se fez sentir nos últimos anos - aumenta o número de entidades empregadoras estrangeiras na realidade portuguesa.

4.4. Opções Metodológicas

Metodologia, Métodos e Técnicas

Partindo do princípio que o objeto de estudo se encontra definido, bem como os objetivos delineados, o procedimento intensifica-se para a escolha da metodologia de rigor que melhor possa dar resposta aos objetivos do trabalho. Escolhida a metodologia, selecionamos os métodos e técnicas que irão envolver a recolha de dados e por último o modelo de tratamento de dados.

O conceito de metodologia pressupõe comandar, na visão clássica, quer os métodos, quer as técnicas, seguindo os parâmetros epistemológicos da ciência. Na Sociologia, a metodologia segue uma tradição dicotómica: a metodologia é qualitativa ou quantitativa. Porém, na procura de conhecer o maior número de informações sobre um fenómeno em estudo, autores e autores têm vindo a romper as fronteiras com a tradição, conciliando um novo modelo denominado por metodologias mistas (Terrell, 2012), as quais não iremos aqui desenvolver uma vez que não as iremos operacionalizar neste trabalho.

Neste ponto é premente o debate entre vantagens e limites de cada uma das metodologias adotadas em rotinização (Silverman, 2013). A metodologia quantitativa provém das perspetivas positivistas de que é passível catalisar resultados absolutos, defendendo uma maior objetividade na análise (Schmitter, 2008). Para Silverman (2013) esta metodologia acarreta uma análise dedutiva do geral para o particular, sendo de carácter exaustivo, todavia apresenta limitações por não ter em conta os sujeitos na sua individualidade, estando demasiado fixa na objetividade e na hegemonia de valores que, tal como a própria ciência, não são

finitos e muito dificilmente a análise quantitativa abarcará uma totalidade de respostas e de valores científicos (Silverman, 2013).

A perspetiva construtivista (Breckenridge et al., 2012) considera a sociedade em permanente mutação, pelo que o aprofundamento de análise individual encontra maior compatibilidade na análise qualitativa. Um estudo qualitativo procura evocar uma análise indutiva do particular para o geral, sendo de carácter intensivo enfatiza a diferença nos elementos recolhidos, podendo surpreender o e a investigadora com dados inesperados, focando a sua estratégia numa postura de flexibilidade de análise (Breckenridge et al., 2012). Porém, também se sujeita a críticas pela sua subjetividade e pela sua perigosa dependência do e da investigadora, o qual deverá assumir uma neutralidade axiológica na sua análise (Silverman, 2013).

Schmitter (2008) cunha o termo *serendipitia* para explicar o encontro entre a conceptualização teórica e os elementos de pesquisa apurados. Para o autor as oportunidades de construção de resultados ocorrem precisamente no momento do cruzamento dos dados empíricos com os objetivos teóricos, independentemente da metodologia seguida ou a ser seguida consoante esta mesma necessidade de resposta ao problema de investigação (Schmitter, 2008).

Silverman (2013) defende que não existe uma metodologia melhor que a outra, existe sim uma necessidade permanente de adequação ao objeto de estudo e às questões que se pretendem resolver. É este o foco e da cientista, independentemente de escolhas metodológicas (Augusto, 2014).

Na Sociologia encontramos um vasto campo de métodos e técnicas para trabalhar uma problemática de estudo. Como métodos definimos o conjunto de processos operativos que permitem realizar uma recolha na investigação, sendo que a escolha dos métodos deve concertar relação com as teorias desenvolvidas no enquadramento do estudo. Como métodos podemos distinguir na sua base os quantitativos e os qualitativos. Entre a panóplia registamos o método experimental, o método estatístico, o método inferencial, o método de estudo de caso, o método fenomenológico, o método de quotas, o método etnográfico, entre os demais que se possam citar, de acordo também com o objetivo da investigação a que se propõe o e a cientista (Schmitter, 2008; Augusto, 2014; Quivy e Van Campenhoudt, 2008).

As técnicas são, porém, escolhidas de acordo com os métodos adotados e resultam no modo como se vai operacionalizar o método, *e.g.*, entrevista, inquérito por questionário, *survey*, observação participante, entre as variadas estratégias que consolidem a recolha de dados pretendida e de acordo com os métodos escolhidos.

Tomando em conta que a temática desta investigação é o empreendedorismo e o género, verificamos a existência de diferentes metodologias no acervo de autores e autoras consultadas. Na matéria de Estudos de Género, Amâncio (1999) segue tendencialmente as suas análises através da metodologia quantitativa onde apresenta padrões de comportamentos, focando dados estatísticos, permitindo deste modo que analisem de forma extensiva regularidades sociais e depois se construam caminhos para ultrapassar os obstáculos da paridade de género. Já Pereira (2012) utiliza o qualitativo para estilizar elementos novos nos papéis sociais de género, procurando construir uma abordagem a partir das experiências pessoais e das performances, analisando em profundidade e dando voz ao particular. Ambas as

autoras (Amâncio, 1999; Pereira, 2012), focaram o género em ambiente escolar, apresentando contributos relevantes para a matéria, validando a importância de ambas as perspetivas metodológicas, a quantitativa e a qualitativa. Na temática do Empreendedorismo, Oliveira (2016) recorre por base a uma metodologia qualitativa, todavia apresenta elementos mensurados, muito embora não assuma na sua tese a utilização de metodologia mista. Atente-se que Oliveira (2016) analisa questões culturais relacionadas com o empreendedorismo em comunidades imigrantes. Estas mesmas questões integram tacitamente este trabalho, uma vez que metade das mulheres entrevistadas não são de origem portuguesa. Refletindo as posições tomadas pelas autoras citadas, bem como pelos demais trabalhos referenciados neste estudo, fortalecemos e conjugamos a nossa estratégia de análise, atendendo sobretudo aos vastos elementos apurados no campo empírico.

Dentro do leque de opções metodológicas que a Sociologia nos disponibiliza, marcamos uma posição. A apresentação da estratégia metodológica, métodos e técnicas, pela ordem citada, é fundamental para clarificar a construção dos resultados desta investigação.

Neste ponto vamos esclarecer a metodologia estabelecida a partir das duas questões que balizam a investigação e dos seus objetivos que aqui relembremos: identificar perfis das mulheres empreendedoras entrevistadas e analisar o contributo destas para o desenvolvimento económico, cultural e social da região estudada.

Desde já assentamos que a abordagem metodológica deste trabalho é qualitativa. Não obstante e no decorrer da recolha de dados, deparamo-nos com muitos elementos mensuráveis e que nos suscitou a necessidade de recorrer à sua quantificação através do método estatístico. Importa esclarecer, no entanto, que o procedimento metodológico que desenvolve este estudo sustenta-se nos pilares epistemológicos do qualitativo (Breckenridge et al., 2012; Silverman, 2013).

Trabalhamos as duas questões de investigação em três dimensões explicativas, distribuindo-lhes os seguintes indicadores:¹contexto social (origem familiar e rede social, condicionantes de género e ou socioeconómicas); ²percursos escolar e profissional (habilitações e competências, condicionantes de género e ou socioeconómicas que por sua vez tenham influenciado o tipo de empreendedorismo criado ou por oportunidade ou por necessidade), e ³Motivações /Objetivos de vida (que produzem o influxo de género quer nos papéis e identidades assumidas quer nas (auto) representações sociais, assim como na matéria socioeconómica relativa a oportunidades e apoios e ou opções tomadas). É fundamento deste modelo descortinar a importância de género no conceito de empreendedorismo conforme aludimos ao longo da retórica exposta no trabalho.

Seguidamente construímos o modelo de análise com base nos objetivos propostos, conforme figura apresentada:

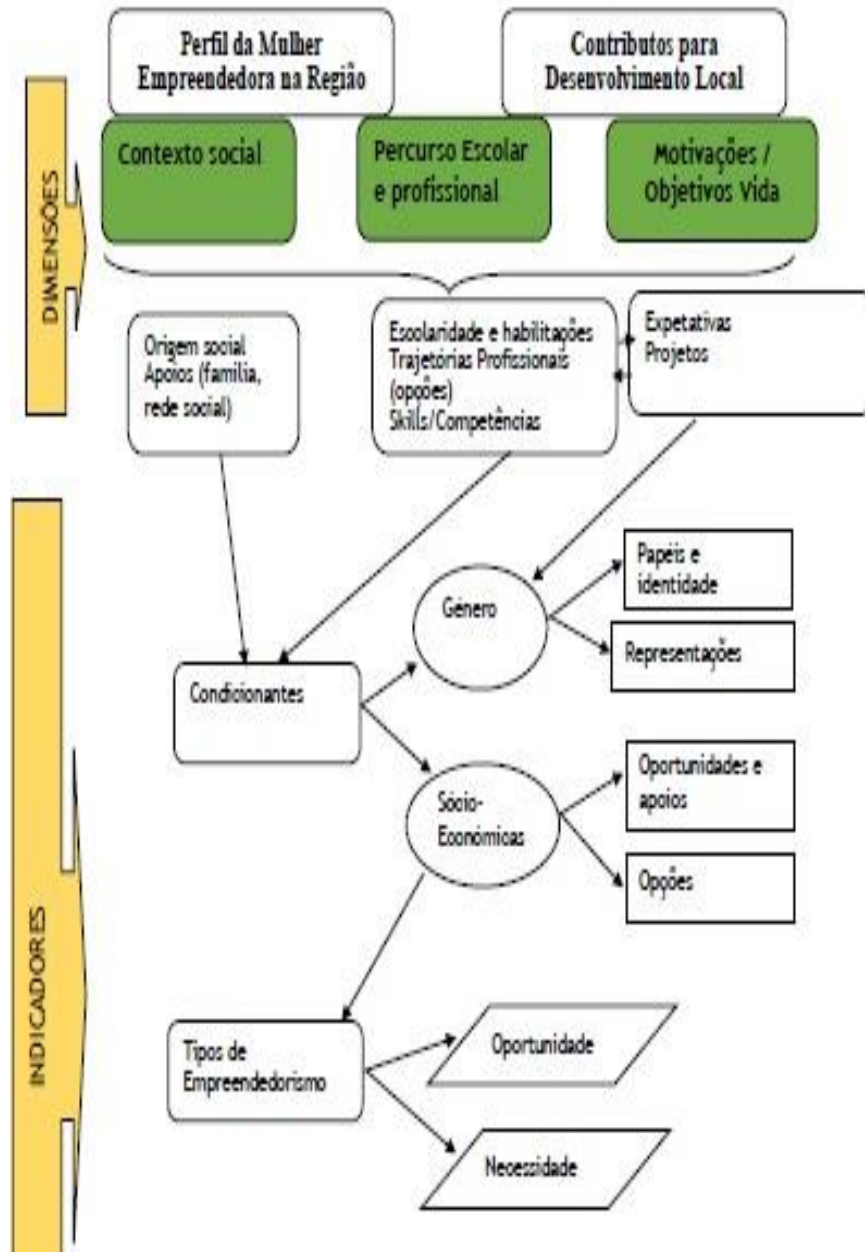


Figura 3 - Modelo de Análise (construção própria)

Uma vez que constavam nos registos das entidades consultadas (AWBN, BPC, IAPMEI, ACRAL) aproximadamente quinhentas mulheres, determinamos que, visto que se tratava de uma abordagem de cariz qualitativo, uma recolha razoável para este trabalho seria cerca de cinquenta depoimentos. Posteriormente conseguiu-se alargar o número de entrevistadas, no sentido de explorar a diversidade com que nos deparámos, tendo assim envolvido oitenta mulheres empreendedoras.

Pretendendo aprofundar dimensões dos perfis que se prendem com percursos de vida, motivações e experiências particulares e seguindo a linha de abordagem qualitativa, iremos focar o detalhe, a diferença, o particular de cada empreendedora, ocupando lugar de destaque a voz de cada mulher sobre o seu próprio percurso e o empreendedorismo (Guerra, 2014; Silverman 2013). Importa ainda esclarecer que partimos da premissa da escolha racional, trabalhada a partir das quatro fases aqui já elencadas: intencionalidade, racionalidade, distinção entre risco e incerteza e distinção entre ação estratégica e ação interdependente

(Downs, 2013; Scheeffler, 2013), para orientar a reflexão das dimensões explicativas do nosso modelo de análise e deste modo construir os Perfis Empreendedores.

A técnica utilizada na recolha empírica foi a entrevista semi-estruturada (guião em anexo), composta por trinta e nove questões, das quais oito questões fechadas (biográficas, e.g., faixa etária, naturalidade, setor de atividade, volume de negócios, localização, anos de atividades, forma jurídica, se gera emprego) e trinta e uma questões abertas (que procuram resposta às dimensões elencadas no modelo de análise). Aplicada presencial e individualmente no local de trabalho da entrevistada, a observação empírica esteve presente na postura da investigadora, mesmo com as limitações que a própria acarreta, não poderia ser deste mister descurada para que os resultados apurados fossem mais esclarecidos.

Esclarecendo que mesmo a abordagem metodológica qualitativa guiar este trabalho, a opção pela junção de técnicas (Antunes, 2008; Fetters e Molina-Azorin, 2017) foi estrategicamente pensada para confrontar o máximo de elementos apurados e que revistam um carácter fidedigno da informação recolhida, complementando os elementos qualitativos com os quantitativos de modo expedito, assim como assertivamente recolhemos das propostas contidas nos acervos especializados (Clapier-Valladon e Raybaut, 1999; Quivy e Van Campenhoudt, 2008; Vilelas, 2009; Guerra, 2011; Kuckartz, 2014). A leitura quantitativa traz-nos complementaridade na medida em que permite ilustrar tendências dentro do grupo analisado, que sendo razoavelmente manifestas, mesmo face ao total da população empreendedora feminina na região, pode fornecer pistas para uma caracterização a traço largo deste grupo social.

Ademais, ao recorrermos à triangulação de dados (entrevistas a especialistas, recolha de elementos estatísticos a entidades oficiais e entrevista semi-estruturada empírica), pretendemos complementar os elementos existentes para fortalecer a análise (Augusto, 2014). Importa acrescentar que mais do que reificar a escolha pelas técnicas aplicadas, importa responder ao problema de investigação, eliminando gostos ou preferências em prol de contributos científicos eficazes (Augusto, 2014).

Procedimento de recolha de dados e posicionamento da investigadora

Respeitante às técnicas importa esclarecer que os primeiros contactos do trabalho de campo estabeleceram-se por via telefónica a entidades, associações e grupos de trabalho sobre o empreendedorismo na região em estudo, procedendo-se à apresentação oficial do objetivo da investigação.

Foi posteriormente enviado um e-mail de apresentação do projeto de investigação e dos objetivos inerentes, solicitando testemunhos presenciais de mulheres empreendedoras. Com o auxílio dessas entidades foi reencaminhada a correspondência eletrónica para as empreendedoras, sendo que, por conseguinte, fomos obtendo respostas de mulheres que se voluntariaram a participar no estudo. No seguimento, fomos agendando as entrevistas presenciais e de acordo com a disponibilidade das entrevistadas.

Para evitar a dispersão que a conceptualização do conceito de empreendedorismo poderia tomar - conotado neste trabalho como a criatividade e atitude humana - e concentrar a recolha nos casos de empreendedorismo económico, empreendedorismo social e empreendedorismo cultural, importa esclarecer

que colocamos propositadamente alguns critérios de seleção, *e.g.*, as entrevistadas encontrarem-se como ENI ou terem empresa criada há pelo menos três anos de atividade, a distribuição numérica equitativa de entrevistadas nos hemisférios barlavento e sotavento, a distribuição numérica equitativa de entrevistadas portuguesas e imigrantes (tendo em conta que nos deparámos com um considerável índice de empreendedoras de outras nacionalidades e de outras nacionalidades).

Durante dois anos fomos realizando o trabalho de campo e conseguimos o agrupamento de oitenta mulheres, o que implicou a deslocação da investigadora pela região do Algarve, barlavento e sotavento, interior e litoral, completando um total aproximado de 4800 km, distribuídos pelas oitenta viagens em localidades diferentes. Cada entrevista decorreu em média durante duas horas, tendo sido gravados os depoimentos.

As entrevistas foram depois transcritas e enviadas para verificação às intervenientes. Ressalve-se neste ponto que os conteúdos iniciais das entrevistas (que se encontram também gravadas em áudio) não foram adulterados, sendo que a maioria destas mulheres anuiu de imediato com o conteúdo. Uma outra pequena fasquia, reenviou o texto sem eliminação de dados, apenas complementando o conteúdo das respostas com pequenos detalhes que no momento da entrevista não se recordaram. Somente após a anuência das oitenta entrevistadas se iniciou o processo de análise do conteúdo.

Procedimento de análise de dados

Para operacionalizar uma análise de conteúdo de oitenta entrevistas conseguidas, as quais com trinta e nove questões, debatemo-nos com a dificuldade na elaboração de simples quadros de análise com o segmento de respostas, uma vez que o conteúdo era muito extenso.

Tratámos assim os dados recolhidos recorrendo ao *software* Maxqda versão 12, que nos permitiu estilizar com maior precisão as respostas sem perder conteúdos.

O escalonar do conhecimento empírico para científico consiste em compilar de forma cuidada os dados empíricos apurados para o nível teórico-conceitual e acionar as mesmas teorias para interpretar o apreendido em campo, através de um processo epistemológico. Importa ter em atenção que não pode existir um hiato entre um e outro processo para que o conhecimento empírico se conduza a conhecimento científico (Quivy e Van Campenhoudt, 2008; Sousa Santos et al., 2004).

No trabalho de campo ou observação participante o investigador ou investigadora deve ganhar a confiança do objeto de estudo. Se nos inserirmos no contexto iremos provavelmente entender melhor por que razão determinadas pessoas agem de certa maneira (Giddens, 2000b). No caso concreto, a investigadora, tem também no seu portefólio uma relação próxima com atividades empreendedoras. Tem as suas vantagens enquanto ícone para investigação, contudo reconhece-se as suas obrigações metodológicas de rigor e imparcialidade na abordagem analítica.

A este propósito Almeida (1994) reconhece-nos que o trabalho do investigador e da investigadora é circundante na medida em que pressupõe a observação, categorização, indução de hipóteses,

experimentação e confrontação com teoria, sendo que esta teoria é em simultâneo anterior e exterior aos dados em estudo, *i.e.*, predomina numa postura contínua e consciente.

Na análise de conteúdo alicerçamo-nos na corrente fenomenológica “(...) *porque mais importante do que o mundo em si mesmo é a forma como ele é dito ou pensado (...)* A realidade social não existe a não ser de forma interpretada.” (Machado Pais, 2002, p. 70) A fenomenologia assenta na importância da reflexividade humana e da significação dos factos para os e as agentes ativas. Foi-nos trazida por Husserl (1986), todavia é neste quesito adaptada à perspicácia sociológica para nos auxiliar nas interpretações dos grupos sociais em estudo, tal como nos sugere Schütz (Wagner, 1979). Wagner reforça que interpretar um fenómeno não é agrupá-lo, mas sim compreender a própria realidade presente no pensamento de quem o vivencia, manifestando-se como fenómeno na consciência e produzindo significados para além de significâncias. Só nestes termos conseguiremos interpretar e caracterizar uma mulher empreendedora. Mais concilia que, “*Schutz coincide, pois, com Weber ao reconhecer que a especificidade do conhecimento sociológico assenta principalmente na compreensão do significado de acção social.*” (Wagner, 1979, p. 106,107).

O exercício fenomenológico consiste numa tramitação de procedimentos que passamos a descrever pela sua ordem de atuação:

- 1- análise ideográfica (delimitação das unidades de significado, *i.e.*, transcrição de todos os segmentos que respondem à variável/questão);
- 2- análise nomotética (identificamos a convergência nas respostas, interpretamos o seu significado de modo global e concentramo-nos apenas nas invariáveis, *i.e.*, os depoimentos que revelam a diferença qualitativa);
- 3- interpretação fenomenológica (redução eidética dos elementos à consciência dos e das agentes) que consiste em compreender os significados da experiência vivida pelo consciente do e da agente visível através do seu discurso ou da observação direta;
- 4- a redução fenomenológica (colocando em *epoché* os julgamentos pessoais - nossos e os recolhidos nas entrevistas) onde através dos constructos científicos que disponibilizamos, enquadrados na primeira parte do trabalho, elaboramos a crítica reflexiva aos elementos apurados que contribuem para enriquecer ou confrontar o quadro teórico;
- 5- daqui resulta o juízo hermenêutico (na fenomenologia entendido como evidência apodítica - verdades apuradas) que se situa sempre dentro dos limites epistemológicos que a ciência nos disponibiliza (Wagner, 1979).

Importa esclarecer que é este procedimento e esta linguagem que utilizamos no desmembramento analítico dos elementos apurados nos discursos e sob os quais partimos a dar resposta aos objetivos deste estudo: identificar perfis empreendedores e identificar contributos na região estudada.

É importante reforçar que durante o processo de recolha empírica foi adotada uma postura fenomenológica por parte da investigadora. Para deixar as entrevistadas à vontade em sugerir comentários ou acrescentar algo que considerassem relevante, ela procurou estabelecer empatia com as entrevistadas, na busca da compreensão das suas decisões, sem colocar em causa a sua posterior redução à interpretação do discurso pelas teorias que o fundamentam. Ademais, as entrevistadas expressaram-se aberta e espontaneamente, de modo a refletir os significados da experiência empreendedora que assimilam, para assim escaloná-los nos campos teóricos que enviesam este trabalho académico, e.g., Sociologia do Trabalho, Género e Migrações.

Neste pretexto focamo-nos na multiplicidade de dimensões explicativas que nos é possível encontrar através das entrevistas, no entendimento de que cada agente tem o seu constructo, as suas reservas cognitivas, a sua base ontológica e por tal gera conscientizações ímpares sobre um mesmo fenómeno. De acordo com Silveira et al. (2012a) um facto ou um fenómeno não existe *de per se*, temos que enfatizar a experiência daqueles e daquelas que o vivenciam, compreendendo perspectivas e contextualizando-as no espaço e no tempo em que ocorrem. Interpretar o impacto dos fenómenos presentes na realidade não pode ausentar a consciência desses mesmos fenómenos pelas agentes envolvidas.

Foi elaborada uma matriz de codificação para análise de conteúdo através do *software* Maxqda. A primeira questão - Identificação de perfis - é trabalhada pela primeira Dimensão Origem Social que se desdobrou pelos indicadores Origens Familiares e Sociais, Estilo de Vida. A segunda dimensão Percurso Escolar e Competências originou o indicador Competências e Trajetórias Profissionais operacionalizado pelas três categorias: Habilitações Literárias; Experiência Profissional e Autoconhecimentos relevantes sobre a atividade exercitada. Da terceira dimensão, Género, resultou três indicadores: Papéis/Identidade, (Auto) Representatividade Social e o indicador Motivações.

Deste mapeamento resultaram as seguintes variáveis, trabalhadas segundo a ordem apresentada, no quinto capítulo deste trabalho: origens, competências, abertura para aprendizagem, sinergia com universidades, experiência profissional, responsabilidade social, modelo de negócios, temor ibérico, confiança versus fé, papel de género, partilha de tarefas, discriminações de género, conscientização do seu empoderamento, gestão do tempo, projetos de infância, resiliência e motivações, capacidade de mentoria no empreendedorismo, autocaracterização e consciência do fenómeno do empreendedorismo.

A segunda questão - Contributos para o Desenvolvimento local - desdobra-se nas dimensões Contexto Social que origina o indicador Condicionais Financeiras, distribuído pelas categorias Perspetivas de Sobrevivência do Negócio e Apoios Familiar ou Estado, a dimensão Objetivos de Vida, que desdobra os indicadores Oportunidades, Opções e o indicador Tipos de Empreendedorismo.

Deste mapeamento para análise da segunda questão trabalhada resultaram as seguintes variáveis, escrutinadas pela ordem apresentada no sexto capítulo deste estudo: escolha de local, anos de atividade, percurso e atualidade: necessidade versus oportunidade, necessidades de sobrevivência, definição de êxito, projetos a curto prazo, conceito de inovação, adaptação de frameworks, apoios públicos, objetivos de vida, volume de negócios e empregabilidade, internacionalização, globalização, opção de continuidade, reações do grupo social, abertura para partilhar, associativismo, *stakeholders* e consciência do seu contributo.

Importa recordar que a cultura é uma das variáveis tácita neste trabalho, que muito embora não parametrizada no índice de modelo de análise de conteúdo, encontra-se inexoravelmente latente ao longo de todos os pontos de trabalho atendendo à natureza multicultural da população estudada. Assim será analisada sempre que identificados os discursos sugestivos à compreensão desta variável, quer no modo como as entrevistadas atuam na comunidade, quer na sua relação às dimensões culturais (Hofstede, 2005), também no modo como gerem o tempo (Hall, 2011) ou até por regionalismos presentes (Trompenaars, 2012).

E como em seguida partiremos para a análise, o cerne deste trabalho de investigação, importa esclarecer que, no sentido de manter o anonimato, iremos identificar as entrevistadas através de caracteres numéricos, e.g., 01, 02, 03, (...), 80.

Partimos assim no ponto seguinte para a exploração dos dados à construção de perfis destas mulheres, que no descortino das posições empresariais e empreendedoras (conforme retórica já clarificada), procura ser articulado com pensamento crítico na matéria.

V- Tipificação de Perfis Empreendedores

Habilidade é o que você é capaz de fazer, motivação determina o que você faz. Atitude determina o quão bem você faz (Lou Holtz)

5.1. Percurso e Competências

Começamos por analisar as bases constituídas na infância das mulheres empreendedoras entrevistadas. Esta variável que designamos 'Origens' pretende descortinar o percurso das empreendedoras desde criança e procurar influências que possam ter despoletado a sua atitude em empreender. Assim pretende-se determinar se a atitude empreendedora é transmitida na infância por influência de familiares ou circunvizinhança ou porventura provém de outras circunstâncias casuísticas da vida das agentes e que fundamentam a sua conduta atual.

A variável procura responder, como a etimologia do conceito sugere, aos primórdios das entrevistadas, para melhor compreender as suas vivências, as suas decisões e opções, através da análise aos primeiros constructos cognitivos que estas mulheres revelam fruto de interações sociais experienciadas, quer em contexto de família, escola e comunidade. Consideramos pertinente identificar as aprendizagens informais, as reservas ontológicas que persistem nestas entrevistadas, a acumulação de saberes desenvolvidos ao longo da vida e que, na sua globalidade, contribuem para a construção dos Perfis Empreendedores a que nos propomos identificar.

Dos discursos segmentados, cinquenta e sete mulheres identificam a sua ação na osmose de conhecimentos transmitidos na infância, tal como a entrevistada 01 confidencia «*Fui desde pequena habituada a esta rotina, a observar a minha família a correr riscos, a batalhar na vida, a desenvolver novos desafios*» [sic passim], esta análise nomotética - no exercício fenomenológico explanado no anterior capítulo, remete-nos para a pertinência das reservas de experiências vividas, acumuladas e construídas desde a tenra idade.

Importa então esclarecer que destes oitenta casos apenas cinco mulheres, curiosamente as cinco de nacionalidade portuguesa, herdaram e mantêm atualmente a atividade dos seus familiares. A restante fatia - setenta e cinco mulheres - criaram a sua atividade de raiz, contrariando as recolhas empíricas patentes em outros estudos respeitantes ao trabalho independente em Portugal (Freire, 1995; Fernandes, 2011).

Todavia, o facto destas cinco mulheres não terem criado a sua empresa não as impediu de se diferenciarem, desenvolverem o legado recebido e colocarem neste o seu cunho, a sua própria criatividade em prática, indo assim ao encontro do perfil que temos vindo a desenvolver para empreendedor e empreendedora.

A maioria destas mulheres - muito embora não tendo herdado atividades já formuladas pelos seus predecessores - teve ou tem familiares empreendedores, o que vem corroborar os teoremas de outros autores de que a aprendizagem empreendedora se fortalece através da observação de práticas, inclusive em termos já rebatidos na primeira parte, e.g., mentoria, *storytelling* (Filion, 1998; Macêdo, Boava e Silva,

2004; Berger e Quinney, 2005; Sarkar, 2010; Chaves e Parente, 2011; Polletta *et al.*, 2011; Lefsrud e Jennings, 2013; IFDEP, 2014b; Pecty e Ribeiro, 2015b).

Fora deste padrão e sem encontrar bases empreendedoras observadas na infância, segmentamos outros discursos que nos revelam a dissemelhança nos percursos de vida, mas que também impeliram ao poder de ação das agentes. A entrevistada 02 não teve influências familiares e sociais desde nova que a motivassem a empreender, assim como reporta «*Nobody, but someone has to start, I've been always on the break fall. I think it's not a genetic thing, but it's a combination of attitude, circumstances of life, determination and confidence. You got to have courage to do it*» [sic passim]. A conjuntura vivida dotou-a de ferramentas que impulsionaram a sua atitude, assim como a própria esclarece que se tive permanecido em Inglaterra nunca teria tido oportunidade de ser empreendedora, pois lá existe mais emprego, aqui temos que criá-lo, o que para ela foi bom pois a necessidade produziu o que hoje entende como oportunidade.

A entrevistada 19 retira de uma experiência menos boa com a sua progenitora, a força que potencia a sua atividade de cuidados paliativos «*she gets sick with cancer and the doctors said she only had 6 months of life. She lived more than 10 years. I think I can take the example to give to many people who looks for help in this association. Maybe that episode of my life had made me stronger*» [sic passim], na redução fenomenológica, entendemos que esta vivência direta com o problema aliada às suas habilitações literárias - Licenciada em Psicologia e em Educação - conduziram-na à situação presente a que se dedica; a entrevistada 34 também confia «*My mother was sick and I was left alone very early, so I have to get more responsibilities and that instigate my independent behavior*» [sic passim] a necessidade de se autonomizar construiu o seu percurso; já a entrevistada 47 confia que vem de uma família com dez irmãos e reflete que «*talvez o facto de a família ser grande me obrigou a tornar mais independente*» [sic passim].

A entrevistada 52 descobriu, porém, esta vocação mais tarde, pois não se tendo inspirado em exemplos na família, sublinha que lhe influenciaram os sogros «*têm uma fábrica de bolos, já tiveram também um restaurante. O meu marido também é empresário. O mundo empresarial surge-me assim como um grande exemplo de vida*» [sic passim], esta apetência desenvolvida após idade adulta, vem revelar que a observação das práticas, o contacto e até o denominado *storytelling* já teorizado neste estudo, podem contribuir para a formação da atitude empreendedora.

Para a entrevistada 54, que cresceu nesta região que já aqui caracterizamos de multicultural, a visão de oportunidade surge desde pequena, concentrando o foco nos recursos exógenos, *i.e.*, na multiculturalidade presente, sobretudo oriunda de classes média-alta, assim como descreve «*Talvez a envoltura do Algarve, onde muitas pessoas começaram a criar atividades e a aproveitar a presença turística, isso visualizei desde pequena.*» [sic passim]; a questão da cultura é sublinhada pela entrevistada 55 que entende que «*O facto de ter nascido em França também poderá ter tido influência pois lá os músicos e a música são mais valorizados*» [sic passim]; também a respondente 57 acrescenta elementos neste ponto «*O meu pai foi emigrante e esse factor fez com que visse a luta para ter as coisas.*» [sic passim]; já a respondente 61 fundamenta a sua decisão pela flexibilidade horária que ser autónoma lhe pode proporcionar

«*Senti que seria difícil gerir o tempo num trabalho por conta de outrem uma vez que tenho quatro filhos*»
[sic passim].

Origens e percursos distintos constituem as reservas ontológicas das entrevistadas, atendendo que os acontecimentos vivenciados têm a sua relevância na formação de uma atitude empreendedora. Importa acrescentar neste entorno que ao indagarmos as respondentes sobre os percursos dos seus familiares muitas revelaram nunca ter pensado na relação existente entre estes e as motivações que produziram as suas escolhas de vida, deparando-se somente no momento da entrevista com a possibilidade de terem adquirido competências para empreender através das vivências observadas no seu círculo familiar e social.

Por outro lado, noutros depoimentos recolhidos, encontramos indícios de que o empreendedorismo, para além de não ser inato, não tem que ser necessariamente transmitido entre familiares ou na infância, mas sim que faz parte de um processo de aprendizagem ao longo da vida, comprovando a nossa premissa inicial, também partilhada por variados autores e autoras (Macêdo, Boava e Silva, 2004; Nogueira, 2009; Ferreira, 2010, 2015; Sarkar, 2010). Encontramos casos de empreendedoras que estimularam a sua conduta na estrutura familiar, outras que, por circunstâncias da vida, se viram forçadas a se tornarem independentes, e ainda outras que só mais tarde vêm a descobrir que também são capazes.

Para complementar este ponto e não somente porque no guião constavam questões fechadas, é relevante na matéria quantificar dados sobre a população estudada, nomeadamente acerca da naturalidade e nacionalidade das nossas entrevistadas, bem como acerca da sua faixa etária.

No respeitante à idade das empreendedoras entrevistadas, encontramos uma população feminina envelhecida, sobretudo no grupo das mulheres imigrantes, cuja maioria tem mais de cinquenta anos de idade. Já entre as portuguesas o padrão encontrado situa-se entre os quarenta e os quarenta e nove anos de idade. Tal resultado leva-nos a indagar onde se encontram as jovens. Os casos que recolhemos não integram empreendedoras abaixo dos trinta anos de idade e conta com apenas dezanove mulheres na faixa etária compreendida entre os trinta e os trinta e nove anos de idade. Sem prejuízo ao exposto, não nos podemos esquecer que as entrevistadas se voluntariaram a contribuir nesta investigação e que estabelecemos como critério que tivessem pelo menos três anos de atividade estabelecida, sendo a longevidade da sua atuação na região um patamar indispensável por nos possibilitar refletir sobre percursos e estabilidade da ação empreendedora.

Não obstante, para melhor compreender quem são estas mulheres entrevistadas, a sua origem no percurso empreendedor, importa comparar a idade atual com o número de anos da atividade hoje desempenhada para encontrar a idade em que iniciaram, *i.e.*, se seriam jovens no seu início de carreira empreendedora. Em coerência com o exposto verificamos que as portuguesas iniciaram mais jovens, já as imigrantes apresentam ainda uma relação tardia com a atividade empreendedora.

O Empreendedorismo no Feminino na Região do Algarve
UNIVERSIDADE BEIRA INTERIOR

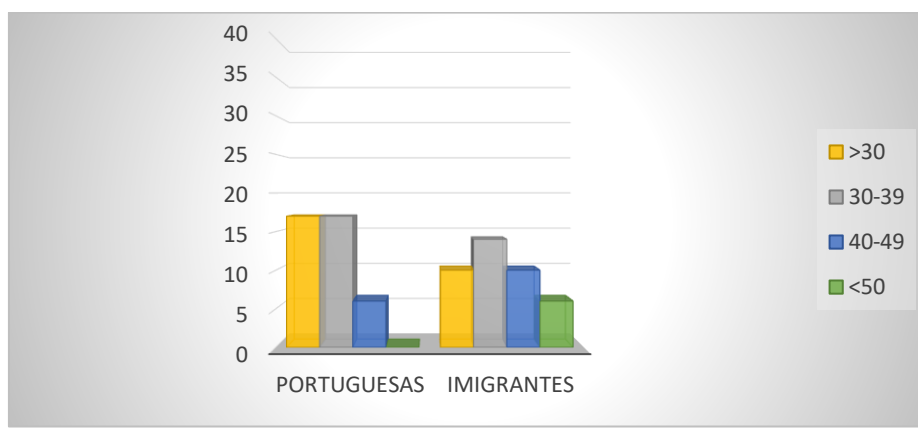


Gráfico 15- Idade em que iniciaram a atividade empreendedora

Na recolha de entrevistas, privilegiámos o equilíbrio em termos de nacionalidade, *i.e.*, 50% portuguesas e 50% imigrantes. Verificamos na análise à naturalidade que do registo dos quarenta casos de portuguesas, apenas dezasseis são autóctones, concluindo também a existência do fenómeno migratório interno (entre regiões), sendo que a maioria é oriunda das regiões Centro e Região Metropolitana de Lisboa. Existem ainda três portuguesas que, por terem pais imigrantes nasceram no exterior, em França, mas têm nacionalidade portuguesa. Sem embargo, é o critério Nacionalidade que mais exploramos nesta análise que contempla oitenta testemunhos.

A maioria das imigrantes que se disponibilizaram para a entrevista neste estudo são de nacionalidade holandesa, seguidas das oriundas do Reino Unido. Ainda assim, algumas concederam-nos a entrevista em português, as restantes na língua inglesa, pois têm dificuldade em expressarem-se em português. Também assim aconteceu com a natural de Singapura (tem tripla nacionalidade, para além da primeira, a Britânica e a Suíça), a oriunda da Suécia, a natural da África do Sul e duas da Alemanha.

Tabela 6 - Naturalidade (origem) das entrevistadas

NATURALIDADE	Portuguesas	Imigrantes
Algarve	16	
Alentejo	4	
Centro e região metropolitana Lisboa	9	
Norte	3	
Madeira	1	
Angola	3	
França	3	1
África do Sul	1	2
Argentina		1
Austrália		1
Singapura		1
Suécia		1
Dinamarca		1
Brasil		3
Alemanha		3
Holanda		16
Reino Unido		10
TOTAL	40	40

A variável ‘Competências’ foi abordada em duas vertentes na nossa análise: competências académicas e competências transversais.

Procuramos primeiro conhecer as competências escolares das entrevistadas. Na análise nomotética verificamos que metade das entrevistadas possui um curso superior. Outras há que investiram mais neste requisito, e.g., a entrevistada 19 possui três Licenciaturas «*I’m graduate in Psychology, have another graduation in Design and another in Education. I take a course too of Palliative Cares*» [sic passim]; a entrevistada 03 possui um doutoramento e a entrevistada 32 um MBA.

Na antítese encontramos a entrevistada 04 que confidencia sobre o seu percurso «*At School I was very restlessly, I didn’t want to sit down, I wanted to do stuffs (...) In that time, on my age, everyone wanted to go to the university, but I was straight busy and focused in going directly to work*» [sic passim]. Importa aqui registar que esta respondente tem o nono ano de escolaridade, optando posteriormente por tirar um curso profissional de *design*. Já a entrevistada 58 coloca a tónica na valorização da sua experiência profissional, embora não tenha seguido a universidade, não deixa de se orgulhar de que lhe foi «*atribuído o estatuto de Jornalista por mérito, através do Instituto de Marketing, Comunicação e Imagem*» [sic passim].

No gráfico seguinte fica explícito que muitas das mulheres entrevistadas - portuguesas e imigrantes - possui o nível superior de escolaridade, logo para o seu perfil contemplamos serem mulheres instruídas e informadas, o que favorece a sua autonomia na atuação empreendedora nos mercados locais.

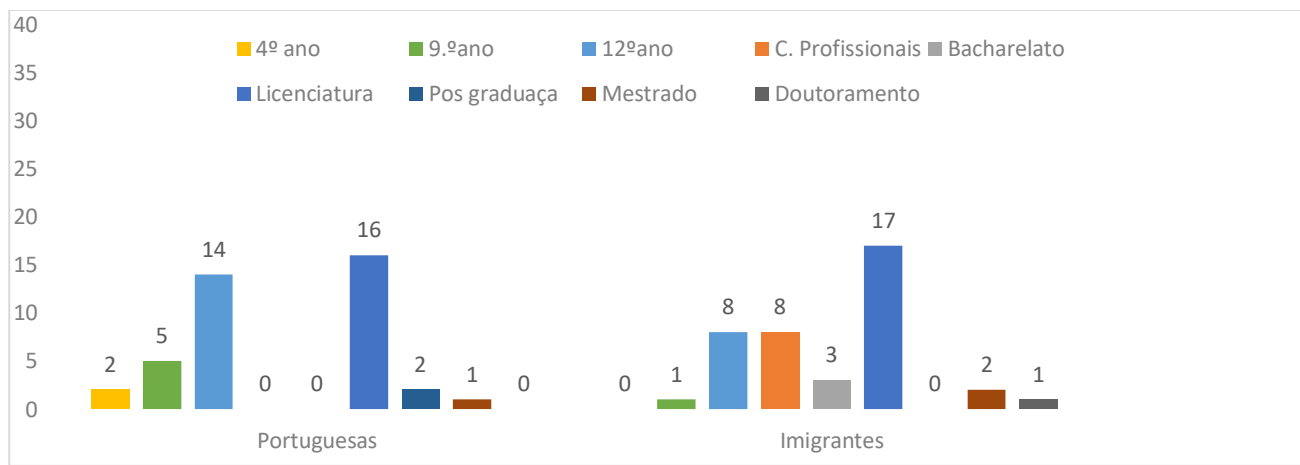


Gráfico 16 - Habilitações Literárias das Entrevistadas

Contudo e, não obstante estarmos perante um grupo bastante escolarizado a tónica nas competências transversais é paradigmática quando procuramos entender competências empreendedoras (matéria já problematizada no segundo capítulo), sendo expressivo na entrevistada 02 «*I was brought up in a family business*» [sic passim]; também a entrevistada 03 sublinha que «*Sou doutorada em Bioquímica. Estudei em França e o exemplo da minha família foi a minha maior formação em empreendedorismo*» [sic passim]. Na interpretação deste fenómeno plasmamos a importância da teoria da escolha racional (Scheffer, 2013), que, no discurso das empreendedoras, identificamos que o que mais contribuiu para a

atitude empreendedora foram as experiências de vida, determinando constructos informais patentes nas denominadas *soft skills* (McClelland, 1973; Veiga, 2017).

Nesta mesma linha de análise focada nas competências transversais, a variável 'Experiência Profissional' serve-nos para interpretar a construção dessas mesmas competências (Vilelas, 2009; Liu e Chen, 2010), patentes no percurso laboral experienciado. Encontramos maior correspondência nos discursos das protagonistas no fenómeno da flexibilidade aliado a currículos polivalentes (tal qual nos sugere Giddens no contexto da globalização (2002)), tendo em conta que a atividade atual muitas vezes não tem ligação direta com anteriores experiências laborais.

Já a entrevistada 10 apresenta um percurso mais linear «*I've always work for my own on architecture, at Germany and then here.*», figurando desde sempre conetar as suas habilitações académicas com a sua atividade empreendedora.

O multifacetismo, a necessidade e a policronicidade (Hall, 2011), são elementos presentes na entrevistada 17 «*tive 4 empregos em simultâneo: trabalhava na Teleonda, numa empresa de automatismos industriais, noutra empresa de inspeção de microgeração e dava aulas*» [sic passim] acrescentando ainda a criação da sua própria atividade atual no ramo da domótica.

A entrevistada 05 confidencia que o seu último emprego a ajudou a adquirir capacidade de decidir, colocando em evidência o postulado teórico da escolha racional «*O meu patrão estava a 3000km, pelo que tal obrigou-me a desenvolver bastante a minha autonomia e adquiri boas bases no que diz respeito à criatividade*» [sic passim], assim decidiu abrir a sua própria atividade com a experiência adquirida na área.

A entrevistada 17 iniciou a sua atividade de forma cautelosa «*comecei a fazer trabalho de jardinagem em paralelo por conta própria*» [sic passim], revelou ser temerosa mas que todos os dias o seu empoderamento de ação tem colmatado os seus receios, pelo que hoje tem a sua própria empresa em crescimento e com dedicação exclusiva; a entrevistada 45 herdou negócios familiares, todavia no seu percurso laboral escolheu também vivenciar outras experiências antes «*Trabalhei numa receção de Turismo e numa Agência de Viagens*» [sic passim], atualmente gere quatro atividades, o lagar de azeite da família, uma petrolífera, a empresa de consultadoria e formação e a atividade de turismo rural; desperta-nos a curiosidade para o percurso e ousadia da entrevistada 62 que relata algo insólito «*trabalhei para um detetive*» [sic passim], referindo que essa experiência lhe permitiu conhecer melhor a estrutura local e a população da comunidade para onde imigrou.

Nesta variável que explorava o percurso profissional emerge a questão de diversidade perante a panóplia de respostas que conferem diferentes percursos de vida. Não poderemos identificar para já competências específicas para empreender, entendendo que é no próprio conceito de diversidade que se constrói o empreendedorismo, entendido como fruto da criatividade. Não obstante, verificamos que as citadas com um percurso mais longo enquanto independentes (empreendedoras), ou que tiveram exemplos familiares, tendencialmente revelam-se mais à vontade com a matéria do que as restantes, que ainda se retraem perante riscos e sustentabilidade de atividade.

A fortalecer os conclusos anteriores sobre as concretizações, comparamos em tabela as habilitações literárias e as atividades atualmente desempenhadas. Muitas delas não continuaram a formação no processo escolar normal, mas frequentaram cursos profissionais especializados na sua atividade. Encontramos formações e atividades muito diferentes, o que nos corrobora a flexibilidade da pessoa, a capacidade de reação perante as demandas de mercado. Apresentamos exaustivamente a relação das competências académicas com a atividade atualmente desempenhada, verificando que apenas vinte e cinco mulheres laboram na área de sua habilitação literária, as quais destacamos na tabela em negrito.

Tabela 7 - Relação das Habilitações Literárias e Atividade da empresa

Portuguesas		Imigrantes	
H. Literarias	Atividade empresa	H. Literarias	Atividade empresa
12º ano	Loja Roupas	Lic. Francês	Mediação Imóveis
12º ano	Terapias Holísticas	11º ano	Agência de Golf
Lic. Eng. Civil	Eng. Civil	12ºc. Marketing	Mediação Imóveis
Lic. Marketing	Consultoria Mkt	9ºano/ Prof. Designer	Design interiores
Lic. Empreendedor	Fábrica Cortiça	12º ano	Administra Imo.
Lic. G. Hoteleira	Consultoria Mkt	Bach. Francês	Mediação Imóveis
Lic. História	Consultoria Mkt	12º ano	Agricult. Biológica
4ª ano	Lavandaria	Lic. Psicologia	Cuidados Paliativos
Lic. Comunicação	Incubadora Emp	Lic. Design	Design de Toldos
Lic. Direito	Eventos Musicais	12º Prof. Decoradora	Administra Imo.
Lic. Direito	Advocacia	Lic. Filosofia	Alojam. Turistas
10º ano	Estética	Bach. Economi	Consultoria empresas
12º ano	Hotelaria	Dout. Bioquímica	Hipermercado
9º ano antigo	Loja de Artesanato	Lic. Enfermag	Enfermeira
9º ano antigo	Restauração	Bach. T. Social	Mobiliário
12º ano	Cabeleireira	12º ano	Associaç Animais
11º ano	Restauração	12º C. Marketi	Desig mobiliário
12º ano	Rádio Online	Lic. Arquitetu	Arquiteta
12º ano	Agricul Biológica	Lic. M. Dentár	Dentista
12º ano	Adm. Imóveis próp.	Lic. Desporto	Aloj. Turistas
Lic. Educ Social	Comér. Eletrónico	12º ano	Aloj. Turistas
Lic. Biol Marinha	Eventos Científicos	Lic. Enfermag	Consultora Imóveis
Lic. Direito	Advogada	12º c. Admini	Próteses e Restauração
12º ano	Mobiliário e <i>Design</i>	12º C. Cozinha	Restaurante
12º ano	Comérc de Energia	12º ano	Aloj. Turistas
12º ano	Artista Musical	Mestre Admini	Hotelaria
12º ano	Fardas p Empresas	Lic. Hist Arte	Mobiliário
Lic. Eng. Civil	Eng. Civil	12º ano	Terapias Holística
Lic. Eng. Civil	Consultoria Imag	12º ano	Comércio de <i>vegan</i>
11º ano	Florista	Lic. Org. e Planeamento	Aluguer equip. Catering
12º ano	Osteopata	12º/Prof. Teatro e Coaching	Coach
12º ano	Hotelaria	Lic. Belas Artes	Design e Fabrica Queijos
Lic. Comunicação	Consultoria imag	L. Des. Gráfic	Arq. Paisagística
12º ano	Lavandaria e Conf.	Lic. Psicologia	Terapias Holística
Lic. Agropecuária e Eng. Alimentar	Terapeuta Holística	Mestre Franc/Filosofi	Alojamento de Turistas
Lic. Medicina Veterinária	Veterinária	Lic. Humanidade	Artesã
Lic. Eng. Química	Aluguer de Scooters	12º ano	Comércio de Frio
Lic. Arquitetura	Doces Artesanais	Lic. Marketing	Mediação imobili
Lic. Arquitetura	Papelaria	12º Prof. Psicologi animal	Treinadora de caninos
6º ano	Loja de Roupas	Lic. Eng. Eletrónica	Eletrónica e Domótica

As mudanças estruturais do mercado de trabalho, já abordadas na primeira parte do nosso estudo, carregam consigo novas exigências aos trabalhadores e às trabalhadoras, despoletando uma reflexão sobre

a matéria. Assim a tónica predominante é colocada sobre o comportamento, debatendo competências denominadas por *hard* e *soft skills* (McClelland, 1973; Veiga, 2017). As competências transversais e sociais têm, pois, uma relação próxima à flexibilidade exigida no cenário de globalização e conseqüentemente do empreendedorismo. Neste sentido também o papel das universidades pode ser problematizado e a polémica da dissonância entre prática e teoria, competências literárias e competências transversais é assunto sensível quando se aborda o empreendedorismo. Neste entorno, para Parente (2008) os trabalhadores e trabalhadores carecem de mobilização de competências perspetivadas numa dupla vertente: organizacional e individual.

É ponto assente que “nas últimas décadas têm-se realizado esforços no campo da investigação sobre as características pessoais dos empreendedores, na tentativa de se encontrar um padrão comum entre eles, comparando-se por vezes com análises que têm como objectivo a caracterização de líderes” (Sarkar, 2010). Sem embargo, o que aqui pretendemos determinar não são apenas líderes, mas sim pessoas criativas. Muitos são os autores e autoras (McClelland, 1961; McClelland, 1973; Shane e Venkataraman, 2000; Fillion e Laferté, 2003; Macêdo, Boava e Silva, 2004; Boava e Macêdo, 2011; IFDEP, 2014a, 2014b, 2015b; Carvalho e Da Costa, 2015) que procuram contribuir para definir empreendedores e empreendedoras. No domínio da sociologia o núcleo do fenómeno encontra-se no comportamento do e da agente, o motor reflexivo que desencadeia a ação, a atitude determinante.

Oliveira (2016) fundamenta as ações empreendedoras através do seu modelo heurístico, *i.e.*, partindo do entendimento de que a variedade de estratégias empresariais ainda estão por descobrir, ancora o seu teorema na conjunção de três factores: pessoais, redes de contacto e estrutura. Importa esclarecer que basta apenas um dos elementos presentes para figurar a ação, não invalidando a ausência dos restantes a eficácia do outro. Na dimensão pessoal, a autora (Oliveira, 2016) enfatiza os recursos pessoais do e da agente, o que inclui as suas competências, a escolha racional contida na experiência empresarial e tomada como vantagem dos percursos de vida; na dimensão das redes sociais coloca em jogo os contactos privilegiados do e da agente, fundamentais para elencar a ação; na dimensão estrutural são tidos em conta quer os recursos existentes em determinado local, vistos como oportunidades, quer ainda os constrangimentos intransponíveis que podem barrar a ação. Neste ponto de análise focamos a atenção para as características pessoais, que se colocam como heurísticas, para assim responderem à dinâmica complexa que consiste o ato de empreender, focado neste trabalho na produção criativa do e da agente.

A variável ‘Sinergia com Universidades’, procura identificar a existência, incipiência ou ausência de sinergias entre as empreendedoras e o ambiente académico.

Os discursos empíricos apurados remetem-nos para uma incipiente cooperação entre as instituições universitárias e o mundo empresarial, confirmando o padrão encontrado na literatura (Pinto, 2012; Soprana, 2016; Veiga, 2017) e que constitui uma barreira ao desenvolvimento e crescimento das atividades empreendedoras. Nos relatos apurados são expressivos os estereótipos existentes em torno das funções das instituições universitárias e da sua apreensão a necessidades comumente registadas em contextos práticos do mercado de trabalho, assim como opina a entrevistada 02 «*They create academic people and I have no idea if they can create entrepreneur people*» [sic passim], constituindo com este discurso uma evidência

apodítica ao já problematizado na primeira parte deste estudo, desde a proposta de Filion ao contributo do *storytelling* (Filion e Laferté, 2003; Lefsrud e Jennings, 2013), no intento de colmatar conteúdos importantes nas matérias pedagógicas do Empreendedorismo, que carecem de uma sensibilidade prática muito específica. Uma acusação mais grave é apontada pela entrevistada 15 «*Não há interação. Os membros académicos de decisão não estão no terreno, são como os políticos*» [sic passim] fazendo uma analogia com a ineficácia dos governos na concepção do mundo académico; a entrevistada 17 vai mais longe acerca da única instituição pública de ensino superior da região «*Aqui só temos a Ualg e sinto que têm necessidade de se atualizarem e de flexibilizarem os seus programas. Existe muita desconexão entre o número de alunos, os cursos e as necessidades de mercado*» [sic passim].

O depoimento da entrevistada 20 é esclarecedor nesta matéria «*we must understand that theory and practice are different things*» [sic passim]; a entrevistada 23 revela o seu apreço por finalmente encontrar neste estudo académico, uma investigação que se debruce sobre a sua e outras presenças imigrantes na região «*many locals in Portugal do not see the contributions and the benefits of the foreign people*» [sic passim]; a entrevistada 32 coloca assertividade e foco na questão «*I believe in research, of course it has to be in a valued way, directly to the market. The question is what is relevant for your business*» [sic passim]; noutro patamar, mais ativo na relação académica, encontramos a entrevistada 56 «*Estou a desenvolver com uma universidade (não é do Algarve) um projeto de têxtil repelente ao mosquito, sobretudo para exportar para a Índia*» [sic passim], pelas descrições identificamos que esse projeto se desenvolve através da Universidade da Beira Interior, para a qual desenvolvemos também este estudo; a sugerir alteração do paradigma a entrevistada 76 reflete «*Vejo que cada vez mais têm feito parcerias e alianças com as empresas, contudo, na prática, não sei até que ponto tem surtido efeito*» [sic passim].

O modo como interpretam o papel da universidade vem neste ponto condicionar o contributo destas mulheres, problematizando-se a fraca sinergia produzida entre o tecido empresarial e as unidades de investigação científica. Trinta e sete entrevistadas, quer portuguesas quer imigrantes, são unânimes em sugerir que as universidades não se têm debruçado sobre a realidade laboral e as empresas. Todavia algumas mulheres já identificam existir melhorias nesse sentido embora ainda lentas. Atente-se que na região operam a Universidade do Algarve como instituição pública, a par com o polo de apoio - Centro Local de Aprendizagem - da Universidade Aberta. Existem ainda à data duas instituições privadas (Piaget e Lusófona -ISMAT).



Gráfico 17 - Opinião face ao Papel das Universidades para as Empresas

Problematiza-se neste cenário a questão do sistema burocrático português, assunto deveras mencionado pelas entrevistadas. O relatório GEM (2010) já apontava barreiras no empreendedorismo português, precisamente por questões estruturais, nomeadamente as dificuldades de acesso a financiamento por empresas novas e em crescimento; a sobrecarga de carga fiscal, fruto de políticas neutras as quais não tomam em conta as dimensões das empresas, tributando de igual modo uma pequena e uma multinacional; a falta de competência das pessoas que estão encarregues de fomentar os programas de apoio governamentais, o que, por sua vez, dificulta os referidos acessos aos mesmos; a fraca preponderância do estímulo à criatividade de estudantes logo nos ensinamentos obrigatórios (neste patamar o GEM (2010) identifica o papel das universidades como factor positivo, muito embora insuficiente tendo em conta que o fomento da matéria deve constituir-se logo cedo nas citadas instituições escolares).

