



RELISE

CATEGORIZAÇÃO DOS PERFIS DE EMPREENDEDORES IMIGRANTES¹

Eduardo Picanço Cruz²

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão³

Rafael Cuba Mancebo⁴

Felipe Ribeiro⁵

RESUMO

O objetivo desse trabalho é o de categorizar diferentes perfis de empreendedores imigrantes que são ilustrados através do conceito de personas, inspiradas em evidências empíricas. Na proposta do modelo, destaca-se o efeito do ambiente, da situação legal na entrada do país, e das conexões dos imigrantes, conformado dentro ou fora das comunidades étnicas. Aborda-se também a influência da capacitação e das experiências de trabalho, conjugadas com suas aspirações, sendo elementos condutores de seu processo decisório. As evidências foram coletadas através do estudo de casos múltiplos de empreendedores imigrantes. As trajetórias de cada imigrante pesquisado, configuram-se como a unidade de análise dos casos. A pesquisa exploratória, de cunho qualitativo, baseou-se no discurso extraído das histórias de vidas dos entrevistados, e em evidências da literatura, para elaboração das diferentes personas. Dos dados que emergiram do campo através de diversas técnicas de coleta - entrevistas em profundidade, observação participante, análise documental e *surveys* - foram criadas pré-codificações que delinearão as personas. De acordo com sua similaridade e representatividade foram categorizados sete tipos: cidadão global, visionário, explorador, camaleão, malandro, aventureiro e serial. As evidências recolhidas sugerem que a diferenciação entre as personas está na capacidade de combinar a ação do ambiente com o conhecimento derivado de suas comunidades étnicas, não podendo ser explicado pelo comportamento individual do empreendedor.

Palavras-chave: Empresário imigrante; Caminho empreendedor; Enclave étnico

¹ Recebido em 15/01/2018.

² Universidade Federal Fluminense. epicanco@id.uff.br

³ Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. robertopqfalcao@gmail.com

⁴ Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. cuba.mancebo@gmail.com

⁵ Universidade Federal do Rio de Janeiro. feliperpinto@gmail.com

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 3, n. 5, p. 110-140, set-out, 2018

ISSN: 2448-2889



RELISE

111

ABSTRACT

The objective of this paper is to categorize different profiles of immigrant entrepreneurs that are illustrated through the concept of personas, inspired by empirical evidence. In the proposal of the model, we highlight the effect of the environment, the legal situation at the country's entrance, and the connections of immigrants, conformed within or outside ethnic communities. It also addresses the influence of training and work experiences, coupled with their aspirations, being elements that guide their decision-making process. Evidence was collected through the study of multiple cases of immigrant entrepreneurs. The trajectories of each researched immigrant are the unit of analysis of the cases. The qualitative research was based on the discourse extracted from the lives histories of the interviewees and from the literature for the elaboration of the different people. Data was collected from fieldwork through several collection techniques - in-depth interviews, participant observation, documentary analysis and surveys. These multiple sources inspired the creation of personas. According to its similarity and representativeness were categorized seven types: global citizen, visionary, explorer, chameleon, rogue, adventurer and serial. The evidences gathered suggests that the differentiation between personas is in the ability to combine the action of the environment with the knowledge derived from their ethnic communities, and cannot be explained by the individual behavior of the entrepreneur.

Keywords: Immigrant entrepreneur ; Entrepreneur path ; Ethnic enclave.

INTRODUÇÃO

Enquanto a imprensa internacional exhibe diariamente notícias que evocam o debate entre políticas de imigração mais duras, que discriminam imigrantes de diferentes etnias, bilhões de dólares circulam em comércios locais cujos empreendedores são esses mesmo imigrantes, estabelecidos em enclaves étnicos (BONACICH, 1973). Estabelecem-se tanto redes transnacionais de comércio, quanto redes locais de varejo étnico, em escala regional. Imigrantes altamente qualificados engajam-se em empreendimentos de startups tecnológicas no Vale do Silício, Nova Iorque, Londres e Tel Aviv. Fluxos de ideias, mentes, capital e bens, ocorrem diariamente, promovidos por telecomunicações e meios de transporte cada vez mais rápidos e baratos.