O GEM (2010) conclui que a cultura portuguesa está pouco orientada para o empreendedorismo, mas que ainda assim o número de boas oportunidades é superior ao número de pessoas capazes para aproveitar essas oportunidades. Numa análise mais recente, a OCDE (2017) determina que Portugal tem conseguido avanços na redução de encargos administrativos e na desburocratização de medidas, e.g. balcão único, princípio do deferimento tácito para pedidos de legalização, programa simplex, entre outras medidas. Não obstante, sublinha que o processo não é heterogéneo e que existe uma sobreposição de competências na jurisprudência de diferentes entidades (sobretudo autarquias) que geram ambiguidades e decisões discricionárias. Adicionalmente, existem setores do serviço público, por exemplo a eletricidade, que devido ao elevado custo praticado vem prejudicar as empresas (Dias e Varejão, 2012; OCDE, 2017). As teorias da burocracia enviam inevitavelmente processos de monitorização de medidas governamentais. A OCDE (2017) reflete a importância de rever a política de ordenamento de território e limitar alguns poderes das autarquias que se vêm sobrepor a outros, e que por consequência levam a travar o investimento no país, assim como também sugere, no âmbito das qualificações, que se alarguem os programas de ensino e se tenha em conta a formação vocacional/profissional até agora descurado das preocupações governamentais.

A variável 'Abertura para Aprendizagem' procura descortinar a disponibilidade das empreendedoras para a aprendizagem contínua. Esta variável de análise vem complementar o patamar anterior, aprofundando a questão sobre a importância da formação no empreendedorismo. Na análise ideográfica identificamos a abertura ou conscientização das empreendedoras para a aprendizagem, ou ainda a ausência do intento. No diagnóstico nomotético prevalece a defesa da importância de uma contínua atualização de conhecimentos e aprendizagens, todavia a disponibilidade de tempo poderá constituir um entrave, como descreve a respondente 12 «*I do for sure. But I don't have much time, maybe if there's courses online I will prefer them*».

Dos depoimentos figuram a entrevistada 02 «*No. I don't believe there are any related to our area of business. I speak Portuguese but would not be comfortable to be involved in a course as you describe that was in my second language*» [sic passim]; a entrevistada 04 revela as suas impossibilidades «*I'd love it. (...) At the moment I'm the only person who work on this house, so I must realize objectives. If I go to a course now I wouldn't have time to make my stuff*» [sic passim]; já a entrevistada 15 é perentória ao afirmar «*O que encontro parece-me perda de tempo, pois são demasiado teóricos e pouco práticos*» [sic passim]; a respondente 17 faz uso da globalização de informação partilhada pelos meios difusos deste século «*Por vezes faço de forma autodidata recorrendo à Internet*» [sic passim]; corroborando no debate teoria e prática, a entrevistada 25 é decisiva «*I read a lot but I learn more in practice*» [sic passim]; outra forma de adquirir conhecimento é ir buscá-lo ao exterior, assim o faz a entrevistada 27 «*But we travel a lot so we learn with the practice observations*» [sic passim].

A respondente 49 confronta no seu discurso a valorização da experiência em detrimento da teoria, sublinhando a lentidão que ocorre nos processos de atualizações temáticas, muito devido à velocidade vertiginosa do mercado (Bauman, 2007), das práticas vivenciadas ao transporte para conteúdo pedagógico «*algumas formações que frequentei eram demasiado teóricas ou pouco práticas. Senti-me desiludida pois pretendia aprender mais e os conteúdos abordados já me eram familiares*» [sic passim]. Importa no presente contexto recuperar o exposto no segundo capítulo relativo à dicotomia 'hard' e 'soft skills' (McClelland, 1973; Veiga, 2017) e a proficiência encontrada no desempenho da atividade das entrevistadas.

Operacionalizado na variável 'Responsabilidade Social', interpretamos na redução eidética aos discursos que quase todas as entrevistadas desconheciam o conceito de responsabilidade social e os objetivos do mesmo, muitas vezes confundindo com práticas de caridade e beneficência. A corroborar, recorreremos ao estudo de Moura (2014) que identificou a ausência das práticas de RS nas empresas portuguesas e mais preocupante, a anemia no conhecimento global sobre a matéria.

Sem prejuízo ao exposto, algumas respondentes identificaram praticar pequenas medidas informais. Destacamos a entrevistada 21 que sublinha «*I think a lot about the happiness of my employees. If they are happy, they're going to work better because they enjoy the work environment and it's better for the development of the company*» [sic passim]; a entrevistada 45 acrescenta «*Nas empresas que lidero tenho uma relação muito familiar com os funcionários (...) Tentamos também que as próprias empresas sigam princípios de respeito pelo ambiente incutindo certas medidas de poupança energética e reciclagem*» [sic passim]; pela entrevistada 56 é-nos transmitido que «*existe autonomia nos meus empregados, contudo eles*

são muito receosos. Tento motivá-los ao integrá-los em áreas diferentes (...)» [sic passim], todavia no decorrer da entrevista gravada foi visível observar que a citada manifestava uma autoridade paradoxal ao seu discurso, uma vez que estava constantemente a interromper a entrevista para proferir ordens e pressionar os seus empregados para terminar as tarefas para as quais estavam incutidos; a respondente 60 acrescenta neste depoimento um outro elemento que diz respeito à ausência de ambições que vêm caracterizando as e os jovens no mercado de emprego, também devido à sazonalidade manifesta na região «*esta é uma empresa familiar e estamos todos muito presentes, às vezes demais, na vida dos colaboradores. Penso que eles retribuem e são felizes na medida em que vestem a camisola e já estão connosco há muitos anos. No Algarve e sobretudo no setor do turismo existem muitas pessoas somente a viver do subsídio de desemprego, não ambicionando algo diferente, pois trabalhar custa, isso desilude-me. As pessoas têm que ser mais proativas, sobretudo os mais jovens*» [sic passim]. Encontramos deste modo também a dificuldade sentida pela entidade patronal em manter trabalhadores que relativizam as suas funções no mercado de trabalho, *i.e.*, preferem receber subsídios estatais a construir uma estabilidade de vida fruto do trabalho.

Todas as respondentes que enquadraram medidas de responsabilidade social na sua atividade referiram aplicá-las de modo informal, sem planeamento interno. Ainda assim, algumas penderam as suas respostas para as medidas de caridade na sociedade, confundindo os propósitos. Concluímos existir um desconhecimento alargado nesta matéria no campo prático onde é objetivo aplicar-se. De qualquer modo, atente-se não existir nenhuma obrigatoriedade imposta pelo Governo face à aplicação das mesmas. Insere-se sim num conjunto de medidas que visam que os trabalhadores e as trabalhadoras ‘vistam a camisola’ e que as empresas sintam um efeito laboral positivo, ganhando ambos os lados. Propostas estas, éticas. Não obstante, desconhece-se se estas medidas serão também aplicadas nas entidades estatais, o que também seria importante para orientar modelos e impactos na produção laboral.

A questão da responsabilidade social é muito relevante pela sua importância em termos globais. A sua aplicação (as suas medidas) nas empresas pretende valorizar não só a entidade patronal como em concomitância os trabalhadores e as trabalhadoras de uma empresa na medida em que todos e todas são criativas, empreendedoras e intraempreendedoras e todos e todas contribuem para atingir objetivos. Sugere-se com isto a importância da valorização humana, *i.e.*, da agência perante a estrutura. Para além deste factor interno, a norma ISO 26000 (ISO, 2010; Passport to Trade 2.0, 2014) prevê também as medidas externas respeitantes às questões ambientais, à competição, à sustentabilidade e à sociedade.

A tese de Moura (2014), que trabalhou sobretudo as PME, baliza a posição das empresas portuguesas a respeito desta matéria, evidenciando o fraco tributo na gestão das pessoas e no desenvolvimento de competências em RS. O autor encontra práticas ocasionais, não estruturadas e refletindo um elevado desconhecimento do tema. Muito embora a matéria venha se desenvolvendo em Portugal a partir do ano de 2002, Moura conclui que as empresas se preocupam sobretudo com boas práticas económicas e descaram os aspetos sociais e ambientais.

A variável ‘Modelo de Negócios’ permite-nos compreender até que ponto estas mulheres empreendedoras procuram formar-se nos modelos teóricos que atravessam o tema do empreendedorismo.

Verificamos na análise nomotética que o seu grau de conhecimento e utilização do modelo de Canvas¹⁵⁹ (Osterwalder e Pigneur, 2010) na organização e reorganização da sua atividade é incipiente e ou nulo. Concluímos outra realidade daquela cimentada por Costa (2014), uma vez que este trabalhou exclusivamente com *spin-offs*. Fora do ambiente académico existe mais improvisação, não recorrem a métodos desenvolvidos nas academias, mas instrumentam métodos próprios nas atividades.

Deparamo-nos com apenas três entrevistadas que conhecem o modelo, todavia nenhuma delas o utilizou. Assim encontramos como discursos pertinentes na análise ideográfica a respondente 17, que conclui «Não. Mas conforme me comunica verifico que é este o modelo utilizado na apresentação do projeto ao programa *Acredita Portugal*» [sic passim] o que nos desvela que este modelo teórico é expressivo em instituições universitárias mas também em instituições de fomento ao empreendedorismo impulsionadas por políticas públicas, sendo reconhecido internacionalmente, com forte expressão no país vizinho - Espanha; a entrevistada 32 embora desconheça o modelo, manifesta curiosidade, dada a sua polícefalia para os negócios e para continuas aprendizagens «*I don't know, maybe I learn about it. I have always used different relevant models to assess business opportunities. Maybe CANVAS pulls together the different methods available?*» [sic passim].

Os depoimentos seguintes vêm evidenciar a apologia por técnicas de organização construídas na experiência de vida adquirida em contexto de autonomia e a apologia à liberdade de conduzir a sua própria atividade a seu modo. A entrevistada 01 confidencia «*Utilizo os meus próprios esquemas pessoais -de senso comum*»; a entrevistada 02 refere «*we only move at a place wich we can control*»; a entrevistada 23 «*choose to not follow a certain model*»; a entrevistada 65 indica «*fazemos informalmente à medida das necessidades*» [sic passim]. Estas mulheres revelam que o próprio desempenho numa atividade as obriga a serem flexíveis e organizadas em simultâneo, pois têm que quase automaticamente construir o seu modelo de negócio próprio. Perante o exposto refletimos que o desconhecimento do modelo de canvas e a utilização informal de modelos próprios, pouco definidos e até constantemente mutáveis, traduz um tradicionalismo ou até mesmo uma acomodação no modo de atuação destas empreendedoras. Importa contextualizar que no nosso grupo de entrevistadas constam maioritariamente micro e pequenas empresas, assim como ENIs, mas existem também médias e grandes empresas.

O grau de afinidade com o modelo de Canvas, defendido academicamente como o modelo de 'topo' para criação e adaptação de planos de negócio (Osterwalder e Pigneur, 2010; Costa, 2014; Sánchez Vázquez et al, 2015), é pouco ou nada utilizado pelas entrevistadas.

5.2. Papéis e Identidades

A variável 'Papéis de Género' procura compreender como a mulher interpreta a sua identidade e como se comporta na sociedade, tendo elegido como principal variável a conciliação do trabalho com a vida privada. O assunto das tarefas domésticas não poderia ser descurado quando tratamos da mulher no mercado

¹⁵⁹Importa esclarecer que este instrumento é utilizado mundialmente com métricas de análise dos objetivos atingidos nos negócios, sobretudo e conforme confirmamos *in loco*, na vizinha Espanha.

de trabalho. Face à relativização da questão por grande parte das entrevistadas temos matéria sensível para analisar.

Tendencialmente as mulheres entrevistadas relativizam a importância das questões de género - o esforço tradicionalmente acrescido ao feminino - umas por força do hábito, outras porque vivem sozinhas, outras porque têm uma empregada para as tarefas domésticas, outras porque recorrem ao auxílio familiar. Procurando uma redução fenomenológica ao apurado, depreendemos que estas mulheres ou estão acomodadas com papéis tradicionais ou por serem empreendedoras e independentes, têm um percurso experiencial que foge dos estigmas sociais sofridos por muitas outras mulheres, ou ainda colocando a tónica na classe social económica vantajosa (Coelho, 2013), obliteram as questões de género que se tornam secundárias por não encerrarem prejuízo direto no seu *status quo*.

Todavia, a questão não encerra aqui. Na análise ideográfica constatamos que algumas mulheres revelam conscientemente ter um esforço acrescido nas suas tarefas diárias pelo simples facto de serem mulheres, corroborando a literatura já explorada e tematizada neste trabalho. A entrevistada 12 confirma «*Absolutely yes. I have to be multitasking*» [sic passim]; já a entrevistada 17 refere assertiva que contraria os estereótipos porque é necessário «*Sim. Sobretudo porque preciso de ganhar a confiança e credibilidade de um mercado que tradicionalmente se considera ser de homens. Não obstante, tenho sentido que existe mais respeito pela minha pessoa - mulher - na qualidade de empresária, do que anteriormente quando trabalhava para outras empresas de tecnologia*» [sic passim] o que nos leva a depreender na redução eidética que a citada entende o enriquecimento do papel da mulher na sua liberdade, no comando de sua vida; a respondente 19 está consciente desta tradição/estigma na mulher todavia reitera «*I never allowed that being woman stop me doing everything*» [sic passim]; já a respondente 20 descreve toda a jornada diária que tem que enfrentar e que lhe é comum «*it's a further challenge. I must be a super-woman 24 h a day. I am a mum, boss, take care of the house, cook, go shopping. They only help if they are free*» [sic passim]; a entrevistada 52 esclarece que teve que reeducar o seu marido nesse aspeto «*O meu marido não estava culturalmente habituado, mas aos poucos ele foi mudando e dá-me muito apoio*» [sic passim]; já a opinião da respondente 54 é outra e orgulha-se do seu multifacetismo, característica que diz ser exclusiva das mulheres «*É uma sorte ser mulher por podermos ter tudo, profissão e família. Não me sinto sobrecarregada*» [sic passim]; depois encontramos claramente um pensamento obsoleto na sociedade atual, mas que plasma uma contínua realidade, através da respondente 64 «*Sim, as tarefas de casa são mais para as mulheres*» [sic passim]; a corroborar esta mesma realidade temos a entrevistada 80, que confia a sua sobrecarga «*Sim, bastante. O meu marido é comercial e a nível de horários não é fácil conciliar, pelo que eu tenho que fazer um grande esforço. A vida de mulher é complicada*» [sic passim], mostrando-se conformada.

Perante os discursos apurados, sem generalizações absolutas, podemos aventar que se corrobora a problematização já confrontada na literatura relativamente ao peso da dupla jornada na mulher, conciliando trabalho remunerado com trabalho não remunerado bem como a tendência para a naturalização do *multitasking* da mulher contemporânea (Saleiro e Sales Oliveira, 2018).

Não obstante, a entrevistada 64 encetou o seu percurso de autonomia precisamente porque se saturou de representar o papel tradicionalmente atribuído à mulher - era doméstica- e após os seus filhos criados permitiu-se viver outras realidades, muito embora transpareça a sua forte dependência ao marido, inclusive na postura fechada e receosa que observamos durante a entrevista «*Nunca trabalhei. Resolvi criar este emprego com o meu marido depois de ter os meus filhos criados*» [sic passim]. A respondente citada gere um negócio linear, não apresenta inovação nem no serviço nem na apresentação aos seus clientes, todavia revela-se um contributo útil para o enquadramento das questões de género, aqui problematizadas.

A variável 'Tarefas Domésticas' surge no complemento da anterior e pretende identificar comportamentos padronizados ou diversificados relativamente a este assunto. Metade destas mulheres revelam partilhar as tarefas domésticas. Não obstante, existem discursos que despertam também uma atipicidade na matéria, como é o caso do expresso pela respondente 26, acerca do seu companheiro «*He does everything. But I also know by my clientes that isn't the normal reality*» [sic passim]; também a entrevistada 17 troca os 'tradicionais' papéis «*Repartimos tarefas. Não existem tarefas de homens ou mulheres, por exemplo eu reparo os problemas elétricos em casa, ele limpa, trata da louça*» [sic passim].

A entrevistada 39 junta-se ao coro das que dividem tarefas, pelo que refletimos que o seu discurso sugere a sua personalidade de líder familiar «*Não permitia outra coisa comigo*» [sic passim]; a entrevistada 63 acrescenta a realidade, que muito embora muitas tenham assumido como partilha, desconfiamos que não seja equitativa «*70% para mim e 30% para o meu marido*» [sic passim], curiosa esta distribuição, tal qual nova Lei de quotas aprovada pelo governo (Parlamento. 2017).

Já a respondente 58 acredita que a origem do problema está na própria mulher, inclusive nela própria, alertando para esta conscientização «*Os meus homens (filho e marido) fazem algum esforço, mas a maior parte das tarefas faço eu. Creio que nós mulheres criamos os hábitos, nós próprias somos mais preocupadas e cuidadoras o que faz com que nos crescemos de tarefas*» [sic passim]. Segundo Coelho (2013) também a permanência de valores patriarcais continua a impedir os homens de partilharem as tarefas domésticas de modo equitativo.

A variável 'Gestão de Tempo' procura compreender como a mulher empreendedora nesta região orienta a sua jornada, se dispõe de tempo pessoal ou se o dedica exponencialmente à sua atividade. Embora não dispondo de matéria suficiente para identificar cronotipos, no conteúdo de análise plasmam-se relatos que contribuem para identificar tendências aproximadas a perfis policrónicos ou monocrónicos (Hall, 2011), respetivamente à organização de fusos horários mais produtivos do que outros para cada empreendedora.

Como elementos convergentes das unidades de significado encontramos o padrão de extemporaneidade na dedicação às atividades, alargadas jornadas de trabalho, no cumprimento de responsabilidades e compromissos assumidos, assim como o descreve a respondente 21, que se vê a braços com o acréscimo do esforço para compensar a sazonalidade «*No Verão fechamos à 1h em horário contínuo desde as 9h*» [sic passim]. Esta ocorrência é mais incisiva durante a época balnear, determinando que a sazonalidade provoca excesso de trabalho.

Por outro lado, a entrevistada 09, vem contrariar esta tendência «*The month of August is the most quiet*» [sic passim], pelo que depreendemos que apesar do acréscimo populacional a demanda de mercado em setores específicos e que requerem dos clientes maior reflexão para tomar decisões, são descurados em prol dos setores de lazer e turismo.

Muito embora o padrão destas mulheres seja a jornada de trabalho diurna, encontramos testemunhos de trabalhadoras noctívagas, tal como na respondente 07 «*Most of my work time is done at night, taking care of people in need (...) there are many foreigners with an alcohol problem after retirement*» [sic passim]. No total, enquadram-se neste cenário, quatro das mulheres entrevistadas.

Focando as entrevistadas que têm horários atípicos, encontramos entrevistada 05 que nem sempre vai trabalhar «*There are no normal days (...) probably 3 days by week I pass doing sociability -it's importante on business development. I play tennis (...)*» [sic passim]; já a entrevistada 10 confia que o cronotipo de um empreendedor e de uma empreendedora nem sempre está pronto para satisfazer objetivos «*I have to do all the creative work and not always we have inspiration*» [sic passim].

Reacendendo o paradoxo das tarefas domésticas ao esforço despendido, a respondente 11 refere terminar a jornada «*às 17h00 para ir buscar os filhos e cuidar do lar*» [sic passim].

Um costume cultural que diverge nos hábitos portugueses é transmitido pela entrevistada 39 «*Fazemos o jantar à moda holandesa- muito cedo - por volta das 18h30*» [sic passim].

A entrevistada 41 revela que precisa de espaço para si «*quando chego a casa é para minha introspeção e equilíbrio, o quão importante é*» [sic passim]; assim também procede a respondente 60 que «*atualmente levo uma vida mais calma do que há uns anos atrás, até porque impus isso a mim própria*» [sic passim], revelando a mudança no seu estatuto pessoal, também deduzindo uma estabilidade inerente na atividade. O padrão de dia 'normal' para esta entrevistada traduz sete horas de trabalho diário aproximadamente, pois inicia «*por volta das 10h, faço contactos com fornecedores. Termino o dia de trabalho pelas 17h30, e dedico tempo ao meu neto*» [sic passim]. Tenhamos em conta que esta entrevistada tem sessenta anos de idade, apresentando-se uma atividade estável no mercado de trabalho, logo podemos dizer que tem condições propícias para um ritmo mais suave. Já a entrevistada 41 muito embora se encontre ainda na faixa etária dos quarenta anos, não seja casada nem tenha filhos ou filhas, a sua necessidade de ter tempo para si pode ser interpretada de acordo com a referência a uma primeira fase da vida profissional muito intensa que a entrevistada agora não quer manter. Assim, existem horários distintos entre estas mulheres, algumas iniciam cedo, outras terminam muito tarde e o tempo de dedicação diária não é homogéneo.

A entrevistada 58 traduz-nos exatamente as duas faces de ser empreendedora e a questão do tempo «*Trabalho sábados, domingos e feriados, mas tenho a vantagem de tirar dia de folga quando entendo*» [sic passim], i.e., traduz-nos a teoria da escolha racional sob a qual determinamos precisamente nesta linha que empreender é um modo-de-estar na vida, entre a liberdade e a responsabilidade, frisando sempre a escolha racional existente no processo (Scheeffer, 2017).

Determinamos ainda que a gestão do tempo se encontra fortemente condicionada pela biografia das entrevistadas, nomeadamente se vivem sozinhas ou têm uma relação, se têm filhos e ou filhas ou não, menores ou já independentes. Cinquenta e oito destas mulheres vive maritalmente, assim como a maioria, sessenta e cinco tem filhos ou filhas, nalguns casos já maiores de idade. A moda do número de descendentes é de dois. Importa destacar neste corolário que encontramos duas empreendedoras com quatro filhos ou filhas. Esta condição biográfica, em nosso entender, acentua a polivalência destas mulheres, não só porque a prole representa um trabalho acrescido, mas sobretudo porque o setor de atividade em que atuam requer responsabilidade e exige uma maior disponibilidade de tempo. Todos estes elementos interferem na organização diária do tempo destas mulheres.

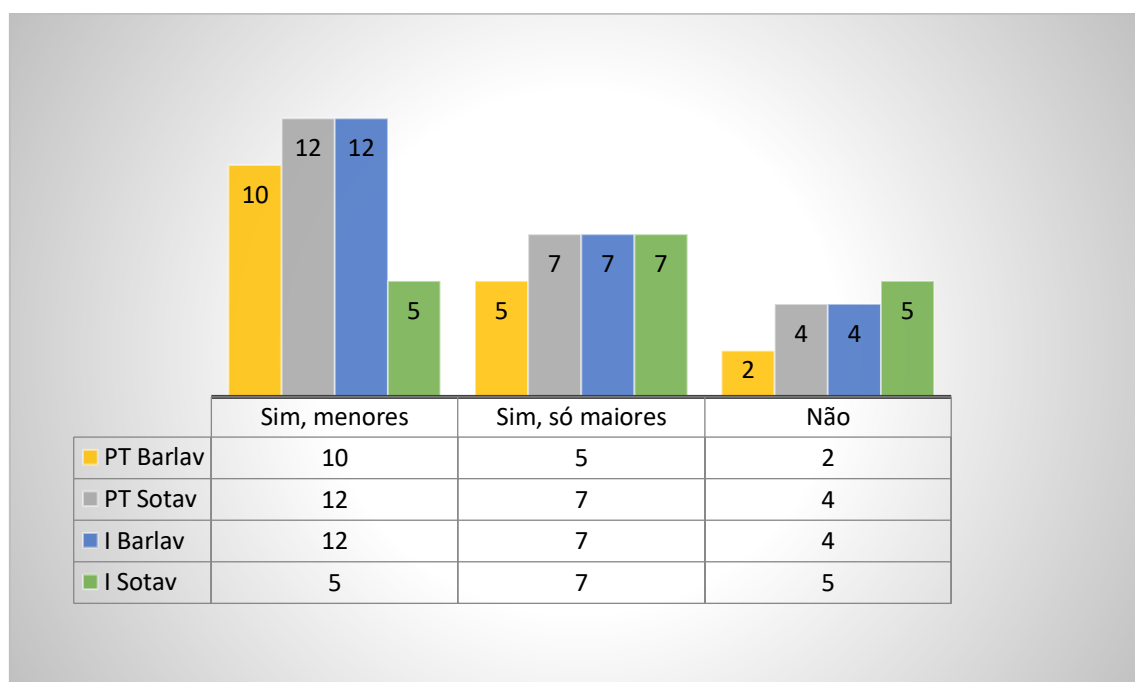


Gráfico 18 - Descendência das mulheres empreendedoras

Quinze entrevistadas não têm filhos ou filhas. Iremos neste trecho cruzar a existência de descendência e a relação com o tempo. A entrevistada 32 denuncia uma gestão reforçada «*Definitely there's no doubt that a woman has a further challenge to work for her own (has more responsibilities and has to be 24 hours depending on that), and at the same time take care of the family tasks. Many times, I felt guilty about the job, about the time I give to my children, it's a constantly battle. The women issues are more intense*» [sic passim]; a respondente 66 reafirma «*Sim, é um desafio acrescido, tenho que me multiplicar. O trabalho por conta própria está sempre 24 horas presente na nossa vida, aqui e em casa*» [sic passim].

A entrevistada 78, que é divorciada, enfatiza o quadro «*É um desafio muito grande, pois o facto de ser responsável por um estabelecimento acarreta que dedique muitas horas. Em simultâneo tenho 3 filhos para criar, tenho sempre que me desdobrar em 'mil', mas é uma tarefa que venho fazendo desde sempre. É muito cansativo*». No juízo hermenêutico apuramos que a questão do número de filhos torna-as mais conscientes para o peso das tarefas, uma vez que têm que deliberadamente as enfrentar.

É revelador que estas mulheres manifestam padrões diferentes consoante também o seu agregado, *i.e.*, se são casadas ou com filhos e ou filhas, multiplicam-se em jornadas ou distribuem as suas incumbências conforme é possível. Já as que vivem sozinhas ou têm um companheiro, mas não têm descendência, ou tendo são já maiores, não se preocupam tanto com esta questão.

Adicionalmente, ainda encontramos diferenças marcadas por maiores ou menores capitais económicos. A propósito recorremos ao estudo de Coelho (2013) que sublinha que as maiores desigualdades se encontram nas mulheres menos qualificadas ou com menos recursos económicos. Coelho aponta que a desigualdade é também alimentada pelas mulheres, *i.e.*, os estratos sociais com maiores possibilidades financeiras recorrem às mulheres mais desfavorecidas para execução do trabalho doméstico, traduzindo uma perversidade no equilíbrio de valores, tal como já problematizado na literatura da primeira parte do trabalho. O artigo da autora evidencia que na sociedade portuguesa emerge um potente mecanismo de dificuldade do empoderamento das mulheres, porque corrompe as solidariedades femininas e faz com que as mulheres melhor posicionadas financeiramente relativizem a questão de género. A classe económica sobrepõe-se assim à classe de género, sendo relativamente preocupante a questão da representatividade no trabalho, nas instâncias de decisão, que conforme refere a autora (Coelho, 2013) é pouco compreensível num país onde as mulheres já claramente conquistaram espaço. Acrescentamos à retórica o alerta para que não se retrocedam nos valores sociais e culturais alcançados.

A maioria destas mulheres empreendedoras trabalham mais do que oito horas diárias, por vezes até aos fins-de-semana, pois vinculam que a dedicação deve ser muita, num mercado competitivo e cujo prazo de resposta à demanda deve ser imediato. Enquadram-se nos parâmetros de disponibilidade e flexibilidade laboral que o fenómeno da globalização acarreta.

A persistência, conforme fica evidente nestas mulheres, é no nosso entendimento mais um eufemismo para quem se dedica extemporaneamente na jornada diária e reserva apenas tempo para o descanso do sono. Disponíveis para trabalhar em períodos alargados, também disponíveis para assumir diversas tarefas em simultâneo, *i.e.*, policrónicas (Hall, 2011). O autor citado atribui ainda, no cenário ainda prevalente de uma divisão tradicional de papéis sociais pela linha funcionalista, esta capacidade às mulheres, sugerindo que os homens em geral tendem a ser monocrónicos. Importa registar que a expressão '*multitasking*' foi replicada vinte vezes no discurso das entrevistadas, conforme relatório do registo das entrevistas transcritas no software Maxqda.

A este respeito, recorremos à representação binária do cérebro humano abordada no recente ensaio de Rodriguez-Sierra (2016), que reflete que não existem verdades sem vieses. A autora vem assim desmistificar a informação incompleta produzida por cientistas ao longo dos tempos, utilizada e manipulada pelos *media*, no contexto social previsível e alimentado por preconceitos sexuais. Estudos que enfatizam somente os factores biológicos e que se esquecem da importância dos factores social e cultural, resultando na disseminação dos estereótipos, *e.g.*, que o cérebro feminino é mais pequeno logo é menos inteligente, que os homens têm maiores habilidades espaciais e as mulheres de comunicação, que os homens só realizam uma atividade por sua vez enquanto as mulheres realizam várias em simultâneo, entre demais discrepâncias focadas no sexo. A este propósito Rodriguez-Sierra (2016) clarifica que a plasticidade cerebral permite a

construção cognitiva de modo dinâmico e contínua, anulando o binarismo biológico. Fundamenta ainda que os estudos realizados através de ressonância magnética têm permitido conclusões inconsistentes, encontrando mais semelhanças do que diferenças entre cérebros de homens e mulheres. Sugere a autora citada que os estudos deveriam continuar na incessante busca das semelhanças, em vez de promulgar uma estratégia que apenas procura fixar as diferenças. Adicionalmente refletimos que diferentes são todos os seres-humanos, independentemente da sua condição de género.

A variável ‘Discriminações de Género’, pretende compreender se o factor género condiciona a atividade das mulheres no papel de empreendedoras, direcionando a questão para situações em que se tenham sentido vítimas de discriminação. A convergência encontrada nas respostas plasma uma espécie de negação coletiva, *i.e.*, as mulheres, não se sentem limitadas na sociedade pelo facto de serem mulheres. Por outro lado, encontramos em alguns discursos matéria para estilizar, *i.e.*, casos de multidiscriminações, ou por questões de idade, ou nacionalidade, o que permite, em nosso entender, olvidar as questões de emancipação de género focadas no feminino.

A entrevistada 10 confidencia *«I felt that all the time, ‘cause I’m the only female who makes this kind of projects around here. There’s the competition with men but I always win»* [sic passim]; o problema remuneratório é citado pela respondente 11 *«para a mulher o desafio é maior, pois ganhamos sempre menos do que os homens»* [sic passim]; a explicar esta situação a citada culpabiliza não a sociedade mas o próprio homem em si *«Na generalidade sinto que os homens acham que as mulheres não têm competências apenas por serem mulheres»* [sic passim]; a entrevistada 05 denuncia discriminação mas na questão de nacionalidade *«Não, não permito que isso aconteça. Coloco sempre a minha arrogância (no bom sentido) perante as pessoas que tentam fazê-lo. No entanto, devo dizer, já senti que o facto de ser estrangeira, atendendo a que os meus clientes são em maioria de nacionalidade portuguesa, provoca um certo preconceito»* [sic passim].

Já a entrevistada 50 acrescenta um contributo importante nas questões de género *«nós mulheres, podemos ter uma dupla conotação perante as nossas ações, por tal, devemos ter sempre cuidado nesse sentido. Não me vejo por exemplo a sair para jantar de negócios com os clientes, seria socialmente reprovável deixar os filhos em casa para isso. Contudo, se fosse homem, tal seria mais fácil. Noutra perspetiva, existem mulheres afamadas de utilizar os seus atributos para conseguir sucesso nos negócios - ressalvo que não é de todo o meu caso. Pretendo apenas apontar o quanto é difícil ser advogada e ser mulher (...) e então em meios pequenos»* [sic passim].

A respondente 03 relata-nos episódios interessantes e que corroboram os estereótipos de género existentes *«já aconteceu diversas vezes os fornecedores virem pedir os seus cheques para pagamento e quando me vêm pedem para falar com o responsável. Houve uma vez que eu disse que o responsável apenas estaria presente dentro de um mês, mas que o cheque estava assinado por mim. O mesmo foi embora sem receber mesmo tendo que esperar esse tempo»* [sic passim]. A entrevistada 08 assume que até já se sentiu vitimada por uma outra mulher *«Curiously I had a problem with a woman client - she complained about the cleaning. She chooses me, not my husband, maybe I think she was jealous of me»* [sic passim]. A entrevistada 10 concentra a sua observação sobre os homens da região, sobretudo aos que laboram em trabalhos que

requerem força física, manifestando sentir-se desacreditada «*Principalmente com trabalhadores do setor da construção e do imobiliário, pois não estão habituados a ter uma mulher a comandar*» [sic passim]; na profissão de advogada a respondente 10 acrescenta «*Sinto que o advogado ‘homem’ é mais privilegiado (...)* Não obstante quando tirei o curso eramos 400 mulheres e 100 homens» [sic passim], discurso que vem colocar em confronto novamente a questão já explorada na primeira parte deste trabalho relativamente à discrepância de habilitações versus cargos assumidos, no género.

Contrariamente, a entrevistada 60 sente-se diminuída pelas suas habilitações «*Desigualdade não é o termo certo. O facto de não ter o ‘Dra’ pode ter dado azo a algumas situações menos boas*» [sic passim].

Um curioso relato vem questionar os tradicionais papéis: a respondente 73 sempre teve que assumir as rédeas de tudo e por tal assume «*eu gostava que o meu marido fosse mais proactivo, eu é que trato de tudo e eu é que tenho muita responsabilidade*» [sic passim]. A entrevistada 76 confia que o factor idade já a pode ter prejudicado, aliado a ser mulher «*No início quando comecei senti alguns entraves, eu era mulher, nova, as pessoas em torno julgavam-me e sentia que não tinha credibilidade*» [sic passim]; para rematar, a entrevistada 70 vem resumir o cerne da questão «*As mulheres têm que provar muito mais para se colocarem em paridade laboral com os homens. A acrescentar, também existe o facto de serem vítimas de assédio, acontece-me com frequência. Agora já vou ficando com mais idade (...)*» [sic passim].

Deste conjunto destacamos ainda as que, num posicionamento distinto perante a questão, consideram poder tirar partido da sua identidade de género, tal como patente no discurso das entrevistadas 01 e 02: «*até considero que o facto de ser mulher nos traz vantagens (...)* Somos mais amistosas (...) mais cuidadosas»; «*Often it is an advantage*».

A variável ‘Temor Ibérico’ pretende analisar a ausência de confiança e existência de receio perante a estrutura e de igual modo escalonar a presença das diferentes culturas, diferentes classes económicas, ou até das diferentes experiências ontológicas observadas nestas mulheres. Muitas respostas, trinta e cinco, referem não pensar nisso, outras há que respaldam a ausência de temor ou a relativização do mesmo assim como indica a entrevistada 11 «*Nunca tive medos, porque trabalho por gosto. Também nunca me preocupei com que os outros pensam, mesmo sendo alvo de discriminação de género. Vivo um dia de cada vez*» [sic passim]. A respondente 54 mesmo em tempos de crise transmite que não a sentiu «*porque vendemos para a classe alta. Foco-me sempre no produto mais alto, exclusivo e original*» [sic passim]. O cenário confronta as estruturas de pertinência trabalhadas por Hofstede (2001) a dimensão de aversão à incerteza e risco, refletindo que algumas culturas naturalizam o risco e até se sentem confortáveis vivenciando o mesmo.

Do resultado apurado concluímos, sem pretender generalizar ao universo, que estas mulheres não revelam graus de temor consideráveis. Devemos ter em conta também o estágio da atividade destas mulheres, i.e., por critérios na recolha de dados já ultrapassaram os três anos, a fase early stage.

Todavia existem exceções a analisar. Debruçamo-nos agora nos testemunhos, que embora não revelem propriamente o grau relevante de temor que a literatura aponta existir (Sarkar, 2010; GEM, 2015; Pecly e Ribeiro, 2015a), apresentam outros elementos pertinentes. A entrevistada 16 opina que «*Não existem obstáculos. A culpa é sempre tua e se algo corre mal tens que mudar*» [sic passim] colocando a

tónica no e na agente e dirimindo responsabilidades estruturais. A questão cultural também acarreta as suas dificuldades nos costumes e aceitação, cooperação de questões sociais, assim como verificamos na entrevistada 19 «*the cultural differences (most portuguese people don't understand that we want to help everyone without costs, with our volunteers and other helps we work 24 /day, they don't have that habits in their life)*» [sic passim]; colocamos em epoché a entrevistada 23 que reclama «*lack of cooperation at the entities that I had to deal with, local people that were afraid of competition. Working in Portugal has taught me to take it one day at the time and adjust the changes of the market. After the crisis years I have now seen that since 2015 the market is starting to grow again*» [sic passim]; a respondente 48 refere um ponto que já confrontamos em matéria de politização, quando sublinha que «*Tenho sempre receios cada vez que existe uma viragem em termos de governos, pois isso tem um grande impacto nas empresas, sobretudo quando colocam entraves ao nível do mercado livre e da banca*» [sic passim].

A entrevistada 59 manifesta o sobressalto no que se refere à «*construção da grande superfície IKEA que irá abrir em breve, faz temer que as pessoas deixem de vir ao comércio local com a mesma regularidade. Sempre que um gigante como este chega a uma pequena comunidade, existe um efeito predador relativamente às pequenas empresas. Se muitas empresas fecharem, aumentará o desemprego e a população terá menos poder de compra*» [sic passim], catalisando o foco para a importância deste microempreendedorismo que compõe a grande parte do ecossistema da região e até do país, que dá emprego, que colmata ausências do governo e que produz um ciclo económico necessário.

Em torno da grande indústria da região, o turismo, a entrevistada 63 opina que «*a nível do turismo, temos sempre preocupações, nomeadamente sobre atentados e catástrofes naturais*» [sic passim], do qual Portugal tem se mantido inócuo.

Já a respondente 79 revela maior temor «*Tenho muito receio não conseguir suportar o negócio e que este não dê rendimento*» [sic passim].

A variável 'Confiança versus Fé' pretende identificar causas praxiológicas, muitas vezes transmitidas culturalmente pelos ancestrais, através de hábitos familiares, sociais, assentes na ontologia das entrevistadas (fé no abstrato, crença mística, intuições, características emocionais atribuídas ao perfil do sexo feminino, tido como sensível, tal como Amâncio (1993a) enfatiza na sua reflexão sobre estereótipos de género relacionados aos líderes empresariais. Em debate, confrontamos com a própria autoconfiança da mulher, bem como a autoconscientização do seu potencial, da sua autonomia nos processos decisórios, capacidade de visionar oportunidades e aproveitá-las.

Sem generalizações absolutas, muitas das entrevistadas revelam acreditar em algo abstrato, sendo esse elemento indefinido um guia que estimula a conduta empreendedora. Refletimos neste patamar que as questões praxiológicas atravessam culturas, classes económicas, idades assim como sexos.

A entrevistada 19 confia acreditar em algo mais do que vê, muito embora não a denomine de fé «*in this kind of human work I do believe it has to have some universal force. Sometimes I don't know what to do to resolve a problem, then I go home and next day in the morning appears me someone in the office who has the solution. It's a kind of universal luck*» [sic passim]; já a entrevistada 28 crê que se não

fosse sorte nunca teria percebido que era capaz de ser empreendedora «*If I hadn't been lucky I will never know that I have the power to be entrepreneurial. My family never thought I could*» [sic passim] revelando que nunca foi encorajada para tal e que passou por esta metamorfose construtiva de suas apetências por um conjunto de circunstâncias não programadas na sua vida.

A respondente 34 aprofunda as suas crenças «*Everything was meant to be. I feel things and I trust on my feelings*» [sic passim]; a entrevistada 38 confia a sua fé no abstrato «*Tenho vários anjinhos que cuidam de mim*» [sic passim], assim como acentua ser uma característica mais feminina e da qual se absorve. Não podemos desta retórica ausentar o contributo da respondente 73, que refere até ter capacidades de premonição, a qual tem consciência que estes comportamentos refletem estigmas atribuídos a certas mulheres «*Tenho um dom natural, sou taróloga. (...) Contudo, psicologicamente e como lidava com variados problemas das pessoas, não me estava a fazer bem a mim própria (...) Para além disso estaria a alimentar o estereótipo de que as mulheres são 'bruxas', não quero esse rótulo para mim, só quero ajudar no que posso. Tenho muita intuição, por vezes até tenho medo de adivinhar situações na minha própria vida*» [sic passim].

Sem prejuízo ao exposto, a maioria das respondentes apontam a atitude, a escolha medida e refletida, como única responsável pelas suas decisões, de acordo com o postulado na teoria da escolha racional (Scheffer, 2017). Em outras mulheres congregamos os dois factores - sorte e atitude -, assim como relata a entrevistada 03 «*Acredito que temos que provocar a sorte e a ambição é muito importante para que isso aconteça. Tenho o exemplo da minha irmã gémea - que teve o mesmo background que eu a nível cultural e a nível familiar - mas que abriu estabelecimentos da mesma rede na Bélgica e teve que fechar. Penso que se tratou de um problema talvez de falta de visão. Temos que nos posicionar no local certo, atender às oportunidades de mercado. Não é somente sorte, trata-se também de atitude e decisões acertadas*» [sic passim] Observamos que algumas mulheres desvalorizam a ambição, ou entendem-na com uma espécie de pudor, ainda verificamos que duas pessoas com o mesmo *background* podem ter escolhas de vida diferentes e que condicionam resultados, no sentido proposto pela escolha racional, mas em diferentes contextos estruturais, a mesma escolha apresenta resultados diferentes.

A variável 'Conscientização do seu empoderamento' vem no seguimento da anterior e colabora para ambas as dimensões - perfis e contributos -, na medida em que a sociedade carece do potencial da mulher consciencializada e num papel cada vez mais ativo e colaborante para o desenvolvimento local e global. Por outro lado e em concomitância, as respostas encontradas manifestam a identidade, o perfil da mulher enquanto agente empreendedora. Adicionalmente a expressão tratada neste ponto capitular - Identidades - está pois presente ao longo de todo o trabalho, na figuração do seu 'estado de arte' do campo de estudos de género.

O indicador (auto) representação de género procura compreender o modo como as mulheres se apresentam na sociedade a nível de comportamento e atitudes empreendedoras. Coloca-se em evidência que as mulheres refletem dar muito de si, posicionando um perfil de vocação e entrega na sua atividade.

A conscientização do seu empoderamento catalisa uma mudança de mentalidades e pode esbater os clichés ainda predominantes acerca da identidade e dos papéis da mulher, assim como respalda a

entrevistada 15 acerca da figura empreendedora no feminino «*Sim, vem reforçar o papel da mulher*» [sic passim].

Todavia, nas unidades de significado também encontramos outros discursos. A entrevistada 01 ressalva que «*existem pessoas que não se adaptam bem a estes desafios. Não é só pensar em fazer, é aguentar todo o restante processo*» [sic passim], colocando a tónica na capacidade de resiliência de agência perante a estrutura. Uma reflexão interessante introduz a respondente 19 «*Maybe women are more creative than men, but most I observe they don't believe themselves. The men have more confidence in themselves*» [sic passim], fundamentos que por questões ancestrais aqui já repisadas sempre têm impulsionado mais autoconfiança ao homem, uma vez que tradicionalmente e numa visão sexista o papel da mulher não era trabalhar, muito menos de modo independente e a comandar o seu destino e ou o dos outros.

Já a entrevistada 20 esclarece o contraponto na matéria, na sua opinião independente do género «*its not everybody dream*» [sic passim], evidenciando a individualidade do percurso bem como a teoria de escolha racional na matéria.

Outro dado curioso pode contribuir para explicar a tipologia de micro ou pequena dimensão da maior parte das atividades criadas por mulheres, é exposto pela respondente 31 «*tenho observado que em muitas situações as dificuldades financeiras fazem com que as mulheres iniciem pequenos negócios por necessidade. Mais tarde, alguns transformam-se em negócios mais fortes e que lhes dão estabilidade financeira*» [sic passim]; a citada introduz outra causalidade na matéria «*Observo muitas pessoas que mesmo por conta de outrem não se esforçam no trabalho, quanto mais fizerem por elas próprias...há que mudar mentalidades porque ter um negócio por conta própria exige muita disponibilidade e força para aguentar maior carga de trabalho*» [sic passim].

A entrevistada 38 considera que é algo própria da mulher «*É um conceito que já se alia à mulher de forma inata desde o início da humanidade. As mulheres, ao contrário de muitos homens, têm capacidades de multitasking e de conciliar muitas áreas sociais*» [sic passim], comentário que analisamos à luz do conceito de policronicidade (Lombardi e Hanashiro, 2010); a entrevistada 39 revela características femininas que vão contra as vozes cimentadas na sociedade «*a mulher tem pontos fortes que o homem não tem na generalidade, em termos de socialização. As mulheres são mais objetivas e por vezes até mais frias que os homens, ao contrário do que lhes se apelida*» [sic passim].

Neste quadro ilustram-se a conscientização de potencialidades, que, por conseguinte, favorecem o empoderamento de agência, o engajamento de competências transversais e uma atitude para a ação. Denunciam-se também alguns estereótipos presentes nas próprias mulheres.

5.3. Motivações empreendedoras e projetos de vida

Vários estudos têm vindo a demonstrar que as mulheres, movidas pelas mudanças estruturais da economia e impulsionadas por um nível de escolaridade cada vez mais alto, estão escrevendo um novo capítulo na história do empreendedorismo (Fernandes, Campos e Silva, 2013). Os autores citados

acrescentam ainda que as mulheres empreendedoras têm vindo a introduzir características aos negócios que antes não eram tão valorizadas, tais como a criatividade, sensibilidade, flexibilidade e colaboração. A mulher, na cientificidade que aqui assumimos, é uma figura humana em crescente evidência da qual a sociedade necessita. Da análise crítica aos excertos discursivos dissipam-se as dúvidas quanto à capacidade intelectual feminina, às competências quer académicas quer transversais, à capacidade empreendedora manifesta sobretudo no otimismo, na entrega, na paixão pela atividade que criam, sendo este um progresso irrefutável para a sociedade.

A variável ‘Projetos de Infância’ pretende aferir a existência ou ausência de relação entre os sonhos de infância e a atividade hoje desempenhada.

Neste corolário importa ter em conta que as respostas das entrevistadas dirigem-se a um espaço e tempo díspares do atual, pelo que muitas delas, embora tenham revelado outras fantasias na infância, afirmam que gostam do que são hoje e sentem-se satisfeitas. Do apuramento de idealizações projetadas, aferimos que vinte e sete mulheres trabalham atualmente ou proximamente na atividade que desde crianças tinham imaginado, reforçando-se neste patamar também as reservas ontológicas contidas em cada qual e que construíram o seu percurso de vida. Uma das entrevistadas, que na infância pretendia ser arquiteta, é hoje engenheira civil, atividade na qual realizou a sua formação académica; outra entrevistada que é advogada coincide o esboço de infância com a sua atividade atual e com as suas habilitações literárias; no setor do turismo outra das mulheres entrevistadas confia que sempre quis ser o que hoje é, para além de que desde sempre vivenciou o negócio familiar; outra respondente sempre pensou dedicar-se a decoração de interiores e hoje tem uma relação muito próxima com o seu comércio de artigos decorativos para o lar. Também a entrevistada 05 alcança que «*I always liked something interconnected to houses*» [sic passim], também recordamos na análise que o seu *background* familiar se relaciona com a mesma temática.

A respondente 15 apenas expressa que queria ser «*Empresária, dona do meu nariz*» [sic passim], revelando a importância que dá à liberdade e à sua autonomia, acentuando o empoderamento feminino; a respondente 25 cumpre o sonho que sempre teve «*I always had the dream to treat animals*» [sic passim]; a respondente 40 manifesta o seu arrojamento «*To have the world*» [sic passim]; já a entrevistada 60 sempre viveu no ambiente empresarial da família, nos setores da construção e do turismo e justifica que é por isso que foi o que sempre pensou vir a ser «*Isto, porque cresci neste ambiente e aprendi muito*» [sic passim], procurando aliar as aprendizagens transversais que teve e concertá-las para a vida prática, num construtivismo permanente (Vilelas, 2009).

Do coro não podemos deixar de registar idealizações atípicas ao sexo feminino, e.g., piloto de fórmula um, investigadora criminal, polícia ou detetive, piloto de aviões, condutora de comboios, treinadora de cavalos, astronauta. Uma das respondentes citou o topo da responsabilidade cívica - presidente da república (cargo que até hoje nenhuma mulher ocupou em Portugal). Neste prelúdio, comprovamos as incoerências existentes nos estereótipos que dividem homens e mulheres sobre os papéis sociais a assumir.

A variável ‘resiliência e motivações’ procura recolher as melhores e piores fases da vida de uma empreendedora.

A maioria das entrevistadas reflete que já passou por altos e baixos e relativiza a situação, traduzindo a normalidade do fenómeno e assegurando sempre seguir em frente, orgulhosas dessa conduta. Refere a entrevistada 05 «*I'm human. There are days where you simple just don't want to do it, and other days you know that are going to be great. It's normal*» [sic passim].

Por outro lado, também o período da crise - citada como problemática entre 2009-2013 (Félix, 2017) e a instabilidade económica e política na Europa e em Portugal, é aqui constantemente replicada e traduz como consequência uma desmotivação genérica na população. Nesta linha, a entrevistada 16 confidencia «*At the moment I'm quite lower on motivation*». A entrevistada 18 denuncia que o seu negócio tem vindo a diminuir na demanda, logo também na capacidade de produção, enquadrando-se nos exemplos de percursos empreendedores que se complicaram «*No início produzia para grossistas (...) Agora sozinha não podia continuar assim*»; a respondente 36 desvela «*encontro-me mais desmotivada, pois sinto-me sozinha - o que não me dá tanta credibilidade para conquistar mercado*», esta situação não abonatória é provocada por um divórcio - revela a própria -, bem como pelo facto do apoio inicial familiar tender a decair, desvirtuando a confiança no seu projeto; a questão da maternidade é também problematizada neste cenário pela respondente 08 «*when my last daughter was born I had a depression*» e pela respondente 29 «*when the kids were smaller I didn't have time to work so I got dismotivated*»; já a respondente 31 atende a outras idiosincrasias femininas «*Quando passei pela fase da menopausa tudo foi mais cansativo e depressivo*». Estes dois últimos relatos vão ao encontro do já debatido logo no terceiro capítulo relativo acerca dos estereótipos na mulher.

Noutro patamar a entrevistada 51 identifica que o nome da sua atividade de comércio eletrónico «*(...) confunde-se por vezes com outros ofícios menos aceites socialmente*», o nome alegoricamente feminino, embora pensado para vender comidas prontas ao domicílio através da internet, acaba por gerar situações indesejadas, contactos masculinos que estereotipadamente interpretam outra atividade.

Sem prejuízo ao exposto a entrevistada 54 entende os períodos turbulentos como um fortalecimento pessoal, na aprendizagem de aproveitamento de recursos «*Na fase da crise não pude me focar tanto na criatividade, mas sim no aspeto financeiro, senti-me limitada, mas também foi uma aprendizagem*» [sic passim].

Para as imigrantes os contornos de uma mudança territorial e o primeiro impacto cultural também constam como factores controversos neste assunto, conforme alguns discursos: «*when we move I thought: did I made the right decision? Now it's better because we feel part of the community*»; «*When I first moved was very difficult*» Problematizamos neste excerto a dimensão de poder construída por Hofstede (2005), que identifica as incertezas das entrevistadas sobre as hierarquias com que se íam deparar num país diferente.

A entrevistada 21 faz-nos refletir sobre as questões culturais, aliando também as questões de género «*sempre acreditei e continuo. O meu marido é mais recalcado, eu insisto. Talvez seja da cultura - ele é português e os pais são de uma família simples - e de terem medo de empreender. Eu sou mais ativa e impulsiono o negócio. Não ligo a questões negativas, vou sempre em frente, caso contrário não teria chegado aqui*» [sic passim];

As circunstâncias da vida impelem a entrevistada 67 a agir «*trabalhei durante 14 anos no comércio e distribuição de fruta. Ele faleceu em 1995, deixou uma situação complicada de endividamento, mas eu levantei-me e abri uma loja de artesanato. Comecei a vender as louças que tinha em casa para fazer o primeiro dinheiro*» [sic passim] e hoje, demonstrando satisfação, tem duas lojas com um bom movimento. Já a entrevistada 70 resolveu mudar a sua vida de modo radical - conforme expressa - e na procura de satisfação pessoal «*Trabalhei durante muitos anos num escritório de contabilidade, quer na Madeira, quer em Lisboa. Abandonei tudo para me dedicar a esta quinta.*» [sic passim].

A variável que tratamos permite-nos aferir que as mulheres enfrentam obstáculos, quer de género, ou de modo genérico, estruturais, mas continuam o seu caminho adaptando a sua postura e a sua presença como empreendedoras.

Investigar se sempre tiveram intenção de empreender, vem esclarecer na população estudada, que esta atitude é mais incisiva nas mulheres imigrantes. As respondentes portuguesas nem sempre pensaram em empreender, o que nos leva a equacionar uma eventual relação com a necessidade de criarem o seu próprio emprego e ou aproveitar o que o mercado lhes proporcionou, confrontando a dualidade presente entre as condições estruturais e o poder de agência.

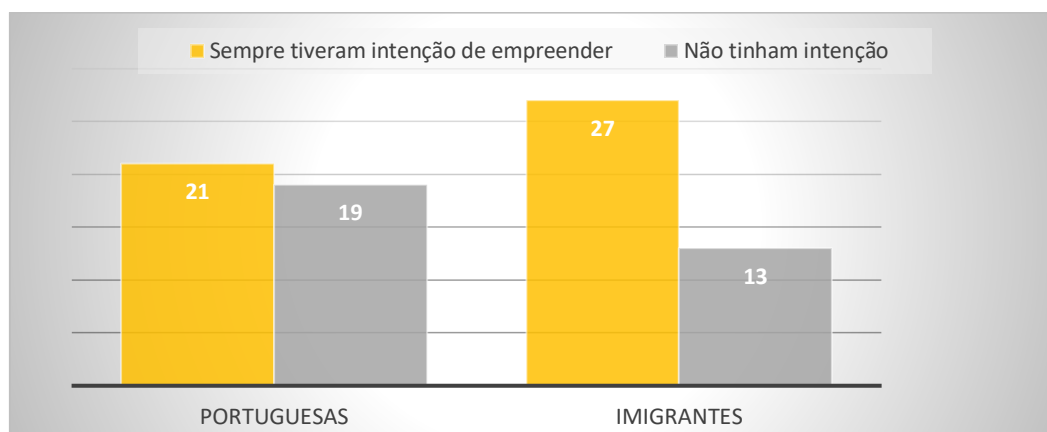


Gráfico 19 - Identifica a intenção de Empreender

No que respeita aos motivos que levaram estas mulheres a empreender, observe-se no gráfico que sobressai o gosto pessoal e à paixão pela área da atividade exercida (32,5%), relacionando a liberdade de escolha (29%), seguido de experiência no setor de atividade (23%), traduzindo o aproveitamento de competências.

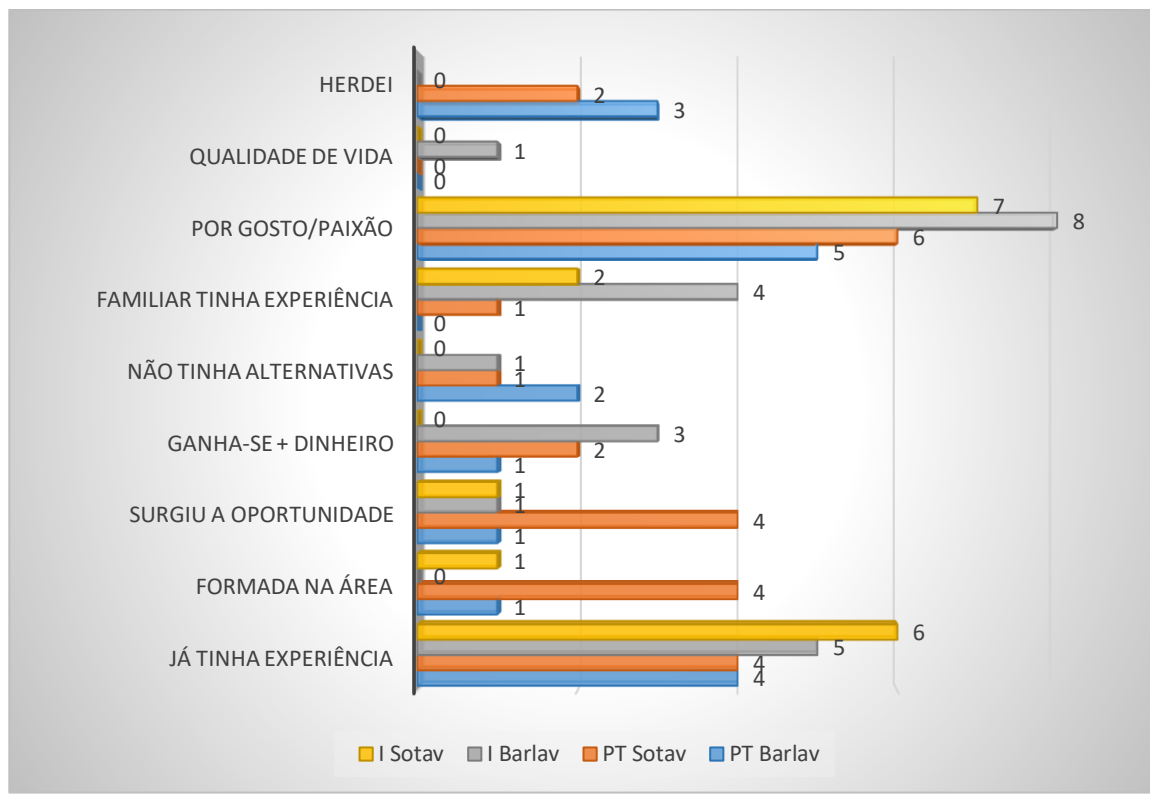


Gráfico 20 - Motivos que geraram a atitude Empreendedora

Na mesma linha, a variável ‘Capacidade de Mentoria’, coloca também em evidência a disposição para partilhar a sua própria experiência, assim como permite à mulher instrumentalizar-se no papel de conselheira. Denunciam tacitamente a sua motivação empreendedora e os conhecimentos, experiências acumuladas na matéria, assim como a sua auto representatividade neste papel. Em concomitância permite ainda associar o papel do género feminino e o contributo na quebra dos estigmas existentes, bem como na mudança de paradigmas concertantes a reconhecer o potencial das mulheres na sociedade.

Na análise nomotética, as entrevistadas, numa maioria relativa, consideram que ser empreendedora vem enriquecer o papel da mulher na sociedade, comprovando as suas capacidades. Contudo, defendem que para empreender é crucial experiência adquirida, quer através da observação, quer no zelo pela prática, sempre seguindo uma postura otimista na matéria, assim citamos a respondente 03 que aconselha a outras mulheres «*I would tell her to start working for other companies, trying her own experience, learning and picking a lot of information that is what they will need*» [sic passim].

A entrevistada 10 apenas recomenda «*Don't be scared*» [sic passim], pois observa que é um dos dilemas que inibe a ação empreendedora e que se encontra mais expressivo na mulher. Em linha aproximada a citada 18 aprofunda «*Don't be afraid to fail because it's a way to learn and to be succeed for the next time. If we don't fail we don't learn anything*» [sic passim], reforçando a importância das aprendizagens disruptivas (Lefsrud and Jennings, 2013), contidas no fracasso, muito importantes para fortalecer condutas futuras. Este temor é, porém, mais visível na respondente 79, que opina receosa «*Para ser sincera, não aconselharia, pois é tudo tão complicado*» [sic passim].

Noutro prisma encontramos também alguma retaliação à autonomia de ser empreendedor e empreendedora aliada à disponibilidade das agentes, sobretudo na questão de jornadas alargadas, tal como opina a entrevistada 04 «*It very much depends. For exemple, I said to my son never work for his own because in my experience I must work many hours. There's advantages and disadvantages*» [sic passim], recuperamos neste trecho a problemática da flexibilidade exigida nos novos contextos laborais de globalização a trabalhadores e trabalhadoras, quer independentes ou dependentes, o que resulta no acumular de tarefas muitas vezes ultrapassando os horários previstos.

Sem embargo ao exposto e quebrando as tendências estatísticas (GEM,2016), a entrevistada 27 reflete «*Curiously I've seen more entrepreneur women at Portugal than in England, problaby because in England there are more jobs*» [sic passim]; a entrevistada 29 acredita veemente que as mulheres desconhecem o seu potencial «*I think that a lot of women can do much more than they think they can, they are just retracted by the society*» [sic passim]; também a respondente 17 reflete que «*As mulheres em geral são mais sonhadoras, têm muitos projetos mas têm que ter mais confiança nelas próprias*» [sic passim]; a respondente 38 aprofunda a questão e até imputa a causa ao próprio comportamento de algumas mulheres «*A mulher tem que se valorizar a ela própria. Muitas vezes as próprias mulheres são culpadas por deixarem os estigmas prosseguirem sobre elas. Se o mundo estivesse a cargo das mulheres estaríamos melhor pois estas têm um instinto mais cuidador*» [sic passim].

A entrevistada 40 dá contributo relevante na matéria da economia portuguesa aconselhando sem limites de género «*My advice goes for all, women and men, to return to Portugal (those who emigrated) and work here, because there's a lot of resources to take oportunities of business. Develop your self*» [sic passim]. Deparamo-nos assim no reforço do poder de agência sobre a estrutura, através do conselho da citada 58 «*Para confiar muito nela, fazer ouvidos moucos a comentários desagradáveis e seguir sempre em frente, nunca deve pensar que não consegue. Isso reflete-se a todos, independentemente de homem ou mulher*» [sic passim].

5.4. Construção de Perfis

O ponto crucial deste capítulo conta com a sùmula das variáveis já debatidas nos pontos atrás, bem como com o reforço das duas variáveis que classificamos: ¹consciência do fenómeno empreendedorismo, ²autocaracterização.

Quando destrinçamos os conceitos empreendedorismo e empresarialidade, automaticamente também dissociamos perfis. Na recolha empírica apuramos respostas mais aproximadas a um perfil de empreendedora e ou de empresária ou ainda de ambos em paralelo. Todavia, focando o perfil de empreendedora, pretendemos debruçar-nos sobre os elementos que lhe fazem jus à sua natureza, tendo em conta as estruturas de pertinência já aqui trabalhadas e sempre, conforme enquadramento metodológico, orientados pela premissa da escolha racional (Downs, 2013; Scheeffler, 2013. Importa, contudo, esclarecer que tal enquadramento não invalida que a mesma mulher incorpore mais do que um perfil, podendo assim ser empreendedora e empresária, em estágios de ação distintos.

A variável 'Consciência do Fenómeno do Empreendedorismo', serve-nos para aferir a hermenêutica do conceito Empreendedorismo. Entre significado e significância procuramos compreender o modo como é interpretado este fenómeno pelas próprias agentes. A juntar aos conteúdos até então já analisados identificamos padrões de comportamento que, são reveladores de diferentes perfis, os quais agrupamos em tipos-ideais (Weber, 2010).

Da riqueza da panóplia de características estilizadas na nossa análise, ilustramos quatro tipos-ideais:

- a) Tipo-ideal das empreendedoras livres
- b) Tipo-ideal das empreendedoras otimistas
- c) Tipo-ideal empreendedoras temerosas
- d) Tipo-ideal das empreendo-empresárias

As infografias pensadas simbolicamente para representar estes tipos-ideais, construídas através da posição das mãos - entendidas como signos do trabalho - vêm dar ênfase à caracterização de perfis.

Fazendo uma analogia à construção de todo este estudo e ao permanente debate entre agência e estrutura, relacionamos que o modo como as agentes se posicionam perante a estrutura determinam diferentes perfis. Sarkar (2010) relaciona alegoricamente animais para destringir comportamentos de empreendedores e empreendedoras. Aqui neste trabalho utilizamos a imagem que vincula aos diferentes perfis encontrados no nosso campo empírico. Ademais, na hermenêutica deste trabalho, a mão personifica o trabalho. Destarte, as diferentes posições das mãos aqui representadas vão ao encontro das classificações tomadas e as quais aprofundaremos individualmente, aliando as teorias explicadores que embasam este estudo e após cada caracterização de perfil.



Figura 4 - Conjunto de infografias que representam os quatro perfis empreendedores construídos (imagem da autora)

O grupo A corresponde ao tipo-ideal das empreendedoras livres e enquadra um perfil cujo principal interesse é a satisfação pessoal, *i.e.*, construir e controlar a sua vida de modo autónomo, sem interferências externas, revelar a conscientização de potencialidades no sentido de Pintasilgo (Carrilho, 205; Freire, 2006), sem se importar diretamente com os ganhos obtidos.

Neste grupo integramos aprioristicamente e sem vínculos absolutos¹⁶⁰, algumas das respondentes que, por questões de anonimato, não iremos citar, mas apenas identificar os seus padrões relacionados com Setor de Atividade em que atuam. Importa esclarecer que, muito embora identifiquemos os setores de atividade numa definição ampla, continua-se a preservar o anonimato na medida em que não estamos a identificar literalmente a atividade de cada qual, mas somente os padrões de comportamento distintos. Após cuidada análise aos discursos das entrevistadas, entendemos enquadrar neste perfil trinta e dois casos. Assim incluímos na tabela seguinte:

Tabela 8 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Livres

Setor de Atividade	Fundamentos do enquadramento no perfil de Empreendedoras Livres
Terciário	Mulher imigrante que deixou o seu país e a sua estabilidade financeira para abrir em Portugal uma atividade, oferecendo produtos importados do seu país e que verificou não existirem neste local, acentuando no seu discurso como principais motivações o gosto e empatia pelas pessoas, a vontade de gerir o seu próprio tempo laboral, o que conetamos à importância dada à liberdade.
	Esta mulher é também imigrante e escolheu abrir esta atividade para poder comandar a sua própria vida, referindo-se à sua independência. Vem de uma família abastada, mas prefere manter-se longe das influências familiares e viver autonomamente. Diferencia-se nos produtos que oferece na região e na abordagem / marketing.
	Mulher imigrante que dá aulas de yoga e procura contribuir na questão do empoderamento feminino, refere ter esta missão, elevar a auto-estima feminina, que é para si prioridade, mesmo referindo que não tem ganhos financeiros considerados com esta função. Marca pelo processo /abordagem ao cliente.
	Mulher imigrante que sublinha fazer o que gosta, por prazer, figura a sua persistência mesmo sabendo o pouco retorno financeiro que obtém. Diferencia-se pela exclusividade de cada serviço que presta.
	A entrevistada trabalha no que gosta e na formação literária que tirou, mesmo vivendo na incerteza financeira, uma vez que sublinha que o consumo para este tipo de tecnologia, é escasso, pois tem noção que não é algo prioritário. Cada produto criado é inovador.
	Esta mulher é imigrante, tem formação em psicologia e decidiu viver em Portugal, no Algarve. Decidiu fundar esta associação, suportando as inerentes burocracias porque constatou que existia uma profunda carência destes serviços, sobressai pela sua coragem e dinâmica no desempenho e na natureza da atividade escolhida e porque instalou um serviço não existente na localidade.
	Imigrante, revelou audácia em mudar de vida aliada à escolha de um local em risco de despovoamento para viver na natureza, mesmo longe da família por enquanto (marido e filhos).
	Esta mulher encontra-se dedicada a um problema de saúde pública que afeta a sociedade e a cultura da comunidade circundante e fá-lo apenas por paixão aos animais. Oferece um tipo de turismo diferente do padronizado na região.
	Imigrante, tendo abandonado um emprego estável em Inglaterra, arrisca mudar de país e mudar de vida para algo incerto, contribuindo ainda para colmatar a desertificação do local. Oferece um tipo de turismo diferente do padronizado na região.
	A entrevistada revela-se uma mulher aventureira que se deslocou pelo prazer do surf, sociável e determinada, contribui de igual modo para diminuir o êxodo local. Oferece um tipo de turismo diferente do padronizado na região.
	A entrevistada confidencia satisfação pela interação que cria e sublinha aprender muito com as pessoas, o que sugere ser este o seu basilar objetivo, traduzindo o crescimento pessoal que acompanha o ato empreendedor. Diferencia-se pela exclusividade do serviço, singular a cada cliente.
	A entrevistada acrescenta no seu discurso a valorização da sua liberdade como motivos da sua escolha. Diferencia-se no processo e no marketing.
A entrevistada evidencia atuar por paixão e preocupa-se constantemente em diferenciar estratégias do bem-estar dos e das clientes. Diferencia-se pelo serviço prestado ao cliente e pelo marketing.	

¹⁶⁰Entendemos que os perfis não são estanques e para vincularmos identidades seria necessário um trabalho através de metodologias longitudinais, os quais não fizeram parte deste processo. Tomamos assim em conta que os perfis aqui construídos ficam parametrizados para aprofundar em investigações futuras.

O Empreendedorismo no Feminino na Região do Algarve
UNIVERSIDADE BEIRA INTERIOR

	<p>Esta mulher deixou uma profissão estável, um cargo de responsabilidade na sociedade, para criar a sua própria autonomia, autodefine-se como «louca» [sic passim], assumindo no seu discurso que o mais importante é sua satisfação pessoal e o legado que deixa.</p> <p>A entrevistada arriscou num grande investimento sem se preocupar diretamente com o retorno, focando mais a necessidade do serviço ainda não existente no local.</p> <p>A entrevistada atua no comércio retalhista, refere que o projeto é pouco ambicioso, mas a protagonista assume o gosto pela ideia e procura dinamizar. Não encontra no local nenhuma atividade e oferta de produtos semelhantes.</p> <p>A entrevistada sublinha que esta experiência lhe tem proporcionado uma constante aprendizagem acerca das capacidades que desconhecia em si e que se traduz sobretudo num crescimento pessoal. Diferencia-se pelo marketing e pelo processo.</p> <p>A entrevistada coloca o bem-estar dos outros e outras, bem como os modos de vida saudáveis como missão na sua atividade. Diferencia-se pelo serviço pelo marketing.</p> <p>A entrevistada procura sobretudo e fomentar uma vida saudável à sua rede de clientes, diferencia-se constantemente pelo produto.</p> <p>A entrevistada revela que por se encontrar numa fase da vida estável em que já não é prioridade o aspeto financeiro, apresenta maior satisfação na empatia com as pessoas, na proatividade que a sua condição de independente sempre exigiu. Diferencia-se pelo marketing.</p> <p>A entrevista acentua que esta escolha é a concretização de um sonho em primeiro lugar e uma dedicação por paixão. Diferencia-se no serviço, cada qual singular, artístico.</p> <p>A entrevistada sublinha a sua criatividade assumida em cada trabalho, tendo o prazer em melhorar a imagem das pessoas para fins diversos e.g., entrevista de trabalho, evento específico, ou até mesmo autoestima dos e das clientes;</p> <p>A entrevistada distingue-se pela espontaneidade com que se apresenta e pelo percurso de vida que revelou sozinha, sobretudo orgulha-se por ser uma cidadã ativa. Diferencia-se pelo produto exclusivo a cada cliente.</p> <p>A entrevistada escolheu esta atividade por lhe permitir ter maior flexibilidade de tempo uma vez que tem quatro filhos, manifestando a autonomia e a agilidade que lhe permite a sua condição de liberdade de escolha na opção de vida. Cada serviço prestado é dissímil.</p> <p>A entrevistada sublinha que a sua arte é a costura e confeção, atividade que lhe dá pouco rendimento, mas satisfação por criar novas peças.</p> <p>A entrevistada optou por fazer aquilo que gosta mesmo sem o escolher deliberadamente, a sua história de vida revela coragem e determinação muito embora não se revele ambiciosa. Diferencia-se pelo processo e marketing dos produtos.</p> <p>A entrevistada preocupa-se sobretudo com as questões que a diferenciam e a engajam na sua criatividade, introduz na região iguarias do arquipélago da Madeira.</p> <p>A entrevistada criou uma transmissão para radio exclusivamente online, é arrojada e sonhadora, mas não tem previsão de ganhos. Diferencia-se nesta região pelo processo inovador de transmissão.</p>
Secundário	<p>A entrevistada fabrica objetos de adorno manufaturados, revela-se uma mulher flexível, lutadora, tendo prazer no que faz acima de outra instância. Cada produto é uma criação nova.</p> <p>A entrevistada instalou-se no fabrico de bolachas artesanais e doçaria caseira, procura ser original no que faz, preserva os sabores regionais e trabalha arduamente independentemente do nível de rendimento que ocasione.</p>
Primário	<p>A entrevista é imigrante e valoriza a sua liberdade e acima de tudo os seus sonhos, a sua experiência de vida e o seu desejo em ajudar os outros através das ervas medicinais, mesmo com fracos retornos monetários. Diz-se pioneira nos produtos que oferece nesta região, sendo que constantemente surge com novidades para consumo dos clientes.</p> <p>A entrevistada abandonou um trabalho sólido para se dedicar à quinta de produção biológica e agora também turismo rural, arriscado por um modo de vida diferente, por uma liberdade que lhe dá satisfação. Diferencia-se pela exclusividade de serviço e produto a cada cliente.</p>



Figura 5 - Infografia simbólica do Tipo-ideal das Empreendedoras Livres e Criativas (imagem da autora)

A figura acima apresenta-nos uma mão aberta, o que nos leva a entender assertivamente um acesso livre a um modo-de estar na vida, que reflete sobretudo abertura e consciencialização para criar, para aceitar, para mudar, para aprender, para construir algo vinculado a satisfação pessoal, no sentido compreensivo de Weber (2010). Uma mão aberta não relaciona preocupações financeiras em primeira frente, tal seria o oposto simbolicamente, *i.e.*, a mão fechada.

À luz da Teoria da Escolha Racional, traduz uma liberdade de decisão, impulsionado por uma reflexão que toma em conta o bem-estar pessoal, uma intenção agir. Estas mulheres focam-se na primeira fase de uma escolha racional, *i.e.*, na intencionalidade (Downs, 2013; Scheeffer, 2013), tendo como objetivo primário a sua satisfação pela autonomia ganha no papel de empreendedoras. Elas colocam a tónica no gosto e paixão pelo que fazem. A sociologia da ação permite-nos aqui enquadrar o entendimento weberiano das ações racionais com relação a valores, *i.e.*, estas mulheres priorizam a sua capacidade para fazer 'coisas', para agir. É essa mesma ação coletiva que as empodera. Na sociologia compreensiva determinamos este perfil nas potencialidades que se evidenciam nestas mulheres e que elas próprias reconhecem.

O grupo B identifica o tipo-ideal das otimistas e revela uma energia interminável, um empoderamento no papel de mulher empreendedora. Neste perfil a mulher coloca também nos horizontes a preocupação de sua sustentabilidade futura, *i.e.*, o aspeto financeiro vem equilibrar e justificar as suas competências empreendedoras. Mantendo-se na linha de criatividade e diferenciação no setor de atividade que atua, está atenta ao detetar de oportunidades na estrutura e aberta a novos desafios, critérios estes que distinguem do grupo D. Aqui enquadrámos vinte e uma mulheres do nosso objeto de estudo.

Tabela 9 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Otimistas

Setor de Atividade	Fundamentos do enquadramento no perfil de Empreendedoras Otimistas
Terciário	A entrevistada, tendo confidenciado que escolheu esta atividade por suscitar bons rendimentos, todavia também a visionou como uma oportunidade no local onde reside, o <i>golden triangle</i> . Diferencia-se no processo e no marketing.
	A entrevistada revela uma postura rigorosa e empoderada na medida em que é a única fonte de rendimento da casa - o seu marido dedica-se aos arranjos do lar - bem como revela que cada trabalho que realiza tem espontaneidade e criatividade, sendo cada resultado exclusivo.
	A entrevistada atua na zona de GT, usufrui de elevados rendimentos e pretende crescer com otimismo, é mulher divorciada e autónoma reiterando ser apaixonada pela atividade e pela dinâmica da mesma. Diferencia-se no marketing.
	A entrevistada transmite-nos que o dinheiro e o tempo são muito importantes para empreender, colocando a tónica no seu empoderamento e autonomia. Diferencia-se no produto e no processo.
	A entrevistada reflete o contentamento pela sua profissão e pela escolha tomada, assim como se assume competitiva e promotora de projetos com linhas multiculturais, já desenhou habitações com arquiteturas importadas do oriente e outras a pedido de clientes específicos, sente que marca diferença no território onde atua, cada resultado é único e assim se diferencia.
	A entrevistada apresenta um discurso pautada pela orientação económica, mas sublinha a sua autenticidade na oferta e o facto de se entender multitasking. Diferencia-se no processo.
	A principal atividade da entrevistada é desenhar projetos de decoração interior, mas instalou também uma pequena fábrica de queijos artesanais, é mulher multiempreendedora, que apesar das inconstâncias de mercado, procura soluções para fazer frente à sua subsistência, refletindo ser uma mulher dinâmica, otimista e criativa, para além de que cria as suas oportunidades na estrutura. Gosta de surpreender o público com novos serviços e produtos.
	A entrevistada é autónoma, empoderada e procura concretizar objetivos numa constância de atuação nos mercados, procurando sempre renovar estratégias para atingir novas demandas.
	A entrevistada congrega na mesma empresa uma multiplicidade de serviços procurando satisfazer a diversidade de demandas no mercado turístico, rentabilizar a sua ação e diferenciar-se no setor, revela ainda ser multicronotipada na medida em que 'vive' intensamente a sua atividade todas as horas do seu dia, multiplicando-se em horários diurnos ou noturnos com flexibilidade e sempre que necessário.
	A entrevistada apresenta ser uma mulher determinada a evoluir, empoderada, tem quatro filhos e concilia todo o seu potencial multitasking. Diferencia-se no marketing.
	A entrevistada reitera que lhe é importante atingir objetivos e por tal trabalha em jornadas extraordinárias, sempre à 'espreita' de novas oportunidades na demanda desta região. Gosta de criar novos serviços na região.
	Apesar de ter herdado o bem imóvel, a entrevistada transformou-o e adaptou-o para fins turísticos, diversificando ainda a sua oferta com atividades de lazer para os e as clientes.
	A entrevistada apresenta-se muito otimista e feliz com a escolha que tomou há alguns anos atrás, deixando um cargo fixo de diretora para construir uma vida que lhe dá maior liberdade e satisfação dupla: pessoal e económica. Diferencia-se no serviço exclusivo a cada cliente.
	A entrevistada reitera sentir-se empoderada e acreditar em si, numa atividade onde frequentemente tem que enfrentar os estereótipos de ser mulher, mas que não a minimiza no seu esforço e no seu potencial, como confidencia ela própria. Diferencia-se no marketing.
	A entrevistada atua no comércio de mobiliário ecológico, é uma visionária que aproveita as demandas dos recursos exógenos na região, i.e., dirigindo o seu foco de atuação aos imigrantes de classe alta e com maior capacidade de compra, sente-se empoderada por ser mulher e poder assim usufruir de múltiplos papéis. Cada produto é criação única.
	A entrevistada revela ser ambiciosa, ter vontade de crescer na sua atividade e para esse efeito catalisa esforços, revela ainda a inovação contida em cada projeto que desenha.
	A entrevistada denuncia que a atividade escolhida era uma carência local, de igual modo tem consciência da necessidade constante de se diferenciar no mercado para um crescimento futuro, vontade que expressa.
	A entrevistada herdou um conjunto de empresas em dificuldade financeira por incumprimentos fiscais -revela a própria- mas não se deixa intimidar, procurando persistentemente reconstruir todo o património e aumentar a atividade. Diferencia-se no marketing.
A entrevistada foca o seu discurso na importância do crescimento e sustentabilidade das suas atividades, procurando dinamizar a oferta no serviço e produtos sempre com otimismo.	

Secundário	A entrevistada sempre viveu e trabalhou no negócio de família, todavia revela o seu empoderamento na criatividade operativa, autora da marca (...) - pioneira nos artigos de vestuário em cortiça - continua motivada para novas criações, procura ser uma visionária e dedica-se ao empreendedorismo inclusive como mentora (formadora) junto de grupos de pessoas com interesse na temática.
	A entrevistada é claramente multiempreendedora, sempre viveu experiências nessa ordem e desenvolveu a sua independência, deixando em aberto a possibilidade de se envolver em novos projetos, estando atenta, como sublinha, a novas oportunidades.



Figura 6 - Infografia do Tipo-ideal das Empreendedoras Otimistas (imagem da autora)

A figura acima corresponde a uma posição simbólica de que os objetivos se atingem com êxito, denunciando um sentimento de otimismo perante as ações tomadas. Por outro lado, também simboliza uma mão que se encontra à boleia, no caso enquadrados à boleia de oportunidades no mercado.

Neste enfoque e seguindo a premissa da escolha racional, entendemos que este perfil enquadra as empreendedoras na fase de distinção entre ação estratégica e ação interdependente (Downs, 2013; Scheffer, 2013). Conetamos o poder de agência na produção de comportamentos que envolvem uma rede de atores engajados nos mesmos propósitos empreendedores, *i.e.*, o reconhecimento de oportunidades na estrutura. Aqui emerge a importância da informação partilhada, da conscientização destas agentes, permitindo que delinear formas de enfrentar a vida, resolver problemas e construir os seus projetos num alinhamento permanente entre agência e estrutura. No modo de atuar nos mercados, a permanente atenção às novas demandas, à atualização de estratégias, figurando a possibilidade de uma diversificação conglomerada. Este perfil encontra-se aberto a aprendizagens contínuas, pelo que apto a produzir a almejada inovação disruptiva no mercado. Todavia, há que atender ao próprio contexto onde estas mulheres estão inseridas e à abertura da estrutura envolvente para acolher este tipo de empreendedorismo.

O grupo C aproxima-se do conceito de ‘temor ibérico’ e identifica o tipo-ideal das temerosas. Muito embora com vontade de trabalhar, estas mulheres obnubilam-se por barreiras estruturais e sobretudo pessoais (ônticas no seu self). Neste perfil identificamos oito das mulheres entrevistadas.

Tabela 10 - Identificação do Perfil de Empreendedoras Temerosas

Setor de Atividade	Fundamentos do enquadramento no perfil de Empreendedoras Temerosas
Terciário	A entrevistada, ela própria assume os seus receios, todavia esforça-se por ultrapassá-los, tendo vindo a empoderar a sua atuação. Criou o conceito de jardins sem ou com pouca rega indo de encontro a preocupações ecológicas de RS. Não obstante a incluímos neste perfil, cremos que também partilha do perfil do grupo D (Empreendo-Empresárias) desenvolvido adiante.
	A entrevistada atua de modo tradicionalista, sendo compassiva à estrutura envolvente, teme que a sua atividade não seja duradoura, todavia vai levando um dia de cada vez procurando também diversificar a sua oferta no espaço que explora. De igual modo, o seu perfil é em nosso entender tangível ao identificado no grupo A, de empreendedoras livres.
	A entrevistada, apesar de ditar-se aventureira nunca pensou em inovar a sua atividade seguindo sempre uma linha homogénea, pois receia que não seja aceite pelo consumidor.
	A entrevistada embora persistente, denuncia receios em inovar, mantendo assim um percurso observado linear.
	A entrevistada adquiriu a atividade por trespasse gere-a de modo estanque.
	A entrevistada apresenta um espaço ao público com uma imagem, assumida pela própria, obsoleta, não tendo vindo a produzir melhoramentos por receios da conjuntura financeira de mercados.
	A entrevistada criou a atividade com o marido - da qual no discurso se observa a dependência - sendo uma mulher fechada que não pretende expandir.
	A entrevistada criou a atividade para ter o seu próprio emprego, todavia revela-se muito pessimista em relação à sustentabilidade da mesma.

Neste grupo colocamos ainda em causa se algumas (atente-se algumas) destas mulheres se podem caracterizar enquanto empreendedoras ou não, uma vez que o receio manifestado coíbe o seu desempenho criativo, traduzindo um empreendedorismo por necessidade e ausente de criatividade. Não obstante alguma das incluídas neste perfil, conforme mencionamos em tabela manifestam padrões de comportamento que as permite enquadrar em concomitância noutro dos perfis aqui construídos.



Figura 7 - Infografia simbólica do Tipo-ideal das Empreendedoras Desmotivadas e Temerosas (imagem da autora)

A figura acima é reveladora de uma postura fechada perante a estrutura envolvente. Traduz o próprio temor contido no consciente e no inconsciente (*self*) das entrevistadas, no comportamento e na postura que assumem no empreender. Partindo do princípio teórico da escolha racional, entendemos que estas mulheres se debatem na fase de distinção entre risco e incerteza (Downs, 2013; Scheffer, 2013).

Aqui problematizamos o debate de agência e estrutura e a posição destas mulheres nesse quadro conjuntural. Torna-se neste cenário fundamental que as agentes vençam as lutas sobre a sua forma de aturar na estrutura, vençam as denominadas barreiras. Importa também que reflitam sobre a sua atuação no mercado, sobre o significado e a significância que tem para elas empreender e sobre os objetivos alcançadas

ou não. Daqui determinar uma aprendizagem futura, contrapondo uma posição cultural fechada e tomar opções de vida, *i.e.*, determinadas por uma escolha racional e não por uma carência irrefletida face a contingências económicas que atravessam.

Sem embargo, na entrevista concedida por Assunção, foi-nos sublinhada uma interligação entre agência e estrutura. A socióloga (Assunção, 2012) analisa que quando a própria Agência entra em dualidade com a estrutura, pode reprimir, gerar conflito por oposições, ou, por outro lado, cooperar no aproveitamento de oportunidades geradas por essa mesma estrutura, usufruindo de uma evolução coordenada do sistema social.

O grupo D identifica o tipo-ideal das empreendo-empresárias, que também designamos por conciliadoras de objetivos, no cruzamento de características de empreendedoras e de empresárias. Atendendo ao enquadramento conceptual já desenvolvido acerca da individualidade dos conceitos de empreendedorismo e empresarialidade, neste quadro integramos perfis de empreendedoras que em simultâneo partilham o perfil de empresárias. Neste perfil de engajamento, integramos dezanove das mulheres entrevistadas.

Tabela 11 - Identificação do Perfil de Empreendedoras-Empresárias

Sector de Atividade	Fundamentos do enquadramento no perfil de Empreendedoras-Empresárias
Secundário	A entrevistada atua no comércio de indumentária personalizada para empresas e organizações públicas e privadas, observa-se que é autoritária, todavia revela a criatividade de inovar no seu produto e o foco na internacionalização.
Terciário	A entrevistada revela ter noções empresariais e preocupa-se com as exigências burocráticas portuguesas, todavia encontra necessidade de produzir constante inovação na sua oferta, sobretudo no processo, para o efeito replica e adapta ao seu contexto práticas que observa noutros países, revela o seu empoderamento na atividade.
	A entrevistada apesar de ser uma atividade franchisada inclui uma componente (30% conforme cita) que a permite gerir com liberdade a nível local, aqui aproveita para se diferenciar e atender às especificidades das demandas locais.
	A entrevistada diferencia-se através de variedades atípicas na cozinha da região, introduz novos pratos confeccionados, de igual modo tem uma gestão rigorosa da sustentabilidade de sua atividade.
	A entrevistada confidencia ser uma mulher com a capacidade de frieza para gerir uma atividade, como com a sensibilidade de adaptar o seu atendimento e também aconselhamento ao perfil de cada cliente, ademais insere um produto pioneiro no mercado local.
	A entrevistada traduz ser uma mulher determinada nos negócios, mas também arrojada pois mudou de sua zona de conforto para atuar num mercado mais 'parado' conforme cita, todavia, procura e está atenta a novas oportunidades.
	A entrevistada preocupa-se com a gestão e sustentabilidade da atividade, em paralelo é uma mulher resiliente. Deixou a sua área de formação - Direito - para uma atividade que lhe apraz, que a fascina pela ausência de rotinas, o que traduz uma dupla postura de empresária e empreendedora.
	A entrevistada herdou o património que hoje explora, coloca a tónica nos proveitos financeiros deste retirado, mas também manifesta criatividade apresentando novas soluções ao e à cliente turista.
	A entrevistada é organizada e rigorosa no serviço, dinâmica e resiliente no trabalho árduo, mas também revela ter projetos futuros para inovar.
	A própria entrevistada classifica-se mais como gestora do que empreendedora, tem a sua atividade há alguns anos, sobreviveu à recente crise, sendo linear neste segmento.
	A entrevistada presa-se por uma mente forte, sempre focada em resultados, apresenta uma postura muito determinada na gestão, características que adotou desde muito nova.
	A entrevistada gere uma atividade onde tira proveito dos seus conhecimentos e os recursos exógenos da região, procura sobretudo estabilidade e para já não tenciona diversificar no processo de atuação.
	A entrevistada foca o seu discurso na liderança e organização de trabalhadores.
	É uma mulher rigorosa, dinâmica, muito embora esteja a descobrir-se enquanto autónoma, surge na atividade que diz ser o sonho do marido traduzindo uma postura de responsabilidade e perfeccionismo.
	A entrevistada trabalha com o marido e traduz um perfil de gestora e de rotinização da atividade.
A entrevistada, no seu discurso, coloca a tónica no cumprimento de prazos, na responsabilidade, na sustentabilidade, não revelando indícios de inovação ou diferenciação no mercado.	
Esta mulher, apesar do seu percurso de vida se ter construído nos negócios de família, o poder de decisão é determinado ao seu irmão, ainda assim revela a sua resiliência nas crises já enfrentadas.	
A entrevistada apresenta um percurso de vida muito estancado na sua atividade cuja preocupação de frente é a financeira.	
Primário	A entrevistada integra um franchising muito limitado e que não lhe permite colocar a sua própria criatividade na matéria, muito embora se revela satisfeita com a sua coragem em ser autónoma.

Despistamos as últimas onze citadas na tabela, as que são mais expressivas enquanto empresárias e muito limitadas na caracterização empreendedora, configurando-se como pseudo-empreendedoras.



Figura 8 - Infografia do Tipo-ideal das Empreendedoras Empreendo-Empresárias (imagem da autora)

A figura representa um aperto de mãos, *i.e.*, uma conciliação de perfis na sua diversidade. A conciliação, o acordo existente, a cooperação de empreendedoras e empresárias, indissociáveis para o crescimento e sustentabilidade de uma atividade, mas diferenciados na sua identidade, nos seus objetivos e sobretudo no seu papel social.

Para a construção deste perfil, entendemos que estas mulheres se encontram na fase de racionalidade, a qual está presente no pressuposto teórico da escolha racional (Downs, 2013; Scheeffler, 2013).

Neste cenário importa-nos aliar o conhecimento pré-existente a um desenvolvimento contínuo de competências. Importa refletir que estamos a abordar o ser-humano, sempre inacabado e em permanente construção, engajado na história e na cultura da sociedade que o envolve.

Este perfil, entendido como conciliador, identificam-se diversificações concêntricas, na perspetiva de acompanhamento de mercados, existindo também uma forte cooperação entre agência e estrutura, ou um posicionamento das agentes para que tal aconteça.

Atente-se, porém, que este acoplamento das entrevistadas não pretende fazer uma delimitação exaustiva e absoluta, apenas pautada pelos elementos disponíveis; *e.g.*, observação e análise de discursos empíricos. Importa esclarecer que a categorização tomada e a distribuição destas mulheres nos quatro perfis, provém de uma reflexão aproximada dos elementos apurados aos tipos-ideais construídos nesta tese. Teria que existir uma investigação mais aprofundada de Estudos de Caso e de carácter longitudinal para determinar características irrefutáveis e que deixamos aqui em aberto para conseguintes trabalhos científicos que possam daqui surgir.

Ademais, a cultura empreendedora, provém da atitude, a qual pode ser mutável. Importa esclarecer que o conceito de atitude é aqui entendido como o comportamento ou predisposição para realizar algo inovador, que marque diferença na sociedade. E é esta atitude que o sociólogo e a socióloga pretende encontrar para delimitar os perfis. Importa reforçar que o papel das ciências exatas é neste entorno incapaz de responder às questões verdadeiramente decisivas da existência humana. O olhar sociológico através da fenomenologia permite encontrar um sentido que fortifica o papel das ciências sociais, *i.e.*, determinar

verdades que se fundamentam nas experiências humanas vividas (a consciência apurada dos fenómenos a partir dos sujeitos que os vivenciam e em relação com o contexto observado) e que justificam atitudes e perfis de atuação no empreendedorismo.

Desta feita, é através de todos os elementos apurados até aqui - conhecer o que impulsiona estas empreendedoras, as motivações, os projetos de vida, as origens e percursos de vida, as competências - que confrontamos os teoremas construídos nestes tipos-ideais.

Segmentamos na tabela adiante, a semelhança conotativa nos discursos que sugerem a interpretação destas mulheres acerca do fenómeno do empreendedorismo.

Tabela 12 - Definições do conceito de Empreendedorismo na visão das entrevistadas

TIPOS-IDEAIS	Empreendedorismo é alguém que...	PT	I
LIVRES	Tem ideias, criatividade, é dinâmica	5	10
	É Social, comercial, comunicativa, interage com muitas pessoas		6
	Alguém que leva o seu tempo a ser empreendedor ou empreendedora		1
	É livre, independente, é um modo de vida, hábitos		7
	Tem muitos conhecimentos, é curiosa, vive em formação contínua	2	4
	Espontânea		1
B - OTIMISTAS	Não tem medo da incerteza		2
	Corajosa, resiliente	3	2
	Cria valor na sociedade	3	1
	Nunca para e tem noção que não pode parar	2	1
	Entusiasta, tem paixão pelo que faz, força de vontade, gosta e é feliz com o que faz, tem sonhos, acredita em si, é motivada, tem energia	9	8
	Aventureira, tem mente aberta, gosta de novas experiências, é um pouco louca, age 'fora da caixa'	5	1
	Tem sucesso		3
	É confiante, otimista, positiva, acredita nas suas capacidades	7	2
	Destemida, arrisca, vive a adrenalina	8	7
	Identifica oportunidades, tem visão clara e encontra potencial onde outros e outras não, visão futurista	5	8
	Contorna obstáculos, procura soluções	2	3
	Supera-se a si próprio	3	
	Lança desafios próprios e vinga por si, assume compromissos	4	
Não desanima facilmente, não desiste até conseguir, é obstinada, persistente, resiliente, vai sempre tentando	6	5	
C - TEMEROSAS	Tem os pés no chão, é realista	2	1
	Nasce com a pessoa, é inato, é genético	2	1
D - EMPREENDO-EMPRESÁRIAS	Cria emprego e sustentabilidade	2	1
	Encontra necessidades de mercado, é flexível, disponível	4	4
	Adapta estratégias contínuas às novas necessidades de mercado	3	6
	Alia ao conceito de empresária e tem noções financeiras e de gestão	2	2
	Desenvolve a economia	1	1
	Alguém que cria um negócio e o leva em frente	4	1
	Organizada	1	2
	Tem objetivos, é focada, determinada	4	2
	Líder	1	3
	Impõe respeito	1	
	Está mentalmente preparada para trabalhar muito, é lutadora, é paciente a atingir os seus resultados	5	5
	Busca qualidade de vida	1	

A maioria das respostas - Entusiasta, tem paixão pelo que faz, força de vontade, gosta e é feliz com o que faz, tem sonhos, acredita em si, é motivada, tem energia - converge com a definição conceptualizada neste estudo para o conceito de empreendedorismo (Sarkar, 2010), isolando os seus objetivos dos do

conceito de empresarialidade, o que revela a consciência - embora com casuísticos desvios à regra - da grande maioria das entrevistadas para o fenómeno. Todavia existem ainda as que não separam e até confundem os conceitos de empreendedorismo e empresarialidade, ou as que entendem, de acordo com nossa posição defendida, serem indissociáveis na eficácia de resultados alcançados em prol do desenvolvimento económico.

Dos discursos apurados convergem as classificações de perfis empreendedores do tipo-ideal livre e do tipo-ideal otimista, aliadas à inovação, criatividade, visão de mercado, assunção de riscos, paixão, otimismo, resiliência, assim como verificamos no testemunho da entrevistada 03 «*You need to take the opportunity when it arises. Many people are scared to go into the uncertain. They can never succeed in entrepreneurship*» [sic passim]. Numa interpretação fenomenológica entendemos que é esclarecedor para maioria das respondentes as particularidades respeitantes ao conceito de empreendedorismo, isolando as funções de gestão e empresarialidade mais apuradas no objeto da economia, todavia presentes e complementares para resultado de uma atividade.

Encontramos ainda o tipo-ideal de empreendo-empresárias, expressivo no contributo da respondente 02, que fundamenta que empreendedorismo não se pode alienar das preocupações com os e as trabalhadoras (objetivos do CSR), o que nos sugere a prática de um intraempreendedorismo (Macrae, 1982) «*Having a clear 170reative170 what you want to achieve and giving careful consideration to the staff who work with you and the suppliers that work with you and the customers that work with you*» [sic passim], relacionando que todos os contributos são importantes na sua essência e diversidade para o êxito de uma atividade.

A entrevistada 09 faz a conjugação indissociável dos conceitos de empreendedorismo e empresarialidade «*It's a combination of two things: leader and creative*» [sic passim]. A entrevistada 38 entende que o empreendedor ou empreendedora é alguém que constantemente busca soluções na vida «*Tenho uma definição muito caricata: é alguém que gosta de problemas porque adora soluções. O empreendedorismo é estar sempre em busca de mais numa interação constante com os aspetos sociais onde se insere*» [sic passim]; também para a respondente 46 é indubitável que o empreendedor ou empreendedora tem que fugir do linear estruturado «*tem uma atitude diária do 'agir fora da caixa', depreendendo do que é o conceito de normalidade, fugir dele*» [sic passim]; a entrevistada 50 é perentória na distinção «*Ter um negócio não é sinónimo de ser empreendedor, há que inovar, adaptar continuamente estratégias*» [sic passim].

Já para a respondente 42 a interpretação é mais restrita, aproximando-se mais do que concetualizamos para empresarialidade «*Alguém que gere um negócio, bem ou mal*» [sic passim];

Na variável seguinte obtemos das entrevistadas a sua própria 'autocaracterização' enquanto empreendedoras. Para Giddens (2002) a auto-identidade é uma reflexão introspectiva do 'eu', que pressupõe uma continuidade no tempo e no espaço.

Também nesta análise apuramos convergência com a definição que tomamos sobre o conceito de empreendedorismo, *i.e.*, cada mulher que identifica ser persistente, lutadora, dinâmica, *multitasking*,

apaixonada, entre outros adjetivos positivos enquadra-se neste papel, assim como é patente na entrevistada 22 que reitera «*I make an idea on my head and never rest until realize it*» [sic passim]. A entrevistada 38 vem acrescentar uma definição que vai de encontro às estereotípicas exemplificadas por Amâncio (1993a), a dimensão humana «*Sou persistente, observadora, tenho uma força anímica, sou otimista, crítica e sobretudo humana*» [sic passim].

Todavia importa escalonar outros discursos pertinentes na sua matéria. A respondente 01 refere que é apenas empresária «*Não me posso caracterizar empreendedora. Penso que sou mais gestora do que empreendedora. Ressalvo apenas a minha teimosia e persistência no negócio*» [sic passim], é passível compreender que a citada distingue os dois conceitos em posições comportamentais diferenciadas.

Já a respondente 57 vem desmistificar a ambição, conotada por muitas, de acordo com observação empírica, como algo negativo, todavia que consideramos ser um elemento necessário para despoletar a ação «*Sou ambiciosa, quero e luto sempre por mais, tenho vontade de crescer, sou positiva e persistente*» [sic passim]; encontramos o seu paradoxo na entrevistada 64, que manifestou uma postura mais fechada e desconfiada, conforme observado empiricamente «*Não sou ambiciosa, sou trabalhadora*» [sic passim]; já a entrevistada 58 vem acrescentar ao potencial das mulheres a frieza, perfil tradicionalmente atribuído como masculino «*Posso ter problemas, mas face a eles consigo ser fria e calculista no bom sentido para não deixar interferir na imagem do meu trabalho (...) Também sou muito racional em abordagens de negócio*» [sic passim].

Tabela 13 - Autocaracterização do Perfil de Empreendedora

TIPOS-IDEAIS	Características	PT B	PT S	I B	I S
A - LIVRES	Gosto de aprender, curiosa	1	3	3	
	Autenticidade, sou apaixonada pelo que faço	4	2	2	1
	Sou livre, independente	1		2	
	Espontânea, comunicativa		3	1	2
	Simpática, flexível, disponível	3	1	3	2
	Sou amiga e inspiro confiança, sou conselheira e evito conflitos		2	2	1
	Criativa, dinâmica, adapto-me facilmente ao mercado e suas mutações	1	3	3	2
B - OTIMISTAS	Teimosa	2		1	1
	Multitasking, entusiasta, motivada a resultados, apta à mudança	2	1	1	4
	Corajosa, confiante, tenho uma força anímica	1		4	
	Contorno obstáculos	1	1	1	
	Não aceito não			1	
	Persistente, resiliente, lutadora, trabalhadora, não tenho medo de trabalho duro	12	12	9	9
	Mente forte, não desisto facilmente, ideias fixas, determinada	1	1	3	1
	Visionária		1	1	
	Impaciente, impulsiva, não desisto até atingir o meu objetivo, cumpro sempre promessas	4	2	4	2
	Inovadora	1			1
	Aventureira, extrovertida, louca, divertida, social	2		3	2
	Arrisco sem medo de errar, intrépida, destemida	1	2	1	1
	Alegre, reguila	2		1	
	Otimista, sempre a pensar nas próximas ideias, tenho muitas ideias, sonhadora, acredito no meu projeto	5	9	3	2
Energética, proativa, tenho força de vontade, vontade de crescer	1	1	2	2	
Pouco audaz, evito riscos, ambição fraca e um pouco negativa	2	1	2		
C - TEMEROSAS	Sou íntegra, honesta, paciente, humana, transparente		3	3	2
	Cuidadora, modesta			1	1
	Ambiciosa		1		
D- EMPREENDO-EMPRESÁRIAS	Sou mais gestora do que empreendedora				1
	Critica, perfeccionista, exigente, otimizoo recursos	1	3	3	2
	Pontual, responsável		2	2	5
	Rigorosa, líder, (fria e calculista quando tem que ser)	2	2	2	
	Organizada, objetiva, focada	4	4	4	3
	Profissional, tenho muitos conhecimentos/experiência, assumo responsabilidades não sou cobarde	1	1	2	1

A autocaracterização de si próprias foi um exercício colocado para levar à introspeção das mulheres acerca do seu papel enquanto empreendedoras. Por si só, não nos determina perfis, mas auxilia conjuntamente com os restantes elementos, a verificar o discernimento das respostas, que traduzem características que balançam entre perfis empreendedores e ou perfis empresários, dicotomia que nos acompanha ao longo de todo o estudo. Agrupamos as respostas por proximidade de sinónimos e distribuimos pela frequência assumida nas entrevistadas, separando ainda por nacionalidades e localidades.

Observamos assim, na tabela apresentada os atributos mais representados, e.g., persistente, resiliente, lutadora, trabalhadora, «*não tenho medo de trabalhar duro*» [sic passim]; autenticidade, «*sou apaixonada pelo que faço*» [sic passim]; otimista, sempre a pensar nas próximas ideias, sonhadora, tenho muitas ideias acredito no meu projeto; impaciente, impulsiva, não desisto até atingir o meu objetivo, cumpro sempre minhas promessas; organizada, objetiva, focada.

Tal como nos esclarece Machado Pais (2002) a sociologia qualitativa pode entender-se como uma grafologia do social, *i.e.* a interpretação de uma realidade descritivamente identificável através de um esforço crítico a uma inteligibilidade decifradora, envolta em interrogações metodológicas, teóricas e epistemológicas. Na análise que apresentamos com vista à construção de perfis empreendedores, debruçamo-nos quer pela estilização dos discursos, quer pela observação indireta, quer pela interpretação fenomenológica da (auto) reflexão destas mulheres e da (auto) representação de papéis sociais e identidades.

Não poderemos fechar os resultados à questão dos perfis, sem refletir sobre o juízo hermenêutico da matéria crítica produzida. O nosso trabalho enquanto investigadores e investigadoras é conseguir realizar a conotação do material apreendido em contexto informal para o nível teórico e científico.

Neste descortino, desde já colocamos em evidência apodítica que deixa de tomar sentido a existência dos estereótipos registados por Amâncio (1993a) os quais mais coerentes com perfis de empresarialidade e gestão e não com criação e inovação, *e.g.*, adjetivos como autoritário, dominante, superior, corajoso, audacioso, forte e independente.

Ainda assim encontramos mulheres, conforme já analisamos, que desmistificam a própria caracterização de empresário e empresária estigmatizada na sociedade, demonstrando o seu carácter de independência, autonomia, dominância nas decisões tomadas, coragem para tomar novos rumos na sua vida, frieza e até autoridade q.b. no modo como desenvolvem as suas atividades.

Qualidades como criatividade, afetuosidade, paixão, aventura, autenticidade, otimismo, persistência, proatividade, multifacetismo, flexibilidade, comunicatividade, sensibilidade, entre demais, enquadram-se no corolário de diversidade enquanto elemento necessário para a construção do conceito de empreendedorismo que se preza pela inovação, pela atitude e pela diferença existente no carácter humano, mas, atente-se, com um propósito semelhante no seu comportamento, *i.e.*, o empreendedor e a empreendedora apresentam uma atitude para agir, para criar, para instalar valor (económico, social, cultural) na sociedade, resultando que o foco no comportamento é o périplo na matéria de empreendedorismo.

VI - Contributos para o desenvolvimento económico, cultural e social da região

Uma casa não se ergue na terra, mas sim na mulher (Anonymus)

6.1. As oportunidades económicas da região

Conforme discutido no capítulo IV, a região do Algarve tem estado excessivamente associada ao setor do turismo pelo que é hoje uma região em “phasing-out” (Santos et al., 2015). Encontra-se no grupo de regiões de transição, sendo que os fundos recebidos anteriormente estavam mal distribuídos e os mecanismos para atrair investimento necessitam de um ajuste. Para dissecar a nossa análise concentramo-nos nas lacunas apontadas em períodos anteriores, e.g. falta de uma perspetiva internacional e trans-regional -o Algarve foi muitas vezes considerado isoladamente-, falta de sintonia com o tecido industrial e económico da região e análise frágil dos ativos da região. Perante a situação, não excluindo o turismo, mas concentrando os apoios em outros vetores essenciais, o RIS3¹⁶¹ apresenta novos pilares de atuação. Constatados também os cruzamentos étnicos na região, é compreensível que se alterem paradigmas, quer nos hábitos de consumo, quer na própria demanda de mercado.

Segundo o plano de marketing elaborado pela Entidade de Turismo do Algarve (Santos et al, 2015), posicionamos o turismo desta região no primeiro lugar a nível nacional, em termos de proveitos da atividade turística, com 31,8%, respeitantes ao ano de 2013. As estatísticas de turismo em 2016 (INE, 2017) confirmam que a região do Algarve se encontra no ranking da NUT II com maior número de turistas registados (em temporadas de quatro ou mais dias). O local demarca-se positivamente neste patamar, todavia há que ter em conta alguns factores. Para além da oferta, paisagem e clima ameno, que as unidades hoteleiras privilegiam, também o factor ‘preço’ poderá ser determinado para o fenómeno apontado. A este propósito, recorreremo-nos ainda da teoria ‘*yield management*’, também apelidada de ‘*revenue management*’, trabalhada por Drucker (2007) que reflete a premência dos empreendedores e empreendedoras se posicionarem na variável mais sensível ao consumidor e que fará a diferença, *i.e.*, o preço. Para o autor, o segredo do marketing de um produto ou serviço é naturalizar a venda, *i.e.*, permitir que este se venda por si mesmo. Para o efeito há que conhecer antecipadamente os e as consumidoras e as suas necessidades. Os preços praticados¹⁶² na região do Algarve são competitivos, se tivermos em conta os valores elevados nas zonas norte e Lisboa (Turismo de Portugal, 2015).

A variável ‘Escolha do local’ vem reconhecer se os movimentos destas empreendedoras geram o aproveitamento de recursos deste ecossistema. Presos aos motivos da escolha do local identificamos as vantagens e os obstáculos estruturais, bem como o balanço entre estes, a nível de satisfação e capacidade visionária (Shane e Venkataraman, 2000).

¹⁶¹Research and Innovation Strategy for smart Specialization.

¹⁶²À exceção do local delimitado por *golden triangle*.

Da população conseguida verificamos que algumas imigrantes vêm contribuir para dinamizar localidades em risco de despovoamento, como os casos de Aljezur, Monchique e Sagres, tal como nos sugere uma das entrevistadas «*I choose Monchique because has a very green area, the people around are friendly, its quieter and a local to explore by tourism*» [sic passim].

Não obstante, a maioria das imigrantes concentra-se no grande centro económico da região, o *golden triangle*, em Almancil.

Porém, nos discursos segmentados deparamo-nos com alguns obstáculos apontados à região, que na análise eidética se relacionam com questões culturais conforme denuncia a entrevistada 26 «*Obstacles is that people are closed on them and are afraid to open them selfs*» [sic passim]; a entrevistada 17 corrobora «*alguns obstáculos como o domínio da língua (...) o facto da cultura ser diferente, e.g., as pessoas não cumprem horários e são pouco organizadas, os preços das plantas oscilam bastante e quando dou um orçamento tenho que ter sempre muito cuidado face ao mercado*» [sic passim].

A entrevistada 37 deixa transparecer uma ausência de miscigenação de sua parte, pois não fala português por sua livre escolha, apesar de ter vivido e estudado em Portugal até aos treze anos de idade, atualmente regressou, a sua rede de contactos é exclusivamente anglo-saxónica, conforme se apercebe pelo discurso «*I was born in Faro and I lived here for 13 years (...) I decided to return, it was my dream (...) I meet a lot of people and I'm happy with that*» [sic passim].

A entrevistada 50 confessa gostar de viver na sua região, todavia «*Existe o estereótipo de que tudo o que é de Lisboa é melhor. Por tal, e para provar que não é assim, temos que ser muito mais multifacetados e isso é muito cansativo*» [sic passim]; a respondente 73 acrescenta «*Morei sempre aqui, contudo não encontro muitas vantagens na localidade de (...), e.g., não há apoio do município, as pessoas são muito fechadas e sempre que podem ausentam-se para localidade vizinhas. Existe muito o hábito de quererem dar conta da vida uns dos outros*» [sic passim].

Entre as opções socioeconómicas e oportunidades que se procuram nesta região, as escolhas de grande parte das entrevistadas motiva-se pela qualidade de vida que o local lhes proporciona, tal como cimenta a entrevistada 05 «*I have life style and quality life (...) we choose the best region to buy a house and to make business. All the Money is here in this golden triangle. Everyone one wants to come here*» [sic passim]. Outro factor que motivou a entrevistada 16 prende-se ao clima «*when my son developed eczema, so I look for a better weather and decided to como to Portugal-Algarve. I choose Loulé because of the International School*» [sic passim].

Já a respondente 21 esclarece-nos a pertinência da interculturalidade presente ao acolhimento de comunidades imigrantes «*vim cá de férias. No último dia conheci o meu marido -é português. (...) fomos 3 anos para a Holanda, contudo lá o português é visto como inferior e ele apenas conseguia trabalhos precários. Assim decidimos vir para Portugal em 1990 - considerando este o tempo das oportunidades da região.*» [sic passim].

Não obstante e no balanço entre vantagens e obstáculos, na generalidade muitas opinaram que o peso das vantagens supera os obstáculos, colocando a tónica na qualidade de vida que as condições do

território (clima, sossego, interculturalidade) proporcionam. Na componente da cultura destacamos, Hofstede (2001) e a sua dimensão masculinidade versus feminilidade, patente no discurso que vincula a qualidade de vida (em maioria as imigrantes, todavia também encontrado em migrantes e até em nadas da região), prevalecendo às questões profissionais. De acordo com o autor citado a qualidade de vida é um intento de sociedades com perfis femininos, eg. Holanda, Suécia, Dinamarca, as quais constam no registo de nacionalidade de algumas entrevistadas.

Para além do problema da sazonalidade latente e deveras replicado como o calcanhar de Aquiles desta região, a escolha do local relaciona-se ainda, no presente caso, com o estatuto de periferia. Sales Oliveira (2011, 2014) reflete a problemática das periferias regionais, sobretudo respeitante a questões de mobilidade. Embora tenhamos consciência de que é um problema nacional, acentua-se desfavoravelmente no regional, sobretudo no território limítrofe a sul do país. A mobilidade do país não reflete as preocupações ambientais de países mais desenvolvidos. O veículo automóvel é hoje em dia uma necessidade, ademais no território sazonal, com uma rede deficitária de transportes públicos, quer na disponibilidade física quer na disponibilidade temporal (horários pouco flexíveis e muito compassados). Sales Oliveira (2011) reflete que a posse de um veículo próprio é considerada um estatuto e até há quem rivalize sobre a potência e modelo do mesmo. Não obstante e muito embora propicie a flexibilização do condutor na chegada ao seu destino, a limitação na escolha de outras possibilidades provoca, conforme analisa a autora, situações de desconforto para quem não sabe conduzir e ou para quem não tem um automóvel. Até mesmo, conforme menciona a entrevistada 37, para quem tem que usá-lo todos os dias, refletindo um gasto avultado em combustível, assim como um cansaço físico associado. De acrescentar, que sendo o Algarve uma região periférica, peca por uma deficitária rede de transportes públicos, cuja melhor alternativa para deslocação é o automóvel próprio, sujeitando-se assim às condicionalidades aqui debatidas.

Sobre o ‘tipo de atividades’ criadas verificamos que o setor terciário prevalece na escolha destas mulheres. Este factor não nos surpreende nem introduz nada de novo, uma vez que de acordo com a literatura consultada e corroborando com as estatísticas, é de modo global, a caracterização setorial de Portugal e de muitos outros países desenvolvidos ou em fase de crescimento.

À luz de relatórios técnicos e de especialistas, já verificamos anteriormente a importância de diversificar os setores de atividade na região em estudo. Todavia, para que tal aconteça faltam recursos, instituições públicas e privadas que possam alimentar esse projeto. Analisando o último relatório de European Cluster Observatory (ECO, 2016) que tem em conta a importância das concentrações regionais e do acoplamento de empresárias e empresários, quer dos mesmos ramos, quer de ramos diferentes, com vista a concertar especialização de competências nas suas atividades, os mesmos defendem ser proveitoso ter entre cinco a quinze *clusters* por região para fortalecer sinergias e desenvolvimento económico local. No mapa europeu, verificamos encontrar essas sinergias com maior afluência na metade norte do país, sendo quase nula na zona sul, onde se inclui o Algarve. Comparativamente encontramos França e Alemanha com elevado nível de *clusters* e com elevado crescimento de mercado. Como incubadoras privadas encontramos quatro na região, uma das quais, liderada por uma mulher, nossa entrevistada.

Do apuramento contido na população estudada, destacamos os setores conetados ao imobiliário, que envolvem múltiplas atividades, *e.g.*, *design*, comércio mobílias, arquitetura, engenharia civil, mediação imobiliária, administração de imóveis encontra-se fortemente representado na região, com forte predominância na região sotavento (sobretudo no *golden triangle*) e no grupo de imigrantes. Outrossim, importa-nos aferir o seu impacto no desenvolvimento local. Debruçando o nosso foco sobre a atividade de mediação imobiliária¹⁶³, por observarmos um número crescente de agentes a atuar nesta atividade na região, à data seiscentos e setenta e nove ENI's ou empresas (IMPIC, 2017), *i.e.*, refletimos esta atividade acaba por condicionar todas as outras, uma vez que existindo trocas de bens imobiliárias, possibilita aumentar o comércio de mobílias, os projetos de arquitectura, as construções, as administrações, entre demais sectores que possam ser influenciados. Consultamos as mais recentes estatísticas da Forbes que comprovam a recente alavancagem do setor imobiliário nos mercados (Velho, 2016). Não obstante, nestes oitenta contributos verifica-se alguma diversidade de atividades presentes na região, para além das diretamente relacionadas ao turismo. Segmentamos assim as atividades representadas nestas mulheres pelos três setores de atividade: primário, secundário e terciário e agrupamos por semelhanças de atuações.

Tabela 14 - Setores de Atividade

SETOR	Atividades	Função desempenhada
PRIMARIO	Agricultura Biológica	Cultivo na Terra
SECUNDARIO	Fábrica Azeite	Indústria de média e pequena transformação
	Fabrica Cortiça	
	Artesã de Peças de adorno	
	Fabrico de Queijos	
	Fábrica de Doces Artesanais	
TERCIÁRIO	Est. Hoteleiros; Alojamento Local, Turismo Rural; Agência de Viagens e Golf	Turismo
	Hipermercado; Restaurante, Aluguer equipamentos <i>Catering</i>	C. Alimentos
	Projetos Arquitetura, Engenharia Civil, Paisagismo, <i>Design</i> interiores, Mediação imobiliária, Administração de Imóveis, Domótica, Mobiliário, Toldos	Imobiliário e afetos
	Cuidados Paliativos, Ass. de Acolhimento de Animais, Treinadora de Cães	Serviço Social
	Dentista, Elaboração de Próteses, Enfermeira, Veterinária	Saúde
	Coach, Yoga, Terapeuta de medicinas alternativas, Esteticista, Consultora de Imagem	Imagem e Bem-estar
	Lavandaria, Loja de Fardas, Confeção e Costura, Loja de Roupas	Vestuário
	Advogada, Consultora, Incubadora de empresas, Projetista de estudos de viabilidade para empresas, Marketing e Formação	Consultadoria e Formação
	Loja de artesanato, Papelaria	C. a retalho
	Artista musical, Rádio, Empresa Eventos Musicais	Entretenimento
	Comércio de eletricidade, comércio de combustíveis,	Energia
	Comércio de arcas refrigeradoras	Outro Comércio

¹⁶³O setor imobiliário é pela sua representatividade na região merecedor de um outro estudo específico em similitude ao realizado por Bourdieu (2000) na Argélia, deixando em aberto esta linha para investigação no campo do mercado de trabalho.

A tabela denuncia heterogeneidade de atividades do objeto de estudo, *e.g.*, imobiliário, saúde e bem-estar, advocacia, agricultura, eventos, restauração, marketing, combustíveis, fabrico de azeite, fabrico de cortiça, arquitetura e *design*, fabrico de queijos, fabrico de bolachas, comércio retalhista, associações filantrópicas, comércio eletrónico, tecnologias, música, não especificando as demais. Entendemos que este factor condiz com a diversificação e o aproveitamento de recursos que se pretende no novo programa comunitário (CCDR-alg, 2013; Santos et al, 2015).

Importa acrescentar que algumas destas mulheres praticam diversas atividades empreendedoras em paralelo, o que vem fortalecer o conceito deveras replicado pelas próprias: o *'multitasking'* bem como a existência de um multiempreendedorismo.

Encontramos assim o fenómeno das multiempreendedoras em nove mulheres entrevistadas, *e.g.*, uma trabalha no ramo de próteses dentárias e tem ainda um restaurante asiático; outra entrevistada tinha como atividade única a empresa de design de interiores mas com a crise sentiu de necessidade de algo mais e criou uma pequena indústria de fabrico de queijos; outra trabalha no ramo hoteleiro, contabilizando atualmente cinco estabelecimentos em locais diferentes, mas tem ainda uma atividade complementar de mediação imobiliária; outra tem uma fábrica de produção de rolhas de cortiça para champanhe e em paralelo criou vestuário e adornos em cortiça, criando uma marca hoje internacionalizada, para além de que dá formações de empreendedorismo e não descarta a hipótese de criar novas atividades; outra tem uma fábrica de produção de azeite, uma empresa de consultadoria e formação a qual também trata de candidaturas comunitárias para outras empresas, tem ainda uma atividade de exploração de turismo rural e um negócio de combustíveis, deixando claro que poderá vir a criar novas atividades pois faz parte da sua postura; ainda outra que tem unidades de exploração turística, tem também uma empresa de construção); outra tem uma lavandaria e ainda uma loja de costura; outra tem um restaurante e ainda uma empresa de construção; e outra tem uma quinta de agricultura biológica e ainda uma unidade de turismo rural.

Importa acrescentar que, do apuramento analítico, as mulheres multiempreendedoras aqui assinaladas já têm, todas elas, um percurso alargado em atividades autónomas. Seria de igual modo interessante aprofundar este fenómeno do multiempreendedorismo, deixando em aberto mais uma oportunidade de investigação posterior, que a extensa matéria recolhida nos possibilita.

Na variável *'Anos de Atividade'*, podemos verificar que existem mais mulheres portuguesas que saíram recentemente do período de *'incubação'* de sua atividade, com apenas três anos de longevidade. Já o padrão encontrado nas imigrantes confere, sem generalizações absolutas, atividades com maior antiguidade. Refletimos assim que a comunidade imigrante entrevistada, já permanece de longa data neste território.

No entanto e de igual modo, são também as portuguesas que em maioria, detêm atividades com maior longevidade.

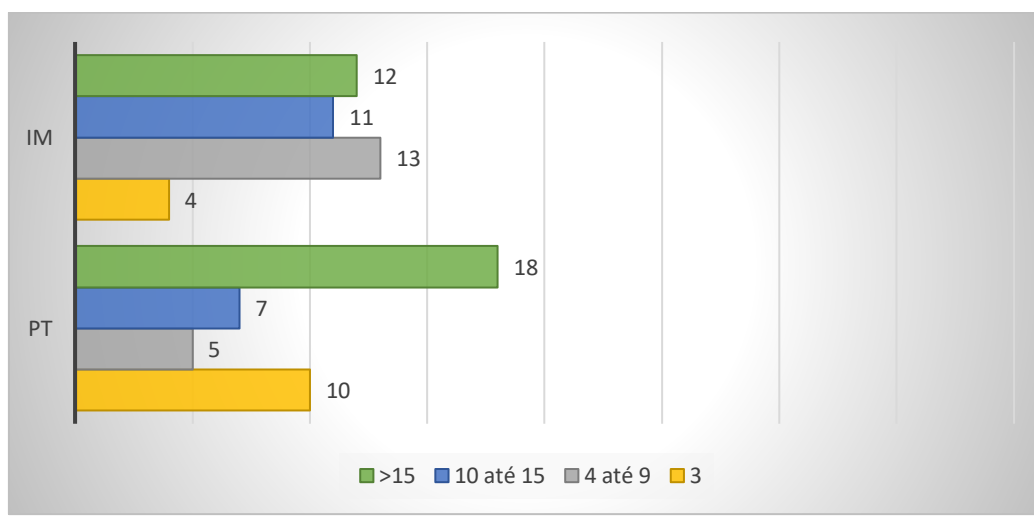


Gráfico 21 - Anos de Atividade

6.2. Necessidade *versus* autonomia

Antes de refletirmos sobre os elementos apurados, importa contextualizar a crise vivenciada nos últimos tempos, que afetou Portugal e a Europa. Tal factor refletiu-se, porém, no bem-estar social, psicológico e emocional da população, inclusive, segundo apontam os autores Corrêa da Silva et al. (2015) alterou o quotidiano de muitas famílias. O nível de compra e aquisição de serviços consequentemente baixou, assim como colocou em causa a sobrevivência de muitas atividades autónomas. No escalar das dificuldades muitos viram-se obrigados a recorrer às poupanças, à solidariedade familiar e ou social. Em contrassenso novas atividades independentes surgiam (Félix, 2017), provavelmente por necessidade de empregabilidade, todavia a taxa de sobrevivência destas era diminuta. É precisamente por este desígnio que na curiosidade sociológica nos surgiu a questão sobre necessidade ou oportunidade no empreendedorismo colocada às entrevistadas.

A variável 'Percurso e actualidade: necessidade *versus* oportunidade' vem descortinar as circunstâncias que motivaram a ação empreendedora, na dicotomia necessidade e oportunidade, e em simultâneo, faz uma analogia ao percurso da experiência anterior para a condição atual.

Do apuramento de resultados observamos que a maioria das atividades se criaram por oportunidade, como nos presenteia a entrevistada 32 «*we felt opportunity to build a 5 stars hotel (...) And it was just for us to do it, there were no competitive services around*» [sic passim], de igual modo a citada apresenta um sinal de rompimento com o estigma de desertificação votado a este local- Sagres-, contrapondo uma espécie de epifania em busca de sua satisfação pessoal. Seguindo o instinto a citada 14 confidencia «*Was a deep high desire. It was my calling and I couldn't ignore it*» [sic passim].

Sem embargo, a necessidade de flexibilidade encontra-se na entrevistada 03 «*I think first was a need when I started. I need a flexible job, I was a single mother and most of all I needed money to my childs. Real Estate it's an opportunity too, 'because we can make money, here in this place of Portugal, and we can meet different people, which is fantastic*» [sic passim].

Importa refletir neste cenário que, contrariamente ao problematizado na literatura consultada, as atividades que nascem por necessidade podem virar uma oportunidade, assim como aferimos nos discursos estilizados. Entre algumas das entrevistadas, damos como exemplo uma das quais que gere atualmente um restaurante porque «*naquela altura fiquei desempregada, estava a trabalhar num restaurante, por tal tive necessidade de criar o meu emprego*» [sic passim], considera-se bem-sucedida e tem projetos para ampliar o negócio, o que contraria a versão politizada de que o empreendedorismo por necessidade não gera frutos e que é somente uma celeuma portuguesa, pois a entrevistada é holandesa imigrante na região.

A dicotomia necessidade e oportunidade limita as ações empreendedoras conforme já problematizado na literatura (Campos e Soeiro, 2016). Na estilização dos dados trabalhados no gráfico seguinte concluímos que a moda neste grupo estudado, quer em imigrantes, quer em portuguesas, é gerarem a sua atividade por oportunidade, sobretudo no hemisfério do sotavento. Este resultado vem contrariar o assumido pela literatura estatística do GEM, a qual é retirada de modo muito global relativo à realidade portuguesa e sem especificidades regionais, (ressalvando a região do EUROACE) e que rotula Portugal como um país de empreendedorismo por necessidade.

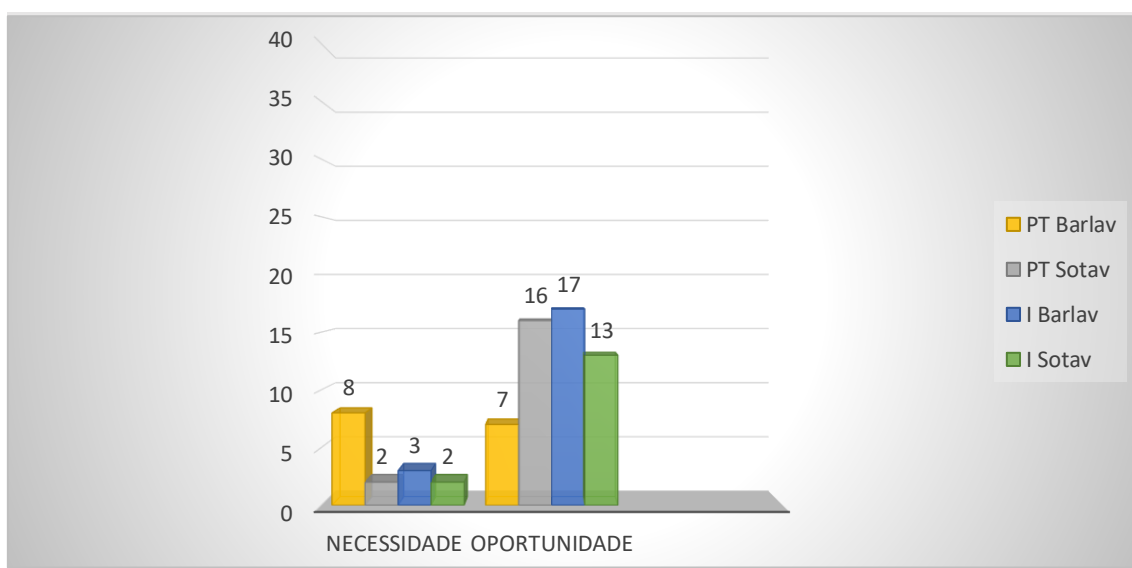


Gráfico 22 - Tipo de Empreendedorismo Necessidade versus Oportunidade

Atendendo à riqueza contida nas respostas das empreendedoras e ao enviesamento gerado no percurso inicial até ao atual, encontramos atividades que partem de uma necessidade para figurar uma oportunidade, conforme atrás analisamos. Fundimos assim o fenómeno do empreendedorismo por oportunidade em setenta e quatro dos casos estudados.

Acerca da dedicação ao projeto empreendedor, escalonamos na matéria as entrevistadas que trabalham em paralelo (quer conciliando com outras atividades por conta de outrém, quer nos casos de multiempreendedorismo) e as que se dedicam em exclusivo. A maior parte desta população de oitenta mulheres disponibiliza-se em exclusivo, uma pequena parte tem jornadas paralelas, quer do grupo de portuguesas quer do grupo de imigrantes. Encontramos as que laboram em paralelo por conta de outrém com vista a suprimir necessidades que a instabilidade da situação pode gerar, e.g., uma das respondentes

para além de ter uma empresa de domótica dá aulas em part-time numa escola local; outra para comportar a sua agricultura biológica durante o Outono viaja para trabalhar na sua terra natal; outra a par de uma atividade de retalhista de equipamentos, trabalha num escritório de outrém no período da manhã); outra ainda para além do negócio de comércio eletrónico, trabalha na TAP por turnos.

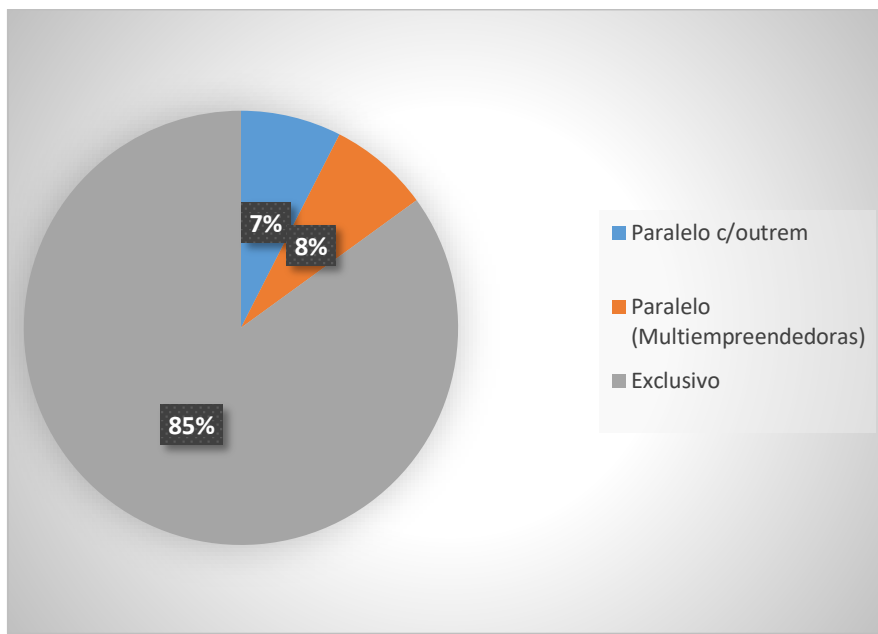


Gráfico 23 - Nível de dedicação empreendedora

Na variável ‘Necessidades de Sobrevivência’ procuramos identificar necessidades graves ou pontuais que influenciem a sobrevivência da atividade exercida. Na convergência das unidades de significado verificamos que quase todas as entrevistadas sugeriram necessidades, todavia muitas delas sem carácter gravoso, pois apenas traduzem vontade de crescimento e continuação, e.g., necessidades de expansão para outras regiões, mais produto para venda, formações, apoios do governos, capacidade financeira, desburocratização, mais tempo disponível, mais publicidade, consolidar reputação no mercado, contratar trabalhadores, melhorar equipamentos, mudar para instalações maiores, como traduz a respondente 24 «*Ter capacidade de tomar riscos suplementares, nunca ficar satisfeita*» [sic passim], que gere uma cadeia de seis hipermercados na zona oeste da região.

Contudo, também se encontra patente nos discursos alusivos a este assunto a problemática da sazonalidade, conforme sugere uma das entrevistadas que pretende «*expandir os meus negócios para Lisboa, face à sazonalidade desta região*» [sic passim].

Do exposto resumiamos que a maioria das respondentes não revelam diretamente dificuldades, mas sim vontade de crescer, projetos a curto prazo, como podemos concluir do quadro apresentado, organizado segundo respostas sinónimas em proximidade e frequência.

Tabela 15 - Identificação de Necessidades e Projetos a Curto Prazo

Descrição	Portuguesas	Imigrantes
Não sou ambiciosa	3	2
Nenhumas	2	4
Melhor organização interna		2
Ter maior rapidez de resposta por parte dos fornecedores		1
Ter mais produto para vender / trabalhar	1	3
Preços ajustados por parte de proprietários para evitar novas crises no setor (mediação de imóveis)		1
Equipamentos atuais, tecnologias	4	1
Dedicação de trabalhadores e trabalhadoras	3	5
Fundos monetários	8	6
Sistema informático melhor	2	1
Mais clientes, mais marketing, rede de <i>networking</i> , disseminação de imagem	11	12
Ter capacidade de continuar a tomar mais riscos		1
Conscientizar a sociedade para o tratamento dos animais		1
Ter um espaço maior	3	4
Desenvolver mais projetos / oferecer mais serviços	1	1
Expandir para fora		1
Ter mão-de-obra qualificada	2	
Ter mais tempo para mim e para desenvolver o negócio também	4	
Aculturar a população circundante para a importância da formação	2	
Ser mais nova	1	
Ter mais estacionamento para os clientes	1	
Obter apoio local e facilidades burocráticas	3	
Que o mercado local alavanque	2	
Ter maior poder negocial com os bancos	1	

A variável ‘Definição de Êxito’ procura identificar o conceito na interpretação fenomenológica do discurso das respondentes, *i.e.*, se empreender com êxito tem valor económico, pessoal, ou ambos, revelando também uma tendência na identidade feminina como adiante esclarecemos. Empreender é uma opção de vida (Scheffer, 2013), contribui para um desenvolvimento territorial e pessoal. As respostas evidenciam a satisfação pessoal, o que também vem reforçar que ser empreender lhes traduz a liberdade não sentida em outros contextos. Êxito traduz em concomitância e para o género feminino uma oportunidade de revelarem a sua autonomia e o seu potencial.

Sem prejuízo ao exposto, a hegemonia nos discursos assume uma dicotomia de elementos - económico e pessoal - fundamentais para o encontro do almejado êxito empreendedor. De outra forma, de que lhes serviria empreender se a atividade não provesse continuidade e sustentabilidade, tal como traduz a entrevistada 58 «*nós não trabalhamos pelo lucro, mas por paixão, postulando que uma coisa advém da outra (são essenciais e complementares). Ter êxito é sobretudo não termos arrependimentos. Somos estigmatizados pelo país dos 3 F’s (Fado, Fátima e Futebol) e entendo que a felicidade que colocamos no trabalho e sentimos do público é o mais importante*» [sic passim].

A respondente 04 espelha que «*seeing the clientes happy, that’s the most importante. Then I’m succeeded*» [sic passim]; a entrevistada 59 enviesa outro ponto fundamental «*importa o legado que deixamos, o cunho do nosso trabalho*» [sic passim]; já a entrevistada 80 aprofunda «*gratifico-me com o*

contentamento das pessoas. Acho que no mundo, se não precisássemos de dinheiro, saberíamos dar valor ao que realmente interessa. Quando trabalhamos com o coração, o retorno, a reação dos clientes é compensadora» [sic passim]. A este propósito Portela (Portela *et al.*, 2006; 2009) resume-nos que o empreendedorismo não é somente uma manifestação de liberdade e de responsabilidade dos indivíduos na resposta às suas necessidades, mas é simultaneamente um factor de promoção humana.

Tendo em conta que as estatísticas genéricas (GEM, 2010, 2017a) vinculam a sociedade portuguesa a um empreendedorismo por necessidade, no caso presente ao conteúdo trabalhado verifica-se a antítese a esta realidade, *i.e.*, o tecido demográfico empreendedor encontrado movimenta-se sobretudo por oportunidade, o que contribui para um desenvolvimento social nesta matéria. A resiliência manifestada pelas citadas em manter a atividade no local vem fortalecer o cenário perspetivando a contínua interação no mercado. A definição de êxito nestas mulheres é duplamente conotada, *i.e.*, não intervêm nas estruturas de pertinência apenas a componente económica, mas também e de modo expressivo a componente social - na satisfação dos clientes e na própria satisfação pessoal das mulheres no papel de empreendedoras - provocando uma metamorfose nas questões de género, desde o empoderamento feminino às manifestas potencialidades.

6.3. Contributos numa perspetiva económica

A começar pela variável ‘volume de negócios e empregabilidade’ escrutinamos nas tabelas, que é tangível um claro contributo para o nível económico da região. Tendo em conta a contabilização de 57 817 empresários e empresárias na região (INE, 2016b), estes oitenta depoimentos representam 0,14% do universo.

$$x = \frac{80 \times 100}{57817} = 0,138 \quad (1)$$

A respeito do volume de negócios, factor que condiciona diretamente o desenvolvimento económico da região, verificamos que a tendência de rendimentos destas empreendedoras situa-se entre os 10.000 e os 30.000€. Todavia, nas imigrantes do Sotavento o padrão encontrado situa-se entre os 100.000 e os 300.000€. Encontraram-se três atividades com maior relevo no mercado, presentes a quatro das mulheres entrevistadas, *e.g.*, rede de hipermercados; estabelecimentos hoteleiros e fábrica de transformação primária. Estas atividades conferem, conjuntamente, montantes mais avultados superiores aos dez milhões de Euros. Importa esclarecer que recolhemos este elemento através de patamares, não possuindo assim números exatos. Ressalvamos sim que o volume de negócios destas mulheres é superior a oitenta e cinco milhões de euros, valor resultante do sumatório da tabela seguinte conseguida, como já referido, por aproximação. Importa assim realçar que os parâmetros colocados para recolha do volume de negócios das entrevistas, presumem na sua súmula valores mais acentuados do que o registo, evidenciado o contributo importante destas mulheres ao desenvolvimento económico da região.

Tabela 16 - Volume de Negócios por nacionalidade e localização

Volume anual	Portuguesas no Barlavento	Portuguesas no Sotavento	Imigrantes no Barlavento	Imigrantes no Sotavento
<10,000€	1	1	4	3
10,000-30,000€	8	7	6	2
30,000-50,000€	3	4	0	0
50,000-100,000€	1	4	2	1
100,000-300,000€	3	2	5	5
300,000€-1,000.000€	2	0	3	4
1,000.000-5,000.000€	0	3	0	2
5,000.000-10,000.000€	0	0	0	1
>10,000.000€	1	0	2	0

Atendendo que, e de acordo com a estatística apurada (INE, 2016b) o volume de negócios de atividades independentes na região estudada é de 8.836.927.000 Euros, concluímos que o valor aproximado de contribuição destas mulheres é de 0,9% do universo total, muito contíguo à fasquia de 1% nesta matéria.

$$x = \frac{78.530.000 \times 100}{8.836.927.000} = 0,888 \quad (2)$$

A forma de Registo da Atividade, *i.e.*, como ENI ou Empresa vem acrescentar pressupostos nesta análise. Tendo em conta que as Empresas estão sujeitas a uma maior carga fiscal, apenas faz sentido serem constituídas quando o volume de negócios assim o justifique. Ademais, a empresa pode ou não vincular um grau de longevidade maior, uma vez que é burocraticamente mais simples abrir e ou fechar atividade como ENI. Na súmula constatam-se existir mais empresas de mulheres imigrantes, trinta e seis alóctones para vinte e três portuguesas. Não podemos ainda obliterar que neste registo se somam os casos de multiempreendedorismo.

Tabela 17 - Forma jurídica da atividade por nacionalidade e localização

Local/nacionalidade	EMPRESA		ENI	
	PT	IM	PT	IM
Sotavento	13	11	7	6
Barlavento	10	15	10	8

Quanto à empregabilidade gerada na região, embora a moda se registre entre criar o seu próprio emprego ou ter dois a três empregados, não podemos descurar todas as restantes e até as que assumem empregar mais de duzentas pessoas.

Tabela 18 - Número de pessoas empregadas

EMPREGABILIDADE	Portuguesas	Imigrantes
1 (a própria)	14	13
2 a 3	12	14
4 a 8	7	5
9 a 15	2	2
16 a 50	4	4
50 a 200	0	0
+ de 200	1	2

Do total de empregos criados por estas oitenta mulheres, incluindo o delas próprias, contabilizamos à data da entrevista o numerário relativo e aproximado de mil novecentos e sessenta e quatro empregos gerados. Retomando o numerário de 153 714 empregos gerados pelo setor privado na região (INE, 2016b), concluímos que as mulheres entrevistadas contribuem em 1,3%.

$$x = \frac{1964 \times 100}{153\,714} = 1,277 \quad (3)$$

Em paralelo com a empregabilidade criada, apura-se ainda que estas mulheres trabalham muito com *outsourcings*, o que também faz movimentar a economia de outras empresas locais. Assim fomos aprofundar o cruzamento da análise com os setores de atividade que recorrem ao sistema de *outsourcing*, entendendo-se como prática naturalizada em quase todos, *e.g.*, *design*, projetos de engenharia e arquitetura, imobiliário, administração de imóveis e atividades turísticas, estética, terapias holísticas. Daqui se conclui em qualquer dos casos, é que de igual modo estas empreendedoras geram movimento económico, quer através de postos de trabalho criados, quer através de dinâmica a empresas locais.

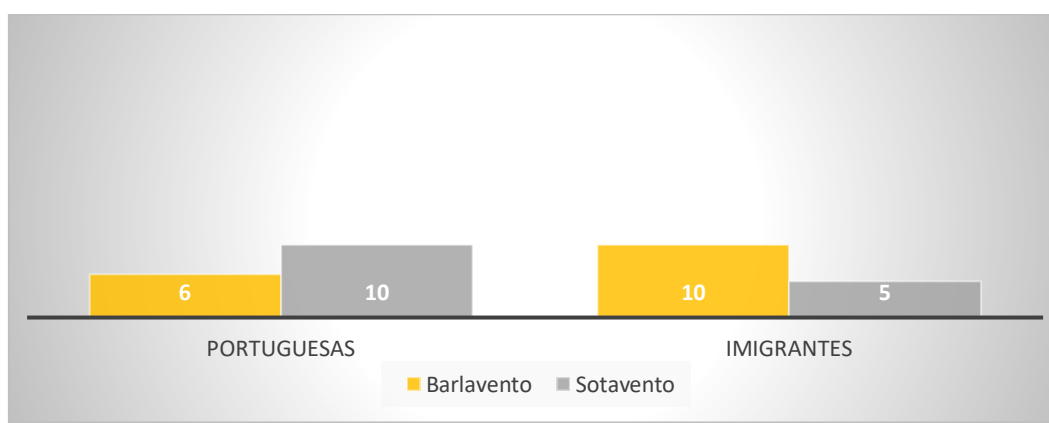


Gráfico 24 - Recurso ao *outsourcing* por nacionalidade e localização

A variável ‘Conceito de Inovação’ surge-nos neste ponto, com crucial importância tendo em conta a constante relação com os objetivos do empreendedorismo, já problematizados na literatura (GEM, 2015; Innoskills, 2017).

A hermenêutica do conceito é aqui aliada à conceção de valor e diferença na atividade. Assim, procura-se compreender a preocupação destas mulheres com a necessidade de inovar, identificando a proatividade existente no assunto. Rebuscamos em paralelo o teorizado sobre a questão, que traduz uma incipiente inovação no território em estudo (Barreira, 2006; Santos et al, 2015; INPI, 2017). No grupo estudado, os modos de produzir inovação não estão exclusivamente vinculados à produção de tecnologia ou até de novas indústrias. Sem embargo, em alguns relatos encontramos valores que podem corresponder a estas. A introdução de tecnologia figura no testemunho de uma das entrevistadas «*todos os produtos são inovadores em relação à domótica. No meu particular caso tenho me concentrado em criar produtos que tenha utilidade para as crianças, por exemplo, tenho um equipamento (camuflado em candeeiros), o qual prepara a noite e o adormecer (...)*» [sic passim].

Todavia, o próprio conceito de inovação é complexo na sua cientificidade, conforme nos alertam alguns autores (Malheiros e Padilha, 2010; Innoskills, 2017). É transversal ao produto e ao processo e carece de uma estilização na matéria entendida como inovação no processo, *i.e.*, na organização.

A entrevistada 32 instalou a sua atividade num local considerado desertificado em termos demográficos, Sagres, assim, para ela, o projeto foi inovador no contexto onde surgiu e para a própria localidade. Todavia, sobre esta condição a citada regista «*I see in locus is that there's a lot of resistance to innovate things*» [sic passim], referenciando por tal as contingências estruturais que encontrou relativamente à matéria questionada; outras inovações consideráveis no processo identifica a entrevistada 36 «*introduzi o conceito de jardins com pouca rega e com plantas de qualidade que se adaptam a esta região e a cada terreno específico*» [sic passim]; a entrevistada 39 importa um produto ainda não conhecido no mercado desta região e que pode facilitar o transporte de matérias especiais «*este produto (box de frio) não existia aqui no mercado local e é uma forma mais fácil de adaptar o transporte sem adquirir novas viaturas e ter custos acrescidos*» [sic passim] importante assim para o aproveitamento dos recursos e desenvolvimento das empresas locais.

Já a entrevistada 41 assume-se como preletora de vestuário e utensílios a partir da matéria-prima trabalhada na fábrica que herdou, referindo «*introduzi a pele e o conceito de acessórios em cortiça, através da marca (...), agora utilizada mundialmente*» [sic passim]; para a respondente 58 a sua radiofonia é inovadora na região, pois é exclusivamente transmitida online, do local para o mundo global «*a rádio (...) tem um conceito de rádio distinto, não há igual portanto não tem concorrência*» [sic passim]; a música também pode ser inovadora, assim o transmite a entrevistada 55 que é conhecida pelo seu anterior grupo de estilo rock português, apresentando uma metamorfose na sua interpretação «*o conceito de Fado Mediterrânico apela a uma melodia renovada do Fado*» [sic passim], contrariando a tradição do Fado castiço de Lisboa. Sobre o assunto acrescentamos que também não está cientificamente comprovado as origens desta melopeia, há quem defenda que provém do Brasil, há quem lhe atribua origens árabes (Alves, 2013), todavia assumimos que a inovação no Fado é necessária para prover a sua continuidade e abarcar novos contextos e públicos (Vieira, 2015); a respondente 54 identificou um novo produto que obnubila a tradição de mobiliário pesado e escuro «*o meu mobiliário é ecológico, é claro, dá luz a uma casa. Os estrangeiros gostaram muito, pois em redor só se via o contrário*» [sic passim].

Sem prejuízo do exposto, a maioria das respondentes justifica a sua inovação através dos procedimentos no atendimento ao público, da diversidade nos produtos, do trato humano (interno e externo à empresa), da prática policéfala de aliar vários serviços no mesmo atendimento, entre as demais práticas que configuram a relação empresa-cliente.

De acordo com o refletido na primeira parte do estudo sobre a conceptualização de inovação (Malheiros e Padilha, 2010; InnoSkills, 2017), analisamos que as inovações apontadas pelas entrevistadas dirigem-se mais ao processo do que ao próprio produto. Respalda-nos à vista que focam muito o marketing e a imagem das suas atividades, na pretensão de se manterem atuais no mercado global.

O Algarve apresenta desempenho inferior a nível da média nacional em matéria de inovação. Perante o cenário, o novo quadro de financiamento europeu aposta no crescimento Inteligente, que consiste em melhor o desempenho ao nível da educação -na atualização de competências, na investigação e inovação - com vista a enfrentar os desafios sociais e com plena integração na sociedade digital (Santos et al, 2015).

Outro elemento de análise nesta matéria diz respeito ao *Branding*. Constatamos no grupo estudado que muito poucas empreendedoras registaram marca e nenhuma registaram patentes ou invenções, corroborando já o constatado, *i.e.*, que o grau de inovação destas mulheres não vai ao encontro da literatura confrontada (Santos et al.,2015), *i.e.*, a inovação destas mulheres concentra-se na essência da espontaneidade com que gerem o processo organizacional e não tanto na essência dos produtos criados, bem como se conclui o incipiente registo oficial de sua inovação através do INPI. Identificamos, porém, uma das entrevistadas que declara ter registado a sua inovação *‘Sim, ao nível da moda, introduzi a pele de cortiça e o conceito de acessórios em cortiça, através da marca (...), agora utilizada mundialmente’*.

A variável ‘Adaptação a Frameworks’, analisa a conscientização e o comportamento destas mulheres perante a demanda de mercado e a necessidade de readaptar o seu modelo de negócio, o seu modo de atuação para que a sua atividade sobreviva e não incorra na teorizada limpeza de mercados schumpeteriana. Neste patamar, identificamos, sem generalizações absolutas, que quase todas estas mulheres se encontram em constante movimento e revelam consciência dessa necessidade, assim como reitera uma das entrevistadas *«I’m adapting all the time, thats the entrepreneurial skills»* [sic passim].

Trabalhando a proatividade na mudança, descortinamos que a maioria destas mulheres sente necessidade de alterar constantemente a sua estratégia de ação. Entendem que devem estar numa renovação contínua, uma vez que o mercado carece de constantes adaptações e as atividades não podem estagnar. Este factor é de igual modo um processo contínuo de aprendizagem e criatividade que traduz enquadramento nas competências transversais. Muitas das entrevistadas sentem que inovar é um processo natural e identificam como sendo a adrenalina ou ADN do empreendedor ou empreendedora.

Encontramos ainda um isolado testemunho que nos importa aqui analisar, a respondente 74 refere *«O nosso modelo está delineado com o franchisador pelo que temos que seguir as linhas»* [sic passim]. Este tipo de ação, conforme já desenvolvemos no segundo capítulo teórico, não se coaduna com a classificação de empreendedorismo, uma vez que limita as ações do e da agente, seguindo a linha mais expressiva de empresarialidade, cuja qual também pratica modelos de negócio lineares, tal como clarifica a frase da

própria protagonista, limita a sua própria inovação. Por outro lado, encontra-se presente o seguir das inovações que provêm do mentor ou mentora (franchisador), este sim empreendedor ou empreendedora. Eventualmente, na evidência hermenêutica compreendida neste cenário, os *franchisings* muitas vezes encontram-se estandardizados a todos os níveis, mesmo nas chefias, pelo que só nos poderemos referir ao criador e à criadora original do modelo de negócio com papel ativo no conceito de empreendedorismo.

Também premente para o desenvolvimento económico, a variável denominada ‘Internacionalização’ vem acrescentar matéria ao escopo do trabalho.

Todavia importa registar que vinte e uma das mulheres entrevistadas não tenciona internacionalizar a sua atividade, referindo discursos como «*No, I just want to stay here*» [sic passim]; a entrevistada 57 é perentória no assunto «*Não está nos meus horizontes, penso que não é vantajoso, se fosse sim ia*» [sic passim]; na mesma linha a entrevistada 58 corrobora «*Não é compensador em termos monetários as deslocações, porque este trabalho é muito personalizado, muito pessoal*» [sic passim], concluindo que existem atividades que não são internacionalizáveis pela sua natureza; já a respondente 68 manifesta o seu nacionalismo «*Não pretendo sair de cá, gosto muito do meu país*» [sic passim].

Verificamos, porém, nas respostas de algumas mulheres o equívoco contido na interpretação do conceito de internacionalização, que na redução eidética é por elas confundido com o conceito de deslocação. Por efeito, muitas das atividades, prestadoras de serviços sobretudo (consultoras de imagem, imobiliárias, alojamento local, entre demais), cogitam erroneamente que para internacionalizar teriam que se ausentar, *i.e.*, sair do país para prestar o serviço - presencial - noutro país.

A questão da internacionalização, tem neste ponto um peso acrescido, atendendo à multiculturalidade presente na região.



Gráfico 25 - Internacionalização da Atividade

Reforça-se que na população estudada, trinta e sete atividades encontram-se já internacionalizadas e vinte e duas manifestam intenção de vir a estar.

Também fruto de uma tácita internacionalização, a variável ‘globalização’ concentra-se no comportamento subjacente das empreendedoras entrevistadas. Na convergência das unidades de

significação encontramos a consciência desta realidade manifestada na conduta das protagonistas, tal como exemplifica o discurso de uma das respondentes «*Sim, temos que nos encaixar à medida que o mundo se altera e acompanharmos a evolução*» [sic passim]. A entrevistada 32 relativiza e até comenta de forma divertida «*There are voices against it -Trump. But I agree with globalization on the markets. We have to be connected, and we have to innovate our offers all the time*» [sic passim]. A respondente 49 reforça a importância das sinergias e uniões neste cenário de permanente conexão «*neste contexto considero que é importante trabalhar com parcerias cada vez mais*» [sic passim].

Sem embargo, registamos diferentes reflexões na matéria, e.g., a entrevistada 25, que, tal como Bauman (2007) no teorema dos ‘tempos líquidos’, reflete que o mundo avança em velocidade vertiginosa «*I find that it is going to much fast. I get seek of it, a lot of trade, a lot of competition. There are no time for human things*» [sic passim]; a entrevistada 38 coloca em causa o comércio global e o comércio local «*Depende do tipo de negócio. O ciclo dos hipermercados está a quebrar-se e as pessoas sentem necessidade de regressar ao tradicional. Existe uma tendência à nostalgia e a ir buscar locais onde as pessoas recordam que já foram felizes. A vida é um ciclo contínuo e isto também é evoluir*» [sic passim], do comentário apreciado entendemos que o comércio tradicional não deixa de estar relacionado também ao global, uma vez que a premissa ‘pensar global, empreender local’ (Vieira e Sales Oliveira, 2016) vem reforçar esta continuidade na demanda de mercados, oscilando a procura por produtos locais.

Não obstante estes últimos testemunhos, na súmula constatamos que prevalece uma visão aberta e de aceitação sobre o fenómeno da globalização. Para estas mulheres, contributos são necessários e diversidade também. O conceito de uma economia aberta perante a globalização de mercados, leva-nos neste contexto de trabalho, focado na região do Algarve, a posicionar a matriz nas especificidades locais, as quais e segundo Giddens (1989) podem ser entendidas também como processos de regionalização, onde se ancoram práticas culturais, sociais e económicas padronizadas.

A variável ‘Opção de Continuidade’ vem fortalecer a teoria da escolha racional (Penna, 2012; Scheffer, 2013) perante o poder decisório do e da agente (Lukes, 2004) em confronto com as circunstâncias da vida. A análise ideográfica aos discursos permite-nos identificar processos decisórios relativamente à opção de deixar ou não a atividade pelas empreendedoras entrevistadas. Muito embora na convergência, a maioria pretenda continuar a empreender, estas mulheres já pensaram em algum momento abandonar a atividade, as próprias esclarecem de antemão que foi um pensamento passageiro e que não o fariam realmente, conforme nos traduz o discurso de uma das entrevistadas «*Este Verão tive vários momentos de stress por excesso de trabalho. Todos os anos crescemos mais, mas em geral, não pretendo deixar esta atividade*» [sic passim].

A redução eidética indica-nos as que são perentórias no assunto e que não pretendem abandonar o que criaram. A entrevistada 05 reflete que «*No, when everybody else was closing down during the crisis, I come here and here I am*» [sic passim]; a entrevistada 06 acrescenta que até beneficiou de oportunidade durante a crise «*Never (...) Most of our competition decided to throw down their business which we benefited from*» [sic passim]; a entrevistada 32 fundamenta a sua postura no compromisso que consiste em empreender «*Never! When we are committed to something, we must make it happen*» [sic passim]; o gosto

pela autonomia encontrada justifica a resposta da entrevistada 35 «*No, I always want to work for my self*» [sic passim].

Sumariamos nesta panóplia o comportamento das agentes perante os obstáculos, reconhecendo-se a necessidade de uma disponibilidade constante que o ato de empreender acarreta e que em alturas de maior fragilidade, e.g., doença, maternidade, problemas pessoais, resulta numa sobrecarga para as próprias. Em nosso entender é motivo para que algumas já tenham pensado em parar a sua atividade, pois indicam que o suporte estrutural do governo é muito deficitário na matéria. Sem prejuízo ao exposto, reconhecemos na evidência apodítica que estas mulheres estão no terreno, são fortes, dinâmicas e contribuem no desenvolvimento económico local. Assim corrobora desde logo o volume de negócios e a empregabilidade gerada (ao que se adiciona a dinâmica junto das empresas *outsourcings* locais).

A variável ‘projetos a curto prazo’, revela-nos de igual modo o nível de proatividade ou acomodação destas mulheres, na opção do desenvolvimento ou estaqueidade da sua atividade. Verificamos que muitas têm projetos para desenvolver a sua atividade, o que nos traduz na evidência um contributo positivo à questão central dimensionada, *i.e.*, o desenvolvimento local.

A respondente 38 sublinha o desejo de voltar-se para outro tipo de empreendedorismo «*Pretendo dedicar-me a realizar Workshops para ensinar outras pessoas a fazer as suas peças. Também pretendo aliar-me a associações e praticar empreendedorismo de carácter mais social*» [sic passim]; a respondente 52 preocupa-se com o aproveitamento dos recursos «*O Algarve é apetecível, há muito a explorar, para tal pretendo contactar entidades estrangeiras que pretendam vir cá realizar os seus congressos*» [sic passim].

Ainda a propósito refletimos que os projetos de curto prazo intentam não só o desenvolvimento, mas também o crescimento e a longevidade das atividades. Ademais corroboram-se nos comportamentos de resposta à globalização e da sensibilidade aportada pelas entrevistadas na necessidade de constante adaptação das suas atividades, Toda esta conexão de elementos, reflete um impacto na desenvoltura económica, mas também social, *i.e.*, no desenrolar de estratégias que têm interferência direta com o bem-estar e com a demanda da comunidade local.

Os perfis identificados nos tipo-ideal otimista e no tipo-ideal empreendo-empresárias, vêm, na sua génese e em nosso entender, contribuir de modo mais expressivo para o desenvolvimento económico local, uma vez que, segundo a classificação tomada, têm na frente de preocupações e objetivos a sustentabilidade e o crescimento das suas atividades.

O perfil tipo-ideal otimista apresenta um padrão de comportamento visionário, votado ao aproveitamento das oportunidades existentes nos recursos do território, o que vem fortalecer o propósito tratado neste ponto.

O encastramento do perfil das empreendo-empresárias têm diretamente finalidades económicas.

A variável ‘objetivos de vida’, analisa a satisfação atual perante a atividade, a existência ou ausência de projetos futuros e relaciona o grau de disponibilidade para manter a atividade.

Observa-se uma tendência destas mulheres para manterem as suas atividades até que lhes seja permitido, assim como figuram nos discursos «*I definitely want to stay*» [sic passim]; «*I'm thinking of being retired when I'll have 65 years old. Then I intend to work in the same sector but in a more flexible way*» [sic passim]. A entrevistada 45 já tem um historial de muitas atividades, inclusive na atualidade tem quatro empresas em simultâneo, pelo que comenta «*estou sempre aberta a novas possibilidades, não fecho a porta*» [sic passim]. Transferindo este quesito para outro cenário de satisfação pessoal, mas também de criatividade, a entrevistada 47 confia «*Pretendo mudar daqui a uns tempos. Dedicar-me a atividades mais artísticas, e.g., escrever, tocar piano ou flauta uma vez que também componho música*» [sic passim]; a entrevistada 66 sempre viveu nesta permeabilidade empreendedora e preocupa-se com a continuidade da mesma «*Pretendo ficar até que possa e claro, incutir esta veia nos meus descendentes*» [sic passim].

Apenas duas das entrevistadas manifestaram desejo de encerrar a sua atividade, muito por escassez de retornos financeiros.

A 'longevidade de uma atividade' em determinado território é no entendimento apriorístico sinonimo de estabilidade, pois se resiste no mercado é porque lhe acrescenta valor económico, vai ao encontro da demanda existente e gera sinergias entre os habitantes. Na análise apuramos que as atividades mais duradouras são de portuguesas, mas ainda assim existem mais mulheres portuguesas a integrar os períodos mais curtos da sua atividade, com apenas três anos, do que as mulheres imigrantes.

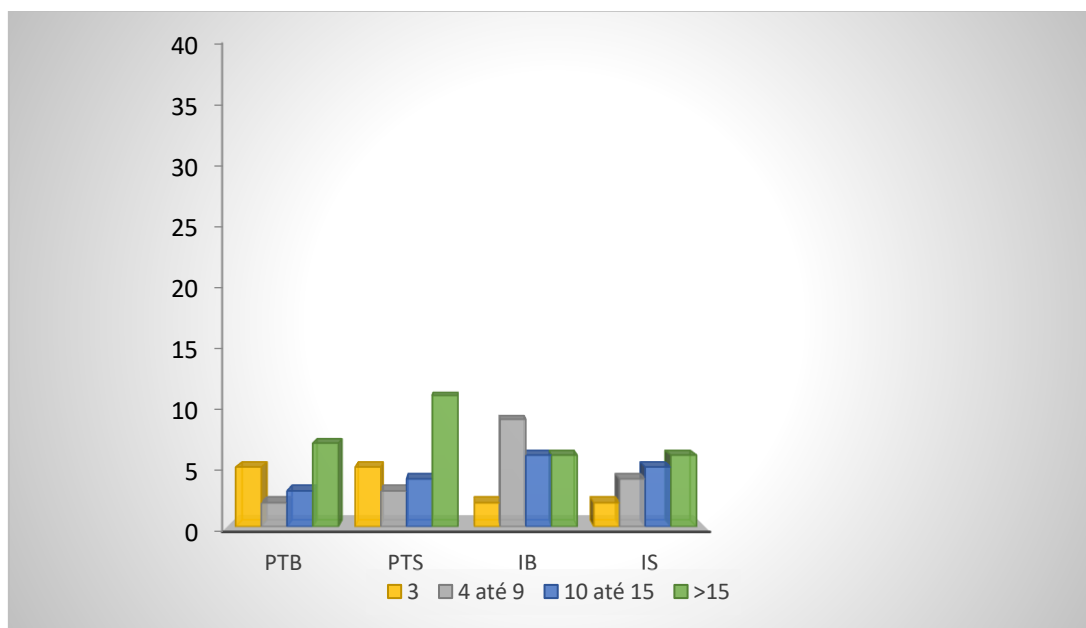


Gráfico 26 - Longevidade das Atividades Empreendedoras por Nacionalidade

No barómetro dos 'apoios públicos', constatamos que a maioria destas mulheres (75%) não recorrem a apoios do Estado. Um desconhecem os apoios existentes e o enquadramento na sua atividade, outras revelam uma desconfiança institucional conforme se reconhece no European Social Survey, alegando que as burocracias exigidas não justificam os ganhos (Freire, Vala e Cabral, 2005). Também muitas imigrantes sustentam que esse apoio deve ser dado às portuguesas. Observamos ainda o maior recurso e aproveitamento de apoios no grupo de portuguesas do sotavento (atente-se que estão mais próximas das entidades regionais competentes - CCDR em Faro, o que poderá justificar esta causalidade). Tratado como uma questão sensível,

algumas das entrevistadas confidenciam que já concorreram, mas referem desapontamento e não tencionam voltar a concorrer.

A ausência de informação nesta matéria é manifesta no desconhecimento das medidas disponíveis, no possível enquadramento nas atividades das respondentes ou mesmo na desconfiança, digamos que quase coletiva, em recorrer a medidas que, apontam as próprias, acarretam burocracias excessivas contrabalançando proficiências insuficientes, ainda também a expressa posição de não se sujeitarem a regras que não as suas, assim como exemplificamos do exposto na respondente 21 «*Nunca senti essa necessidade e confesso que em termos burocráticos me assusta*» [sic passim].

A respondente 53 não recorre e é perentória sobre este assunto, colocando a tónica no e na agente «*não podemos estar à espera que o Estado venha resolver os nossos problemas, para além de que esses processos carecem de muitas burocracias que não compensam*» [sic passim].

Já a entrevistada 01 compara diferentes estruturas «*penso que aqui em Portugal o Estado não dá nada às pequenas empresas. Por outro lado, na Holanda não se passa assim. Existe um programa que auxilia sobretudo pequenas empresas e empresas em risco, o que é muito bom para evitar o encerramento dos negócios*» [sic passim], confrontamos o seu comentário com o registo dos apoios existentes e explorados no segundo capítulo para verificamos que embora existam apoios para pequenas empresas muitas vezes estes não são suficientes, havendo uma tendência concentrada para apoiar as PME, deduzindo que o Estado considere que são as empresas que dão lucro e sustentabilidade ao país, todavia, paradoxalmente, deparamo-nos com um tecido maioritário de microempreendedorismo, não somente na região em estudo mas extensível a todo o país, também corroborada pelos literatos na matéria (Portela *et al.*, 2006; GEM, 2015c).

Acentuando a problemática da distribuição dos fundos públicos, a entrevistada 04 acrescenta que «*Unfortunately what I see is that many people search for state support, open a company and after then close it. That's not good for nobody*» [sic passim]. A entrevistada 24 esclarece «*Apenas adquiri o estatuto de PME líder, contudo não é um apoio monetário, apenas nos permite adquirir empréstimos bancários mais suaves*» [sic passim]; já a respondente 32, toma partido dos recursos públicos «*Yes, I run at the programs 'QREN' (with the first programme at the beginning, to take about 2,000 000€ to develop our projects) and also Portugal 2020*» [sic passim]. Atente-se que a entrevistada desenvolveu um projeto no setor de turismo e com investimento avultados numa zona desertificada.

A entrevistada 17 confessa já ter recorrido «*Concorri uma vez ao programa 'Acredita Portugal'.* Neste momento, não o tendo feito, recebi uma mensagem particular de um dos júris - (...) - o qual me incentiva particularmente a integrar este concurso referindo que o projeto tem grande viabilidade de ganhar» [sic passim].

A entrevistada 45 para além de outras atividades independentes tem uma empresa de consultadoria onde realiza projetos para outras pessoas bem como candidaturas a fundos comunitários, todavia confidencia «*(...) já concorri ao Qren. De momento ainda não concorri a nenhuma medida do novo quadro*

2020» [sic passim].; já a entrevistada 70 aderiu «*Sim, ao PRODER. Mais recentemente ao Programa Chicken Mobile*¹⁶⁴» [sic passim].

No concluso desta variável podemos refletir que, tendencialmente, estas mulheres não ‘consomem’ financiamento/verbas do Estado, apenas o ‘alimentam’, o que *de per se* constitui saldo positivo na balança dos contributos económicos ao local.

6.4. Contributos numa perspetiva social e cultural

No escopo deste trabalho, para além de identificar perfis empreendedores, importa aferir contributos, que para além de económicos, equilibrados e sustentáveis, traduzam também enriquecimentos sociais e culturais.

Para tal analisamos as variáveis: ¹Abertura para Partilhar; ²Associativismo; ³Reações do Grupo Social; ⁴*Stakeholders*; ⁵Consciência do seu Contributo.

Um dos primeiros elementos recolhidos na observação empírica, diz respeito ao grau de disponibilidade para conceder entrevista para este trabalho. Atente-se que esta variável não permite determinações objetivas, uma vez que não é trabalhada a partir dos discursos das respondentes, mas sim das perceções da investigadora. Assim aliamos esta variável à vontade e valorização de partilha das entrevistadas de assumir a prática de storytelling, neste trabalho já teorizada (Berger e Quinney, 2005; Jenkins, 2008; Lefsrud e Jennings, 2013).

Sem pretensão de generalizar, observou-se que na zona sotavento os contactos e os consentimentos surtiram efeito mais imediato, já na zona barlavento encontrou-se uma população feminina - maioria portuguesa - mais fechada, com certa relutância em responder a questões acerca do seu volume de negócios (sobretudo as de faixa etária mais elevada). Quanto às mulheres imigrantes houve maior acessibilidade em geral, independentemente da sua localização no território em estudo. A maior disponibilidade das imigrantes fez com que fossem recolhidos mais depoimentos destas no barlavento procurando colmatar a menor abertura das mulheres portuguesas neste hemisfério. No sotavento, o processo decorreu com maior adesão, uma vez que as portuguesas neste local se revelaram mais disponíveis, sendo o comportamento das imigrantes igual. Sem prejuízo ao exposto, ressalvamos que o comportamento observado das entrevistadas encontra-se influenciado por um vasto conjunto de circunstâncias que não possibilita a retirada de conclusões. Importa acrescentar no concertante aos objetivos do storytelling (Berger e Quinney, 2005) no empreendedorismo, que as mulheres imigrantes e as portuguesas sedeadas no sotavento, sem generalizações, manifestaram um maior entusiasmo na preconização desta prática, partilhando experiências boas e experiências menos boas no papel de empreendedoras que nos enriquecem no contexto académico (Lefsrud e Jennings, 2013).

¹⁶⁴Este programa diz respeito à angariação de voluntários e voluntárias para trabalhar nas quintas biológicas em troca de alojamento.

Metade da nossa população - quarenta - foi recolhida ao grupo de empreendedoras imigrantes. Neste grupo foram realizadas treze entrevistas em língua portuguesa e vinte e sete entrevistas em língua inglesa¹⁶⁵.

A população autóctone, sobretudo centrada na atividade turística, vê-se sujeita, de modo orgânico, a dominar a língua inglesa e muitos dos 'produtos re-integrados' que com ela trazem subjacentes. É salutar clarificar que esta é uma realidade fruto da globalização e não constitui um fenómeno isolado desta região, muito embora se replique em massa neste território pelo número de comunidades que comunicam na língua citada (quer esta seja a sua língua oficial ou secundária) e que esta região acolhe.

Neste contexto, interessa-nos também analisar aquelas que dominam a língua inglesa, nos parâmetros (Nada, Pouco, Bem) do gráfico seguinte quantificado. Mais esclarecemos que para o resultado obtido constam as menções das próprias mulheres no início de cada entrevista, bem como a observação implícita durante todo o contacto com as mesmas no processo de recolha de dados. O parâmetro 'pouco' designa assim as que identificaram dificuldades manifestas na oralidade da língua portuguesa, todavia compreendiam algumas expressões. A entrevista neste grupo de mulheres foi realizada na língua inglesa, tal como no grupo das que nada dominam a língua portuguesa.

Não obstante, importa sublinhar que uma boa percentagem de imigrantes (43%) domina bem a língua portuguesa.

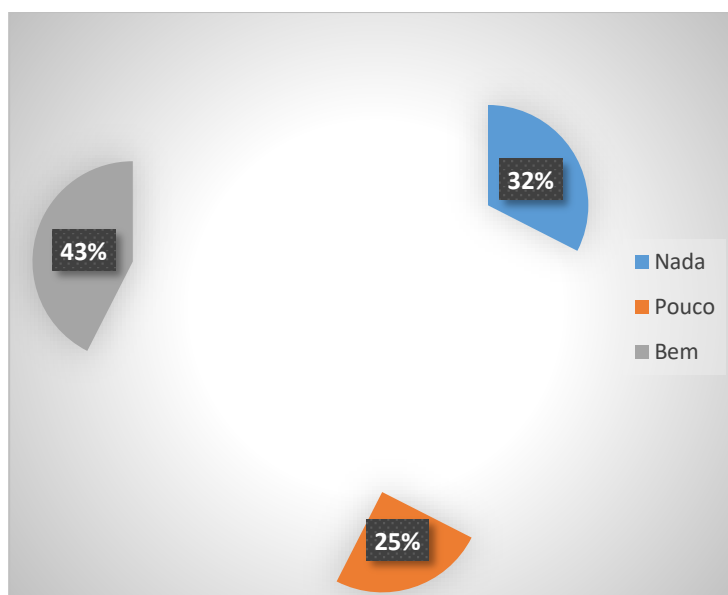


Gráfico 27 - Domínio da Língua Portuguesa pelas mulheres de outras nacionalidades

Importa cruzar este elemento com o período de tempo em que habitam na região. Do estilizado, cinco residem há menos de cinco anos, dez habitam cá entre cinco a dez anos, cinco habitam entre onze a quinze anos e vinte já cá residem há mais de quinze anos. Foi observado e até confirmado por algumas das entrevistadas - holandesas e inglesas - que consideram importante falar português, quer porque habitam cá

¹⁶⁵Entre as quais constam uma australiana, outra de Singapura, outra da Suécia, outra da África do Sul, duas alemãs, onze holandesas e nove inglesas.

e necessitam, quer também para o desenvolvimento da sua atividade, muito embora a maioria conviva com comunidades onde o predomínio linguístico é o inglês.

Para outras, a sua rede de contactos é exclusivamente formada por população congénere, pelo que não revelam interesse na aprendizagem da língua portuguesa, conforme verificamos no depoimento da respondente 04 «*The language was very difficult to me, the differences of culture*» [sic passim].

Curiosamente a entrevistada 16 relatou ter tido os filhos em escolas privadas nesta região e que as turmas se encontravam separadas, fomentando barreiras nas crianças e impedindo que os e as alóctones praticassem a língua local e de igual modo que os e as autóctones tivessem uma interação da língua inglesa - a qual já consta dos seus quadros curriculares desde longa data (EUROSTAT, 2012).

Sem embargo, consideramos que não é passível generalizar que estas comunidades se fecham em grupos homogéneos entre eles e não partilham com os e as natas locais, uma vez que na nosso objeto de estudo encontramos muitas mulheres que dominam a língua portuguesa, o que sugere o permanente contacto com a população portuguesa.

Em termos culturais entre portuguesas e não portuguesas refletem-se as relações interculturais, produzindo uma hermenêutica diatópica, *i.e.*, uma capacidade de compreensão e comunicação nas diferentes línguas praticadas no território em estudo (Covas, 2004). Todavia, já a autora citada observava que os e as oriundas da região acabam por se sujeitar mais ao domínio da língua inglesa (entendida como universal), conforme já problematizado. Por outro lado, os perfis de empreendedoras portuguesas determinam identidades flexíveis nesta matéria, adaptam-se com facilidade ao e à alóctone e também daqui vêm oportunidades, conforme regista a entrevistada 54 acerca do que a motivou a empreender «*Talvez a envoltura do Algarve, onde muitas pessoas começaram a criar atividades e a aproveitar a presença turística, isso visualizei desde pequena.*» [sic passim]. Sem embargo, não podemos deixar de interpretar também as alóctones como flexíveis uma vez que elas próprias decidiram, na linha de escolha racional (Scheffer, 2013), o ato de emigrar e criar uma atividade num outro país, com uma outra cultura.

A variável 'Abertura para Partilhar' sugere-nos outros estereótipos aliados à cultura e a 'regionalismos'. A entrevistada 68 confia «*Infelizmente observo que as pessoas nesta região se fecham muito e olham apenas para o seu umbigo. Noto isso, porque em comparação, na Madeira somos mais abertos e cooperantes uns com os outros. Poderá ser uma questão cultural. Sofri quando vim da Madeira e quando me apercebi que os algarvios são muito individualistas.*» [sic passim]. Deste testemunho se plasmam as assimetrias regionais respeitantes à cultura e comportamentos. A problemática dos regionalismos surge também neste trabalho. O termo aliado a sub-culturas, que já não generaliza valores nacionais, mas sim práticas estratégicas que se encontram em determinados locais, dentro do mesmo país e que importam ser monitorizadas pela sua especificidade. Os significados culturais podem estar alojados em determinadas regiões, todavia o cotejo de dimensão cultural difere na sua génese. Constatamos que esta matéria foi descurada nas dimensões sugeridas por Hofstede (Lacerda, 2011).

Limitações encontradas nos estudos de Hofstede, tal como outras críticas que se remeteram, *e.g.*, o *survey* elaborado foi insuficiente para determinar estas situações regionais, as dimensões elencadas não

são suficientes, mas apenas subsidiárias para definir o termo ‘cultura’ - que embora simples, não se esgota na sua exegese. Sem embargo, assentamos que todas as investigações se encontram sujeitas a limitações sobre os objetivos a que se propõem, uma vez que a ciência não é estanque, é construtiva, assim como as interrogações sociológicas do mundo circundante e em permanente evolução.

No refinamento do campo cultural atendemos não somente à multiculturalidade presente, mas também e sobretudo às interações proporcionadas nesta singularidade regional, o que favorece o enriquecimento de aprendizagens informais. Com legado para esta matéria, aliando as demais variáveis já analisadas neste trabalho, sublinhamos que a procura deste território meridional é motivada, quase que em sintonia, pela qualidade de vida que o mesmo permite. Este propósito é expressivo quer nas imigrantes bem como nas migrantes e nas autóctones, que reforçam o apreço de convivência neste local. O desenvolvimento cultural plasma-se assim em torno da dimensão ‘feminilidade’ teorizada por Hofstede (2005) que sobrepõe os valores humanos aos objetivos económicos (não desvalorizando contudo os últimos). Outrossim respeita às valências proporcionadas pelas interculturais, *i.e.*, população de diferentes nacionalidades bem como ainda população oriundas de distintas regiões (a designada migração interna) envolvidas nas atividades empreendedoras locais, que indubitavelmente têm em conta os recursos existentes em termos de composição demográfica, internacionalizando assim as atividades, disseminando os costumes locais (*e.g.* gastronomia, hábitos de comportamento, tradições festivas, valores).

Trompenaars (2012) dá complemento a esta matéria com a introdução de outra dimensão, que aqui enquadramentos, *i.e.*, o relacionamento entre as pessoas e o tempo (valorização de património histórico e cultural).

A convergência dita que estão conscientes da importância de participar ativamente, quer através de *clusters* formais ou informais, assim como exemplifica uma das respondentes «*it's a way to prevent the same failures in the market and to learn more, to make better*» [sic passim], colocando a tónica desta interação no fruto obtido, *i.e.*, a aprendizagem centrada na experiência de saberes acumulados, competências transversais, teoria do construtivismo (Liu e Chen, 2010; Argento, 2012; Veiga, 2017).

Já a respondente 10 confia «*No, architects don't talk each other here. I think it's the culture around here*» [sic passim], deixando indícios da dimensão cultural individualismo vs coletivismo teorizada por Hofstede (2003); a entrevistada 11, embora reconhecendo ser importante, coloca os seus entraves «*Sim, mas mesmo assim tenho que apontar que muitas das vezes nesses encontros empresariais e sociais o que prevalece é a conversa de circunstância, o que não abona a favor da troca de conhecimentos*» [sic passim]; para a entrevistada 21 prevalece o foco sobre opiniões de supostos clientes, de demandas de mercado «*Considero mais importante partilhar com uma rede social de clientes do que com outras empresas.*» [sic passim]; por questões culturais a respondente 38 não partilha das opiniões convergentes, «*mas com estas Associações não aprendi muito. Penso que faz parte da sociedade portuguesa, as pessoas são fechadas, existem muitas intrigas e ciúmes*» [sic passim], uma vez mais denota-se a dimensão cultural acima já elencada; outro senão é denunciado pela entrevistada 39 «*por vezes partilhamos o nosso conhecimento e as pessoas usam isso para seu próprio benefício e saímos prejudicados*» [sic passim], o que vem revelar que aqui não se fomenta o conceito de Coopetição (Czakon, 2009); a respondente 40 corrobora com a sua

interpretação cultural acerca do local onde hoje interage «*I find here in Algarve is that the people don't share easily, sometimes they are jealous, others stay close on them*» [sic passim]; sobre outro contexto setorial, a entrevistada 55 revela «*É fundamental. Mas este é um meio (mundo da música em Portugal) muito fechado e não há muita partilha. Seria bom que fossemos mais unidos*» [sic passim].

A respondente 62 entende que «*os portugueses não querem partilhar, mas temos que ensinar essa importante ferramenta aos mais jovens. No Algarve somos muito fechados e temos uma cultura de desconfiança uns com os outros*» [sic passim]; e é a respondente 64 quem vem confirmar as suspeitas da anterior citada, a autóctone dita que «*Não, partilha-se em casa, eu e o meu marido*» [sic passim].

A variável 'grau de associativismo' da mulher através das redes existentes, os denominados *clusters* formais e informais. O seu nível de envolvimento revela também as relações interculturais produzidas na região. Nesta variável analisamos se são cidadãs ativas, se são associativas, ou por outro lado, se são alienadas e focadas nelas próprias, patente na dimensão cultural individualismo vs coletivismo (Hofstede, 2001).

Encontramos nos depoimentos uma dicotomia de comportamentos, entre as que são abertas à participação e as que não se disponibilizam, justificando perca de tempo e sublinhando não ser prioridade. Elencamos assim os discursos mais pertinentes neste cenário. A entrevistada 01 descreve-nos encontrar uma heterogeneidade cultural, inclusive dentro da Associação Britânica existe a inclusão dos portugueses «*frequento os eventos organizados pela British-Portuguese Chamber of Commerce (...) Encontramos no seio da BPCC britânicos, holandeses, alemães e também portugueses*» [sic passim]; já a respondente 03 demonstra o seu dinamismo e introduz um ponto interessante na desconstrução do género no empreendedorismo, revelando pertencer a grupos híbridos «*Yes, maybe four or five (...) I'm not aggregated with clusters exclusive for women - I think that is to make discrimination. I prefer general clusters to discuss all kind of business and how is the local market*» [sic passim]; já a respondente 41 orgulha-se de integrar uma das grandes associações mundiais fundada pela embaixadora dos EUA «*WPO- Women President Organization (onde se encontram as maiores empreendedoras a nível mundial*» [sic passim] dando a entender que o acesso será restrito e por tal valorizante.

A entrevistada 46 manifesta ser uma mulher muita dinâmica na localidade, inclusive contribui sempre no orçamento participativo da sua área de residência.

Já a entrevistada 42 é perentória nestes assuntos e confia «*Não, isso implica custos e não tenho também paciência para essas associações*» [sic passim].

Na variável 'Reações do seu Grupo Social' plasmamos a hegemonia em que as entrevistadas estão envolvidas, quer na relação familiar, quer social, de pessoas positivas e que contribuem para impulsionar a sua ação, o que é muito importante. Neste patamar, o nível de acompanhamento das empreendedoras escala ainda se já trazem consigo *background* financeiro, quer familiar quer por recurso às políticas públicas de fomento ao empreendedorismo. De igual modo importa compreender se têm vozes de apoio em seu redor ou se se viram confrontadas com barreiras pessoais e ou sociais.

A entrevistada 05 que viveu nos últimos tempos no Reino Unido, leva-nos a refletir os receios familiares, relacionando a dimensão cultural de poder de Hofstede (2001) que identifica as diferenças sobretudo respeitantes a hierarquias e burocracias já problematizadas no entorno da realidade portuguesa «*it was a big step to leave familiar surround and English culture to come to a country where we don't speak and don't understand the language*» [sic passim] para além de que teve barreiras burocráticas no estabelecimento de sua empresa por não ser oriunda da união europeia; a entrevistada 12 sublinha que os seus entes próximos não a apoiaram «*they thought I was nut because we were on crisis here in Portugal when I open it*» [sic passim].

Já a respondente 22 não permite opiniões externas «*Nobody mind it. And nobody prevents me to do what I want*» [sic passim]; a entrevistada 32 confia «*There was a lot of no's. My family gets worried: what if doesn't work out? We will be in a different country, we didn't know the language, the culture. My friends call us crazy. But me and my husband were very positive*» [sic passim] revela assim que o poder da sua decisão prevaleceu à sua estrutura familiar/social.

Para a respondente 73 também não foi fácil e decidiu tudo sozinha «*Quando abri não tive apoio de ninguém, arrisquei no escuro, mas sou uma pessoa de muita fé (...) Para o meu marido, tudo o que decidir está bem, por vezes gostaria que ele fosse mais interventivo*» [sic passim], o que nos leva a interpretar o seu empoderamento feminino nos dois campos da sua vida, no labor e no seio familiar.

O tipo de clientes, fornecedores e *outsourcings*, é trabalhado na variável 'Stakeholders', traduz também o contributo entendido na matéria económica, social e cultural, envolvido por ad hoc nestas atividades.

É revelador neste patamar a miscigenação cultural e a interação de autóctones e alóctones vem comprovar que as singulares comunidades não se isolam em grupos homogéneos, tal como verificamos na respondente 12 «*My providers are mostly from Portugal, other are from UK and German. My clients are mostly German (...) British, French, Dutch and 50% are Portuguese*» [sic passim]. Embora também se registre o reverso segundo a entrevistada 40 «*Most of my clients are British (...) It's not easy to make business with Portuguese, they are very suspicious people*» [sic passim]; a entrevistada 54 aproveita os recursos exógenos presentes na região «*99% dos nossos clientes são estrangeiros e do setor médio alto.*» [sic passim]; a respondente 73 revela-se surpreendida «*Os meus clientes dividem-se 50% estrangeiros, 50% portugueses. Fico em espanto como muitas pessoas -sobretudo estrangeiros -nos descobrem. Penso que vai muito pela palavra passa a palavra*» [sic passim].

A respondente 80 tem outro tipo de clientes, que na diáspora interna, fidelizam a sua atividade «*Os meus clientes, alguns são fixos desde o início, sobretudo os que são oriundos de Lisboa, pois gostam muito destes sabores tradicionais do Algarve e porque tudo o que faço é caseiro*» [sic passim]. Esta variável fortalece o nível de interculturalismo presente na região, a naturalização do mesmo e a facilidade de correspondência entre diferentes culturas, ao contrário dos estigmas lançados na sociedade civil que acusam a tendência de movimento de agrupamentos ímpares e fechados por nacionalidades, tal qual já problematizado por diferentes autores (Covas, 2004; Malheiros et al, 2010). Na tabela seguinte corroboramos este cenário de miscigenação.

Tabela 19 - Tipos de Clientes por nacionalidade das empreendedoras

Tipo Clientes	Empreendedoras Portuguesas	Empreendedoras Imigrantes
Mais portugueses e portuguesas	20	4
Mais estrangeiros e estrangeiras	5	8
Exclusivamente portugueses e portuguesas	4	3
Exclusivamente estrangeiros e estrangeiras	5	18
Ambos e ambas em equidade	6	7

A variável ‘Consciência do seu contributo’ procura verificar se a mulher empreendedora tem consciência do seu contributo para a sociedade, na sua representatividade para o reconhecimento de novos papéis da mulher, assim como nas suas ações na comunidade local.

Muitas entendem que contribuem para a economia - dinamizam o *locus* e pagam impostos - e para o social em matéria de beneficência.

No respeitante às imigrantes, importa-nos contrariar - pelos casos estudados - a versão atual popularizada em *latu sensu* de que esta população apenas vem para a região em período de reforma e comprovar que também vêm despoletar a economia, primeiro com o conseqüente nível de consumo, depois - mas não menos importante - com atividades empreendedoras que aqui dinamizam.

Neste coro, são poucas as que reconhecem e aliam a questão à problemática do género. Todavia, encontramos discursos pertinentes na matéria, como o da entrevistada 05 «*Sure, but every entrepreneur gives, whether women or men. As woman, probably I can be an exemple to other women*» [sic passim].

No patamar das questões culturais encontramos a respondente 08 «*I think Dutch people are more directly, it's the culture and we are very participative on community*» [sic passim] manifestando o seu orgulho por ser holandesa.

A entrevistada 55 confessa que «*Os espetáculos musicais geram emoções nas pessoas, somos quase como terapeutas, psicólogos, porque interagimos com elas de forma intensa. Já tive um caso de uma pessoa que me disse que estaria para pôr termo à vida, mas que ao assistir ao concerto sentiu-se melhor e despertou para outras soluções.*» [sic passim]; outro pertinente contributo parte da respondente 77 «*Sim, trato de animais, logo também da saúde pública. Se dão valor a isso, não sei, gostaria que dessem mais*» [sic passim]; já a respondente 80 preserva a regionalidade «*Sim, ofereço tradição, sabores e mimo às pessoas*» [sic passim]. Os testemunhos apresentados dirigem-se assim à importância do desenvolvimento social e cultural.

Sumariando todos os pontos trabalhados, é esclarecedor que o território do Algarve se encontra profícuo e culturalmente enriquecido, o que só possibilita o desenvolvimento desta matéria na atualidade, provendo continuidade futura no aproveitamento destes recursos.

Destarte incumbe-nos identificar as valências destas mulheres e descortinar até que ponto estas estão conscientes que o seu comportamento presente, influencia o futuro delas próprias e o conjunto de

padrões sociais na problemática de género. Ademais compreender se o cenário multicultural presente na região em estudo constitui benefício para este território, determinar o grau de multifacetismo destas mulheres mensurado pelo seu historial e ou pelas tarefas atualmente desempenhadas ou até pela facilidade em resolver problemas e ou contornar obstáculos. Ainda, refletir sobretudo se a região afeta - Algarve - possui uma estrutura aberta a acolher esta mesma agência, *i.e.*, o que corresponde ao empoderamento feminino no empreendedorismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

“As oportunidades são fios invisíveis que passam por nós e que temos que as agarrar nesse exato instante, sob pena de as perdermos para sempre” (Anonymus)

Foi certamente uma proveitosa oportunidade realizar um trabalho de investigação numa temática tão polarizada nas políticas públicas, complexa na sua natureza, mas necessitada de concertações académicas, para as quais concluímos que existe um caminho a percorrer, ancorado na vertente humana, a raiz do processo empreendedor, *i.e.*, nas ciências sociais e no domínio da Sociologia, esperando com este resultado ter contribuído assertivamente para o avanço científico na matéria.

A junção das matrizes teóricas e de um trabalho empírico complementam os objetivos de uma investigação desta natureza. Observar o ‘real’ em campo, conduzindo-o depois à reflexividade proposta pelas teorias sociológicas que enquadram este estudo, foi a conduta por nós assumida em busca da cientificidade neste trabalho académico. Por outras palavras, debruçamo-nos no trabalho de campo, após munir-nos de conhecimentos previamente explorados e que nos possibilitaram uma melhor apreensão do objeto de estudo. O trabalho empírico não corre desta forma o risco de ser uma prática multiforme e heteróclita, uma vez que se orienta para uma análise baseada nas premissas epistemológicas da investigadora, de forma a construir um processo de conhecimento que consiste em compilar o observável para o nível teórico-conceptual. É indispensável afastar as ‘ideologias’ tidas como conhecimento para encontrar o verdadeiro conhecimento com bases científicas fundamentadas. Assim estão contidos neste trabalho os quatro princípios metodológicos de David Bloor (Bourdieu *et al.*, 2004) para se construir uma convincente teoria sociológica do conhecimento: a causalidade, a imparcialidade, a simetria e a reflexividade.

Machado Pais (2002) defende que é no *status quo* do indivíduo que o investigador ou a investigadora possui a alavanca metodológica do conhecimento, o que lhe possibilita abordar um mesmo tópico com aproximações e interpretações diferenciadas entre indivíduos. Reforçamos deste modo a premência da postura de cariz qualitativa no campo empírico. Mais resulta de que assim como os e as agentes empreendedoras estão em constante reformulação e aprendizagem no cenário de globalização (v.g. discursos explorados), também a pesquisa desta matéria não se esgota, sendo impreterível a sua contígua exploração no contexto de agência. Rebuscando a pedagogia interativa de Freire (2006), tomamos consciência de que enquanto seres sociais - na pele de atores assim como de investigadores e investigadoras - estamos sujeitos e sujeitas a reformulações constantes, no constructo de conhecimento. Na observação direta ao campo de trabalho, Machado Pais (2002) valoriza os *snapshots*¹⁶⁶ na forma de adquirir informação para além das regras teóricas, de modo a conjugar as duas componentes: a científica e a desvirtuada, desregrada compaginável ao comum *sensus*.

¹⁶⁶Termo utilizado para identificar o conhecimento instantâneo, adquirido na observação e interação contida no quotidiano.

Após esta breve nota sobre a postura tomada neste trabalho, passamos a clarificar os conclusos retirados das duas questões que permeiam este trabalho: os perfis empreendedores e os contributos para desenvolvimento local.

- a) Respeitante aos perfis e apurados por uma metodologia qualitativa (com complemento do método misto), resultam deste trabalho os pilares:
1. Construções de quatro tipos-ideais que classificam a posição na atitude empreendedora, baseados na premissa das quatro fases que compõem uma escolha racional.
 2. Desconstruções das categorias de género, idade e nacionalidade impostos pela diversidade construtiva e criativa, no aproveitamento do potencial humano
 3. O papel explicativo das competências transversais e sociais alicerçadas na teoria de escolha racional.

Pela locução analisada no acervo empírico, foi-nos possível acoplar quatro comportamentos mais expressivos nestas mulheres e que as diferenciam consoante motivos e ou objetivos no empreendedorismo. Os tipos-ideais das empreendedoras livres (que se focam na autonomia e na criação), das empreendedoras otimistas (que conjugam os fatores de oportunidade com sustentabilidade), das empreendedoras temerosas (entendíveis na semiótica da linguagem utilizada) e das empreendo-empresárias (que conjugam as competências na criação - ideia - e na gestão -empresa). Estes perfis foram construídos segundo a análise de conteúdo dos discursos destas mulheres, todavia não são estanques, podemos sempre encontrar mulheres que se enquadrem num só perfil, ou que apresentem indícios, consoante contextos vivenciados, de ocuparem mais do que uma classificação no tipo-ideal construído. O que se assenta conclusivo é que estes quatro perfis são basilares para diferenciar atitudes que fomentam a ação empreendedora. Importa ainda acrescentar que os perfis empreendedores, em nosso entender, não se encontram limitados a estas classificações geradas a partir da população trabalhada, fortalecendo-se a premissa de que o empreendedorismo se ancora na diversidade humana. O fenómeno alicerça-se numa metamorfose permanente que depende sempre da relação entre agência e estrutura.

O empreendedorismo é um fenómeno que traduz uma polifonia de atuações e saberes, logo plasma-se pela diversidade humana latente na sua criatividade. Neste corolário são desconstruídas as fronteiras de género, idade e nacionalidade, no entendimento de que cada agente que empreende tem um contributo distinto e muito próprio a dar, o que abona ainda para atenuar as clivagens sociais então mais presentes no contexto de empresarialidade. O empreendedorismo conotado nesta linha teórica produz um efeito de desenvolvimento nas estruturas sociais. Ademais, homens e mulheres podem ter contributos diferentes e ou semelhantes, mas vêm individualmente acrescentar mais-valia a uma temática que busca a criatividade, desde que tenham igualdade de oportunidades para fazê-lo. No campo de estudos de género, se doravante passarmos a realizar a abordagem desconexa da empresarialidade, encontramos na razão o descortino de identidades limitadoras como papéis e representatividades preconcebidas para homens e mulheres. O conceito de empreendedorismo não possui bilhete de identidade porque não é estático, encontra-se num vórtice de permanente busca pela diferença inovadora exigível num mercado global. Outrossim, a evolução dos perfis empreendedores acompanha a metamorfose das sociedades, plasma-se pelo socioconstrutivismo

de Vygotsky (Liu e Chen, 2010), ausente nas ciências exatas mas semeado e exigível nas ciências comportamentalistas.

A problemática da educação para o empreendedorismo atravessa inexoravelmente os saberes contidos nas competências transversais e fruto de experiências profissionais vivenciadas. Assim, se as políticas públicas pretendem fomentar perfis empreendedores na sociedade, torna-se premente adaptar novos modelos de ensino nas academias, com um teor prático-pedagógico mais incisivo, fortalecido pelo *storytelling*¹⁶⁷ (cada vez mais utilizada pelos academicistas como ferramenta didática (Berger e Quinney, 2005; Polletta *et al.*, 2011)) e enriquecido pela mentoria. A propósito da importância das competências transversais no empreendedorismo, aventamos que não são os livros que mudam o mundo, são as pessoas. Todavia, reforçamos que os livros mudam as pessoas, que por sua vez irão mudar o mundo.

Importa ainda retroceder ao concluído já em anteriores estudos e espaçados no tempo, os quais vêm reforçar que *“a experiência do passado tem chamado a atenção para a urgência das Universidades se ajustarem às novas necessidades de investimento no recurso capital humano, tendo de redirecionar a sua estratégia de desenvolvimento para um novo paradigma de aprendizagem ao longo da vida (...)”* (Barreira, 2006, p. 13). A estratégia passa por uma reeducação de papéis sociais, por uma aculturação da importância do empreendedorismo, que se realize do individual para o grupal, do local para o global, resultando na congregação da técnica e da ciência, permitindo um modelo de ensino heurístico, centrado no e na estudante, onde este e esta tem o papel mais ativo no processo.

Este acordo é exequível pela concertação dos conhecimentos do domínio da Economia com o domínio da Sociologia, *i.e.*, não serão concebíveis técnicas e métodos pedagógicos se na realidade os e as educandas não exercitarem a atitude (Veiga, 2017), elemento que compõe o perfil empreendedor e que não pode continuar a ser protelado nesta matéria.

A representatividade feminina no empreendedorismo está em crescente eclosão (GEM, 2015e), todavia concluímos que persiste uma forte carência da figura feminina de referência nesta área assim como a partilha experienciada pela mulher no papel de empreendedora. Ademais, a atitude empreendedora é uma escolha racional do e da agente (Weber, 2010; Scheeffler, 2013; Baert e Silva, 2014), *i.e.*, diante das opções de vida, a empreendedora e o empreendedor escolhem o seu caminho, fazem a sua reflexão baseada em constructos experienciais, em perspetivas contextuais, em formulações heurísticas e em competências adquiridas ao longo da vida, quer por via institucional quer por via social e profissional.

Conforme já problematizado, a distância entre as instituições científicas e o tecido empresarial é uma celeuma que se procura colmatar com a informação, a regulação estatal e incentivos públicos, no intento de fomentar esta sinergia em ambas as partes envolvidas, *i.e.*, investigadores e empreendedores e ou empresários.

¹⁶⁷Sobre este vetor reforçamos que a aprendizagem do empreendedorismo recorre a contextos práticos, *i.e.*, faz-se através da mimetização e reflexividade de experiências vividas e reais. A comunicação estabelece-se entre pessoas que partilham o mesmo *background* de problemas e pressupostos técnicos.

No que concerne aos contributos para o desenvolvimento local, determinamos os seguintes pontos com relevo na matéria:

1. As esferas de encastramento das alóctones e as dimensões culturais envolvidas resultam numa metalinguagem comum na região estudada.
2. Os contributos económicos patentes no movimento financeiro, no crescimento da demanda, na empregabilidade e no combate à sazonalidade.
3. Os contributos sociais na multiplicidade de tipos de empreendedorismo presentes e a problemática da catalisação de sinergias entre tecido económico e académico.
4. Os contributos culturais no enclave do território a sul de Portugal.

A realidade multicultural que caracteriza a região estudada, introduz um conjunto de oportunidades identificadas no enclave territorial, *i.e.*, as alóctones vêm colmatar os problemas de desertificação em certas localidades da região conforme já analisamos, - trazem consigo novas demandas para o mercado, gerando novas atividades, quer pelas próprias, quer pelas autóctones. Existe uma interculturalidade latente que este ecossistema territorial transporta.

Ademais, tendo em conta a predominância do setor do turismo na região, verificamos que a língua inglesa é dominada pela população local, sendo adquirida em contexto das atividades praticadas e na relação com os *stakeholders*, afirmando-se como uma rotinização social característica no Algarve.

Na vertente económica, a partir do momento em que verificamos quantitativamente o volume de negócios compreendido, o qual ascende aos sessenta e cinco milhões de euros, bem como ao número aproximado de mil novecentos e sessenta e quatro postos de trabalho gerados, torna-se axiomático identificar a mais-valia destas mulheres empreendedoras para a região estudada. No diagnóstico qualitativo é salutar para este ponto, concluir que as perspetivas de sobrevivências destas atividades se encontram, em maioria, asseguradas, logo, fortalece a teoria de que o potencial feminino entrevistado encontra conexão positiva para o desenvolvimento económico local, bem como internacional. Existe sim a necessidade de reforçar sinergias com as instituições públicas e privadas e com o tecido empreendedor na procura de suprir a problemática da sazonalidade aferida.

A par com as problemáticas identificadas destaca-se o panorama cultural, uma vez que 50% das entrevistadas são imigrantes. Na matéria de desenvolvimento cultural o enclave predominante no território estudado, resulta num exponencial capital humano híbrido, o que por consequência, vem incrementar o potencial de criatividade que coaduna com o perfil pretendido em matéria de empreendedorismo. A este respeito, Giddens (2002) postula-nos que a criatividade relaciona-se com a confiança básica do indivíduo. *“A própria confiança, por sua natureza, é em certo sentido criativa, porque envolve um compromisso que é um ‘salto no escuro’, um oferecer-se como refém para o acaso, o que implica estar-se preparado para abraçar novas experiências.”*(Giddens, 2002, p. 44) No nosso acervo empírico encontramos a analogia de ‘salto no escuro’ pela expressão ‘Salto de fé’ cunhado por uma das entrevistadas.

Na súmula dos elementos constituintes, determinamos diferentes considerações de acordo com o vértice de observação. Concluímos na matéria de desenvolvimento económico que a presença das comunidades imigrantes na região e inclusive no papel de empreendedoras constitui fundamento forte no

crescimento local. O peso destas empreendedoras é corroborado por Oliveira (2016) no seu estudo sobre o movimento dos imigrantes na economia portuguesa. Segundo a autora, seguidamente aos grandes centros urbanos, é na região do Algarve que estes e estas alóctones se concentram em busca de oportunidades, produzindo consideráveis impactos na estrutura empresarial local. O número de postos de trabalho criados, o volume de negócios e ainda a dinâmica com outras empresas locais são os indicadores quantitativos tomados no nosso trabalho e que por si são reveladores deste desenvolvimento.

Em matéria de desenvolvimento social, as estruturas de pertinência concentram-se na construção e partilha de conhecimento que a interculturalidade presente no território possibilita. Uma sociedade aberta, polarizada pela consciência do conhecimento sem fronteiras, no aproveitamento de recursos, é uma sociedade que caminha para o desenvolvimento.

Outrossim a interação resultante das atividades empreendedoras neste território, carrega inexoravelmente uma multiplicidade de visões empreendedoras sobre os recursos da região, novas demandas inculcadas por diferentes costumes no consumo e serviços. Muito embora não se tenha identificado um nível de partilha elevado através de *clusters* e associações na região, a presença multicultural é inevitável em termos construtivos (Argento, 2012) também, *i.e.*, aprendizagens do local para o global e vice-versa.

Nas questões sociais torna-se compaginável determinar que a mulher no papel de empreendedora vem enriquecer a sua representatividade social, contribuindo para dirimir estereótipos no campo do género. É irrefutável que a mulher tem vindo a lapidar caminho e a revelar cada vez mais um portefólio de competências que comprovam as suas potencialidades. A sociedade necessita da mulher no mercado de trabalho e necessita do homem nos cuidados domésticos. Não se trata de uma troca de papéis, mas de uma aceitação de partilha de papéis, em prol do equilíbrio, social, político e económico. Na temática de empreendedorismo a importância do género é desconstruída, colocando-se a tónica na diversidade humana.

Seguimos a esclarecer os contributos científicos entendidos como um avanço epistemológico no ramo das ciências sociais e no domínio da Sociologia, bases teórico-conceituais desenvolvidas neste trabalho, sob alicerces de especialistas como Marques (2016) no que respeita ao patamar de aprendizagens empreendedoras no ensino superior, Parente (2008) na integração da construção social de novas competências profissionais em contexto de mudança organizacional, Monteiro (2013) na aposta à aprendizagem ao longo da vida, um pilar prioritário e necessário no cenário da globalização, Sales Oliveira (2017) no confronto das alterações estruturais do trabalho e a presença de novas tecnologias em confronto com a crescente mobilidade de pessoas e bens, que nos configuram novos paradigmas de estudo. Importa refletir que todas estas questões relacionam a importância da análise do empreendedorismo na sua especificidade.

Em primeiro lugar e revisitando as pesquisas exploratórias, concluímos que não existia até à data um estudo académico sobre o empreendedorismo na região do Algarve, uma carência também sentida no instrumento de monitorização - Global Entrepreneurship Monitor - em Portugal.

b) Contributos para as ciências sociais -

1. A multiplicidade de dimensões explicativas do fenómeno do empreendedorismo.

2. A transversalidade encontrada entre a temática do empreendedorismo tradicionalmente mais trabalhada na Economia e na Gestão) com dimensões fortes da Sociologia (como o género e a cultura).
3. A fenomenologia na análise permite a concentração das significâncias em confronto com os contextos envolvidos no e na empreendedora.

A polémica indagação debatida entre analistas sobre se o empreendedorismo vem destronar as carreiras profissionais e os empregos para toda a vida, torna-se rebatível se aprofundarmos a reflexão, *i.e.*, primeiro, o empreendedorismo desde sempre existiu pois trata-se de uma atitude e de uma escolha do ser humano, segundo, torna-se atualmente *mainstream* por força da globalização de mercados, terceiro, essa mesma realidade citada, e não o próprio empreendedorismo, é que vem provocar a metamorfose no trabalho, logo surge uma mútua necessidade de (re)adaptação às novas demandas - quer por parte dos e das agentes, quer por parte das estruturas - resultando também de reformulação epistémica na ciência e nos objetos de estudo.

Clarificamos com isto que o fenómeno do empreendedorismo não é por *ipso facto* causador desta nova realidade, mas sim parte integrante da mesma, desmistificando afirmações e dogmas de que a 'moda de empreender' destitua realidades e práticas que pertencem ao passado (muito embora entendíveis como mais estáveis na sociedade do trabalho).

Outro rebate equaciona se a era da tecnologia vem eliminar postos de trabalho em analogia com o acontecido na industrialização mercantil da era taylorista e pós-fordista. Ora no caso apontado, não existe tecnologia nem avanço na matéria sem o dito capital humano. Existe sim uma necessidade premente de construção de conhecimento só permeável pela abertura dos e das agentes ativas no mercado. Ademais, o mercado tecnológico de igual modo possibilita uma infinita interação, cosmopolitizando as oportunidades de atuação num mercado de trabalho com mais pessoas e espacialmente mais abrangentes.

Outro alarmismo confronta-se com a ideia de que com fomento do empreendedorismo estaremos a responsabilizar os e as agentes e a desvincular instituições centrais como o Estado. Importa deslindar que tal não corresponde ao sugerido, na medida que se conclui que nenhum empreendedor ou empreendedora se desenvolvem sozinhos, necessitando sempre do próprio contexto para fazê-lo, *i.e.*, da abertura conjuntural de uma estrutura social e política que catalise a ação. De igual modo, empreender em pequena escala ou empreender por necessidade, não pode ser difundido como sinónimo de precariedade laboral, podendo acoplar inúmeras outras motivações como liberdade e flexibilidade, tratando-se sempre, salvaguardamos, de uma escolha racional do agente presente ao seu contexto e às opções que se lhe afiguram. Há sim que ter em conta que nem todas as escolhas têm bons resultados - muito embora possam servir de aprendizagem¹⁶⁸ - entrando neste cenário o clássico teorema de limpeza de mercados evocado por Schumpeter (1934) que nesta linha de análise terá sempre a sua enquadrada correspondência.

¹⁶⁸Conforme concluímos neste estudo a partir da exploração teórica, Portugal e o país vizinho circundam o determinado temor ibérico, pelo que culturalmente não aceitam com facilidade o sucesso, logo também não o utilizam como proveito de conhecimento experiencial, ao contrário do que acontece em outros países e em outras culturas (Hofstede, 2001; GEM, 2010).

No reenfoque ao contributo para as ciências sociais rebuscamos a aceção de Bourdieu et al(2004) sobre os usos da ciência. O autor sublinha que o cientista propõe determinar o estado do mundo e as tendências imanentes a este, analisando a mudança e perspetivando os acontecimentos. Neste trabalho académico propomos aferir realidades atuais revisitando realidades passadas. A partir do aferido conhecimento do real, prover assertivas interpretações dos factos, não constituindo intento perspetivar elementos futuros, mas sim deixar pistas de reflexão para os consulentes ou de investigação para os cientistas.

No ecletismo presente ao conceito de empreendedorismo, interrogamo-nos constantemente como enquadrar a temática, transversal nas academias e na vida política, com impactos expressivos na sociedade civil. A Teoria de Agência, trabalhada na Sociologia, catalisa as preocupações de análise para o comportamento do empreendedor e da empreendedora, permitindo enunciar o périplo da questão permeável à atitude humana e indissociável do contexto vivenciado. Empreendedorismo concluído neste trabalho é um conceito humano sem género, idade ou nacionalidade.

Para que se consiga compreender o que provoca a atitude empreendedora há que primeiramente compreender como esta é interpretada pela própria agência. No presente estudo, concluímos que o recurso à fenomenologia permitiu aferir a consciencialização do empreendedorismo nas praticantes e deste modo reconhecer perfis conscientes e racionais. Importa esclarecer que este método possibilitou uma análise aberta do movimento contínuo da experiência humana no seu construtivismo e que as questões cognitivas são tratadas no seu prisma existencial de significados (globais) e significâncias (dependentes da individualidade e diversidade do e da agente), levando a entender a temporalidade do conhecimento de cada fenómeno nos modos infidáveis do ser, assim como também da própria ciência, em permanente indagação. Bourdieu et al (2004) robustecem o método afirmando que o hermeneuta presencia indefinidas interpretações manifestas nas permutas comunicacionais diretamente observadas e interativas, todavia estabelece o seu juízo na relação objetiva e na estrutura cognitiva e científica previamente concebida para a análise.

É indubitável que a história de vida de cada pessoa influencia a sua capacidade cognitiva do mundo, a sua forma de interagir socialmente e de resolver os problemas. Após a recolha dos dados empíricos, verificamos encontrar semelhanças que aproximam cada uma das entrevistadas, quer no aspeto familiar, educativo, círculo de amizades, entre outros factores que contribuem para o conhecimento humano e para a atitude empreendedora. Tomamos também consciência da multiplicidade de elementos que veiculam a construção cognitiva das agentes, entre envolvimento locais e globais, entre conexão de experiências passadas e presentes que só são entendíveis na análise individual, na relação pessoa-contexto de cada discurso. Fernandes (2011) reconhece-nos que uma investigação social é pautada por uma correta posição interpretativa, sugestivamente aberta, sensível à linguagem, consciente das identidades que nela emergem - investigador e entrevistados - e com recurso a uma compreensão política, local, não autoritária e textual.

A mesma autora (Fernandes, 2011) reitera que a produção académica se trata de um pacto reflexivo pós-moderno, que parte de um foco local e parcial com vista a alargar horizontes. O estudo, realizado numa perspetiva meso, no caso, no espaço delimitado da região do Algarve, é, pois, um estudo local, contudo, a

partir do momento em que passa registado para o meio académico passa a ter um significado global, e os pressupostos de conhecimento alcançados servem-nos de guia para as questões globais da sociedade.

No percurso da análise foram construídos novos conceitos que servirão para outras futuras análises e investigações na temática, e.g., tipo-ideal das empreendedoras livres, tipo-ideal das empreendedoras otimistas, tipo-ideal das empreendedoras temerosas e tipo-ideal das empreendo-empresárias. A epistemologia que assenta o empreendedorismo é neste trabalho demarcada por novas exegeses, *i.e.*, focalizadas no ramo de saber das Ciências Sociais, desvincula os domínios de estudo da Sociologia e da Economia, de modo a procurar combater a complexidade do fenómeno e a esclarecer a natureza humana do motor que gera o empreendedorismo. Por outro lado, a preocupação sociológica articula-se com as preocupações economicistas do ensino do mesmo, complementando que o conhecimento de um elemento tão sensível como o é o ato de empreender, só pode ter consistência aliando as teorias e as práticas, valorizando o socio construtivismo em aula, protegendo deste modo o carácter salvacionista da educação e da ciência na matéria do empreendedorismo.

c) Contributos para o domínio da Sociologia -

1. Na multiplicidade de dimensões explicativas, o empreendedorismo pensado no domínio da Sociologia e sua desconexão analítica ao conceito de empresarialidade permite evidências empíricas descuradas até à data.
2. Na sociologia do trabalho, o enquadramento do empreendedorismo carece de concertações epistémicas. O papel da socióloga e do sociólogo torna-se cada vez mais premente para diagnosticar comportamentos em contexto organizacional.

Encontramos relevante concluir que neste estudo tratamos o empreendedorismo na sua individualidade, na sua especificidade conceptual. Já quando analisamos os objetivos do empreendedorismo compreendemos que residem na inovação e na diferença criativa, também assim assumimos esta postura como a diferença no contributo científico. Defendemos que é fundamental a destrição deste fenómeno do conceito de empresarialidade, para conseguir determinar perfis de natureza distinta. Embora de modo genérico exista a tendência verificada de confundir a conotação dos dois conceitos - empreendedorismo e empresarialidade-, é importante clarificar na conclusão de todo um percurso de investigação académica que quando abordamos o tema empreendedorismo não estamos a abordar a empresarialidade, motivo pelo qual estas mulheres compõem ações empreendedoras diversificadas nos domínios económico, social e cultural. A raiz da complexidade do fenómeno estudado reside também na ausência de mais visões sociológicas que possam fundamentar o que não é focado nas visões economicistas, por sua vez mais replicadas. O facto de se promover uma correta destrição dos conceitos de empreendedorismo e empresarialidade, permite-nos analisar o fenómeno na sua exclusividade e segmentar corretamente os perfis associados a cada qual. Enquanto o primeiro conceito busca diversidade no potencial humano, o segundo encontra perfis mais fechados. Não se trata de sobrepor diferentes domínios de estudo, mas sim de agregar saberes para melhor escalonar as medidas na sociedade. A evidência apodítica determina que o fomento desta confusão temática é expressivo nas políticas públicas, o que provoca por sua vez, interpretações

erróneas da matéria ou o alienamento da temática na Sociologia. Concluímos por tal ser impreterível desconectar os conceitos para permitir análises direccionadas ao motor empreendedor: Agente.

O papel do sociólogo aparece-nos nesta reflexão como fundamental para o refinamento das ações empreendedoras. Para Bourdieu et al (2004), o capital científico trabalhado pelo sociólogo possui um poder instituído e funciona como forma de crédito, *i.e.*, pressupõe a confiança ou a crença dos e das que o suportam e reconhecem. Assim sendo, podemos deduzir que os e as agentes, perante o conhecimento formalizado na ciência, agem de acordo com intenções conscientes e calculadas, segundo métodos e programas conscientemente elaborados. Mais adianta o autor que esta visão escolástica está na origem da visão logicista, sendo um poder que se exerce apenas sobre agentes que têm as categorias de percepção necessárias para o conhecer e reconhecer. O empreendedorismo carece de uma posição de análise mais presente na Sociologia e vem assim acrescentar o acervo epistémico do campo da Sociologia do Trabalho, centrado na observação dos comportamentos humanos em contexto laboral, também com contributos para o campo das organizações.

Limitações do estudo

Oitenta depoimentos não agrega de forma alguma todo o *corpus* empreendedor da região, para que se possa fechar o campo dos perfis empreendedores. Ademais torna-se infrutífero procurar esgotar a delimitação de perfis neste estudo, atendo ao próprio conceito de diversidade humana que se agrega como fundamento do empreendedorismo. Por outro lado, o facto de possuímos uma extensa população para análise qualitativa não nos permitiu dar neste trabalho um maior aprofundamento no tratamento de dados. Não obstante, destes oitenta depoimentos, reserva-se um enriquecido conteúdo para futuros trabalhos de investigação sobre a temática.

A aprendizagem não se esgota e o sentido de investigação respeitante aos movimentos sociais também não. Temos consciência de que não foram explorados os postulados teóricos do campo de estudo das mobilidades e das migrações, uma vez que não consistia um foco principal, tendo emergido por conta dos factos empíricos.

Estamos conscientes de que nenhuma teoria exclusiva e isolada permite compreender todos os fenómenos sociológicos que se identificam numa investigação em curso, *“uma teoria centra-se no poder, outra na interacção quotidiana e outra ainda nos valores e normas. Nenhuma delas é tida como superior a qualquer outra; todas realçam diferentes características do domínio social.”* (Baert e Silva, 2014, p. 8) As teorias complementam-se assim como dimensões constitutivas no horizonte histórico, no presente e no *devir*.

Evocamos neste esclarecimento a Lei de Pareto (Pareto, 2007; Sobaca Limited., 2010) para relacionar as validades científicas de qualquer estudo, na medida em que 80% se constituem para o desenvolvimento da ciência e 20% abrem caminhos para contínuas investigações. Bourdieu et al (2004) recordam-nos que o conhecimento científico é aquilo que sobreviveu às objeções e pode resistir às objeções futuras. A opinião validada é aquela que é reconhecida, porque já não suscita dúvidas pertinentes ou não tem melhor explicação. Almeida (1994) corrobora que não existe uma ciência unitária e universal. Existem sim, formações científicas historicamente situadas, dotadas de autonomia relativa, de temporalidade

própria, de ritmos desiguais de desenvolvimento, como desigual é a sua inserção em estruturas sociais determinadas. A reflexão epistemológica consiste em promover a distanciação entre conhecimentos e ideologias. Atendendo que os elementos ideológicos são noções leves de conhecimento, a crítica epistemológica propõe destruir as falsas transparências do senso comum mais ou menos elaborado que se autodeterminam como conhecimentos, assim anular a eficácia dos obstáculos ideológicos que ao longo da história das ciências vão sucessivamente surgindo como bloqueamentos à apropriação cognitiva do real, limitando a construção científica.

Os métodos de recolha empírica - entrevista presencial à realidade de oitenta mulheres - não são exaustivos no ciclo da complexidade da matéria, não permitindo sanar algumas questões que ficam por investigar, sugeridas adiante, e em tudo mais que esteja omissa neste estudo.

Pistas para posteriores investigações na temática envolvida

Trabalhando a complexidade do fenómeno empreendedorismo, despertou-nos atenção o caso das mulheres multiempreendedoras que encontramos na recolha empírica. Consideramos que seria enriquecedor para o campo científico, aprofundar estes casos através do método histórias de vida.

Durante a pesquisa sentimos necessidade da existência de acervos estatísticos desagregados pelas variáveis sexo, idade e nacionalidade, no mapeamento dos setores de atividade e com focos mais exaustivos, *i.e.*, por regiões. Verificou-se uma completa ausência no disposto sobretudo através de instituições fulcrais como o Instituto Nacional de Estatística, parecendo-nos premente sensibilizar sobre esta angústia sociológica.

Importa nesta linha acrescentar que cada território possui as suas especificidades (quer geográficas, quer sociais e culturais) e que no caso desta região meridional os estudos têm sido incipientes. Estudos idênticos, no mesmo território e na mesma população, que permitam recurso a metodologias longitudinais podem fortalecer assim resultados numa proposta de continuidade académica através de centros de investigação.

No patamar cultural é importante esclarecer que sobre esta matéria não foi acionado o enquadramento teórico na primeira parte do estudo, pois apenas nos deparamos com a dimensão do contributo empreendedor proveniente de imigrantes após encetarmos o trabalho de campo, tendo procurando emergir o assunto através de outros estudos todavia uns já apresentam alguma distância temporal, outros são mais gerais, não se limitando apenas ao distrito de Faro (Covas, 2004; Barreira, 2006; Malheiros et al, 2010; Oliveira, 2016). Assim sendo e no que esta realidade cultural envolve significativamente, deixamos abertura para um estudo temático mais aprofundado.

Importa ainda reforçar nesta conclusão que o percurso de trabalho envolvido pela investigadora produziu-se na construção de aprendizagens, no enriquecimento pessoal e académico¹⁶⁹, bem como na sensibilização interiorizada para o papel do sociólogo e da socióloga na análise de realidades sociais tão flamejantes como o empreendedorismo, tarefa que resolveu assumir com total apego e que constata ser

¹⁶⁹De registar a produção de artigos científicos e a comunicação em congressos e seminários, incentivados pela sua orientadora, contribuíram para o aprofundamento prático da realidade estudada.

premente alicerçar no domínio da Sociologia, por possibilitar uma visão mais direcionada ao autor ou autora das práticas empreendedoras.

No cenário de globalização e perante as metamorfoses do mercado de trabalho e das instabilidades que marcam o momento elástico da nossa história, colocamos em premissa que existe uma necessidade contínua de conquistar novos públicos, criar novos produtos e serviços. O caldeamento cultural desta região favorece essa mesma demanda. Ademais, a instalação de diversidade humana proveniente de outras nacionalidades, idades e género é uma realidade vantajosa (OCDE, ILO, IFM, 2014), e contribui para alavancar a economia. Neste enfoque é salutar concluir que aproveitar o potencial feminino, enraizando novas práticas é emergente por consequência produzirá novos paradigmas reforçando também o tecido científico das ciências sociais que estudam os movimentos da população e seus impactos.

Conforme defende Giddens (1989), o e a cientista social é também um ou uma comunicadora que apresenta redes de significado associadas a determinados contextos, para esclarecer aqueles, que porventura, se encontram em contextos dissímeis. Só deste modo faz sentido a contínua produção e distribuição do conhecimento.

BIBLIOGRAFIA

- ACIDI (2012). Estatística da evolução do empreendedorismo estrangeiro em Portugal, *Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural, I.P, Presidência do Conselho de Ministros*, available <http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/207167/Empregadores+segundo+os+Censos.pdf/89aa3514-6bc8-4531-a071-f5d49f7920da>, [27 May 2017].
- Adam, Gérard e Reynaud, Jean Daniel (1984). *Sociologia do trabalho: os conflitos*. Rés: Porto.
- Ahl, Helene (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 595-621. available at doi.wiley.com/10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x. [18 January 2017].
- Ahl, Helene (2002). *The Making of the Female Entrepreneur*. Jönköping International Business School: Sweden.
- Alexander, Jeffrey (2004). Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy, *Sociological Theory*. Base Blackwell Publishing Ltd/Inc.: Oxford, pp. 527-573. Doi: 10.1111/j.0735-2751.2004.00233.x. [18 January 2017].
- Almeida, João Ferreira (1994). *Introdução à Sociologia*. Universidade Aberta: Lisboa.
- Almeida, Paulo Pereira (2005). *Trabalho, Serviço e Serviços: contributos para a sociologia do trabalho*. Edições Afrontamento: Porto.
- Alves, Adalberto (2013). *Dicionário de arabismos da língua portuguesa*. INCM - Imprensa Nacional Casa da Moeda: Lisboa.
- Alves, Adalberto (2016). *Portugal e o Islão iniciático*. Althum: Lisboa.
- Alvim, Maria Helena Vilas-Boas et al. (2002). *Em torno da história das mulheres*. Universidade Aberta: Lisboa.
- Amâncio, Lígia (1992). As assimetrias nas Representações de Género. *Revista Crítica das Ciências Sociais*, pp. 9-22.
- Amâncio, Lígia (1993a). Género -Representações e Identidades. *Sociologia-Problemas e Práticas*, n. 14, pp. 127-140.
- Amâncio, Lígia (1993b). Identidade Social e Relações Intergrupais. In Vala e Monteiro [Org] *Psicologia Social*. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, pp. 287-307.
- Amâncio, Lígia (1999). Género e Educação em Portugal: Mitos e Realidades. In Neto, Félix; Joaquim, Teresa; Soares, Rui e Pinto, Teresa (Org). *Igualdade de oportunidades - género e educação*. CEMRI- Universidade Aberta: Lisboa, pp. 195-207
- Amâncio, Lígia (2003). O género no discurso das ciências sociais, *Análise Social*, pp. 687-714.
- Amorim, Ruben Samuel Lino Gomes (2013). *Educação para o empreendedorismo: a educação para o empreendedorismo nos cursos de licenciatura de Educação Social em Portugal*. Dissertação de Mestrado. Universidade da Beira Interior: Covilhã, available at <http://hdl.handle.net/10400.6/2751>, [18 January 2017].
- Antunes, Helena (1996). Metodologias em Ciências Sociais: uma análise reflexiva. *III Congresso Português de Sociologia*, APS. available at https://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR492fc5f05cce0_1.pdf [17 July 2017].
- Argento, Heloísa (2012). Teoria construtivista. available at http://www.robertexto.com/archivo5/teoria_construtivista.htm/, [29 January 2017].
- Assembleia da República (2016). 'IMIGRAÇÃO Legislação Nacional'. *Assembleia da República, DILP - Divisão de Informação Legislativa Parlamentar* (Recolha de Legislação e Tratamento de Informação). Available at

- https://www.parlamento.pt/Legislacao/Documents/Dossie_LegislacaoNacional.pdf, [28 May 2017].
- Assuncao, Fátima (2012). On becoming self-employed: gender, class and entrepreneurship in Portugal. PhD, The University of Manchester.
- Assunção, Fátima (2008). Do emprego à empresa? Uma reflexão sobre o auto-emprego, a pequena propriedade e o empreendedorismo. *VI Congresso Português de Sociologia*, APS: Lisboa.
- Augusto, Amélia (2014). Metodologias quantitativas/metodologias qualitativas: mais do que uma questão de preferência. *Fórum Sociológico* [online], pp. 73-77, doi: 10.4000/sociologico.1073 [18 January 2018]
- Badenhausen, Kurt (2017). Sweden Heads The Best Countries For Business For 2017. *FORBES - Business and Economy*, available at <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2016/12/21/sweden-heads-the-best-countries-for-business-for-2017/#3bf4a4447ecd> [23 March 2017].
- Baert, Patrick e Silva, Filipe Carreira da (2014). *Teoria Social Contemporânea*. Editora Mundos Sociais: Lisboa.
- Baptista, Rui e Leitão, João (2015). Entrepreneurship, Human Capital and Regional Development - Introduction, pp. 1-11, doi: 10.1007/978-3-319-12871-9_1., [18 January 2017]
- Barreira, Ana Paula (2006). *O Algarve e a Inovação - o Perfil Regional*. Universidade do Algarve: Faro.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Liquid Times: Living in an age of uncertainty*. Polity Press: Cambridge.
- Beauvoir, Simone de (2009). *O segundo sexo*. 2nd ed. Nova Fronteira: Rio de Janeiro.
- Beck, Ulrich et al. (2006). *La Sociedad Del Riesgo: Hacia Una Nueva Modernidad*. Paidós Iberica Ediciones S A: Barcelona.
- Becker, Gary (1971). *The economics of discrimination*. University of Chicago Press: Chicago.
- Becker, Gary (1993). Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior. *The Journal of Political Economy*, pp. 385-409, available at <http://www.jstor.org> [19 January 2017].
- Berger, Ronald e Quinney, Richard (2005). *Storytelling sociology : narrative as social inquiry*. Lynne Rienner Publishers: Colorado.
- Boava, Diego e Macêdo, Fernanda (2007). Constituição Ontoteológica do Empreendedorismo. In: *XXXI Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração*, 31, ANPAD -Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração: Rio de Janeiro.
- Boava, Diego e Macêdo, Fernanda (2011). Empreendedorismo Explicitado à Maneira dos Filósofos. A Problemática Polissémica Intrínseca ao Empreendedorismo e das suas consequências para o estudo científico da atividade. *V Encontro de Estudos em Estratégia*. ANPAD -Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, available at <https://docplayer.com.br/423307-Empreendedorismo-explicitado-a-maneira-dos-filosophos.html> [19 January 2017].
- Bourdieu, Pierre (2000). *As estruturas sociais da Economia*. Casa das Letras: Porto.
- Bourdieu, Pierre et al. (2004). *Os usos sociais da ciência: Por uma sociologia clínica do campo científico: Pierre Bourdieu ; tradução Denice Barbara Catani*. Editora UNESP: São Paulo.
- Bourdieu, Pierre (2007). *A dominação masculina*. 5th ed. Bertrand Brasil: Rio de Janeiro.
- Bourdieu, Pierre (2013). Capital simbólico e classes sociais, *Novos Estudos - CEBRAP*, pp. 105-115. doi: 10.1590/S0101-33002013000200008., [18 January 2017].
- Brandão, Ana Maria (2009). Queer, mas não muito: género, sexualidade e identidade nas narrativas de vida de mulheres. *Ex aequo : revista da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres*, pp. 81-96. doi: ISSN 0874-5560. 20., [12 April 2017].

- Breckenridge, Jenny et al. (2012). Choosing a methodological path: Reflections on the constructivist turn. *Grounded Theory Review An International Journal*, available at <http://groundedtheoryreview.com/2012/06/01/choosing-a-methodological-path-reflections-on-the-constructivist-turn/> [27 January 2017].
- Butler, Judith (2008). Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. 2nd ed. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro.
- Câmara, Leonor Moreira (2006). Reflexões sobre os Usos do Tipo-Ideal de Dominação Legal na Produção Nacional Recente Sobre a Administração Pública Federal. *ANPAD*. available at http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEO/eneo_2006/2006_ENEO492.pdf [19 March 2017].
- Campos, Adriano e Soeiro, José (2016). *A Falácia do Empreendedorismo*. Bertrand: Lisboa.
- Cardoso, Gustavo (2003). Internet. Quimera Editores: Lisboa.
- Carrilho, Maria Manuel Rosado (2015). A fundamentação filosófica das noções de cuidado e de responsabilidade no pensamento de Maria de Lourdes Pintasilgo. PhD, Universidade de Évora.
- Carvalho, Luísa Cagica e Da Costa, Teresa Gomes (2015). *Empreendedorismo Uma visão global e integradora*. Edições Sílabo: Lisboa.
- Casaca, Sara Falcão (2005). Flexibilidade, emprego e relações de gênero: a situação de Portugal no contexto da União Europeia. *Flexibilidade de Emprego: Riscos e Oportunidades*, pp. 55-89, Celta Editora: Lisboa.
- Casaca, Sara Falcão (2008). Flexibilidade de Emprego em Portugal e na União Europeia: colocando a dimensão de gênero no centro do debate. *Género, Diversidade e Cidadania*, pp. 131-154.
- Casaca, Sara Falcão (2012). *Mudanças Laborais e Relações de Género: novos vectores de (des)igualdade*. Almedina: Coimbra.
- Casaca, Sara Falcão (2013). As novas dinâmicas laborais e os desafios da articulação com a vida familiar. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.72, pp. 31-52. doi: 10.7458/SPP2012722617, [27 March 2017].
- Castells, Manuel (2000). *The rise of the network society*. Base Blackwell Publishers: Oxford.
- Castells, Manuel (2002). *A Sociedade em Rede*. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa.
- Castells, Manuel (2006). 'A Sociedade em Rede'. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- De Castro, Fábio Fonseca (2012). A sociologia fenomenológica de Alfred Schütz. *Ciências Sociais Unisinos*. UNISINOS - Universidade do Vale do Rio Dos Sinos, doi: 10.4013/csu.2012.48.1.06., [27 March 2017].
- Cavusgil, Tamer e Knight, Gary (2009). *Born global firms: a new international enterprise*. Business Expert Press: New York.
- CCDR (2013). Enquadramento Nacional - Algarve Conjuntura. *Observatório das Dinâmicas Regionais do Algarve*, available at www.ccdr-alg.pt [18 January 2017].
- Cesar, Célia (2014). Empresas vão ter apoios significativos na Estratégia Europa 2020 | *VidaEconómica*. *Vida Económica*, available at <http://www.vidaeconomica.pt/vida-economica-1/publicacoes-9/edicao-num-1536-do-vida-economica-de-11042014/atualidade/empresas-vaio-ter-apoios-significativos-na-estrategia-europa-2020> [23 March 2017].
- Chaves, Rosário Rito e Parente, Cristina (2011). O empreendedorismo na escola e o paradigma das competências. *Universidade do Porto*, pp. 65-84, available at <https://spp.revues.org/601> [11 March 2017].
- CIG (2017). Relatório intercalar de execução do V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e Não-Discriminação - 2016, available at <https://www.cig.gov.pt/> [24 January 2018].
- CITE (2014). Relatório sobre Diferenciações Salariais por Ramos de Atividade, available at

- http://www.cite.gov.pt/pt/destaques/complementosDestqs/I_Rel_Dif_Sal.pdf [27 March 2017].
- Clapier-Valladon, Simone e Raybaut, Paul (1999). *História de Vida: teoria e prática*. 2nd ed. Celta: Oeiras.
- Cluster do Mar (2011). Retrato Estatístico da Região do Algarve. *Cluster do Mar*, available at <http://www.clusterdomar.com/index.php/temas/case-study/176-retrato-esatistico-da-regiao-do-algarve> [13 May 2017].
- Coelho, Ana Filipa Machado (2014). *Liderança Feminina: O impacto dos estereótipos de género no acesso das mulheres aos cargos de liderança de topo*. Dissertação de Mestrado: Universidade Católica Portuguesa.
- Coelho, Eduardo Prado (1960). *Estruturalismo: antologia de textos teóricos: Foucault, Derrida, Lévi-Strauss, Althusser, Lacan, Sartre, Barthes, Sebag e outros*, vol. 24, Portugalia: Lisboa.
- Coelho, Lina (2013). *Mulheres e Desigualdades em Portugal: Conquistas, Obstáculos, Contradições e Ameaças*. *Centro de Estudos Sociais*, available at http://www.ces.uc.pt/myces/UserFiles/encontros/867_Mulheres em Portugal_conquistas%2C obst%E1culos e amea%E7as.pdf [22 July 2017].
- Connell, Raewyn (1987). *Gender and power: Society, the person, and sexual politics*. Polity Press in association with Base Blackwell: Cambridge.
- Corrêa da Silva et al. (2015). Crise Económica em Portugal: Alterações nas Práticas Quotidianas e nas Relações Familiares. *Livro de Atas do 1º Congresso da Associação Internacional das Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa*, available at http://www.ces.uc.pt/projectos/finfam/ficheiros/Ribeiro_Frade_Coelho_Ferreira-Valente_2015.pdf [1 July 2017].
- Correia, Carolina e Costa, Vânia (2016). Avaliação do Impacto dos Fundos do QREN no Desempenho Económico e Financeiro das PME: O Caso da Indústria Transformadora do Concelho de Barcelos. *Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting*, available at <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/PJFMA/article/view/185/91> [22 March 2017].
- Costa, Sérgio (2014). *Business model change in early-stage university spin-offs*. PhD, University of Strathclyde.
- Covas, Maria das Mercês (2004). Portugal na rota da imigração dos cidadãos comunitários: o caso da região algarvia. *Sociedades Contemporâneas: Reflexividade e Acção*. Atas do V Congresso Português, Associação Portuguesa de Sociologia.
- Cresswell, Tim (2006). *On the move: Mobility in the modern western world*. Taylor & Francis: Oxford.
- Crompton, Rosemary (1997). *Women and work in modern Britain*. Oxford University Press: Oxford.
- Crosby, Philip (1981). *Situation management: The art of getting your own sweet way*. 2nd ed. McGraw-Hill Inc.: New York.
- Crozier, Michel (1994). *A Empresa à Escuta*. Instituto Piaget: Lisboa.
- Cuche, Denys (2010). *La notion de culture dans les sciences sociales*. 4th ed. Découverte: Paris.
- Czaron, Wojciech (2009). Power asymmetries, flexibility and the propensity to cooperate: An empirical investigation of SMEs' relationships with franchisors. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. Inderscience Publishers: Olney, doi: 10.1504/ijesb.2009.024104, [28 April 2017].
- Decreto-Lei n. 128/2014 de 29 Agosto /DRE (2014). Diploma do regime Jurídico dos estabelecimentos de Alojamento Local. *Diário da República Eletrónico*, available at <https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/->

/lc/67038191/201704022338/exportPdf/normal/1/cacheLevelPage?_LegislacaoConsolidada_WAR_drefrontofficeportlet_rp=indice [28 May 2017].

Della Chiesa, Bruno; Scott, Jessica e Hinton, Christina (2012). Languages in a global world : Learning for better cultural understanding'. *OCDE*. doi: 10.1787/9789264123557., [27 April 2017].

Derrida, Jacques (1996). A voz e o fenómeno: introdução aos problemas do signo na fenomenologia de Husserl. Edições 70: Lisboa.

Dewey, John (2007). 'Democracia e Educação'. Lisboa: Plátano Editora.

Diário da República (2013). V Plano Nacional para a Igualdade de Género, Cidadania e não-discriminação 2014-2017. *Governo Português*, available at https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2014/01/V_PL_IGUALD_GENERO.pdf [24 March 2017].

Dias, Mónica Costa e Varejão, José (2012). Estudo de avaliação das políticas ativas de emprego -Relatório Final. *Observatório Faculdade de Economia da Universidade do Porto*, available at file:///C:/Documents and Settings/utilizador/Os meus documentos/Downloads/file838 (1).pdf [28 March 2017].

Domingues, Garcia (2010). História Luso-Arabe. Centro de Estudos Luso-Árabes de Silves.

Downs, Anthony (2013). Une théorie économique de la démocratie. Université de Bruxelles: Bruxelles.

Drucker, Peter (1993). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. 15th ed. Longman Higher Education: New York.

Drucker, Peter (2007). Practice of Management. Taylor & Francis Ltd: Oxford.

Durkheim, Émile (2007). As regras do Método Sociológico, 3th ed., p. XI, Martins Fontes: São Paulo.

ECO (2016). European Cluster Panorama 2016, European Cluster Observatory - Center for Strategy and Competitiveness Stockholm School of Economics, available at <http://www.clustercollaboration.eu/news/european-cluster-panorama-2016-available> [15 March 2017].

EIGE e UE (2016). H2020 Programme Guidance on Gender Equality in Horizon 2020 History of changes Guidance on Gender Equality in Horizon 2020, available at http://eige.europa.eu/sites/default/files/h2020-hi-guide-gender_en.pdf [10 March 2017].

Estanque, Elísio (2009). A Crise Mundial e os Dilemas do Trabalho. *Revista da RET - Rede de Estudos do Trabalho*, III, n. 5, available at <http://www.estudosdotrabalho.org/1revistaRET5.pdf> [10 March 2017].

EU (2011). Barcelona sabe como formar empreendedores - Portal europeu das pequenas empresas, Comissão Europeia -Portal Europeu das Pequenas Empresas, available at http://ec.europa.eu/small-business/success-stories/2011/june/index_pt.htm [23 March 2017].

EUROSTAT (2012). Números-Chave sobre o Ensino das Línguas nas Escolas da Europa 2012. *Comissão Europeia -Eurostat*. doi: 10.2797/34192, [23 March 2017].

Falcão, Catarina (2015). Português vence prémio de melhor tese de empreendedorismo. *Observador*, available at <http://observador.pt/2015/08/12/portugues-vence-premio-de-melhor-tese-de-empreendedorismo/> [19 March 2017].

Feijó, António e Tamen, Miguel (2017). A Universidade como deve ser. Fundação Francisco Manuel dos Santos: Lisboa.

Félix, Susana (2017). Criação de sobrevivência de empresas em Portugal. *Banco de Portugal*, available at https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/papers/ree201702_p.pdf. [2 August 2017]

Fernandes, André Bartholomeu (2017). O que realmente cria a riqueza - e por que muitas pessoas são contra isso. *Jornal do Empreendedor*, available at <https://jornaldoempreendedor.com.br/destaques/politica-e->

- economia/o-que-realmente-cria-a-riqueza-e-por-que-muitas-pessoas-sao-contrario/ [28 March 2017].
- Fernandes, João André Tavares; Campos, Fabiana de; Silva, Miriam Oliveira da (2013). Mulheres Empreendedoras: o desafio de Empreender. *Contribuciones a las ciencias sociales*, available at <http://www.eumed.net/rev/cccss/24/familia-trabalho.html> [10 March 2017].
- Fernandes, Maria Emília (2011). Permanência e mudança nas ‘performatividades’ de género e empresariado. (Re) interpretando os registos discursivos de um grupo de empresárias, a partir da ‘posicionalidade’ feminista pós-moderna. PhD: Universidade do Minho.
- Ferreira, Paulo Jorge Silveira (2015). Empreendedorismo: Uma abordagem sintética. Silabas & Desafios: Faro.
- Ferreira, Virgínia (2005). Direitos das Mulheres. Coimbra Editora e Uns Gentium Conimbridge: Coimbra.
- Ferreira, Virgínia (2010). A igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal. *Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego*, available at http://www.cite.gov.pt/asstscite/downloads/publics/Igualdade_CITE_NET.pdf [7 March 2017].
- Ferreira da Silva, Luísa (2008). Modernidade e Desigualdades Sociais. Universidade Aberta: Lisboa.
- Fetters, Michael e Molina-Azorin, José (2017). The *Journal of Mixed Methods Research* Starts a New Decade: The Mixed Methods Research Integration Trilogy and Its Dimensions. *Journal of Mixed Methods Research*, pp. 291-307, SAGE Publications: Los Angeles,. doi: 10.1177/1558689817714066., [28 August 2017].
- Filion, Louis Jacques (1998). From Entrepreneurship to Entrepreneurology: The Emergence of a New Discipline. *Journal of Enterprising Culture*. World Scientific Pub Co Pte Lt, 6(1), 1-23. doi: 10.1142/s0218495898000023., [27 March 2017].
- Filion, Louis Jacques (1999). Do Empreendedorismo a Empreendedologia. *The University of Montreal Business*, available at <https://pt.scribd.com/document/130076979/Do-Empreendedorismo-a-Empreendedologia-filion> [1 April 2017].
- Filion, Louis Jacques e Laferté (2003). Carte routière pour un Québec entrepreneurial, HEC: Moutreal, available at <https://www.google.pt/search?q=Carte+routière+pour+un+Québec+entrepreneurial%2C+Filion&oq=Carte+routière+pour+un+Québec+entrepreneurial%2C+Filion&aqs=chrome..69i57.2731j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> [11 March 2017].
- Filion, Louis Jacques et al. (2008). Empreendedorismo de Base Tecnológica. Spin-off: criação de novos negócios a partir de empresas constituídas. Editora Campus: Rio de Janeiro.
- Foucault, Michel (2008). Estruturalismo e pós-estruturalismo. Universitária: Rio de Janeiro.
- Freeman, Edward (1984). Strategic Management: a Stakeholder Approach. Pitman: Boston.
- Freire, João (1995). O Trabalho Independente em Portugal. PhD, ISCTE -IUL.
- Freire, João; Vala, Jorge e Cabral, Manuel Villaverde (2005). Atitudes Sociais dos Portugueses: Trabalho e Cidadania. Imprensa de Ciências Sociais: Lisboa.
- Freire, Paulo (2006). Educação, Sociedade e Culturas. n.23, Edições Afrontamento: Porto.
- Friedan, Betty (2010). The feminine mystique. Penguin Classics: London.
- Friedman, Milton (2012). Liberdade para Escolher. Lua de Papel: Alfragide.
- Garfinkel, Harold (2015). Seeing Sociological, the Routine Grounds of Social Action. Taylor & Francis: Oxford.
- GEE (2016). Ambiente de Negócios -Investir em Portugal Hoje e Amanhã, available at www.gee.pt [10 April 2017].

- GEI (2017). Global Entrepreneurship Index Identifies Startup Hotspots, Measures Digital Ecosystems | Global Entrepreneurship Development Institute, Global Entrepreneurship Index, available at <http://thegedi.org/2017-global-entrepreneurship-index-identifies-startup-hotspots-measures-digital-ecosystems/> [10 April 2017].
- GEM (2010). GEM Portugal 2010 Estudos sobre o Empreendedorismo, available at http://www.empreender.aip.pt/irj/go/km/docs/site-manager/www_empreender_aip_pt/documentos/pt/barometro/destaque/GEM_Portugal_Final.pdf [1 July 2017].
- GEM (2015a). 2014 Global Reports, available at <http://www.gemconsortium.org/report/49079> [10 March 2017].
- GEM (2015b). GEM Euroace 2014-2015 Report - Alentejo (Portugal), Centro (Portugal), Extremadura (Spain). Doi: 84-88611-40-4, [10 March 2017].
- GEM (2015c). GEM Portugal 2012 Report, available at <http://www.gemconsortium.org/report/48775> [10 March 2017].
- GEM (2015d). Women Report. Special Topic Reports, available at www.gemconsortium.org/report/49281, [10 March 2017].
- GEM (2017a). GEM 2016/2017 Global Report. *Global Entrepreneurship Monitor*, available at <http://www.gemconsortium.org/report> [21 March 2017].
- GEM (2017b). Global Reports 2016, available at <http://www.gemconsortium.org/report> [10 March 2017].
- Giddens, Anthony (1989). *Constituição da Sociedade*. Martins Fo: Lisboa.
- Giddens, Anthony (1991). *Constituição da Sociedade: Esboço da Teoria da Estruturação*. University of California Press.
- Giddens, Anthony (2000a). *Dualidade da Estrutura: Agência e Estrutura*. Celta Editora: Oeiras.
- Giddens, Anthony (2000b). *Sociologia*. Fundação Calauste Gulbenkian: Lisboa.
- Giddens, Anthony (2002). *Modernidade e Identidade*. J. Z. Editor: Rio de Janeiro.
- Goldthorpe, John (1983). Women and class analysis: In Defence of the conventional view. *Sociology*, 17(4), pp. 465-488, SAGE Publications: California. Doi: 10.1177/0038038583017004001., [28 March 2017].
- Gomes, Almira Ferraz (2005). O outro no trabalho: mulher e gestão. *REGE Revista de Gestão*, 12(3), 1-9. Doi: 10.5700/ISSN.2177-8736.REGE.2005.36522., [28 March 2017]
- Guerra, Isabel Carvalho (2014). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo*. Principia: Cascais.
- Hall, Edward Twitchell (2011). *La Danse de la vie temps culturel, temps vécu*. Points: La Rochelle.
- Hearn, Jeff (2014). Men, masculinities and the material(-)discursive. *NORMA*, 9(1), pp. 5-17, Informa: London. Doi: 10.1080/18902138.2014.892281., [18 March 2017].
- Held, David e Goldblatt, David (1999). *Global transformations: Politics, economics and culture*. Polity Press: Cambridge.
- Hisrich, Robert (1994). *Entrepreneurship Im/TB*. McGraw-Hill Inc.: Chicago.
- Hofstede, Geert (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage Publications: California.
- Hofstede, Geert (2003). *Culturas e organizações: compreender a nossa programação mental*. Sílabo: Lisboa.
- Hofstede, Geert (2005). *Cultures and organizations: software of the mind*. McGraw-Hill: Chicago.
- Husserl, Edmund (1986). *A ideia da Fenomenologia*. Edições 70: Lisboa.

- IFDEP (2014a). Empreendedorismo Feminino - Um Olhar sobre Portugal. *Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal, Departamento de Research*.
- IFDEP (2014b). Empreendedorismo Jovem, um olhar sobre Portugal, available at http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-jovem-versao_web2.pdf [1 July 2017].
- IFDEP (2015a). Empreendedorismo nas Comunidades Imigrantes, um Olhar sobre Portugal, available at http://www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-com_imigrantes_ver_web.pdf [28 March 2017].
- ILO (2013). Global Employment Trends for Youth 2013, available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_212423.pdf [1 March 2017].
- INE, (2011). *Censos 2011*. doi: ISBN 978-989-25-0148-2., [27 March 2017].
- INE (2015a). Empresas em Portugal -2013, Publicações Instituto Nacional de Estatística, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=224784102&PUBLICACOESstema=55579&PUBLICACOESmodo=2 [10 March 2017].
- INE (2015b). População residente por sexo, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contexto=pi&indOcorrCod=0008273&selTab=tab0 [1 March 2017].
- INE (2015c). Membros dos conselhos administrativos das empresas PSi20, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0005959&contexto=pgi&selTab=tab10 [1 March 2017].
- INE (2016a). Anuário Estatístico da Região do Algarve -2015, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=277103589&PUBLICACOESmodo=2 [25 January 2017].
- INE (2016b). Caracterização Socioeconómica do Município, *Instituto Nacional de Estatística*, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_doc_municipios [25 January 2017].
- INE (2016c). Destaque Jovens no Mercado de Trabalho- Módulo ad hoc do Inquérito ao Emprego, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=278813223&DESTAQUESstema=55574&DESTAQUESmodo=2, [25 January 2017].
- INE (2016d). Retorno de Informação Personalizada dos Municípios, *Dossier Temático, Instituto Nacional de Estatística*, available at <https://www.ine.pt/documentos/municipios/0503.pdf> [18 April 2017].
- INE (2017a). Constituição de pessoas coletivas e entidades equiparadas. *Instituto Nacional de Estatística*, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0008068&contexto=pi&selTab=tab0&xlang=pt [27 May 2017].
- INE (2017b). Taxa de Desemprego 2º trimestre 2017, available at https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0005598&contexto=bd&selTab=tab2 [22 October 2017].
- INE, (2017c). PORDATA - População activa no total da população em idade activa (%) em Portugal. *PORDATA-Base de Dados Portugal Contemporâneo*, available at [http://www.pordata.pt/Portugal/População+activa+no+total+da+população+em+idade+activa+\(percentagem\)-1014](http://www.pordata.pt/Portugal/População+activa+no+total+da+população+em+idade+activa+(percentagem)-1014) [23 March 2017].

- Informa D&B (2015). Onde Param as Mulheres? Presença Feminina nas organizações em Portugal 2015, *Informa D &B*, available at <http://informadb.pt/campanhas/barometro/2015/03/estudo-ondeparam-as-mulheres.pdf> [24 March 2017].
- InnoSkills (2017). InnoSkills - Competências de Inovação para PMEs, Características e Tipos de Inovação. *Lifelong Learning Programmes*, available at http://www.innosupport.net/uploads/media/1._Caracteristicas_e_tipos_de_inovacao_01.pdf [1 July 2017].
- INPI (2017). Indicadores Estatísticos de 2016, Instituto Nacional de Propriedade Industrial, available at <http://www.marcaspatentes.pt/index.php?action=view&id=1279&module=newsmodule> [21 March 2017].
- ISO (2010). Documento: Norma ISO 26000. *EcoDesenvolvimento.org: Sustentabilidade, Meio Ambiente, Economia, Sociedade e Mudanças Climáticas, Organização Internacional para Padronização*. Instituto EcoD: Salvador, available at <http://www.ecodesenvolvimento.org/iso26000/o-que-e-iso26000> [28 maio 2017].
- Jahnke, Hans-Richard (2009). O conceito da Compreensão na Sociologia da Max Weber. *Imprensa da Universidade de Coimbra*. Doi: <http://dx.doi.org/10.14195/978-989-26-0749-8>. [18 April 2017].
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, Henry (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum*, 24(6), pp. 943-958. Informa: London. Doi: 10.1080/10304312.2010.510599., [18 April 2017].
- Kant, Immanuel (2008). *A Crítica da Razão Pura*. 6th ed. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa.
- Keynes, John Maynard e Krugman, Paul (2007). *The general theory of employment, interest, and money*. Palgrave Macmillan: London.
- Kirschner, Ana Maria (2002). Intervenção Sociológica na Empresa: Prática e Pesquisa. *Revista Sociologia Política*.
- Kirzner, Israel (1973). *Competition and Entrepreneurship*. 2nd ed. University of Chicago Press.
- Kóvacs, Ilona (2016). Os avanços tecnológicos e o futuro do trabalho: debates recentes. *XVI Encontro Nacional de SIOT*, pp. 10-23. Universidade Nova de Lisboa: Lisboa.
- Kóvacs, Ilona (2017). Algumas tendências de mudança no mundo do trabalho e da produção: controvérsias. In Silva, Ana Alves et al [coord.] *Trabalho, Produção e Lutas Sociais no Século XXI*, pp. 7-19. Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra.
- Kuckartz, Udo (2014). *Qualitative Text Analysis: a Guide to Methods, Practice and Using Software*. SAGE Publications: California.
- Kuhn, Thomas (2001). *A estrutura das revoluções científicas*. Editora Perspectiva: São Paulo.
- Lacerda, Daniel Pacheco (2011). Cultura organizacional: sinergias e alergias entre Hofstede e Trompenaars. *Revista de Administração Pública*, 45(5), pp. 1285-1301. Fundação Getulio Vargas: Rio de Janeiro. Doi: 10.1590/S0034-76122011000500003., [28 April 2017].
- Laranjeira, Ana Sofia (2012). O Impacto do Empreendedor Internacional nas Born Globals. Dissertação de Mestrado: Universidade Católica Portuguesa- Faculdade de Economia e Gestão, available at [http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/12072/1/O Impacto do Empreendedor Internacional nas Born Globals.pdf](http://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/12072/1/O%20Impacto%20do%20Empreendedor%20Internacional%20nas%20Born%20Globals.pdf) [29 March 2017].
- Lefsrud, Lianne e Jennings, Devereaux (2013). Being entrepreneurial in your storytelling: An institutional tale. *SSRN Electronic Journal*. Elsevier BV. Doi: 10.2139/ssrn.2340100., [28 April 2017].
- Linhart, Danièle (2014). Modernização e Precarização da vida no Trabalho. In Antunes, Ricardo [org].

- Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*, pp. 45-54. Boitempo Editorial: São Paulo.
- Liu, Chu Chih. e Chen, Ju (Crissa) (2010). Evolution Of Constructivism. *Contemporary Issues in Education Research (CIER)*, 3(4), Doi: 10.19030/cier.v3i4.199., [28 April 2017].
- Locke, John (1986). *The second treatise on civil government*. Prometheus Books: New York.
- Lombardi, Ana Regina e Hanashiro, Darcy, (2010). Policronicidade no Ambiente Organizacional - Uma Visão Conceitual. *ANPAD-Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, available at <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/eneo480.pdf> [12 April 2017].
- Loureiro, Marlene (2014). O Género no discurso de opinião na Imprensa Portuguesa. Livros LabCom: Covilhã, available at http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20140710-201401_mloureiro_generodiscursoopiniao.pdf [27 September 2017].
- Lourenço, Eduardo (2000). *O labirinto da saudade : psicanálise mítica do destino português*. Gradiva: Lisboa.
- Luckmann, Thomas e Berger, Peter (2010). *A Construção Social da Realidade: um Livro sobre a sociologia do conhecimento*. Dinalivro: Lisboa.
- Lukes, Steven (2004). *Power: A radical view*. 2nd ed. Palgrave Macmillan: New York.
- Lumier, Jacob (2008). *Psicologia e Sociologia: O Sociólogo como Profissional das Ciências Humanas - Jacob (J.) Lumier*. E-book digital, available at <http://www.oei.es/historico/noticias/spip.php?article2005> [11 March 2017].
- Lundström, Anders e Stevenson, Lois (2005). *Entrepreneurship policy: Theory and practice*. Springer Science + Business Media: New York.
- Macêdo, Fernanda; Boava, Diego e Silva, Amanda (2004). Estudo sobre as abordagens econômica e comportamental no empreendedorismo. *ANPAD -Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração*, available at <http://sistema.semead.com.br/12semead/resultado/trabalhosPDF/597.pdf> [1 April 2017].
- Machado Pais, José (2002). *Sociologia da vida Quotidiana - Teorias, Métodos e Estudos de Caso*. 4th ed. Imprensa de Ciências Sociais: Lisboa.
- Macrae, Norman (1982). *We're all Intrapreneurial Now*. *The Economist Journal*: London.
- Magalhães, Sara e Alvarez, Teresa [org] (2013). *Romper as fronteiras. A interseccionalidade nas questões de género e feministas*. Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres: Vila Franca de Xira.
- Malheiros, Jorge e Padilha, Beatriz [coord] Rodrigues, Frederica (2010). *Mulheres Imigrantes Empreendedoras*. In *Colecção Estudos de Género, 7*. CIG - Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género: Lisboa, available at http://www.igualdade.gov.pt/images/stories/documentos/documentacao/publicacoes/Mulheres_Emigrantes_Empreendedoras.pdf [11 March 2017].
- Mariano, Silvana Aparecida (2005). O sujeito do feminismo e o pós-estruturalismo. *Revista Estudos Feministas*, 13(3), pp. 483-505. Doi: 10.1590/S0104-026X2005000300002., [18 August 2017].
- Marques, Ana Paula (2000). Repensar o Mercado de Trabalho Emprego VS Desemprego. *Sociedade e Cultura 1, Cadernos do Noroeste, Série Sociologia*, available at [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/13548/3/Repensar o Mercado de Trabalho Emprego VS Desemprego.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/13548/3/Repensar%20o%20Mercado%20de%20Trabalho%20Emprego%20VS%20Desemprego.pdf) [18 October 2017].
- Marques, Ana Paula (2013). Reestruturação produtiva e recomposições do trabalho e emprego. Um périplo pelas 'novas' formas de desigualdade social, available at

- [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24549/1/Reestruturação produtiva e recomposição do trabalho e emprego.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/24549/1/Reestruturação%20produtiva%20e%20recomposição%20do%20trabalho%20e%20emprego.pdf) [18 October 2017].
- Marques, Ana Paula (2016a). *Aprendizagens Empreendedoras no Ensino Superior, Redes, Competências e Mercado de Trabalho*. Húmus: Vila Nova de Famalicão.
- Marques, Ana Paula (2016b). Género e Potencial Empreendedor na encruzilhada da (in)dependência profissional. In Silva, Manuel Carlos et al. [org] *Desigualdade e Políticas de Género*, pp. 103-126. Húmus :Vila Nova de Famalicão.
- Martinho, Ana Luísa e Parente, Cristina (2016). (Des)igualdades de Género nas Organizações da Economia Social. In *Investing and Intervention in Human Resources*. Doi: <https://doi.org/10.26537/iirh.v0i6.2347>.
- Marx, Karl (1974). *O Capital*. Delfos: Lisboa.
- Maslow, Abraham (2000). *Maslow Business Reader*. John Wiley and Sons Ltd: New Jersey.
- McClelland, David (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand Economy, Inc: New York.
- McClelland, David (1973). Testing for Competence Rather Than for Intelligence. *American Psychologist*, available at <https://www.therapiebreve.be/documents/mcclelland-1973.pdf> [1 July 2017].
- Mead, George Herbert e Morris, Charles (1934). *Mind, self, and society; from the standpoint of a social behaviorist*. The University of Chicago Press.
- Meda, Dominique (1999). *Trabalho: um valor em vias de extinção*. Fim de Século: Lisboa.
- Mill, John Stuart (2006). *Sobre a Liberdade*. Edições 70: Lisboa.
- O Mirante (1992). Silves: *Boletim de Associação de Estudos e Defesa do Património Histórico-cultural do concelho de Silves*, n. 4, pp. 11-12.
- Mirante (1998). Silves: *Boletim de Associação de Estudos e Defesa di Património Histórico-cultural do concelho de Silves*, n.13, pp. 16-17.
- Monteiro, Alcides (2004). *Associativismo e Novos Laços Sociais*. Quarteto: Coimbra.
- Monteiro, Alcides (2013). Qualificar o adulto ou transformar o cidadão? O papel da educação de adultos. *Revista Diversidades*, n.39, pp. 9-13, available at http://www02.madeira-edu.pt/Portals/5/documentos/PublicacoesDRE/Revista_Diversidades/Revista%20Diversidades%20n.%C2%BA%2039_web.pdf [28 November 2017]
- Monteiro, Rosa e Portugal, Sílvia (2013). As políticas de conciliação nos planos nacionais para a igualdade: uma análise dos quadros interpretativos. *Ex-aequo*, 27, pp. 97-111, available at <http://www.scielo.mec.pt/pdf/aeq/n27/n27a07.pdf> [11 March 2017].
- Monteiro, Rosa; Silveiro, Catarina e Daniel, Fernanda (2015). Representações sociais do empreendedorismo no feminino e no masculino: investigação com estudantes. *Psicologia em Estudo*, 20(1), pp. 107-116. Doi: 10.4025/psicoestud.v20i1.25539., [11 March 2017].
- Morgado, Cláudia Isabel Ribeiro (2013). 'O Empreendedorismo Social na realidade portuguesa: do conceito à prática'. Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior.
- Moura, Mário Rui de Abreu Duarte (2014). *Responsabilidade social das empresas: em busca do equilíbrio económico, social e ambiental*. PhD, Universidade Autónoma de Lisboa, Repositório Institucional Camões, available at <http://repositorio.ual.pt/handle/11144/692> [1 July 2017].
- Negas, Mário Carrilho e Lobão, Maria de Fátima (2014). *Ética no empreendedorismo*, Available at <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/3254> [9 March 2017].
- Nicory, Márcio e Souza, Costa (2012). *Algumas Considerações sobre a Sociologia de Alfred Schütz*. pp 1806-

5023. Doi: 10.5007/1806-5023.2012v9n1p1., [18 March 2017].
- Nietzsche, Friedrich Wilhelm (2014). *Beyond Good and Evil (Annotated)*. Classics Reborn: New Port Richey, available at <https://www.wook.pt/ebook/beyond-good-and-evil-annotated--friedrich-wilhelm-nietzsche/15798881>, [5 March 2017].
- Nogueira, Cláudia Inês de Carvalho Silva (2009). *Mulheres com Negócios, contributos para uma avaliação do potencial emancipatório do Empreendedorismo Feminino*. PhD, Universidade de Coimbra.
- Oakley, Ann (1975). *The sociology of housework*. Pantheon Books, available at https://books.google.pt/books/about/The_Sociology_of_Housework.html?id=ww5pAAAAIAAJ&redir_esc=y [16 October 2017].
- OCDE (2017). Relatórios Económicos da OCDE Portugal. *Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico*, available at <http://www.oecd.org/eco/surveys/Portugal-2017-OECD-economic-survey-overview-portuguese.pdf> [28 March 2017].
- OCDE, ILO, IFM, WBG. (2014). *Achieving stronger growth by promoting a more-gender-balanced economy*, available at <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> [8 March 2017].
- Oliveira, Catarina Reis (2016). *Diver-cidades empresariais em Portugal Estratégias de Imigrantes em mercados locais*. PhD, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa, available at https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/13642/1/PhD_Catarina_Reis_Oliveira_2016.pdf [1 June 2017].
- Oliveira, Yuri (2012). *CRIA Plano: CRIO 2012 -Empreendedorismo e Inovação-* com o Guru Soumodip Sarkar, Blogspot, available at <http://criaplano.blogspot.pt/2012/07/crio-2012-empreendedorismo-e-inovacao.html> [19 March 2017].
- Ometto, Ana Maria Holland (2001). *Discriminação contra a mão-de-obra feminina: uma síntese da controvérsia teórica*. *Revista Impulso*, v.12(n.28). Editora Unimep: Piracicaba, available at <http://www.bdpi.usp.br/single.php?id=001240916> [11 March 2017].
- Osterwalder, Alexander e Pigneur, Yves (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game Changers, and challengers*. Alexander Osterwalder & Yves Pigneur: Amsterdam.
- Parente, Cristina (2008). *Competências, Formar e Gerir Pessoas*. Edições Afrontamento: Santa Maria da Feira.
- Parente, Cristina [coord] (2014). *Empreendedorismo Social em Portugal*. Faculdade de Letras da Universidade do Porto: Porto.
- Pareto, Vilfredo (2007). *Considerations on The Fundamental Principles Of Pure Political Economy*. Taylor e Francis: California.
- Parlamento (2017). *Quotas de Género nas Empresas do Psi20. Lei 62/2017 de 01 de agosto de 2017*.
- Parsons, Talcott (1951). *The social system*. The Free Press: Glencoe.
- Passport to Trade 2.0 (2014). *Business etiquette in Portugal: punctuality, gift giving and Corporate Social Responsibility, Lifelong Learning Programme*, available at <http://businessculture.org/southern-europe/business-culture-in-portugal/business-etiquette-in-portugal/> [28 March 2017].
- Pecly, Pedro Henrique Drummond e Ribeiro, Priscilla Cristina Cabral Ribeiro (2015). *A Influência da Cultura Empreendedora no Empreendedorismo dos Países do BRICS: uma revisão bibliográfica sobre as dimensões culturais*. *XXXV Encontro de Engenharia De Produção*. Doi: 10.13140/RG.2.1.1313.7363.
- Penna, Camila (2012). *Reflexividade e agência na teoria sociológica contemporânea*, *Ciências Sociais*

- Unisinos*, 48(3), pp. 192-204. Doi: 10.4013/csu.2012.48.3.02., [18 June 2017].
- Pereira, Maria do Mar (2012). *Fazendo Género no Recreio: a negociação do género em espaço escolar*. Imprensa de Ciências Sociais: Lisboa.
- Pereira, Maria do Mar e Santos, Ana Cristina (2014). Introdução. Epistemologias e metodologias feministas em Portugal: Contributos para velhos e novos debates. *Ex aequo - Revista da Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres*, (29). Doi: 10.22355/exaequo.2014.29.01., [18 June 2017].
- Periard, Gustavo (2012). Conheça um pouco mais sobre os fundadores do Facebook, Sobre Administração, available at <http://www.sobreadministracao.com/conheca-um-pouco-mais-sobre-os-fundadores-do-facebook/> [20 March 2017].
- Perrot, Michelle (2005). *As mulheres ou o silêncio da história*. Ática: São Paulo.
- Perrot, Michelle e Duby, Georges (1995). *História das Mulheres no Ocidente, o século XX*. Afrontamento: Porto.
- Pinto, Hugo Emanuel dos Reis Sales da Cruz (2012). *Transferência do Conhecimento em Portugal. Mudança e Institucionalização das Relações Universidade-Empresa*. PhD, Universidade de Coimbra, available at <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/21366> [1 July 2017].
- Polanyi, Karl (1971). *Trade and market in the early empires*. Gateway Editions: Washington.
- Polletta, Francesca et al. (2011). The sociology of storytelling. *Annual Review of Sociology*, 37(1), pp. 109-130. Doi: 10.1146/annurev-soc-081309-150106., [18 March 2017].
- PORDATA (2002). O que são NUTS?. *Fundação Francisco Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS> [13 May 2017].
- PORDATA (2016a). População do sexo feminino empregada em % da população portuguesa. *Fundação Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Gráfico> [13 April 2017].
- PORDATA (2016b). População empregada: total e por sector de actividade económica. *Fundação Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela> [15 March 2017].
- PORDATA, INE (2016c). População estrangeira com estatuto legal de residente: total e por algumas nacionalidades. *Fundação Francisco Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/DB/Municipios/Ambiente+de+Consulta/Tabela> [19 May 2017].
- PORDATA (2017a). População residente do sexo masculino com 15 ou mais anos: total por nível de escolaridade. *Fundação Francisco Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/DB/Portugal/Ambiente+de+Consulta/Tabela> [12 April 2017].
- PORDATA (2017b). População residente do sexo feminino com 15 e mais anos: total e por nível de escolaridade completo mais elevado - Portugal. *Fundação Francisco Manuel dos Santos*, available at <http://www.pordata.pt/Portugal/População+residente+do+sexo+feminino+com+15+e+mais+anos+total+e+por+nível+de+escolaridade+completo+mais+elevado-2103> [12 April 2017].
- Portela, José [org], Hespanha, Pedro et al. (2006). *Microempreendedorismo em Portugal, Experiências e Perspectivas*, available at https://eusouempreendedor.files.wordpress.com/2009/02/microempreendedorismoportugal_ivro_completo1.pdf [10 March 2017].
- Portela, José (2009). A economia ou é solidária ou é fratricida. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (84), pp. 115-152. Doi: 10.4000/rccs.412., [25 March 2017].

- Praça, Joaquim Lopes (2005). *A Mulher e a vida ou a Mulher considerada debaixo dos seus principais aspetos*, 2ªed. Edições Colibri: Lisboa.
- PT2020 (2017). Plano Global de Avaliação 2014-2020, available at https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/AVALIACAO/11_20170111_PGA_Revisão2016_aprovada_CIC-1.pdf [21 March 2017].
- Queiroz, Eça de (2016). *Os Maias*. Livros do Brasil: Lisboa.
- Quivy, Raymond e Van Campenhoudt, Luc (2008). *Manual de investigação em ciências sociais*. 5thed. Gradiva: Lisboa.
- Ramos, Maria da Conceição Pereira (2010). *Migrações e género - Trabalho, Empreendedorismo e Discriminações. Diáspora, Diversidades e Deslocamentos*, available at www.fazendogenero.ufsc.br/.../1278297633_ARQUIVO_ComunicacaoFlorianopolis [27 outubro 2017].
- Rawls, John (1996). *Political liberalism*. Columbia University Press: New York.
- Rebelo, Glória (2005). Alternativas à precariedade laboral: propostas para uma flexibilidade tendencialmente qualificante. In Faculdade de Letras da Universidade do Porto (ed.). *Trabalho, Emprego e Precariedade Laboral*, available at <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/4627.pdf> [18 October 2017].
- Rebelo, Glória (2006). *Flexibilidade e Diversidade Laboral em Portugal*, available at www.dinamia.iscte.pt [18 October 2017].
- Reis, Elisabeth e Maroco, João (2007). *Análise Multivariada*. Sílabo: Lisboa.
- República, Assembleia da (2016). *Código Civil*. 20ª edição. Porto Editora: Porto.
- Reynolds, Paul (1999). Creative destruction: source or symptom of economic growth? In Z. J. Acs, B. Carlsson, & C. K. (ed.) *Entrepreneurship, small and medium-sized enterprises and the macroeconomy*, pp. 97-136. Cambridge University Press.
- Robeyns, Ingrid (2003). Sen's Capabilitu Approach and Gender Inequality: Selecting Relevant Capabilities. *Feminist Economics*, 9(2-3), pp. 61-92. Informa: London. Doi: 10.1080/1354570022000078024., [18 April 2017]
- Rocha Trindade, Maria Beatriz (1993). *Perspectivas sociológicas da interculturalidade*, n.45, pp. 869-878. Universidade Aberta: Lisboa.
- Rodrigues, Adriano Duarte (2000). Para uma genealogia do discurso da globalização da experiência. *Universidade Nova de Lisboa*, available at www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-globalizacao-experiencia.pdf [2 de setembro de 2017].
- Rodrigues, Elisabete (2009). O lugar do género, dos homens e das mulheres na sociologia portuguesa: uma análise a partir da Associação Portuguesa de Sociologia, available at http://cies.iscte-iul.pt/destaques/documents/CIES-WP64_Rodrigues.pdf [20 January 2017].
- Rodríguez-Sierra, Olga (2016). A representação binária do cérebro “feminino” e “masculino” na ciência e nos meios de comunicação. *Revista da Biologia*, pp. 56-64. DOI: 10.7594/revbio.15.01.07., [24 October 2017].
- Roldão, Cristina (2008). *Testando Modelos de Operacionalização. uma análise exploratória de modelos de operacionalização da estrutura de classes no quadro do European Social Survey -Round 2 (2014)*. *CIES e-Working Paper*, n.55.
- Roldão, Cristina (2015). *Fatores e Perfis de Sucesso Escolar "Inesperado": Trajetos de Contratendência de jovens das classes populares e de origem africana*. PhD, ISCTE-IUL.

- Rorty, Richard (1999). *Achieving our country: leftist thought in twentieth-century America*. Harvard University Press.
- Rufino, Isabel (2008). *Trabalho e Desenvolvimentos Industriais: agricultores e pescadores do Oeste*. PhD, ISCTE -IUL.
- Saleiro, Sandra Palma e Sales Oliveira, Catarina (2018). Desigualdades de (cis e trans) género. Portugal em contexto europeu. In Carmo, Renato [org.] *Desigualdades Sociais em Portugal*, pp. 131-147. *Mundos Sociais: Lisboa*.
- Sales Oliveira, Catarina (2011). *Mobilidade e classes médias em contexto metropolitano*. PhD, ISCTE - IUL.
- Sales Oliveira, Catarina e Villas-Boas, Susana (2012). Igualdade de Género na Universidade da Beira Interior. *Revista Ex aequo*, n.25, pp. 119-136.
- Sales Oliveira, Catarina (2014). (Auto) Mobilities and social identities in Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*. Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL). Doi: 10.7458/spp2015776222., [21 January 2017].
- Sales Oliveira, Catarina (2015). *Sociologia, Problemas e Práticas*. *Sociologia, Problemas e Práticas*, pp. 137-151. Doi: 10.7458/SPP2015776222., [21 January 2017].
- Sales Oliveira, Catarina (2017). Profissionalidades e Mobilidades nas Metrópoles Portuguesas. *Revista O & T: APSIOT*.
- Sanches, Andreia (2015). Como a igualdade de género fez da Suécia um país mais rico. *Público*. Doi: 1695342#., [25 May 2017].
- Sánchez Vázquez, José Manuel et al. (2015). Balanced scorecard para emprendedores: desde el modelo canvas al cuadro de mando integral. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 24(1), pp. 37-47. Doi: 10.18359/rfce.1620., [29 May 2017].
- Santos, David et al. (2015). *Estratégia Regional de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente do Algarve (RIS3 Regional)*. CCDR: Faro
- Santos, Filomena (2010). *Sem Cerimónias nem papéis: um estudo sobre as uniões de facto em Portugal*. PhD, Universidade da Beira Interior.
- Santos, Liliana (2014). *Empreendedorismo Feminino em Portugal*. Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico do Porto.
- Santos, Sandra Puhl dos (2012). *As Teorias Feministas e a Evolução das Relações de Género na Sociedade*. *Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas*, 20(2), pp. 213-223. Doi: 10.5212/PublicatioCi.Soc.v.20i2.0008., [8 March 2017].
- Sarkar, Soumodip (2010). *Empreendedorismo e Inovação*. 2nded. Escolar Editora: Lisboa.
- Sartre, Jean-Paul (1970). 'L'Existentialisme est un Humanisme'. Paris: Les Éditions Nagel, available at http://stoa.usp.br/alexcarneiro/files/-1/4529/sartre_exitencialismo_humanismo.pdf [5 March 2017].
- Saussure, Ferdinand de (2013). *Curso de Linguística Geral*. Editora Pensamento Cultrix, available at https://monoskop.org/images/1/1f/Saussure_Ferdinand_de_Curso_de_linguistica_geral_27_ed.pdf [20 January 2017].
- Scheffer, Fernando (2013). Teoria da Escolha Racional: a Evidenciação do Homo Economicus, 10(1), pp. 1806-5023. Doi: 10.5007/1806-5023.2013v10n1p28., [20 January 2017].
- Schmitter, Philippe (2008). The design of social & political research. In Della Porta e Keating [eds]. *Approaches and Methodologies in Social Sciences. A Pluralist Perspective*. Cambridge University Press.

- Schouten, Johanna (2012). *Para Uma Sociologia de Género*. Húmus: Lisboa .
- Schumpeter, Joseph (1934). *Theory of Economy Development*. Oxford University Press: New York.
- Schumpeter, Joseph (1947). The creative response in Economy History. In *Journal of Economic History*, vol. 7, pp. 149-159. *Journal of Economic History*: Cambridge.
- Schütz, Alfred (1979). *Fenomenologia e Relações Sociais*. Zaccar Editores: Rio de Janeiro.
- Scott, Joan Wallach (1995). Género: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, available at https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/1210/scott_gender2.pdf?sequence=1 [28 February 2017].
- Seghers, Virginie e Allemand, Sylvain (2007). *L'audace des entrepreneurs sociaux. Concilier efficacité économique et innovation sociale*. Éditions Autremant: Paris.
- Setton, Maria da Graça (2002). A teoria de habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. *Revista Brasileira de Educação*, available at <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n20/n20a05.pdf> [20 January 2017].
- Shane, Scott e Venkataraman, Sankaran (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217-226.
- Sheller, Mimi e Urry, John (2006). The new mobilities paradigm. In *Environment and Planning A*, 38 (2), pp. 207-226.
- SIGI (2017). Information about discriminatory social institutions for 160 countries and economies | Social Institutions and Gender Index (SIGI). *Social Institution & Gender Index*, available at <http://www.genderindex.org/countries> [1 March 2017].
- Siljander, Pauli et al (2012). Theories of Bildung and Growth Connections and Controversies Between Continental Educational Thinking and American Pragmatism. *SensePublishers*, available at <https://www.sensepublishers.com/media/1395-theories-of-bildung-and.pdf> [24 March 2017].
- Silva, Maria Cardeira da (2005). O sentido dos árabes no nosso sentido. Dos estudos sobre árabes e sobre muçulmanos em Portugal. *Análise Social*, pp. 781-806. available at <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1222354689L3dPU6vf4Ke85QD1.pdf> [17 February 2017].
- Silveira, Rogério Zanon da et al. (2012). A aplicação da Fenomenologia nos estudos organizacionais no Brasil, pp. 269-300. Editora Científica Manolita Correia Lima. Doi: 10.13058/raep.2012.v13n2.92. [3 June 2017].
- Silverman, David (2013). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. 4th ed. Sage: London.
- Simmel, Georg (1981). *Sociologie et Epistemologie*. Puf: Paris.
- Smith, Adam (1999). *Inquérito sobre a natureza e as causas da riqueza das nações*. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa.
- Sobaca Limited. (2010). *Achieve more with Pareto's law*. Andrews Mcmeel Publishing: Kansas City.
- Soprana, Paula (2016). Universidades brasileiras falham no ensino de empreendedorismo. *Editora Época /Vida*, available at <http://epoca.globo.com/vida/noticia/2016/10/universidades-brasileiras-falham-no-ensino-de-empreendedorismo.html> [9 July 2017].
- Sousa Santos, Boaventura (1997). Por uma concepção multicultural de direitos humanos. *Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra e Centro de Estudos Sociais*, available at http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/pdfs/Concepcao_multicultural_direitos_humanos_RCCS48.PDF [20 January 2017].
- Sousa Santos, Boaventura (2003). *Reconhecer para libertar: os caminhos do cosmopolitanismo multicultural*. Introdução: para ampliar o cânone do reconhecimento, da diferença e da igualdade. *Civilização Brasileira*:

- Rio de Janeiro, available at <http://www.do.ufgd.edu.br/mariojunior/arquivos/boaventura/reconhecerparalibertar.pdf> [18 October 2017].
- Sousa Santos, Boaventura et al. (2004). Introdução: para ampliar o cânone do reconhecimento, da diferença e da igualdade. *Centro de Estudos Sociais*, available at <http://www.ces.uc.pt/publicacoes/res/pdfs/IntrodMultiPort.pdf> [7 March 2017].
- Sousa Santos, Boaventura (2011). Memorial de candidatura de Boaventura Sousa Santos ao título de Doutor Honoris Causa pela Universidade de Brasília. *Universidade de Brasília*, available at http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/Memorial_Nair_Heloisa_Bicalho_de_Sousa_29_Outubro_2012.pdf [18 October 2017].
- Sousa Santos, Boaventura (2012). *A cor do tempo quando foge*, vol. 2. Almedina: Coimbra.
- Stevenson, Lois e Lundström, Anders (2001). Patterns and Trends in Entrepreneurship/SME Policy and Practice in Ten Economies. In *Entrepreneurship Policy for the Future Series*. Swedish Foundation for Small Business Research: Sweden.
- Stevenson, Lois e Lundström, Anders (2002). Beyond the Rhetoric: Defining Entrepreneurship Policy and Its Best Practice Components. In *Entrepreneurship Policy for the Future Series*. Swedish Foundation for Small Business Research: Sweden.
- Tavares, Manuela (2008). *Feminismos: percursos e desafios (1947-2007)*. PhD, Universidade Aberta.
- Tavares da Silva, Maria Regina (1983). Feminismo em Portugal na voz de mulheres escritoras do início do século XX. *Análise Social*, pp. 875-907.
- Teixeira De Amorim, Linamar (2011). Gênero: uma construção do movimento feminista?. In *Anuais II Simpósio Género e Políticas Públicas*, available at <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/Linamar.pdf> [18 January 2017].
- Terrel, Steven (2012). Mixed-Methods Research Methodologies. *TQR- The Qualitative Report*, 17 (1), pp. 254-280.
- Touraine, Alain (2005). *Um novo paradigma: para compreender o mundo de hoje*. Instituto Piaget: Lisboa.
- Trompenaars, Alfons (2012). *Riding the waves of culture : understanding diversity in global business*. Hodder & Stoughton General Division: London.
- Turismo de Portugal (2015). Relatório de Atividades, available at http://www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/QuemSomos/Documents/RELATORIO_ACTIVIDADES_2015_TP.pdf [5 June 2017].
- Turismo de Portugal (2017). Demografia e Geografia - Portal de Turismo do Algarve. *Turismo de Portugal*, available at <http://www.visitalgarve.pt/visit Algarve/vPT/DescubraARegiao/99/Demografia+e+Geografia/> [3 May 2017].
- UBI e CIES (2016). O empreendedorismo não tem género@ Urbi et Orbi - Mobile version. In Universidade da Beira Interior e Centro de Investigação em Estudos Sociais (eds) *Seminário Primavera*. Universidade da Beira Interior, available at <http://www.urbi.ubi.pt/i/cod-15226.html> [25 March 2017].
- UERJ (2013). As diferentes abordagens do conceito de poder. *VICONECO Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação*, available at http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/as_diferentes_abordagens_do_conceito_de_poder.pdf [23 January 2017].

- Vakil, Abdool Karim (2004). Do Outro ao Diverso. Islão e Muçulmanos em Portugal: história, discursos, identidades. *Revista Lusófona de Ciência das Religiões*.
- Veiga, Sara Lia (2017). As Soft Skills de Finalistas Universitários: Alinhamento ou Gap com o mercado de Trabalho. *Universidade Europeia, Laureate International Universities*, available at <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/18320/1/Dissertação de M-GRH - Sara Veiga 50029754.pdf> [1 July 2017].
- Velho, Marta (2016). Os melhores países para negócios em 2017. Portugal no top 20 da Forbes. *Dinheiro Vivo*, available at <https://www.dinheirovivo.pt/economia/galeria/os-melhores-paises-para-negocios-em-2017-portugal-no-top-20-da-forbes/> [19 March 2017].
- Veloso, Luísa [org], Marques, Ana Paula e Gonçalves, Carlos Manuel (2009). Trabalho, Organizações e Profissões: Recomposições Conceptuais e Desafios Empíricos. *APS*, available at http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR45f990cfec68a_1.pdf [11 March 2017].
- Vericat, Guernica Facundo (2013). O Livro Vermelho das Mulheres Empreendedoras. Bookout: Lisboa.
- Vieira, Elsa (2015). Dantas e Severa, duas identidades portuguesas. Umbra Editora: Vila Nova de Gaia.
- Vieira, Elsa e Sales Oliveira, Catarina (2016). Pensar Global, Empreender Local, *APDR, Atas do 24º Workshop*, pp. 74-83.
- Vilelas, José (2009). Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento. Edições Sílabo: Lisboa.
- Villas-Boas, Susana; Sales Oliveira, Catarina e Heras, Soledad Las (2014). Tarefas domésticas e género: representações de estudantes do ensino superior, *Ex aequo*. *APEM*, (30), pp. 113-129.
- Wacquant, Loïc (2002). O legado sociológico de Pierre Bourdieu: duas dimensões e uma nota pessoal. *Revista de Sociologia e Política*, (19), pp. 95-110. Doi: 10.1590/S0104-44782002000200007., [18 February 2017].
- Wagner, Helmut [org.] (1979). Fenomenologia e Relações Sociais: Textos escolhidos de Alfred Schütz. Zahar: Rio de Janeiro.
- Walby, Sylvia (1990). *Theorizing Patriarchy*. Basil Blackwell: Cambridge, available at [https://libcom.org/files/Theorizing Patriarchy - Sylvia Walby.pdf](https://libcom.org/files/Theorizing_Patriarchy_-_Sylvia_Walby.pdf) [14 October 2017].
- Watson, John (1914). *Behavior: An introduction to comparative Psychology*. Lippincott: Philadelphia.
- Weber, Max (2010). *Conceitos Sociológicos Fundamentais*. Edições 70: Lisboa.
- WGI (2015). *Worldwide Governance Indicators, Annual Update 1996-2015*. *Worldwide Governance Indicators - knoema*, available at <http://pt.knoema.com/WBWGI2014/worldwide-governance-indicators-annual-update?country=1001550-portugal> [1 April 2017].
- Wink, Donald (2014). Constructivist Frameworks in Chemistry Education and the Problem of the "Thumb in the Eye". *Journal of chemical education*, 91(5), pp. 617-622. American Chemical Society: Chicago. Doi: 10.1021/ed400739b.
- Worldstate (2015). *World statistics - World population*, available at <http://en.worldstat.info/World> [1 March 2017].

ANEXOS

GUIÃO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA para recolha empírica

Pretende-se utilizar o método etnográfico de trajetórias de vida, através de um modelo de entrevista semi-estruturada com vista a uma análise de conteúdo categorial acerca das variáveis intervenientes no Perfil Empreendedor Feminino na região do Algarve e no seu contributo ao desenvolvimento da região.

Questões fechadas:

- 1 - nacionalidade
- 2- idade,
- 3 - Setor de negócios (CAE)
- 4 -localização
- 5 - anos de atividade
- 6 - volume anual
- 7 - É empresa ou ENI?
- 8 - tem trabalhadores/ Gera emprego?

Questões semi-estruturadas

- 1 - Fale-me do seu percurso escolar e profissional. Qual a sua formação? Em pequena obteve algum tipo de formação que a estimulasse a empreender?
- 2 - O que pretendia ser quando fosse grande?
- 3 - Que outros empregos teve? Fale-me do seu percurso.
- 4 - Desde sempre teve pretensão de trabalhar por sua conta? Desenvolva.
- 5 - Na sua árvore genealógica tem alguém (pais, avós, irmãos, tios, ...) que também trabalhe ou tenha trabalhado por conta própria? Se sim, considera que esse factor motivou a sua atitude para empreender?
- 6 - Como é composto atualmente o seu agregado familiar? É casada, solteira, vive maritalmente, tem filhos, ...Desenvolva.
- 7- Como concilia a sua vida privada e familiar com o seu trabalho? Acha que enquanto mulher essa conciliação representa um desafio acrescido?
- 8 - Como é feita a repartição de tarefas domésticas? (filhos, casa, compras, outras) E como isso influencia a sua vida profissional?
- 9 - Como é o seu dia-a-dia? Descreva um dia 'normal'. Quantas horas trabalha por dia?
- 10 - Quais foram as reações da sua rede de relações (família, amigos/as) quando decidiu escolher esta via profissional?
- 11- Qual é a razão pela qual escolheu esta atividade? Necessidade, oportunidade, ambos?
- 12- Porque escolheu este setor de atividade especificamente?
- 13- Como veio para a região do Algarve? Porque escolheu este local? Quais as vantagens e obstáculos?
- 14 - Quais são os *stakeholders*- principais indivíduos, clientes, fornecedores, outros - envolvidos na sua atividade?
- 15- Enquanto mulher empreendedora já se sentiu alguma vez vítima de desigualdades de género?
- 16 - Quais os principais obstáculos que considera existirem para empreender? Teve preocupações e medos? Desenvolva.

- 17 - Ao longo do seu percurso, considera que já passou por diferentes fases de motivação/ entusiasmo? Desenvolva.
- 18 - Em algum momento ponderou deixar esta opção profissional?
- 19 - Como define o conceito de empreendedorismo? Desenvolva.
- 20 - Considera ter introduzido alguma componente de inovação ou valor acrescido na sua atividade?
- 21 - Preocupa-se com as questões de responsabilidade social quando desenvolve a sua atividade? Que aspetos sociais considera importante inculcar no seio de uma atividade?
- 22- Como você caracterizaria o seu perfil de empreendedora?
- 23 - O que é para você ter êxito/sucesso? É uma questão material, pessoal ou ambas. Desenvolva.
- 24 - Quais são as suas maiores necessidades para o desenvolvimento de sua atividade atualmente?
- 25 - Quais os projetos futuros que tem para a sua vida? Pretende ficar para sempre nesta atividade ou pondera mudar?
- 26 - Se pretende desenvolver a sua atividade atual, quais são os seus projetos?
- 27 - Pretende internacional a sua atividade?
- 28 - Está agregada a alguma rede de *clusters*? Se sim, desenvolva.
- 29 - Considera importante partilhar e obter conhecimentos de outras empreendedoras, e.g. erros, fracassos, sucessos, outras experiências que lhe auxiliem na condução do seu negócio?
- 30 - Já concorreu a algum apoio estatal? Se sim qual? Caso contrário, porque não?
- 31 - Sente necessidade de alterar alguns aspectos do seu modelo de negócio/atividade? Desenvolva.
- 32 - Já utilizou o Modelo de Canvas (considerado o mais atual e eficaz na elaboração /revisão de planos de negócio de empresas) e os seus 9 componentes de análise interna e externa (definição de clientes-alvo, proposta de valor, canais de divulgação, relacionamento com clientes, Fontes de receita, Recursos da empresa, Atividades principais, Parcerias e Estrutura de Custos) com vista a melhorar a organização de sua atividade?
- 33 - Frequenta ou considera importante frequentar formações específicas e adquirir mais conhecimentos estratégicos na sua área de negócio? Se sim, que temas específicos. Desenvolva.
- 34 - Considera que as universidades podem ajudar a desenvolver o seu negócio através de pesquisa e desenvolvimento especializado? Desenvolva.
- 35 - Considera que enquanto empreendedora dá ao colectivo (sociedade) algum tipo de contributo? Desenvolva.
- 36 - Acha que o empreendedorismo é uma boa forma de inserção profissional das mulheres? Desenvolva.
- 37 - O que diria a uma mulher jovem que ponderasse neste momento entre ser empreendedora ou procurar um trabalho por conta de outrem? O que lhe aconselharia?
- 38 - No contexto atual de globalização as empresas necessitam de empreender para sobreviver. Empreender implica produzir inovações contínuas, atualizar-se e acompanhar as necessidades dos mercados. Concorda? Comente baseando-se na sua atividade.
- 39 - Considera que o factor 'sorte' a ajudou ou foram sobretudo as suas decisões e atitudes perante a vida que a levaram à sua condição atual de empreendedora? Desenvolva.

Obrigada pela sua útil colaboração nesta investigação académica!

1 – Entrevista a Especialista Prof. Doutora Fátima Assunção

Foi realizada no dia 9 de setembro de 2015, entre as 18h00 e as 19h30, via Skype, a entrevista exploratória à Prof.^a Doutora Fátima Assunção, autora do PhD *“On Becoming Self-Employed: Gender, Class and Entrepreneurship in Portugal”*, docente do ISCSP - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, em Lisboa, investigadora e uma das fundadoras do CIEG - Centro interdisciplinar de Estudos de Género, colaboradora do CITE - Comissão para a igualdade do Trabalho e no Emprego.

1 - Após leitura do seu trabalho de investigação verifiquei que acentuou a sua pesquisa no conceito de Autoemprego, embora também utilize o conceito de empreendedorismo. Como faz a distinção destes dois conceitos? Gostaria que me pudesse explicar os seus critérios de escolha na delimitação do seu trabalho. Dentro ainda da pesquisa que efetuou em termos do Autoemprego, quais as características - sociológicas (interação em grupo) e individuais (comportamento, psicológicas) que encontrou para definir a mulher que se insere neste contexto?

R: Como se pode verificar na minha tese, utilizei os dois conceitos. Aliás, considero que os dois conceitos se encontram interligados apesar de os distinguir. Baseei-me na perspectiva de Schumpeter para relacionar a definição de empreendedorismo com inovação. Contudo, importa compreender que o conceito de empreendedorismo não tem uma definição única. Existem diversas abordagens por diversos autores, que conferem a ambiguidade do conceito. Por tal, é importante trabalhar este conceito através de uma visão sociológica e a partir daqui desenvolvê-lo numa interdisciplinaridade. A visão sociológica é abrangente e a forma como posicionamos a nossa abordagem pode suscitar o interesse de diversos domínios, no caso, por exemplo a economia.

Tive que restringir a minha pesquisa como é óbvio e concentrei-me no grupo de homens e mulheres da região metropolitana de Lisboa que constituíram o seu Autoemprego. Se pensarmos em elaborar uma sociografia da população encontramos o Autoemprego pelos variados motivos que recolhi, nomeadamente por necessidade ou por oportunidade. Há que considerar toda a conjuntura estrutural de um indivíduo, desde a própria educação, os motivos familiares onde já tenham existido casos de trabalhadores por conta própria, as próprias possibilidades financeiras da família e do indivíduo, entre outros factores sociais que contribuem para encontrar os motivos que determinem a contextualização do Autoemprego na população afeta.

O conceito de empreendedorismo tem sido cada vez mais utilizado. Para além da sua ligação à inovação, outros autores identificam-no como a capacidade do indivíduo em introduzir mudanças positivas nas formas de produção de uma empresa. Existem inúmeras definições para empreendedorismo, contudo, é inevitável que este conceito se encontra interligado ao de Autoemprego.

Acerca da mulher, tal como referi anteriormente, uma vez que na minha tese estudei um grupo misto - homens e mulheres - considero evidente que importa pesquisar também as raízes da mulher, a sua educação, o seu ambiente familiar e social, para compreender porque envereda pelo autoemprego ou empreendedorismo.

A mulher não apresenta um perfil único, como tal é importante realizar-se um estudo qualitativo como delineei na minha tese. Só assim poderemos entender as suas escolhas, as suas ações e sobretudo se a mulher está consciente do fenómeno de Autoemprego em que se insere. Há também, nesta ordem de ideias, que considerar a experiência ou a in experiência do indivíduo.

2 - Acredita que o facto de as mulheres constituírem o seu próprio emprego - apesar da maioria ser por necessidade ou por herança familiar conforme apresenta na sua tese - pode constituir um elemento impulsionador nos estudos de género que revele as recônditas capacidades de ação das mulheres, muitas vezes não aproveitadas e que deste modo sirva para reconhecer o seu papel importante na sociedade?

Falamos dos motivos que levam à criação do Autoemprego pelas mulheres, mas não se questiona quais os benefícios deste para um desenvolvimento equilibrado da sociedade, aproveitando as potencialidades femininas que até agora têm sido desperdiçadas pelos diversos preconceitos e segregação de oportunidades.

R: Sim, certamente. Poderá entender-se como uma alavanca para a reestruturação de papéis sociais. O empreendedorismo, numa visão de género, ainda está pouco ou nada trabalhado, pelo que lhe parabeno pela escolha e a encorajo a prosseguir este caminho. Para além de ser uma forma de reconhecer o perfil da mulher e as suas capacidades, contribuí também para diminuir a segregação laboral, os estereótipos existentes no mercado de trabalho. Quando a mulher constitui o seu autoemprego não está tão sujeita a estes preconceitos.

Por outro lado, eles também podem existir nesta condição. Deveremos verificar que em certos setores de atividade a mulher pode de igual forma sofrer de segregação. Conforme as pesquisas bibliográficas que realizei e conforme consta no estudo empírico da minha tese, a mulher enquadra-se com maior frequência no terceiro setor, a designada prestação de serviços. Em muitos outros setores, a mulher continua a sofrer segregação mesmo em condições de autoemprego. É importante frisar isto.

É ainda interessante relacionar a condição de mulher empreendedora com as tarefas familiares e verificar os seus contornos e o desenvolvimento que esta problemática de género tem tomado perante a condição de autonomia feminina no autoemprego.

Mas isto para dizer que, na minha perspetiva, considero o empreendedorismo uma alavanca para o desenvolvimento das questões de género. O facto de a mulher se capacitar para constituir o seu próprio emprego, seja por que motivo for, é uma condição positiva para a evolução dos preconceitos de género.

Na minha tese desenvolvi os conceitos de *'push'* and *'pull'* para me referir às motivações estruturais que condicionam a escolha das mulheres a enveredarem pelo autoemprego. Neste sentido, o *'pull'* é o que impele o indivíduo para a vontade de se tornar independente e realizar-se de forma autónoma e o *'push'* refere-se à necessidade que surge para a criação dessa situação. Por exemplo, o desemprego, a flexibilidade de mercado e a precariedade resultante, são motivos que geram o autoemprego. Ambos, *'pull and push'* são conceptualizações que utilizo para justificar a integração dos indivíduos em estudo no autoemprego. Importa identificar estes motivos e contextualiza-los num conjunto sistémico da própria realidade social onde se inserem os indivíduos, objeto do estudo.

Neste plano, também distingui as motivações dos homens e as das mulheres, o que curiosamente identificou disparidades.

3 - Como realizou o contacto empírico?

R: Utilizei o telefone apenas como prévia abordagem com os entrevistados, para consultar a sua anuência e disponibilidade em contribuir na minha pesquisa.

Após este primeiro contacto, realizei todas as quarenta e três entrevistas presencialmente, na localidade de Lisboa. Neste tipo de investigação qualitativa é primordial que assim seja.

4 - Quais foram as principais teorias sociológicas que se baseou para dirigir a sua análise? Porquê? Que influências buscou em estudos de género? E em sociologia do trabalho?

R: Utilizei sobretudo a conceptualização de Bourdieu, nomeadamente o capital social, o capital cultural, o capital económico e o capital simbólico, para contextualizar as próprias vivências que envolvem o indivíduo. São estes ‘capitais’, os geradores do empreendedorismo no agente social em estudo.

Para além disso, citei os principais teóricos da Sociologia do trabalho, contextualizando a sua evolução às necessidades atuais do mercado de trabalho, que se confere inconstante e flexível, com elevadas taxas de desemprego. Todas estas circunstâncias económicas conduzem ou motivam a criação do próprio emprego.

Existe um conjunto de situações que vão enquadrar a decisão de empreender, que, a meu ver, não parte somente da liberdade do agente. Considero que a estrutura e a agência interligam-se para ocasionar estes fenómenos que hoje estudamos. A estrutura não tem necessariamente que servir de oposição à ação do agente. De acordo com a conceptualização teórica que está a trabalhar, deverá verificar esta relação de cooperação que também pode existir entre agente e estrutura.

Acerca de teorias feministas, foquei-me sobretudo em Connel e que vê o género como resultado da estrutura das relações sociais demonstradas na prática. Na tese de doutoramento realizei um trabalho de investigação cuja população alvo era mista: homens e mulheres. Contudo, na minha dissertação de Mestrado desenvolvi mais a problemática de género, conforme poderá verificar.

5 - Considera que ainda nos encontramos num feminismo de 2ª vaga ou já ultrapassamos para um de 3ª vaga ou dito pós-modernismo ainda um pouco ambíguo na sua caracterização (conforme refere Judith Butler na sua performatividade de género)?

R: Depende do objetivo do estudo académico em que nos concentramos. Ambas as perspetivas encontram-se atuais e poderão certamente servir de suporte teórico, de acordo com os propósitos a investigar. Poderemos focar a mulher na assunção da sua diferença, enquanto mulher, na sociedade. Devemos partir do princípio de que todo o ser é único, tanto nas suas escolhas, na sua própria sexualidade, como nas suas ações. Na minha perspetiva, o género na performatividade de Butler não divide o homem da mulher, apenas lhe confere o direito à diferença na sua existência e o direito à igualdade no acesso de oportunidade na sociedade.

Há que ter em conta portanto o enfoque do próprio trabalho académico, porque cada caso é um caso e ambas as posições feministas, de 2ª ou 3ª vaga, se encontram em voga, sendo empregues consoante o objetivo que se pretende.

6 - Quais as dificuldades epistemológicas que encontrou no seu estudo de género, uma vez que não é um domínio científico autónomo? Considera que as bases sociológicas existentes são suficientes para a abordagem de género?

R: De facto as produções científicas têm sido construídas na perspetiva do Homem e na sua hegemonia perante a sociedade. Contudo, aos poucos vão surgindo produções realizadas por mulheres, focalizando a posição feminina na sociedade. A ciência carece de mais perspetivas em que seja a mulher o centro, realizadas a pensar na posição social da mulher.

Como deve já ter apreendido na literatura de género, esta problemática de estudo ainda tem um curto percurso académico. As abordagens são recentes e somente agora começam a incutir um aprofundamento epistemológico nesta matéria. Contudo, é vulgo que se interliga este domínio de estudos na Sociologia.

7 - No que diz respeito aos estudos de género, o que considera que falta fazer em termos de ações que promovam tanto a igualdade de direitos cívicos e políticos como assegurem a importância da diferença e do contributo da mulher à sociedade?

- O que a comunidade académica em si pode fazer neste sentido?

R: Existe ainda muito por fazer, sobretudo na estabilização do 'Estatuto' dos estudos de género. Dou-lhe o exemplo do trabalho de Maria do Mar Pereira, que tem realizado diversos estudos sobre a problemática em que procura identificar um estatuto epistemológico para este ramo de estudo.

Considero que há uma necessidade contínua de conscientização social para o desenvolvimento científico dos estudos de género.

8 - Existe o perigo de um retrocesso social nas conquistas femininas se não se prosseguir uma abordagem contínua e que elucide permanentemente a sociedade, tanto a nível local, como em termos globais? A mulher é culpada se deixar tal acontecer?

R: Na minha perspetiva sociológica não existem abordagens fechadas, aliás como pode constatar no modo como desenvolvi a minha tese. Logo, na história social tudo pode acontecer e obviamente que o perigo de um retrocesso nas conquistas femininas pode acontecer, face às constantes mutações ou a uma incorreta evolução sistémica a que as sociedades estão sujeitas pelos múltiplos factores externos.

Não posso considerar, na minha ótica, a mulher como culpada, pois esta insere-se num conjunto global que a influencia. Claro que existem margens de liberdade dos agentes sociais, contudo se porventura cáissemos em retrocesso, a culpa não poderia ser imputada à mulher, mas sim à sociedade. A culpa seria global e dos variados conjuntos de factores que uma sociedade, historicamente, pode vir a estar sujeita. Não podemos prever o futuro.

Uma vez mais ressalvo que é importante reconhecer a existência da interação entre agência e estrutura.

9- O que o Homem tem a ganhar na igualdade de género?

R: Muito. Sobretudo espaço, pois se existir uma equitativa distribuição de tarefas, o homem consciente verifica facilmente que a sua função já não será tão pesada na responsabilidade social e em determinados setores de atividade.

Por outro lado, também o homem deseja ter mais tempo para os assuntos familiares, por exemplo, devemos compreender que o próprio é prejudicado em questões de licença parental, não podendo, caso queira, dedicar mais tempo à família. Esta condicionante parte da estrutura social que temos, pelo que na igualdade de género, o homem tem também muito a ganhar.

É preciso que se conscientize e que contribua cada vez mais nas problemáticas de igualdade de género.

10 - Que questões, dentro desta ordem temática, considera serem prioritárias aprofundar em futuros estudos? O que me aconselha? Qual o desprovemento da matéria que carece ainda de investigação, apesar dos muitos trabalhos já realizados?

R: Uma vez mais considero que tudo depende dos objetivos de estudo. No seu caso e conforme me expõe, considero importante o estudo do empreendedorismo numa perspetiva sociológica, trabalho que carece de um enfoque que até poderá ser interdisciplinar. Partindo sempre da sociologia, o estudo do empreendedorismo enquanto fenómeno, poderá constituir interesse para muitas outras áreas, tais como a economia ou a gestão. Quanto ao próprio conceito - empreendedorismo - conforme já aqui frisei, não existe uma definição fechada, pelo que deverá abordá-lo segundo a sua perspetiva, entendendo que ela também não é única. Aliás, em Sociologia, como referi, não devemos adotar posturas fechadas, pois encontramos em permanente evolução.

Por outro lado é importante também tratar o empreendedorismo no feminino, pois tal como já comentei, poderá constituir uma alavanca no desenvolvimento da problemática de igualdade de géneros. Importa neste enquadramento refletir que as mulheres não são todas homogéneas, pelo que poderá ser uma boa prestação o estudo das suas motivações para empreender.

Considero importante também estudar as diversidades regionais, como o Algarve. Conforme me transmite não existem trabalhos realizados sobre esta matéria na região. Assim, é importante que investigue junto de associações de desenvolvimento regional, como pretende fazer.

Para além disso, considero fundamental que desenvolva conceitos operatórios nesta área de estudo que tem tido pouco desenvolvimento. O empreendedorismo através de um olhar sociológico e o empreendedorismo no feminino.

Sublinho ainda a relevância de investigar os setores de atividade em que as mulheres empreendem na região e os seus motivos. Conforme me informa, no Algarve e na sua prévia recolha, não encontra somente o turismo, a restauração e o artesanato. Já existem muitas outras atividades que curiosamente se vão desenvolvendo. É um interessante estudo.

Na mesma linha, deverá estudar a articulação entre o trabalho e a vida familiar destas empreendedoras e que evolução encontra nesta matéria.

Enfim, tem um caminho a percorrer, deixo-lhe assim as minhas sugestões e de acordo com nossa conversa estou convicta que poderá prestar um bom contributo académico e numa área que carece de desenvolvimento conforme constatamos.

11 - Atendendo à definição do conceito de empreendedorismo ligado à inovação (Schumpeter) e na medida em que a Professora Fátima já realizou diversos trabalhos de pesquisa em busca de cientificidade, considera poder incluir-se neste grupo de empreendedores em crescente *'wake-up'* social?

(Sorri) R: Sim, a questão do empreendedorismo académico também se coloca. No meu caso e sobre na minha tese considero que contribuí na medida em que coloca a sua questão. Quando decidi estudar o autoemprego nas mulheres, não existiam abordagens nesse sentido. Sobretudo, na dissertação de Mestrado, os recursos bibliográficos sobre a temática eram muito escassos. Aqui em Portugal, senti muita dificuldade, senti-me por vezes sozinha porque me foi difícil trabalhar sobre algo em que não existia praticamente matéria científica.

Por outro lado, também me senti satisfeita por me aventurar na descoberta de um percurso científico e ter conseguido contribuir para o seu desenvolvimento.

Muito agradeço pela sua disponibilidade, pela partilha dos seus conhecimentos e pelo seu profissionalismo!
Obrigada!

2 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Soumodip Sarkar

Foi realizada no dia 11 de novembro de 2015, presencialmente nas instalações da Universidade de Évora, a entrevista ao Prof. Doutor Soumodip Sarkar, natural da Índia, licenciado e Mestre em Economia e Doutoramento em Estratégia Empresarial desde 1995. É docente na Universidade de Évora no departamento de Ciências Sociais - Economia e Gestão, é ainda Diretor do Instituto de Investigação e Formação Avançada (IIFA) em Évora. Como linhas de investigação tem-se dedicado ao Empreendedorismo e Inovação, através da Universidade de Harvard. Tem ainda inúmeras publicações e participações congressistas sobre a temática.

1 - No contexto de globalização em que nos encontramos, o Prof. Sarkar aborda a necessidade crescente da prática do empreendedorismo. Na sua perspetiva, como define este conceito? Como podemos limitar a sua ambiguidade e focá-lo numa abordagem exacta?

R: Se estamos a falar de globalização então nesse caso diferenciarei dois contextos: o contexto empresarial e o contexto do espírito. Para mim é mais importante centrarmo-nos no contexto de espírito porque realmente a longo prazo é aquele que promove a diferença e é nesse sentido que contextualizarei o conceito. O empreendedorismo é sobretudo tentar criar valor, ir além das funções definidas. Por exemplo o dono de um restaurante que procura uma forma diferente de atuar, por via do serviço em oferta, está assim a tentar criar valor sustentável, além do que lhe é tipicamente esperado e do que supostamente vê como contrato na sua atividade. O empreendedor é aquele que acrescenta algo atípico nas suas funções. Eu como professor, terei que ir além das aulas e criar conhecimento. Como cidadão também terei que ser mais cooperativo e aprofundar a minha participação com contributos novos. Neste sentido de globalização, em que se coloca a questão, vejo o empreendedorismo como o ato de criar valor de uma forma sustentada. Para focar o empreendedorismo no contexto espiritual encontramos muitos empreendedores. Para o focarmos deveremos atender ao contexto empresarial. Neste contexto o próprio Schumpeter e depois também o Drucker abordou que o empreendedorismo seria criar uma empresa de forma inovadora. Atendendo ao mercado competitivo, deveremos ter esse factor - inovação - em conta. Por exemplo, se alguém pretende abrir um café, está a assumir um risco claro. Contudo não pode ser um empreendedor porque o seu negócio já é semelhante a muitos outros. Eu não utilizo o critério de 'risco' para medir o empreendedorismo. Todos os negócios são um risco, contudo somente é empreendedor aquele que acrescenta o 'tal' valor sustentável que o diferencia. Caso contrário, todas os proprietários de empresas seriam empreendedores. E há que distinguir o conceito de empreendedorismo de empresarialidade. O empreendedorismo é sinónimo de diferença.

2 - Com que medidas se podem promover a prática do empreendedorismo?

Quanto a essa questão eu gosto de pensar a longo prazo e para mim longo prazo corresponde a vinte anos. Isto é, a minha aposta, que procurei promover em altura que estive mais envolvido em 'vender empreendedorismo', foi que este deve ser incutido na infância, nos estabelecimentos escolares, na base das crianças.

Começar a educação, ou a aculturação, pelas escolas primárias, pelas creches.

Não sei se conhece, mas em Campo Maior existe uma creche que realiza atividades para promover o empreendedorismo nas crianças. Não é no sentido de criar uma empresa, mas de fomentar a curiosidade.

Vale a pena visitar este estabelecimento, onde fazem jogos didáticos que estimulam a criatividade na criança.

Para mim, a forma política de desenvolver o empreendedorismo numa sociedade passa fundamentalmente por via do ensino básico. Nem tanto nas universidades, pois as primeiras bases escolares são as mais essenciais no espírito humano.

3 - Em torno do conceito e para além de Schumpeter, quais são as suas principais bases teóricas que se assemelham à sua posição conceptual? Peter Drucker? Richard Cantillon, Jonh Stuart Mill, Norman Macrae, David Bornstein, Mohammed Yunus, outros....

R: Esses que refere são teóricos que me serviram de base claro, contudo são os mais antigos. Eu vou assim citar alguns mais recentes que também estão no meu livro, nomeadamente Scott Shane e Venkataraman. Estes fazem uma abordagem atual, acrescentando ao empreendedorismo a importância de um novo modelo de negócios. Estes são dos autores e investigadores que mais me marcaram, são os denominados 'gurus' do empreendedorismo, juntamente claro com Schumpeter, Miner, Maclelland, Kirzner...

4 - Como poderemos aliar num mesmo estudo a análise o empreendedorismo de capital e o empreendedorismo social?

R: Eu estou cada vez mais ciente da necessidade que as empresas têm em incluir no seu ambiente interno os aspetos sociais. Portanto, esta é uma área relativamente nova (em termos de estudos e avaliação) e em crescente expansão. Existe uma organização - CSR (Corporate Social Responsibility) que pode fazer, na minha opinião, a ponte entre estes dois tipos de empreendedorismo, o social e o capital. Esta é uma história antiga, mas mesmo assim só agora é que começa a ter visibilidade. Aliás, eu próprio estou a integrar a minha investigação sabática nesta área.

5 - No caso de Portugal e atendendo à competição global de mercados, que medidas inovadoras temos capacidade de tomar para desenvolver o mercado económico e a própria sociedade civil?

R: Esta pergunta vai de encontro a que tipo de política poderia promover o empreendedorismo. A meu ver, conforme já aqui abordei, a promoção de criatividade nas escolas é uma das medidas importantes a tomar para resultados a longo prazo.

Quanto a políticas que possam ter um impacto mais direto e a curto prazo, considero que as pesadas taxas e impostos são um entrave ao desenvolvimento empreendedor. Antes mesmo de iniciarmos um negócio já estamos a ter custos burocráticos com a iniciação de um processo e isso desmotiva. A nossa máquina fiscal é bastante pesada para alguém que pretende iniciar-se. Como sabe, a taxa de insucesso é muito elevada e considero que este é um dos maiores motivos. Obviamente, a carga fiscal não é uma boa forma, em termos políticos, de promover o empreendedorismo.

6 - Considera que existe uma carência nos apoios estatais para desenvolver o empreendedorismo, sobretudo no que diz respeito à área de I & D nas universidades? Este é um acesso só para médias e grandes empresas, na realidade portuguesa? Ou, noutra perspetiva, existe uma inculturação na sociedade portuguesa para recorrer ao meio académico no desenvolvimento do seu negócio empreendedor?

R: Estou de acordo com o seu enquadramento. Nomeadamente por via de I & D na prática não tem resultados, porque na verdade, quem cria um negócio essa é uma preocupação secundária. Obviamente através das universidades, temos capacidade de desenvolver investigação, contudo, na prática não há uma transferência desse conhecimento. O Estado pode investir mais, contudo isso não quer dizer que estamos a

criar mais empreendedorismo. Para mim, isso passa por via do setor privado que por sua vez não está muito interessado, pois tem outras necessidades mais urgentes e mais práticas.

Considero que o Estado tem que repensar no seu modelo por via de I&D, que ressalvo importante, mas a forma como tem feito por via de subsídios não tem cativado quem mais precisa.

7 - Tem uma opinião otimista ou desfavorável acerca do futuro do empreendedorismo em Portugal?

R: Eu sou muito mais otimista hoje em relação a Portugal do que há uns anos atrás.

Eu continuo a ser muito realista no sentido de que apesar de estarmos a crescer nessa área, em comparação com outros países ainda estamos muito abaixo no nível estatístico, contudo estamos a crescer.

8 - Na sua ótica, a criação de um novo negócio (dito empreendedor) deve partir de um cuidado estudo académico, (tal como Sérgio Costa define no seu premiado estudo acerca de spin-offs universitárias), para que possa ter maiores probabilidades de êxito e sobrevivência, ou este processo é facultativo? Qual o melhor caminho para empreender nos dias de hoje?

R: A minha aposta obviamente vai para o empreendedorismo que nasce a partir das universidades, pois já usufruí de uma base de conhecimento que permite desenvolver um melhor modelo de negócios, partir de feedbacks estruturados para seguir um caminho com qualidade e maiores probabilidades de êxito. A preparação é maior, mas isso não quer dizer que outros negócios empreendedores que não partam desta raiz não tenham as mesmas probabilidades de êxito.

9 - O Balanced ScoreCard (centralizado na visão estratégica de medir os resultados financeiros, processos internos de negócio, satisfação de cliente e aprendizagem e crescimento) é o instrumento de medida que considera eficaz para acompanhar os resultados de empreendedores? Mais eficaz que a inveterada Análise Swoot (que mede pontos fortes e fracos do ambiente interno empresa e conjuga com as oportunidades e ameaças do a. externo)?

R: o Balanced ScoreCard quando citei foi direcionado ao contexto de empresas maiores, organizações. Nunca no contexto de empresas que acabam de nascer, pois é muito difícil efetuar um estudo através desta metodologia que procura dados que estas empresas ainda não dispõem obviamente.

10 - O conceito de 'inovação disruptiva' (Christensen,1997) - tecnologias novas que derrubam outras existentes no mercado - é passível de acontecer no mercado português? É esta atitude que faz falta desenvolver por cá?

R: E porque não? Eu considero que hoje em dia, como disse há pouco, sou muito mais otimista em relação aos jovens empreendedores que nascem a partir das universidades ou têm uma base de conhecimento, portanto eu acredito que sim, é possível de acontecer em Portugal. Somente ressalvo que é necessário uma cultura mais forte para promover o empreendedorismo, ultrapassar os medos que estão estigmatizados na nossa sociedade.

11 - Não podemos ser todos empreendedores, uns mais, outros menos. O sistema social carece de organização e educação cultural nesta matéria. Que papel tem a sociologia e a cultura para este efeito?

R: Focando o empreendedorismo ao nível social, para o qual ultimamente tenho estado mais sensibilizado, considero o papel da aculturação de mentalidades muito importante para a evolução desta temática. Obviamente não podemos ser todos empreendedores nem é isso que se pretende, contudo o empreendedorismo é um escape que pode constituir a oportunidade de sustentabilidade económica de uma sociedade. O empreendedorismo deve ser aplicado conscientemente no sentido de desenvolver um país.

12 - Considera a globalização um factor de oportunidade ou de necessidade, para que surja a prática empreendedora?

R: Considero oportunidade, claro. Como já frisei, sou otimista e acredito que só deste modo se pode construir o futuro.

13 - No perfil de um empreendedor, que características encontra? E que características exclui?

R: Não é fácil responder, porque, conforme verifica no capítulo III do meu livro, falo da dificuldade em medir personalidades, nomeadamente se é inato ou se é apreendido. Contudo, é muito importante que o empreendedor se defina como curioso, isto num contexto do pensamento Schumpeteriano.

Excluo do perfil de empreendedor alguém que não valoriza o conhecimento.

14 - Porque refere que os homens são de Marte e as mulheres de Vénus? Apesar da inferior contabilização das mulheres em liderar empresas (empresas que na escala de medida disponibilizada podem até não ser empreendedoras, mas sim simples empresas sem perfil inovador), não considera existirem vantagens para as mulheres que assumem o papel de empreendedoras, pelas suas características generalizadas de apetência para o contacto com o público, pela sua criatividade, pela sua maior necessidade de flexibilidade, entre outros?

Qual a posição da mulher no papel de empreendedora na sociedade civil?

R: Quando encetei a frase acima, os homens de Marte e as mulheres de Vénus apenas fi-lo em relação aos dados estatísticos recolhidos, nada mais.

Contudo temos que atender ao facto de que o empreendedor tem que despende muito mais do seu tempo, ele é casado com o seu projeto, tem que dedicar muitas horas, o que no caso das mulheres e da generalização do seu papel familiar, estão assim em desvantagem principalmente por esse motivo. Os homens têm mais tempo e mais liberdade em seguir um projeto.

Dito isto, ao observarmos uma mulher empreendedora e um homem empreendedor, não considero existirem diferenças no seu desempenho. Ambos têm capacidades úteis para empreender. A mulher revela também um bom sentido de organização e sobretudo criatividade.

15 - O Prof. Sarkar desenvolveu arquétipos que classificam o empreendedor em determinados contextos: **ovelha** (mercado com grande número de empresas e que oferece produtos semelhantes); **raposa** (grande número de empresas numa atmosfera competitiva, mas que oferecem produtos diferentes e com flexibilidade de preços); **urso** (reduzido número de empresas, reduzida competição, o que origina quotas de mercado elevadas embora possam não corresponder a elevados rendimentos); **lobo** (poucas empresas com produtos diferenciados o que origina quotas e lucros elevados para empresas).

Onde inclui o empreendedor português?

R: Muitos são ovelhas e alguns são raposas. Basicamente é esta a realidade que observo.

16 - Na sua opinião, quais são os principais entraves para o desenvolvimento da atividade empreendedora em Portugal?

R: As dificuldades fiscais, a política em geral que está virada para o funcionário público e esquece um pouco a outra parte que pode promover o crescimento e contribuir para o bem-estar geral, a cultura da sociedade é avessa ao risco, o sistema de ensino também não está estruturado nesse sentido entre os diversos factores envolvidos. Em suma, são elementos culturais que bloqueiam o desenvolvimento empreendedor, contudo e conforme também já referi, está a mudar, aos poucos. Há que avançar e acompanhar o mercado competitivo

quer a nível interno, quer a nível externo, criar novas metodologias de trabalho e evoluir. Caminhamos por aí.

17 - Considera que um empreendedor pode desenvolver-se sozinho ou necessita de recorrer a uma rede de 'clusters' (empresas semelhantes) para sua sobrevivência?

R: Estou convicto que um empreendedor não pode agir sozinho. É necessário elencar-se numa rede de conhecimento, ter bons contactos com outras pessoas ou empresas na sua área de atuação. Contudo este sistema de agregação não é um processo imediato, é um processo que se vai desenrolando e de forma continuada. O empreendedor não nasce com uma rede, essa rede vai-se construindo pouco a pouco.

18 - Segundo os seus conhecimentos, o que considera que falta desenvolver, trabalhar ou disseminar na conceptualização do empreendedorismo?

R: O que falta? O facto de que está a realizar uma tese sobre a temática já é um bom sinal da conscientização da necessidade de trabalhar, promover o conceito. São sinais destes que o reforçam e disseminam culturalmente.

19 - Baseado na minha temática de estudo: Empreendedorismo no Feminino em contexto local (Algarve), que conselhos me pode fornecer acerca dos caminhos de investigação a percorrer com vista à obtenção de resultados necessários e úteis a nível académico?

R: No contexto do Algarve não podemos negar que poderá focar o turismo, o mar e também a agricultura (os citrinos e a horticultura que cresce no local). Considero importante a criação de marcas (Branding) para diferenciar modelos de negócio. Esse é um tipo de empreendedorismo que me surpreende porque não existe em maior proporção.

Como conselho que me pede considero importante definir com cuidado uma boa questão de partida para a sua investigação. Isto é o principal, a pergunta é a mais-valia do seu trabalho. Você encontra-se num bom caminho em termos da área escolhida, pois sobre a região do Algarve é importante que essa investigação exista. Votos de boa sorte e continue nesse bom caminho.

Em termos de contactos de docentes que trabalham na área gostaria de lhe indicar a Prof. Doutora Georgette Andraz que está na Universidade do Algarve. Poderá ser útil para si.

20 - Considera-se um empreendedor ou um intra-empreendedor, pela sua atividade académica, pelo seu desenvolvimento de pesquisas pessoais e profissionais, pelas suas escolhas?

R: Eu não gosto de pensar nestes termos para mim próprio. Mas posso dizer e falando no contexto de criar valor, considero que todas as pessoas que se empenham em promover o conhecimento, motivar e incentivar os outros são pessoas empreendedoras.

21 - Sei que se encontra de licença sabática, é possível desvendar o seu projeto de estudo atual?

R: Claro que sim, vou estudar uma favela na Índia e a forma como se pratica o empreendedorismo nesse local relacionando com os aspetos sociais através do Corporate Social Responsibility conforme já aqui transmitido.

Muito grata por partilhar o seu conhecimento comigo e pelo seu manifesto profissionalismo, que me inspira e enriquece o conteúdo do meu trabalho.

3 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Sérgio Costa

Foi realizada via Skype no dia 12 de novembro de 2015, a entrevista ao Prof. Doutor Sérgio Costa, Licenciado em Engenharia elétrica e computacional, Mestre em Gestão Estratégica, detentor de MBA em Gestão de Negócios e Doutorado em Empreendedorismo com a tese “*Business Model Change in Early-Stage University Spin-Offs*” (2014), a qual premiada recentemente como o melhor PhD do mundo na respetiva área temática. Foi docente na Universidade do Porto e atualmente é conferencista contratado pela University of Bath (UK).

1 - A sua especialização é engenharia eletrónica, como surge a ideia de investigar sobre modelos de negócios e desta forma desenvolver o conceito de empreendedorismo académico? Como faz a relação destes dois conceitos no seu trabalho (modelos de negócio e empreendedorismo)?

R: Sim, sou engenheiro eletrónico, mas realizei também um MBA em Gestão. A partir daí fui tomando contacto com spin-offs universitárias e a confluir a ideia de realizar um estudo sobre estas. Assim surge o tema de minha tese sobre empreendedorismo académico.

Importa compreender que as empresas quando estão a iniciar-se sofrem muitas mudanças, uma vez que estão constantemente a abordar potenciais clientes. Este facto impele a reformulação dos seus modelos de negócio de forma a serem exequíveis e responderem às necessidades de mercado. Estes pressupostos motivaram a investigação tomada.

2 - Segundo a sua perspetiva, qual a definição mais apropriada para o conceito de empreendedor? E empreendedorismo? Relaciona o conceito com inovação, conforme interligou Schumpeter?

R: Na perspetiva que tomei considero que o conceito de empreendedorismo está ligado à criação de uma nova empresa. A minha definição é mais lata, não vai ao encontro da perspetiva schumpeteriana conforme me sugere. Para mim, a pessoa que abre um café numa esquina é um empreendedor.

3 - Que conceptualizações teóricas fundamentam a base do seu trabalho doutoral, autores e teorias que analisou para definir os ‘business-models’, as spins-off universitárias e o conceito de empreendedorismo? Que ramos de estudo enquadrado no seu trabalho: economia, tecnologia, sociologia, educação?

R: Basicamente teorias prioritárias que me serviram de base foram: *Effectuation & Causation* (Sarasvathy, 2001); *Resource Based Theory* (Barney, 1991; Wernerfelt, 1984; Rumelt, 1987); *Business Model Canvas* (Osterwalder).

4 - O seu estudo de carácter longitudinal é uma mais-valia sobre o que habitualmente se foca em outras investigações (pesquisas estáticas num determinado espaço e tempo), uma vez que permite analisar a evolução de uma empresa que nasce como spin-off universitária e chegar mais facilmente a conclusões. Considera que aumenta a probabilidade de sucesso um empreendedor partir de cuidada preparação académica ao iniciar o seu negócio?

R: Considero que sim, embora reconheça que existem muitos casos de sucesso que não partiram de uma formação académica. Contudo deve também existir algum cuidado no tipo de formações académicas que se transmitem, as quais deverão ser direcionadas para estimular o empreendedorismo nas pessoas e não somente sobre empreendedorismo (elencando imensas teorias que na prática poderão não ser aplicáveis).

5 - Como podem as empresas melhorar em Portugal? Tem uma opinião otimista ou desfavorável acerca do futuro do empreendedorismo em Portugal?

R: Como já referi será uma questão cultural em que se deverá ultrapassar estigmas.

6 - Como vê a sobrevivência dos negócios locais no contexto de globalização?

R: Enquadro-os no mesmo contexto que já referi acerca de Portugal e da questão da aculturação.

7 - Delimitou o seu estudo sobre 8 spin-offs de 5 setores distintos (software e eletrónica, biotecnologia, biofarmacêutica, semicondutores de condutividade elétrica e energias renováveis), acompanhando o seu percurso longitudinal através de 98 momentos de contacto /entrevistas.

Considera que esta amostragem foi suficiente ou deveria ter trabalhado sobre mais ramos para sua complementação conclusiva?

R: Uma investigação nunca está completa. Contudo para um trabalho de doutoramento a amostragem que recolhi já foi excelente para fundamentar conclusões.

Ficam sempre lacunas, tanto que neste momento estou a realizar um 'call-for paper' em conjunto com outros investigadores, precisamente para colmatar lacunas que possam ter ficado por preencher. E como lhe disse, uma investigação é contínua e continuo a trabalhar nesse sentido.

8 - Que limitações encontrou no seu trabalho de investigação?

R: As limitações normais de um trabalho qualitativo, há sempre algum enviesamento, até porque quando contacto com as pessoas em entrevista, sem querer posso transmitir e influenciar comportamentos, logo influencia também resultados que irão mudar o curso da empresa.

Num estudo qualitativo e indutivo não se pode sequer falar de amostragem estatística, portanto é sempre complicado fazer inferências irrevogáveis sobre as proposições lançadas.

9 - Numa retrospectiva ao seu trabalho, o que considera que poderia ter desenvolvido mais ou que ainda pretende vir a fazê-lo numa continuidade?

R: Talvez recolher dados a um maior número de empresas no sentido de complementar o estudo qualitativo através de uma amostragem quantitativa que corrobore os resultados apresentados.

10 - Ao longo da sua observação empírica que alterações constatadas no objeto de estudo lhe despertaram maior curiosidade? Considera que estas alterações já eram previsíveis de acontecer ou foi para si uma surpresa durante o trabalho de investigação?

R: Considero que não houve grandes surpresas. Basicamente o que não estava à espera era que as empresas mudassem tanto e em tantas vezes no decurso do meu acompanhamento (mensal). Consegue-se perceber que numa situação de early-stage as empresas mudam muito.

11 - Utilizou como instrumento de medida o modelo de Canvas (Osterwalder e Pigneur, 2010) que compõe 9 medidas de avaliação (segmento de clientes, propostas de valor, canais utilizados, relações c/ clientes, fluxos de receita, recursos-chave, atividades-chave, parceiros-chave e estrutura de custos). Considera esta modelo de medição com resultados mais vantajosos que outros, por ex: Balanced Scorecard (muito em voga para organizações universitárias) ou a típica Análise Swoot?

R: Considero que este modelo é muito completo e é o que atualmente se está a utilizar. O modelo de Canvas tornou-se muito mais popular e aceite na prática pela comunidade científica. Revi outras frameworks e optei por este modelo que traduzo ter mais notoriedade.

12 - Segundo a sua opinião, quais foram os parâmetros do seu trabalho que o levou a ser premiado?

R: Sobretudo o rigor da metodologia utilizada, fiz muitas entrevistas por este método longitudinal. Portanto em resposta à questão penso que teve a ver com a solidez e a robustez da metodologia e com o carácter também incubador do modelo de negócio de negócios de Canvas.

13 - Considera-se um empreendedor académico pelo trabalho que realizou e que continua a realizar?

R: Não, sou um investigador, embora no meu trabalho de docência tente sempre apresentar planos curriculares de forma inovadora mas essa é a minha forma de ser e estar. Um empreendedor é quem cria uma empresa.

14 - Estudou o empreendedorismo académico. Considera a hipótese de sair desta fronteira, na abrangência que o conceito permite e investigar outras modalidades de empreendedorismo?

R: Sim, por exemplo o papel da improvisação no empreendedorismo. É um trabalho a que me proponho em breve realizar.

15 - Conclui que existem modelos de negócios díspares dentro da mesma empresa. O seu estudo vem cooperar para que os empreendedores sigam um cuidado planeamento do seu modelo de negócio, tenham maior interação com os denominados *stakeholders* que auxiliam a testar os modelos de negócio e a obter os feedbacks importantes para tomar decisões atempadamente.

Considera este o caminho que qualquer empreendedor deve tomar para obter o tão almejado êxito?

R: Sim, conforme já aqui referi.

16 - Dentro da minha temática de estudo 'Empreendedorismo no Feminino em contexto local' que caminhos me aconselha a tomar que carecem de desenvolvimento científico?

R: Aconselho o *Journal Business Venturing e Entrepreneurship Theory and Practice* para rever as recentes publicações sobre a temática. Sendo que o seu trabalho é delimitado localmente, penso que seria interessante a Elsa focar-se na cultura, pois esta problemática é um entrave ao desenvolvimento do empreendedorismo e esse será um caminho a percorrer. Desejo um bom percurso e parabéns pela escolha. Muito grata por partilhar o seu conhecimento comigo e pelo seu manifesto profissionalismo, que inspira e enriquece o conteúdo do meu trabalho.

4 - Entrevista a especialista Prof. Doutora Georgette Andraz

A entrevista decorreu presencialmente na Universidade do Algarve, a 23 de novembro de 2015.

A Prof.^a Doutora Georgette Andraz é docente na Universidade do Algarve onde leciona várias unidades curriculares, e.g., Gestão Estratégica, Gestão das Organizações, Empreendedorismo e Projeto Empresarial e colabora ainda na u.c. de Responsabilidade Social das Organizações, distribuindo as suas funções na Universidade quer nas instalações de Portimão, quer em Faro. É Licenciada em Gestão, especialização Gestão Financeira, Mestre em Ciências Económicas Empresariais e doutorada em Gestão pela Universidade de Évora.

1 - Que tipo de trabalhos ou investigações têm sido realizados acerca de empreendedorismo na região do Algarve?

R: Sobre o que me tenho dado conta, a maioria dos trabalhos acerca desta temática concentram-se apenas na caracterização e identificação do nível da atividade empreendedora na região do Algarve, bem como de modo geral.

2 - E a nível de desenvolvimento local?

R: Do que tenho conhecimento e do que também é a minha área de estudo, julgo existir uma carência de trabalhos sobre o impacto da criação de novas empresas, quer a nível de emprego, de produtividade ou de desenvolvimento económico na região. Este é um foco importante que, na minha opinião, não tem sido suficientemente explorado e sob o qual poderia recair mais investigação: o impacto das atividades empreendedoras no crescimento económico da região.

3 - Esta é uma questão transcendente a todos os entrevistados. Como define empreendedorismo?

R: Empreendedorismo enquanto disciplina, sofre dificuldades de delimitação de seu campo, próprias de um objetivo cuja definição é ainda “aberta”. O empreendedorismo pode ser definido na perspetiva de diferentes domínios, e.g., Sociologia, Gestão, Economia, Marketing, entre outras. Recorrendo ao Professor Sarkar, recordo de um exercício que este retira, julgo que de uma fábula indiana, em que perante um elefante se encontram diversas pessoas vendadas em torno do animal, sendo que ao tocarem neste, cada qual apresenta uma perceção diferente. Assim é a definição de empreendedorismo, *i.e.*, depende muito da perceção daquela que a analisa.

Do ponto de vista da Gestão e de acordo com a abordagem das aulas, apresentamos duas perspetivas para o conceito:

1 - A primeira prende-se com o ponto de vista do GEM que assenta o conceito como criação, desenvolvimento, expansão de novos negócios (quer em conjunto ou de forma individual). Estes são os indicadores de medida utilizados por este observatório, e que são utilizados para abranger as diferentes realidades a nível mundial.

2 - Outra perspetiva utilizada é a de Schumpeter que associa o empreendedor à Inovação e realça o papel central do empreendedor como agente de promoção da mudança através do processo de criação e destruição. Do ponto de vista de vários estudos, esta é a perspetiva que contribui para o desenvolvimento da economia, para a maior eficiência dos mercados, *i.e.*, a inovação e a tal criação de valor que a Elsa se refere, são os elementos que irão eliminar do mercado as empresas menos eficientes e/ou obriga-las a tornar-se mais eficientes, a atualizando-se perante a competitividade de mercado.

A destruição criativa de Schumpeter defende que novos agentes (empresas) surgem no mercado substituindo conceitos e agentes instalados (destruição) por novos (criação) mais eficientes e eficazes. Este processo rompe o equilíbrio e melhora a eficiência dos mercados.

4 - Distingue empreendedorismo de empresarialidade? Em que aspetos?

R: A empresarialidade tem a ver com aquele que entra com o capital e o empreendedor é aquele que cria, que tem ideias. Do ponto de vista externo e segundo o GEM, dentro das empresas existem também empreendedores - os denominados intraempreendedores (Norman Macrae) - e são estes que contribuem para a renovação estratégica e que promovem mudanças organizacionais. Por outro lado, o empreendedor também pode criar a sua própria empresa e ser empresário. Essa asserção está sempre em aberto.

5 - O conceito de empreendedorismo está envolto numa ambiguidade conceptual e é transversal a vários ramos de estudo. Em que ramos consideram importante enquadrá-lo, para além da área de Economia?

R: Aqui na Universidade do Algarve oferecemos atualmente a unidade curricular de Empreendedorismo integrada em diferentes cursos de diferentes domínios científicos. Portanto empreendedorismo hoje em termos académicos é transversal.

6 - Que contributos considera que o ramo da Sociologia e o estudo de grupos, pode aferir para a definição e desenvolvimento do conceito de empreendedorismo?

R: No seguimento da questão anterior, penso que a Sociologia, no seu papel de observação científica dos diferentes grupos sociais, poderá contribuir para um entrosamento do conceito e da importância do mesmo nos diferentes papéis que pode representar à sociedade. O empreendedorismo é influenciado por diferentes contextos e sobretudo pela cultura, nessa perspetiva penso que o domínio da Sociologia pode dar um contributo considerável.

7 - No contexto de globalização, o empreendedorismo é uma necessidade ou uma oportunidade? Qual a importância desta prática para a economia, para a sociedade, para a política, para a cultura?

R: Ambas. Nos países desenvolvidos, de acordo com os dados do GEM, observa-se que o empreendedorismo nasce por oportunidades detetadas, sendo portanto estes que criam valor para um desenvolvimento económico sustentável. Por outro lado, nos países menos desenvolvidos observa-se uma elevada taxa de empreendedorismo mas por necessidade, por falta de emprego criam-se mais empresas embora muitas delas nasçam derrotadas à partida. Em Portugal, de acordo com o relatório do GEM a taxa de atividade empreendedora duplicou, entre 2010 e 2014 passando de 4,4% para 10% em 2014. Este aumento substancial da taxa está associado ao empreendedorismo por necessidade, em virtude da adoção em força de medidas de austeridade com a consequente degradação das condições económicas e sociais.

8 - Qual a importância do empreendedorismo social no quadro das empresas atuais e futuras? A importância de ter em conta aspetos sociais dentro das empresas de negócios? A Ualg trabalha com o GEM? E com o CSR? Do que tenho conhecimento a Ualg não trabalha diretamente com o GEM. A Universidade do Algarve, através do CRIA - Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia, criou um Portal dedicado ao Empreendedorismo. Sobre a importância do empreendedorismo social considero que estamos a trabalhar para incutir essa prática e sensibilidade também integrada nos vastos cursos da Ualg.

9 - O que pensa do empreendedorismo académico? Considera que todas as empresas inovadoras deveriam nascer a partir de um cuidado estudo universitário ou nem por isso? Explique.

R: Sim, através do CRIA - Divisão de Empreendedorismo e Transferência de Tecnologia do Algarve. Para a Universidade do Algarve, este tem sido um motor de desenvolvimento do empreendedorismo a nível académico e não só, pois também apoia projetos externos.

10 - Em Portugal, temos o apoio I&D que porventura é pouco recorrido pelos empresários. Na sua observação e conhecimento de mulheres empresárias, considera que existe uma carência cultural neste aspeto, ou que apenas existem outras necessidades prioritárias.

R: Nós não temos essa cultura efetivamente. Também não tenho conhecimento do tipo de apoios I&D existentes. Por outro lado, do que tenho observado, considero que não existem muitas empresas inovadoras na região e talvez por isso se justifique a fraca procura às universidades. Temos por tal um quadro de microempreendedorismo na região, os quais não têm como prioridade a Investigação e desenvolvimento, mas sim a sobrevivência.

11 - Como observa o empreendedorismo em Portugal em termos de apoios estatais? Que tipo de apoios específicos conhece para o empreendedorismo no feminino?

R: Existem muitos apoios e fundos comunitários aos quais os empreendedores podem recorrer, contudo confesso que não estou por dentro do assunto. Existem entidades mais indicadas na região que lhe poderão esclarecer melhor nesta questão. Posso apenas adiantar que a nível nacional existem um grande estímulo para a criação de empresas, todavia não há um acompanhamento e grande parte das empresas, passando a fase de *Start up* morrem. A falta de acompanhamento no que respeita à formação nas várias vertentes da gestão, dos jovens empreendedores por parte das entidades competentes é uma barreira à sua sobrevivência.

12 - Quais são os maiores obstáculos no empreendedorismo em Portugal?

R: A nível fiscal, as dificuldades financeiras, a falta de um bom conhecimento de mercado, a falta de formação dos gestores. Mais do que obstáculos burocráticos e financeiros, aponto outros obstáculos a que eu chamaria de 'pontos fracos' na própria gestão de empresas (questões internas) e que criam grandes barreiras ao seu desenvolvimento. Também a oferta do mais do que o mesmo é outro obstáculo, *i.e.*, não há inovação, não há criação de valor, não há sustentabilidade de mercado.

Ainda acerca desta questão existe um estudo do Eurobarómetro que revela que existe grande vontade em empreender, contudo na realidade quando é altura de criar o seu próprio negócio demonstram receio, pois acarreta muitas vezes um custo acrescido que pode ou não ter resultados.

13 - O que se pode fazer a nível académico para colmatar os obstáculos e impulsionar uma geração empreendedora?

R: Os próprios apoios estatais não se focam na formação a gestores, formação acerca de I&D, existe uma carência de formação, de organização que permita cooperar com a competitividade de novas empresas que abram, para que não se percam no mercado. As universidades têm assim um papel importante em procurar fomentar a teoria à prática e à realidade das necessidades das empresas.

14 - O que distingue o empreendedorismo no feminino do masculino? Como caracteriza o perfil da mulher empreendedora? Que capacidades a mulher pode oferecer que o homem não tem?

R: Não tenho conhecimento na área para poder cooperar nessa questão.

15 - Tem acompanhado alguns casos de empresas da região do Algarve. Se sim, exemplifique casos de sucesso e de fracasso e supostas causas envolvidas?

R: Curiosamente na unidade curricular de empreendedorismo que estou a lecionar em Faro, muitos dos alunos revelam que já trabalham para si, são empreendedores. Contudo, não tenho observação suficiente para contabilizar casos de sucesso ou fracassos.

16 - Considera poderem existir desigualdades de género no empreendedorismo, entendendo que este é liberdade e atividade autónoma?

R: Não tenho conhecimento na área.

17 - Como vê o futuro das mulheres empreendedoras?

R: De igual forma à questão anterior não posso cooperar.

18 - O meu projeto de investigação intitula-se 'Empreendedorismo no Feminino na região do Algarve' (em contexto local). Que conselhos me pode fornecer acerca de aspetos que considere importante pesquisar e conhecer, no sentido de desenvolver um bom trabalho científico e com utilidade prática?

R: Considero importante definir claramente o conceito da criação de valor, e como pode ser medido. Por outro lado, critérios a utilizar para definir e selecionar os negócios inovadores. É difícil esta medição, por tal aconselho a consulta de outros estudos, no sentido de perceber que indicadores têm sido utilizados para medir a criação de valor, uma vez que o conceito de valor poderá cair em ambiguidade. Desejo-lhe os melhores resultados e estarei cá para a apoiar no que necessitar. Força!

Muito agradeço pela sua disponibilidade, pela partilha dos seus conhecimentos e pelo seu profissionalismo!
Obrigada!

5 – Entrevista a especialista Prof. Doutora Isabel Rufino

Decorreu via telefónica a 24 de novembro de 2015. A Prof. Doutora Isabel Rufino é Doutorada em Sociologia do Trabalho, das Organizações e do Emprego, pelo Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), em 2005. Tem como áreas de interesse a Sociologia, nos ramos do trabalho, das organizações e do emprego, desenvolvimento endógeno/local - educação/ formação no desenvolvimento - formação para o empreendedorismo. Entre outros projetos desenvolvidos participou na fundação da Fábrica do Empresário, um espaço de incubação para empresas na localidade de Benedita.

1 - Como vê esta ambiguidade em torno do conceito de empreendedorismo? Considera que parte de diferentes culturas que suscitam diferentes visões e consequentemente posições sobre o fenómeno?

R: Agradeço as suas perguntas - elas são pertinentes e mais do que sobre o conceito, é importante estudar as práticas que antecedem o conceito (a ideia que está por detrás das palavras). Diria mesmo, de ideologia, isto é, da visão de mundo dos indivíduos ou de grupos na orientação das ações/concepções.

2 - Considera que uma incorreta interpretação do conceito pode fomentar estereótipos na sociedade?

R: Na verdade, o crescente uso e abuso do termo "empreendedorismo" parece ser a forma encapotada de culpabilizar as pessoas escolarizadas e altamente qualificadas pelo seu desemprego (desempregado por não se ser empreendedor), contornando desta forma as questões da essência do "não trabalho"/desemprego da atualidade e com este o exacerbar dos conflitos sociais.

3 - Como caracteriza o conceito de empreendedorismo? Distingue-o do conceito de empresarialidade?

R: Não me atrevo a dizer que caracterizo por oposição os dois conceitos: empreendedorismo e empresarialidade. Apenas entendo que se pode ser empreendedor fora do ato da empresarialidade mas a empresarialidade carece de atores empreendedores no sentido da criação permanente, na persistência e resiliência face aos riscos. Um empresário com recursos (pode não ser muito empreendedor - apenas jogar ou deixar jogar a fazer uso-aplicação do seu património: imagem pessoal, bens materiais ou de capital), pode recorrer a outros atores empreendedores (sem que estes sejam empresários). Trata-se de recorrer a outros empreendedores a exercer trabalho contratado. Considero que empreender nos dias de hoje pode gerar empregabilidade. O empreendedorismo é, no meu entender um ato natural de todo o ser humano em pleno uso das suas capacidades. O contexto no entanto estimula ou não a oportunidade de mobilização desse potencial que se molda na experimentação, interação em redes - não se ensina mas aprende-se na interação de mestre e aprendiz e a ele associam-se fatores intrínsecos e extrínsecos à pessoa empreendedora.

É importante ainda termos em conta que as ações empreendedoras se geram por tentativas e também por erros, com os quais devemos aprender e reforçar as nossas apetências para tentativas futuras. Só deste modo poderemos alcançar sucesso a empreender, aprendendo. Todavia não me atrevo a identificar o que é o sucesso no empreendedorismo, pois para além de discernir no objetivo da acção, depende muito do progresso da ação e só pode ser avaliado a médio e a longo prazo.

4- Foca-se mais no conceito de empreendedorismo ou no conceito de empresarialidade?

R: No trabalho da minha tese os empresários na empresarialidade são empreendedores na medida de criação de emprego ou empregabilidade - mesmo que em resiliência coletiva ao território - num modelo formativo que persiste na sociocultura. Depois da tese foram desenvolvidos trabalhos práticos envolvendo

jovens em empreendedorismo com organizações sem fins lucrativos (associações) como é o caso do projeto fábrica do empresário.

5 - Quais os objetivos da Fábrica do Empresário e a sua relação com o Empreendedorismo?

R: É um projeto de pesquisa que emergiu da ação local. Um projeto que busca, por um lado, aprofundar algumas das propostas de estudos prévios do território, focada no espaço produtivo de Benedita, incluindo Turquel, Santa Catarina e Vimeiro, os territórios do município de Alcobaca, isto é, cobrindo a Território ocidental de Portugal. O projeto procurou e busca fortalecer as capacidades locais enquanto se abre ao mundo através de um conjunto de iniciativas e subprojetos. Trata-se de treinamento em empreendedorismo enquanto eles fortalecem e geram novos espaços empresariais no território. Estes espaços incluem a participação daqueles que desejam "aprender a começar", jovens empreendedores, pessoas que trabalham por conta própria e também desempregados e grupos em risco de exclusão junto com os "empreendedores anfitriões", principalmente empresários idosos e executivos de negócios.

É um projeto onde a aquisição de conhecimento e conhecimento está diretamente ligada à experiência. É por isso que inclui a geração de espaços de aprendizagem que promovem simultaneamente iniciativas para dar visibilidade aos produtos, processos, técnicas e tecnologias, bem como processos de inovação colaborativa em *design*, produção, *marketing* e inovação social.

6 - Como define a Empresarialidade?

R: Segundo a minha tese a "empresarialidade é a criação de empresas que geram empregabilidade (o garante da autonomia do individuo assente na possibilidade de ter trabalho)".

7 - É importante utilizar o conceito de empreendedor ou empreendedora, qual a sua ligação na empresarialidade?

R: O uso do termo empreendedor onde o agente/ator individual poderá gerar ou não empresarialidade - pessoalmente e/ou estimulando outros- num jogo e estímulo mutuo: influencia e é influenciado em jogos de prática real (não simulada) contextualizada face ao tecido empresarial - economia monetária ou de troca.

8 - Quem é afinal o empreendedor?

R: Considero empreendedor todo/a aquele/a que se move pela sua empregabilidade na economia formal por conta própria ou por conta de outrem ou em processo autogestionários e apresenta atitude proativas (criação, resiliência...) de si para consigo e os demais, com autonomia tanto na economia formal (monetária) como não formal (trocas de bens ou serviços).

9 - Como tem fomentado o empreendedorismo no seu trabalho?

R: Na minha tese abordo os conceitos de - *pressão / ação proativa*. Para mim estes são os agentes empreendedores. *Esta* teoria formulada tenho fomentado através da mobilização pelo desenvolvimento local (o caso do Oeste) cuja aplicação foi desenvolvida nos 10 anos subsequentes à tese.

Muito agradeço pela sua disponibilidade, pela partilha dos seus conhecimentos e pelo seu profissionalismo!
Obrigada

6 – Interview to Specialist Dr. Douglas Thompson

This interview took place on 26 November 2015 through Skype.

Mr. Douglas Thompson is Senior Consultant in SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação S.A., - having advised many private sector and public sector clients in different areas, including innovation, technology transfer, R&D and SMEs development. He is responsible for the development and implementation of SPI's international strategy, which includes development of project ideas and the management of research and S&T projects involving numerous research organizations, and for institutions such as the European Commission and International Development Agencies (such as the World Bank, Inter-American Development Bank and USAID). Douglas is graduated in Economy and has a Master degree in Economy by UK University at 1998.

1 - What are your roles in SPI and GEM integration in Portugal?

A: SPI is the partner of the project GEM, here in Portugal. In the last four years we have the contribution of ISCTE for the development. About my part, I have responsibility for the next SPI - here in Portugal - functionally and contributive for the GEM project, to the research and the final transfers to the global study that is GEM. I have done two GEM studies in the present results.

2 How does it work, the GEM? Make's data collection monthly or annual studies?

What parameters of entrepreneurial activity measure and how to do data collection?

A: We make annual data collection. We (SPI) join with ISCTE qualifications, researches and investigation development, here in Portugal. There are two important aims in Portugal, and is the same in each country who GEM is connected (214 countries). The first is to retract the population that are independent worker or business firms. The second is to know if they are entrepreneur and what are they contribution, social and economic, and what are they doing in entrepreneurship. This research is made every year.

3 - This is a common question that I have applied to all respondents. How would you define the concept of entrepreneurship?

A: We consider what is defended specific in our reports "Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business." (Reynolds et al., 1999, p.3) This definitions is recognised in all the world. But we have to consider too, that the exact definition could be different in each country and it depends of his context. For example we can't adopt the same definition in Africa as it in Portugal. There are many different aspects.

4 - Do you see differences about the entrepreneur concepts from the businessman that has simple an office with no innovations? Explore the differences.

A: We understand like that. GEM is involved in special new business and new creations, but for the research it's not necessary the innovation. We have to do data collection for the global project and is very difficult to make that differences.

5 - Why is it important to make that distinction?

A: Of course we are very interested in innovative entrepreneurship that includes many other activities that resolve the social and economics' developments, for example here in Portugal.

6 - The statistical data collected by GEM, make such distinction? Or measure the level of existing companies without taking into account the specificities of entrepreneurial concept?

A: GEM study 214 countries that represents the all populations existing. GEM make's data collection of registered business, and what is about their contribution to the country, and to the world. 'Cause you can be entrepreneur and don't have any registered business, so we have to retract the statistic's data collection of registered business to study what they are doing and contribute to the social and economic country.

7 - Which are the entrepreneur's profile?

A: To answer that question I will consider Portugal report's in the last years and there we can see the ages and the sectors of entrepreneurship.

In other way I think here in Portugal, compare to other countries, people are very afraid of the risk, we have that cultural problem here, that I observed and in other places, who have higher statistics from practice entrepreneurship that doesn't exist. They learn we the mistakes, they try and try again till it's perfect or better. Here in Portugal there are many afraid that we have to combat.

8 - In which study areas do GEM conceptualize the concept of entrepreneurship? Only Economics or others?

A: We don't work with areas. We accept all the contributions, because our research -GEM - is a global nature and transdisciplinary. So we accept and appreciate all the contributions of all the areas of study that can develop our work. We take that as our attitude.

9 - In your view, do you consider advantages include the concept of entrepreneurship in the study of Sociology? Witch development can Sociology give to this thematic concept?

A: So, as I answer in the last questions, I recognize the important and generally contribution of Sociology, like other areas too.

10 - In your data collection (GEM) accounts for social entrepreneurship? How important it considers the social aspects may arise in business?

A: I've been not involved in the social entrepreneurship research, but I know GEM and SPI have studies about that. It's a very interesting topic to Europe, it's growing and we have many research about that.

11 - Does GEM has some connection with the CSR - Corporative Social Responsibility to analyze the social entrepreneurship?

A: No, we have no connection with this organization.

12 - In the context of globalization and increasing competition markets, how do you see the importance of entrepreneurship?

A: I think it's really important the entrepreneurship for increasing the competition in market's. It is clearly that it's the main way to try to make development in the countries and the global market and increasing investments. Each one give their contribution.

13 - And in the context of Portugal? Are you optimistic or not about the future of entrepreneurship?

Can the Sociology, with the study groups, help to promote entrepreneurial initiative?

A: I'm always very optimistic. Yes, I think it's growing, slowly, but it's growing entrepreneurship in Portugal. Portugal are more supporting to make innovations, more supporting to taking risks and give important contributions by entrepreneurs that it's becoming important in the country.

As I said all the contributions, include Sociology information, are very valid to our global project.

14 - At your opinion, what are the biggest obstacles entrepreneurship in Portugal? And how can we overcome?

A: As I already said, the afraid it's the bigger obstacle to make entrepreneurship. So it's a cultural and social problem. In other way, the fiscal systems doesn't help, cause when we decide to open a business we already have to pay taxes before make financer results to help the business. So it's a political and economic problem too.

15 - And what about Women Entrepreneurship? Which advantages can promote to the society?

A: I don't have specific statistics, but I just want to say that I don't see differences about opportunities for Women or for Men. I think the opportunities are too generally and respected, and women have all conditions and position to make good entrepreneurship in this country.

16 - Do you consider that there are still stigmas gender in the practice of entrepreneurship?

A: No, they have the same capacities to work. I think it's positive here in Portugal, I knew many women's that are entrepreneur and I didn't observe any troubles about that and think there no differences between genders.

17 - And about the Algarve region? How do you see the local development of the region and the practice of entrepreneurship?

A: SPI doesn't have studies by regions, so I don't have know-how about that. Hope you give us your contribution and research founders about that.

In my singular opinion Algarve has many conditions to make entrepreneurship and I think there specific opportunities in the Algarve to contribute with Europe economy.

18 - What are the requirements to participate in the GEM expert panel and collaborate with your research team?

I wish I could have come to this possibility in the future?

A: Just send us an email with the propose cause we have interest in all valid contributes to our project. Thanks.

Douglas Thompson I'm very grateful to you that share your knowledge with me and your professionalism.

Thank you!

7 - Entrevista a especialista Prof. Doutor Jaume Valls

A 12 de Dezembro de 2015 foi realizada presencialmente a entrevista na Universidade de Barcelona.

Jaume Valls est le Diretor de Barcelona Institut d/ Emprenedoria (BIE) hasta 6 meses. Est Professeur de la Facultade d'Economie y Empresa de Universidad de Barcelona. Pratica docência hay muchos anos de matérias de empresa, temas de gestión de negócios e investimento. Antes já laborou para outras Universidades en Catalunya e Girona. Como Responsable pour la Catedra de emprendimento desde 2008 de la Universidad de Barcelona tiene desarolado muchas iniciativas e ahora pretende desarolar BIE - que és una unidade qui intienta coordinar nas actividades de apoyo y promotion del emprendimento.

1 - Cuándo (en qué fecha) y cómo surgió la idea de crear el Instituto de Emprenedoria?

R: Fue en principios del ano 2013, con la llegada del actual Rector qui propone este Institute para hacer esta tarea de promotion et connexion.

2 - Que las funciones de su Instituto?

R: apoyo a la formación, cursos breves et seminários, introduction el emprendimento, assessoramento de projectos com programa de mentores, captação de projectos para apoios través de espaço de coworking, prémios emprendimento, campanas de crowdfunding com una subplataforma qui tenemos.

3 - Cuáles son las actividades más relevantes se llevan a cabo?

R: espaços de coworking et desarollar muchos más

4 - Llevar a cabo la investigación?

R: no

5 - Tienen contacto con el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) o el CSR (corporate social Responsibility)?

R: Tiene contacto dentro de rede relations, pero BIE no participa no GEM. Acerca de CSR BIE estay desarolando projectos de empenedoria social para aplicar de futuro, un projecto ambicioso 'Barcelona Social City'.

6 - Cómo definir el concepto de espíritu empenedoria? Distingue del concepto de empresas? Cuáles son las diferencias?

R: Hay muchas diferencias, nos otros estamos promovendo emprendimento, o que nos preocupa e que los estudiantes tiene oportunidade de conocer como empreender, criar la capacidad de iniciativa, atitude empenedora de verificacion de oportunidades. Un empenedor es aquele que activa um projecto inovador, pero alguns acabam siendo despois empresários.

7 -Cuál es el perfil de un espíritu d' empenedoria?

R:En la Universidad lo que nos preocupa es la fase de generation et detection de oportunidades, generation de projectos. Para isso promovendo el desarrollo del espíritu empenedor. Las competencias de empenedores estão definidas na organization GUESSS - Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, que puedes verificar <http://www.guesssurvey.org> .Espana esta integrado y pienso que Portugal tambien. Es un conocimiento que partilho contigo.

8 - Qué pasa con el emprendimiento social? Cómo clasificar su importancia?

R: Para mim no es un mundo a parte porque empenedoria social se integra nas empresas y na economia. Una cosa es emprendimento social que tien impacto social, outra cosa es emprendimento social que associamos a acções específicas de combate a la pobreza. Son dois enfoques, pero lo que nos preocupa es

lo primero, lo impacto social, que se puede praticar dentro de las empresas quando estas definen sus objetivos sociales.

9 - El concepto de emprendoria es ambiguo y transdisciplinario. Usted acepta que más allá de la zona económica puede ser estudiado por la sociología, la política, la educación cultural, etc?. En el instituto de abarcar todas estas áreas científicas?

R: Si, estamos em processo de incorporar como membros deste instituto professores de distintas faculdades, com distintas áreas de conhecimento.

10 -Cuál es la contribución que la sociología puede dar el estudio de la iniciativa emprendora?

R: yo creo que es positivo una vez que hay mucho por hacer y los temas emprendedores son transcendentales.

11 - En el contexto de la globalización, el espíritu emprendor es una necesidad o una oportunidad? Qual es su contribut para sociedade?

R: oportunidade claro, pero lo grande movimento de start-ups en contexto de globalizations es visto como un tema necessário para los governos.

12 - Emprendoria se aprende o es innato? Explica la polémica del fenómeno.

R: Se aprende.

13 - Cómo enseñar emprendoria? Que los contenidos y las formas de enfoque?

R: Temos assinaturas de empreendimento y cambiamos na pratica en varias universidades. Ensinamos surtout lo conventional: Le Plan de Empresa. Pero estamos inovando outras técnicas pedagógicas et trabajando bastante las competências empreendedoras, les atitudes, y qui hacer para mejorar.

14 - Cuáles son el apoyo del Estado a la iniciativa empresarial en España? Y lo que se necesita?

R: Existe piquenos apoyos, pero no tieno total conocimiento. Tienes que verificar junto de outras entidades.

15 - Existen apoyos para el empresario recorrer a la investigación y desarrollo a través de las universidades? Como funciona?

R: Piqueno pero existe.

16 - Tienen estadísticas sobre las empresas que utilizan las universidades para desarrollar su negocio?

R: En España puedes encontrar estes resultados travers de Fundacion CYD (www.fundacioncyd.org) ou Informe COTEC (www.cotec.es).

17 - Se considera que una empresa es importante desde un cuidado estudio académico para tener un mayor éxito?

R: No pienso asi. Muchas vezes la empresa es mais importa y se desarola por si. Pero lo conocimiento y ajuda académica puede ajudar claro.

18 - Que visión de futuro para el emprendoria académica?

R: Está crescendo, yo creo que es imparable.

19 -En el emprendoria académica considera importante el intercambio de conocimientos con otras universidades de otros países? Qué valor añadido puede aportar?

R: primero pienso que es mais importante, a curto plazo, las redes regionals, Depois longo plazo temos la 'Rede Empreendre' de conjunto de universidades de todo el mundo, es una iniciativa Latino America. Creo que existem algunas universidades portuguesas tambiem.

20 - Cuáles son los sectores de la actividad económica con mayor incidencia en Barcelona? Y en el resto de España?

R: Puedes encontrar esa information en distrito 22@ (www.22barcelona.com)

21 - Cómo es l' actividade d' empenedoria en términos de desarrollo local?

R: No temos esses dados aqui, onde puedes ter maior information es com Barcelona Activa -Agencia de Inovacion de la Ciudad (www.barcelonactiva.cat)

22 - Su instituto suele acompañar a las empresas desde su creación, a su desarrollo?

R: BIE acompaña fases iniciales, Start-ups.

23 - Que los cambios están en el negocio dure el tiempo d'actividad?

R: No se aplica la question como hay respondido antes.

24 - Qué tipo de fallas son? Por qué? Cómo luchar?

R: por vezes encuentro un exceso de confianza en los emprendedores y hay que saber que los negocios no funcionan solamente de manera intuitiva, hay que hacer analisis de mercado, porque es una falta mucho frecuente.

25 - Y ejemplos de casos de éxito?

R: ya uno muy interesante, lo desarrollo de Drones

26 - Como ha señalado el papel de la mujer emprendedora? Tienen datos estadísticos de su práctica?

R: No temos esses dados por género aqui. Si encuentro nas fundacions ou la Câmara de Comércio de Barcelona (www.cambrabcn.org ou www.camerdata.es)

27 - Cuáles son los sectores en los que más trabajo, las mujeres?

R. Segue la anterior respuesta.

28 - Según su opinión, cuáles son las características de una mujer emprendedora? Cuáles son sus ventajas? Cuáles son los obstáculos?

R: En la perspectiva universitária es igual, no hay diferencias de género.

29 - Han observado desigualdades de género en la capacidad emprendedora de las mujeres?

R: No.

30 - Hay apoyo del Estado para promover el espíritu empresarial femenino?

R: Si, puedes obtener maior informacion junto de Cambras de comercio ou junto de ministério de Industria e Competitividad (www.mineco.gob.es).

31 - Su instituto ha hecho algunas investigaciones sobre el espíritu empresarial femenino o la iniciativa empresarial local? Quel?

R: Alguns professores membros de BIE hay feto, por exemplo, a tese doutoral de Anna Perez Quintana.

32 - Que las metodologías utilizadas para la recopilación de datos empíricos? Y para medir los modelos de negocio? Balanced Score Card? Modelo de Canvas? Análisis Swoot? otra? Por qué?

R: Trabajamos muy pouco com modelos de negocio. Buscamos trabajar mejor com las características de le emprendedor.

33 - Cuáles son los principales teóricos, los investigadores han estado trabajando en este tema en España? Qué tipo de epistemología conocer acerca de empenedoria?

R: Profesor José Ruiz (Universidad Cadiz), Francisco Lynan (Sevilla), Inabi Pena (Países Bascos) et David Urbano (universidade autónoma de Barcelona).

34 - Siendo vecinos cercanos, considera que existe competencia entre España y Portugal en el espíritu empresarial?

R: No.

35 - Cuáles son las principales diferencias entre Portugal y España? Lo que se necesita para desarrollar en Portugal?

R: Pienso que existe um stigma de fracasso cultural en toda a Europa, pero alguns países tieno mais.

36 - Cómo es el régimen fiscal en España por negocios?

R: Poucas ajudas. Hay una lei para emprendimento (2012) pero coneco pouco de las ajudas.

37 - Cuáles son los mayores obstáculos, a nivel global, para la práctica de emprendoria?

R: De acuerdo con el instituto, ¿qué porcentaje de los empresarios de éxito con más de 3 años en el sector?

R: No temos esses dados porque es muy recente.

38 - En la búsqueda de su instituto, qué tipo de ayuda más necesita?

R: Financiamentos para apoiar projectos e apoiar bons mentores.

39 - Que los proyectos de futuro tienen para su instituto?

R: 3: aumentar los espaços de coworking; mejorar lo financiamento, difundir mais curse acerca de emprendoria en toda las universidades.

40 - La presentación de mi investigación sobre la Mujer emprendora en el contexto local (Algarve-Portugal), qué consejo me puede dar para desarrollar en términos de investigación y contribución científica que podrían ser útiles también en la práctica y que hay necesidad de desenrolar mejor nesta matéria?

R: Focar bien los valores de los emprendores y las competencyas para empreender.

Estoy muy agradecido por la disponibilidad, al compartir su conocimiento de su Instituto de Emprendoria de la Universidad de Barcelona! Gracias!

8 - Entrevista a especialista Dra. Maria José Amich

A entrevista foi realizada via Skype a 20 de abril de 2016.

Maria José Amich Clavell, natural de Espanha, tem formação em Economia pela Universidade de Génève e um MBA em Business School pela Universidade de Barcelona. É fundadora e presidente da Associação Women Winwin desde 2012, uma comunidade composta por cerca de 3100 mulheres empreendedoras. É ainda Diretora da Summa Branding, empresa de Marketing especializada na imagem e criação de Marcas.

1 - Como surge a ideia de fundar a Organização Women win win?

R: Portugal passa por uma crise económica, motivo pelo qual tem vindo a incentivar o empreendedorismo, também como escape para o problema do desemprego que já não é considerado somente de forma conjuntural mas sobretudo estrutural. O surgimento de novas tecnologias leva a que cada vez mais as pessoas sejam substituídas por computadores, logo existem menos postos de trabalho. Há de facto um desaparecimento da empregabilidade como um todo. A OCDE faz referência ao termo *Jobless Recover*, que reflete a procura de uma recuperação económica mas que por sua vez não cria emprego.

Por outro lado - adianto que não tenho os dados presentes comigo mas que provêm de fontes fidedignas - são as pequenas empresas lançadas nos últimos cinco anos, que estão a gerar emprego em Portugal. As grandes e médias empresas estão a atuar de forma contrária, *i.e.*, diminuem postos de trabalho face aos sistemas de organização empresarial informatizados.

Juntando todas estas situações mencionadas, existe uma tendência clara para que a mulher seja também um elemento cada vez mais determinante na nossa sociedade e na nossa economia. Surge na Europa uma necessidade de alavancar o empreendedorismo no feminino. Segundo os indicadores, as mulheres têm um nível de graduação académica mais elevado, contudo isso não se reflete no mercado de trabalho e muito menos no empreendedorismo. Consideramos atualmente uma média de 30% de novos projetos empreendedores liderados por mulheres, logo, falta-nos os tais 20% de diferença para que estejamos em proporcionalidade. A esta problemática atribuímos o conceito de *Gender Gap*, que relaciona a inferioridade percentual da presença feminina no empreendedorismo, bem como as características dos seus projetos - os quais se classificam de pequena dimensão, empregam menos pessoas e têm ainda menos acesso a financiamentos. Podemos interpretar daqui - não pretendendo generalizar - que a Mulher não tem ambição de criar os designados *High Grown Entrepreneurial Projects*. É uma explicação possível contudo não devidamente comprovada. O que é assertivo é que temos tendência a criar projetos de acordo com o *LifeStyle Entrepreneurial*, *i.e.*, que se adaptam ao nosso estilo de vida. Aqui entramos na dicotomia que divide a mulher entre esfera laboral / familiar, de acordo com os muitos estudos na matéria, continua a ser um dos maiores obstáculos para a vida profissional desta. A mulher tem por isso menos tempo e tem maior aversão ao risco. Alguns estudos revelam que a mulher tem falta de autoconfiança. Ela tem as competências técnicas iguais às do homem, contudo é mais comedida em avançar. Sinto que por vezes considera que não é igualmente capaz, justificando-se a sua opção por projetos menores, os quais se adaptam ao seu *status quo*, ou seja, à sua agenda dupla de trabalho/casa.

Voltando à questão inicial, a ideia de criar esta Associação Www, nasceu sobretudo com três objetivos:

- a) Colocar as novas tecnologias ao serviço das mulheres empreendedoras - através da nossa Plataforma online. Assim se possibilita a criação de uma rede que facilite algo que é tão indispensável nos negócios, como o *networking*. Muitas vezes as mulheres não o fazem ou porque não têm tempo ou

sobretudo porque não compreendem a sua devida importância. É uma ferramenta que as pode fazer evoluir e expandir em termos empresariais. Sozinhas não vamos conseguir preencher todas as necessidades dos nossos clientes pelo que há que responder de forma mais abrangente.

- b) Divulgar modelos de referência. Existe uma grande lacuna no empreendedorismo no feminino, uma vez que, a nível global, quando se fala de empreendedores facilmente se identificam homens. Certamente também temos mulheres exemplares, contudo têm estado na ‘sombra’. Portanto, ter aqui a possibilidade de divulgar casos de mulheres empreendedoras é uma forma de capacitar também outras mulheres e conscientizá-las das suas possibilidades.
- c) O programa Mentoring é outro dos objetivos que damos muito relevo. O pai deste conceito, David Clutterbuck, trouxe este pensamento do mercado americano nos anos 70. As suas teorias ajudaram-nos a desenvolver a metodologia a utilizar. A juntar, também consideramos o elevado contributo do Eckerd College Leadership Development Institute, que nos últimos 40 anos, tem sido reconhecido como um instituto académico de excelência na área do mundo de negócios, pela sua ferramenta denominada *Entrepreneurial Mindset Profile*. Trata-se de um auto questionário que possibilita as nossas mulheres - e não só - de aferir o seu perfil empreendedor, baseado sobretudo nas suas competências comportamentais. Já aplicamos esta ferramenta a cerca de 50 mulheres, pelo que encontramos que um dos indicadores que apresenta obstáculos na mulher é a sua falta de autoconfiança, conforme já tinha referido. Consideramos que é muito importante identificar perfis de empreendedores/as em Portugal - sobretudo das mulheres -, motivo pelo qual iremos levar a proposta de aplicação deste inquérito de forma mais global à reunião que proximamente iremos ter com a Sra. Secretária de Estado da Diversidade e da Igualdade.

2 - Esta é uma questão transcendente a todos os entrevistados. Como define empreendedorismo?

R: Quando falamos de empresários falamos de uma pessoa que é gestora. Na minha perspetiva entre empresário e empreendedor encontramos perfis que não são exatamente iguais. Interpreto o empreendedor como uma pessoa que tem uma atitude, uma visão e uma capacidade de encontrar oportunidades onde outros não as encontram. No meu ponto de vista o conceito de empreendedorismo tem mais força que o conceito de empresarialidade. O empreendedorismo tem um nível de competências de domínio mais sociológico do que de gestão, uma vez que o seu perfil se mede pelas suas competências comportamentais. Terá que ser uma pessoa claramente perseverante, muito comercial e com empatia. Por outro lado, perceciono que um bom empreendedor poderá não ser porém um bom gestor e vice-versa. O empreendedor procura ideias, terá que estar um passo à frente e por vezes na sua atitude poderá não ter a paciência requerida para gerir o presente (a retaguarda como se diz, *i.e.*, as questões mais administrativas, técnicas e financeiras). Esta é a minha opinião, fruto também de alguns casos práticos que conheço.

3 - No contexto de globalização, o empreendedorismo é uma necessidade ou uma oportunidade? Qual a importância desta prática para a economia, para a sociedade, para a política, para a cultura...?

R: Portugal é um exemplo magnífico daquilo que se tem conseguido no que toca a mudar atitudes de um país. País que poderia estar resignado a um destino de crise sem solução - ressalvo que as condicionantes da crise têm sido muito duras a todos os níveis. Do meu ponto de vista, a nova geração de portugueses e portuguesas tem conseguido dar a volta a esta situação, através da criação de novos projetos e novos conceitos de negócio.

Hoje em dia, não nos podemos colocar nesse dilema - se é uma oportunidade ou uma necessidade - pois a necessidade está clara, não há volta a dar. Ademais, entendo e da experiência observada na organização *women win win*, que o empreendedorismo mesmo nascendo por necessidade pode certamente vir a consolidar-se como uma oportunidade que o empreendedor e a empreendedora avistam numa fase posterior ao arranque. Temos que ser empreendedores, *intraempreendedores*, ter uma atitude empreendedora dentro das organizações, dentro das instituições políticas, dentro das instituições culturais, etc. Temos que ter essa vontade de tomar a iniciativa e de nos responsabilizarmos pelos nossos próprios atos, não estando sempre dependentes daquilo que o outro vai fazer. Temos que ter vontade de contribuir de uma forma individual e simultaneamente coletiva, de uma forma empreendedora em todas as áreas.

Por outro lado e focando o conceito de oportunidade, encontramos no mercado muitas empresas que iniciam o seu negócio, sendo que 50% destas morrem no final do primeiro ano pois não estão realmente a responder a uma necessidade de mercado. O empreendedor tem que detetar ou construir a oportunidade, caso contrário, não será evidentemente sustentável. Considerando que somos um país pequeno mas que está aberto ao mundo global, temos que pensar grande. Só assim podemos mudar o panorama, pois se pensarmos pequeno nunca saímos do lugar e do círculo vicioso da crise.

Por tudo isto - e sem desvalorizar os projetos que se dirigem a nichos pequenos de mercado e que também têm o seu êxito - há que pensar em grande e expandir as ideias de negócio. Só assim podemos realmente contribuir para que um país, no caso Portugal, saia da crise.

4 - Qual a importância da responsabilidade social nas empresas e do próprio empreendedorismo social, segundo o contacto que tem estabelecido com as mulheres empreendedoras?

R: A responsabilidade social está claramente presente no contexto feminino, seja na liderança de projetos sociais, seja também em projetos *pro bono*. Como juízo de valor - não tenho dados fundamentados - considero que nós, mulheres, temos mais preocupações nestas áreas e temos mais competências emocionais. A mulher em suma, quando cria o seu próprio projeto não o faz por motivos somente económicos, mas também por realização pessoal, por *merito gratia*, para sair de um mundo fechado a que a se circunscia. Por vezes, estes últimos factores são mais relevantes do que o próprio dinheiro que venham a ganhar.

5 - O que pensa do empreendedorismo académico? Considera que deveriam existir maiores ligações entre empreendedores/as e as universidades Explique.

R: Acho claramente que deveria existir uma ligação muito maior entre a teoria e a prática. Uma ligação mais pragmática entre o mundo empresarial e o mundo académico, sobretudo no que respeita ao empreendedorismo no feminino. Através das universidades podemos aproveitar as investigações tidas e conjugar para a prática, conduzindo a melhorias nas organizações. Se queremos resolver um problema, temos que conhecê-lo e diagnosticá-lo. É esse o papel importante do meio académico e que o mundo empresarial conscientemente poderia tirar proveito.

6 - Quais são os maiores obstáculos no empreendedorismo em Portugal? E como se podem colmatar?

R: Sem dúvida a obstrução cultural latente na sociedade portuguesa. Temos que começar antes, ou seja, adotar projetos de educação e aculturação para o empreendedorismo nas escolas, se possível desde as idades mais tenras. Isso é fundamental que a sociedade entenda, uma vez que a iniciativa empreendedora é algo que se aprende e que se exercita.

A juntar à questão considero que existem políticas económicas e fiscais que têm que ser revistas em Portugal. Existem países mais flexíveis, nomeadamente no que diz respeito à isenção de pagamentos à

segurança social durante períodos de tempo maiores ou mais vezes - sempre que se iniciam negócios - o acesso a créditos com condições muito especiais e reforçar também o papel das incubadoras. É muito importante que um empreendedor esteja rodeado de outros empreendedores.

7 - Como observa o empreendedorismo em Portugal em termos de apoios estatais? Que tipo de apoios específicos conhece para o empreendedorismo no feminino?

R: Poderei talvez responder a essa questão após a minha reunião com a Sra. Secretária de Estado porque ela supostamente terá essa informação, a qual também me inquieta. Neste momento não estou a par de nenhuma medida em vigor para o empreendedorismo no feminino.

8 - O que distingue o empreendedorismo no feminino do masculino? Como caracteriza o perfil da mulher empreendedora? Que capacidades a mulher pode oferecer que o homem não tem?

R: Na minha ótica considero que o empreendedorismo não tem género nem idade. Relativamente às competências empreendedoras, não divergem por ser homem ou mulher. Contudo, reconheço que existem diferenças de perfis, conforme já tinha mencionado quando abordei a problemática de aversão ao risco.

Diz-se de forma generalista que o empreendedor tem que atacar várias frentes ao mesmo tempo. A mulher, ao contrário do homem, e segundo alguns prévios estudos sobre comportamentos e à anatomia dos cérebros, consegue realizar várias tarefas ao mesmo tempo. Não obstante, este designado *multitasking* tem as suas vantagens e os seus inconvenientes, dependendo da exigência de certas tarefas. Há que saber aproveitar muito bem as potencialidades que cada um apresenta e complementá-las.

Considero que a mulher tem uma capacidade de liderança diferente, é mais colaborativa e participativa, características que nos dias correntes são muito valorizadas. As pessoas gostam de estar envolvidas num processo de liderança.

Todas as restantes características - perseverança, autoconfiança, autonomia - a mulher também se capacita. Contudo um dos seus pontos fracos é projetar pequeno e ser mais modesta.

9 - Tem sentido que ainda existem desigualdades de género no empreendedorismo a colmatar?

R: Como não temos tantos modelos de referência ainda existem estereótipos fundados por conta da falta de visibilidade feminina. No entanto, no dia-a-dia - e apenas o que observo - conheço empreendedoras de excelência nos mais variados campos, desde a biotecnologia, as ciências da informação, na investigação científica, na educação, na área de agricultura, na área da saúde e até na área da construção a mulher é empreendedora - cujo ditame é maioritariamente masculino. Portanto, existe o estereótipo de que a mulher só cria negócios na área de serviços e isso não correspondente à verdade na sua totalidade. É sim, resultante da falta de visibilidade das mulheres que estão à frente de empresas nos diversos setores de negócios.

10 - No seu acompanhamento de casos, exemplifique casos de sucesso e de fracasso e supostas causas envolvidas?

R: De fracassos não falo, a não ser dos meus. Casos de sucesso encontro muitos, por exemplo a empresa multinacional Albion - investigação farmacêutica - liderada por uma mulher. Temos muitos outros casos que estão expostos no nosso site. Acerca do conceito de fracasso é uma abordagem importante porque também aprendemos com os erros. Todas as empreendedoras que entrevistamos têm também tido os seus fracassos no meio de sucessos, umas mais que outras obviamente. O fracasso fortalece as pessoas que são fortes e pode levar ao descalabro das pessoas mais frágeis.

11 - Como vê o futuro das mulheres empreendedoras?

R: Vejo um futuro esplendoroso. Acredito imenso nas capacidades das mulheres e que cada vez mais a sua presença na sociedade e na economia será tida como uma valência indiscutível. Entendo por isso que temos que nos entreatuar - fazer aquilo que os homens não sabem fazer - cooperar, aprender umas com as outras e impulsionarmo-nos mutuamente. Ressalvo o quanto é importante para o país ajudar as mulheres nesta missão.

Além disso há que ter em conta que as mulheres são grandes consumidoras, se não mais do que os homens, por tal, quem melhor que elas para compreender as necessidades de mercado e agir perante elas.

Em paralelo, são também as mulheres e comprovado estatisticamente que detêm maiores habilitações literárias, portanto, também estarão bem preparadas para assumir-se enquanto empreendedoras.

12 - O meu projeto de investigação intitula-se 'Empreendedorismo no Feminino na região do Algarve' (em contexto local). Que conselhos me pode fornecer acerca de aspetos que considere importante pesquisar e conhecer, no sentido de desenvolver um bom trabalho científico e com utilidade prática?

R: Não sei muito bem como lhe responder Elsa. Penso que uma boa ideia seria por exemplo explorar a questão da escassez das incubadoras no Algarve e o papel da mulher nesse quadro. Também considero que seria importante inserir-se nos encontros da Women win win, e ou outras ações que se realizem na região do Algarve.

Valorizo trabalhos desta natureza por tal desejo-lhe que corra excelentemente bem e muita força!

Muito agradeço pela sua disponibilidade, pela partilha dos seus conhecimentos e pelo seu profissionalismo!
Obrigada!

9 - Entrevista a especialista Dra. Maria José Blanco

Realizada a 21 de abril de 2016, presencialmente nas instalações de Barcelona Activa.

Dra. Maria José Blanco es Directora de Escola Donas Empreendedoras. És Responsable por Programas de Creación de Empresas no instituto Barcelona Activa.

1 - Cuándo (en qué fecha) y cómo surgió la idea de crear La Escola de Donas Empreendedoras?

R: Hay cerca de 30 anos. Desde el principio de la preocupacion de paridade de género.

2 - Que las funciones de su Instituto? Quels son les ciudades qui esta incluyd en esta Escola?

R: La região de Barcelona, pero se vien personas de otros nos acolhemos

3 - Cuáles son las actividades más relevantes se llevan a cabo?

R: Muchas, surtout Formation.

4 - Llevar a cabo la investigación?

R: No, porque nos falta métricas, deveniamos tener mais dados. La informacion que tenemos aqui es practicamente solo qualitativa. Nos otros gostaria tener dados de impacto de actividade. Fazemos un estudo sobre el servicio de emprendimento pero no es especifico ao programa de donas empreendedoras. Pudemos hacer futuramente um tipo de acuerdo com una universidade que nos permite hacer dados de impacto en la sociedade.

5 - Tienen contacto con el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) o el CSR (corporate social Responsibility)?

R: No, conocemos pero no tiemos contacto com estes serviços diretamente. Conocemos quem trabaja com eles a partir daqui de universidade. La escola se financia com el presupuesto municipal e todo lo que hacemos es de presupuesto propio, asi no es normal que tiene estes tipos colectivos.

6 - Cómo definir el concepto de espíritu emprendoria? Distingue del concepto de empresas? Cuáles son las diferencias?

R: Una emprendora tiene que ter capacidades de colocar una empresa en marcha. Sy que es verdade que encontras mujeres que tienem muchas ideias, dinàmica para criar um negocio, pero aqui en escola de donas empreendedoras não es relevante, lo que es importante é que puenes una empresa en marcha. Lo ser humano por definicion tiene esta capacidade. Hay unos que tiene que desarrollar mucho, otros que mays fácil, pero todos tiene esta capacidade. Portanto esta permanente busca de cosas novas es solamente valida se pones em marcha. Yo hay visto muchas mujeres aqui que tiene pouca iniciativa, soym tímidas, pero que são perfectamente capaces de colocar una emplea em marcha. Las personas que esta en situacion de necessidade creo que acabam por desarolar lo espirito de emprendoria, pero no sei se es relevante ou no fazer la distinction entre espirito de emprendoria e empresaria. Si tienes esta capacidade te custara mienos, si no la tienes te custara un poquito mas pero puedes hacer e praticar tu desarolo emprendor.

10 - Como se haz el desarrollo local de Barcelona?

R: Travers de Barcelona Activa es un aparejo muy fuerte para praticar el desarolo de las personas. Es el instrumento mas importante e major em Barcelona.

11 - En el contexto de la globalización, el espíritu emprendor es una necesidad o una oportunidad? Qual es su contribut para sociedade?

R: Son las duas cosas. La ultima crise hay atraído el punto de necesidad de empreender porque se extinguiran muchos postos de trabajo e portanto muchas personas hay chegado la conclusion que tiene que crear su próprio trabajo. Esta situacion también es una realidade, pero tambien hay surgido muchos

emprendimientos por oportunidad. Hay un grupo muy grande de emprendedores y emprendedoras qui son profesionales, qui perderam su posto de trabajo y lo que esta nascendo ahora es personas que montam su negocio professional y trabajan para varias empresas. Yo vejo isso como una oportunidad porque estas trabajando com muchas empresas y isso te faz crescer, pero tambien es fruto de una necesidad. La maior parte dos trabalhadores son freelancers, son autónomas.

12 - Emprenedoria se aprende o es innato? Explica la polémica del fenómeno.

R: como já hay dito, se aprende.

13 - Aqui en Barcelona se sofre do miedo do risco en empreender?

R: Si pero es menor en los homens que las mujeres.

14 - Siendo vecinos cercanos, considera que existe competencia entre España y Portugal en el espíritu empresarial?

R: yo creo, esto es my opinion muy personal porque soy una persona muy enamorada de Portugal e my gusta mucho visita, pero yo creio que España y Portugal hay vivido entre espadas durante mucho tempo. Desde aqui lo que coneço es que no tenemos praticamente projetos de cooperacion com Portugal, no tenemos grandes laços. Creio que puderia haver mas vínculos entre estes dois países vicinos.

15 - Cuáles son las principales diferencias entre Portugal y España? Lo que se necesita para desarrollar en Portugal?

R: No coneço lo suficiente la realidade de Portugal. Atravers de un projeto que hay assistido entre países de Europa, onde se inclua Portugal, solamente pude conocer la parte rural e te digo que las dinâmicas de desarrollo rural soy muy diferentes daqui. Es diferente en Portugal como es en Andaluzia, Catalunya e Castelhana. Lo general es que es muy complicado mantener la poblacion en trabajo rural. Portanto no sei que medidas exactamente se puedem aplicar en Portugal para el desarrollo de el mundo rural. Creo que es sempre positivo apostar en las mujeres en todos os casos, fazer como apuesta en negócios complementares. Es importante vincular las personas en território, conetar las personas que tienem iniciativas. Es una forma de fortalecer las iniciativas es en rede.

16 - Que los proyectos de futuro tienen para su instituto?

R: este ano hamos feto una aposta muy forte por fortalecer las redes, la rede internet, las redes sociales, el canal online, muchissima formacion, talleres, para que pratiques, para que tengas canais en youtube y desta forma puderes elejar donde estay tus clientes. No puedes ignorar esta importância. Tienes que estar online. As tecnologias digitais son una realidade quien no estay la, no tiene desarrollo. Es necessário crear alianzas com redes online. Empriendimientos colectivos, que colaborem, busquem complementariedade.

17 - La presentación de mi investigación sobre la Mujer emprendedora en el contexto local (Algarve-Portugal), qué consejo me puede dar para desarrollar en términos de investigación y contribución científica que podrían ser útiles también en la práctica y que hay necesidad de desenrolar mejor nesta matéria?

R: Creo que las investigacions qualitativas esta muy bem quando lo entrevistamos personas, pero necessitamos tambien dados cuantitativos. Necessitamos métricas. Yo en my trabajo, la experiencia y la observacion me diz que es assim pero no lo puedo demostrar si no tengo dados precisos en quantidade para trabajar la poblacion et lo que es. Me encantaria tener suficientes dados, no amuestra pequena, dados históricos para trabajar sobre lo impacto de que los estamos fazendo. Yo soy una firme defensora do incentivo a las mujeres emprendedoras, pero necessitamos conocer lo impacto deste trabajo, lo que repercute en la sociedade lo facto de existir mas mujeres emprendedoras y como es acogido sus negócios, sy

es positivo para la sociedade. Isto podemos lo demonstra-lo com casos, pero necessitamos que hay métricas tambien. Para mim nos falta dados reais acerca de la variable de género. Esta bien lo qualitativo pero es importante conjugar com lo quantitativo para ser mas fuerte, mas replicable. Es my consejo personal.

Estoy muy agradecido por la disponibilidad, al compartir su conocimiento de su Instituto de Emprenedoria de la Universidad de Barcelona! Gracias

10 – Entrevista a especialista Prof. Doutora Raquel Varela

Foi realizada no dia 24 de janeiro de 2017, entre as 11h30 e as 12h00, via Skype, a entrevista exploratória à Prof.^a Doutora Raquel Varela, reconhecida pelo seu vasto repertório de trabalhos na área da Sociologia do Trabalho.

1 - Quais são as principais teorias sociológicas que caracterizam o seu trabalho de investigação na área de Sociologia do Trabalho? E os autores que a inspiram? Li alguns dos seus trabalhos mas é sempre melhor clarifica com a protagonista (chamou-me à atenção História do Povo de Loulé na Revolução PT, o último - 2017 - Shipbuilding Labour around the World: Global History)

R: Sem dúvida que o trabalho de Marx e as teorias marxistas de todos os que se lhe seguiram são as que mais marcam profundamente a minha linha teórica. Atualmente Graça Druck, Marcel Van der Linden, aponto como fundamental os trabalhos de Ricardo Antunes (Brasil).

A obra ‘História do povo de Loulé (...)’ foi um convite que o Município de Loulé me dirigiu e que irá ser lançado este ano de 2017 juntamente com as comemorações do 25 de abril.

O relatório ‘Shipbuilding Labour around the World’ é um projeto que coordeno, é sobre o trabalho da indústria naval, encontro-me a desenvolver em Amesterdão onde integram uma equipa de mais de 40 investigadores e cujo propósito é medir o impacto do trabalho à escala global, elencando fenómenos como a globalização, a liberalização de mercados, o desemprego e outros entrosamentos temáticos.

2 - O que tem a dizer sobre a globalização e o (neo) liberalismo de mercados?

R: É justamente no projeto acima que debatemos as circunstâncias da liberalização de mercados. A globalização vale a pena se os direitos forem iguais, caso contrário não traz vantagens. Dou o exemplo da União Europeia, em que Portugal se encontra largamente em desvantagem.

3 - Quando abordamos o conceito de Empreendedorismo - tão flamejado nos dias correntes - muitas vezes confunde-se com o de Autoemprego. Faz a distinção de ambos ou considera que ambos se devem situar no mesmo horizonte?

Em que patamar coloca o conceito de Empreendedorismo na economia portuguesa e na economia dos outros países europeus /ocidentais?

R: O empreendedorismo é uma mistificação de responsabilidades, culpabilizando as pessoas pela sua situação de desemprego, nada mais. O problema do desemprego não se resolve com o empreendedorismo, esta posição é impensável.

4 - O empreendedorismo - conceito modal a nível mundial - pode ser uma solução para o desenvolvimento da economia, ou no caso de Portugal está fora de questão? Qualquer pessoa tem capacidade de empreender? Qual a solução para resolver o desemprego: o Estado ou as empresas?

R: O empreendedorismo não combate de facto o desemprego. Considero que o empreendedorismo para o contexto de Portugal está fora de questão pois as empresas geradas por este conceito uma boa parte vão à falência ou estão endividadas. A solução passa pelas políticas públicas, nomeadamente em suspender o pagamento da dívida pública e utilizar esses recursos para conseguir criar o emprego na área de bens e serviços públicos. A solução passa pelo Estado, excluindo as empresas, pois sou a favor de uma economia que presta bens e serviços e não de uma economia que produz lucro.

5 - Os desempregados devem sair do seu país ou criar o seu próprio emprego?

R: A emigração não é benéfica para o país.

6 - Somos uma sociedade culturalmente temerosa? Concorda? Porquê?

Não gosto muito dessa definição de sociedade. Entendo que existem uns mais e outros menos temerosos que outros.

7 - Que aconteceria ao país se as empresas fechassem por não considerarem ter receitas em Portugal? Qual a posição do Estado nestas circunstâncias?

(Não responde)

8 - O conceito de Corporate Social Responsibility aplicado às médias e grandes empresas a nível mundial, na sua perspetiva também é empregue, ou deveria sê-lo, nas entidades estatais? Considera que os públicos 'vestem a camisola'? Porquê?

R: Não estou dentro da temática do Corporate Social Responsibility pelo que não posso me pronunciar sobre tal.

Não sei se os trabalhadores do Estado vestem a camisola, para responder teria que fazer um estudo prévio sobre o assunto. O que determino é os trabalhadores devem ter um salário adequado ao seu trabalho, pois têm esse direito.

9 - No que diz respeito a políticas de igualdade de género acredita que o conceito de empreendedorismo aliado à Mulher, pode revelar potencialidades recônditas e dirimir hiatos? Quais os problemas que encontra na inserção da mulher no mercado de trabalho? Quais os conflitos sociais entre o mercado laboral masculino e o feminino?

R: Não, o empreendedorismo não pode ser uma solução para as desigualdades de género. Esta reside na imposição da igualdade salarial.

10 - Que questões, dentro desta ordem temática, considera serem prioritárias aprofundar em futuros estudos? O que me aconselha? Qual o desprovimento da matéria que carece ainda de investigação, apesar dos muitos trabalhos já realizados?

R: Teria que conhecer bem o tema da tese para lhe responder.

Muito agradeço pela sua disponibilidade, pela partilha dos seus conhecimentos e pelo seu profissionalismo! Obrigada!