RELISE

112

Alguns desses fluxos alcançam uma escala global. Contudo, a discussão de modelos teóricos que mapeiem os possíveis perfis dos diversos tipos de empreendedores imigrantes apresenta-se como lacuna teórica, conforme constatado em estudos bibliométricos no tema de empreendedorismo imigrante e enclaves étnicos (MA; ZHAO; WANG; LEE, 2013, ALIAGA-ISLA; RIALP, 2013).

Ainda é digno de nota que os pesquisadores do presente artigo, realizaram grande parte do trabalho de campo entre as comunidades étnicas e de imigrantes brasileiros, confrontando e complementando seus achados com evidências da literatura, já que a maioria dos estudos concentra-se em imigrantes latinos, asiáticos ou do Oriente Médio que chegam à Europa, Austrália e América do Norte. Alguns autores nacionais empreenderam estudos referentes à imigração relacionada ao empreendedorismo de imigrantes brasileiros (por exemplo: MARGOLIS, 1995, SALES, 2005, SASAKI, 2006, ROCHA; ESTEVES; MELLO; SILVA, 2015), embora ainda careçam pesquisadores que se engajem em traçar modelos teóricos. Quanto aos métodos empregados, grande parte dos estudos utiliza-se ou de metodologias etnográficas - com observação participante e entrevistas em profundidade, ou de surveys ou análise de dados secundários extraídos de bases governamentais (ALIAGA-ISLA; RIALP, 2013). Os estudos de negócios internacionais, que traçaram alguns modelos explicativos de internacionalização de grandes empresas (por exemplo, OVIATT; MCDOUGALL, 2005, JOHANSON; VAHLNE, 1977, 2009). No entanto, no campo de empreendedorismo imigrante não se encontrou na literatura internacional nenhum estudo que almejasse uma teorização de seu processo. Um modelo teórico que explique possíveis perfis dos empresários imigrantes, destacando as relações entre suas redes, conformadas em comunidades étnicas e transnacionais são apontadas como lacuna teórica por alguns autores



RELISE

113

(PORTES; ZHOU, 1992, ZHOU, 2004, ALIAGA-ISLA; RIALP, 2013). Seguindo as recomendações de Denzin e Lincoln (2005), os autores empreenderam uma revisão de bibliografia prévia, para contextualizar o tema, e após os resultados realizaram uma discussão embasada nos dados, da teoria emergente, comparando-a e complementando-a a literatura existente. Os autores do presente artigo optaram por usar como arcabouço teórico três estudos que fundamentam o fenômeno da imigração ligada ao empreendedorismo: Portes e Zhou (1992), que discutem a questão da assimilação e empreendedorismo de latinos e chineses; Zhou (2004) que aborda os empreendedores chineses em Chinatown e Baltar e Icart (2013) que detalha o empreendedorismo transnacional argentino na Espanha.

Como grande parte das evidências empíricas foi coletada dentro das comunidades brasileiras, devido à acessibilidade aos empreendedores e demais stakeholders, os autores buscaram motivos que atestem sua relevância. Primeiramente, devido ao fato do Brasil ser uma nação cujas raízes culturais derivam de uma miscigenação racial (FREYRE, 1986), de povos de várias origens étnicas (HOLANDA, 1984) que se engajaram em fluxos emigratórios a partir dos anos 1980. Em segundo lugar, atualmente o Brasil é tanto um país emissor de imigrantes, quanto uma nação anfitriã – de refugiados e imigrantes haitianos, angolanos, sírios, peruanos e bolivianos. Estas duas características configuram tanto as comunidades brasileiras no exterior quanto o ambiente do Brasil enquanto nação anfitriã, como um experimento natural. Não obstante, outras nações também teriam estas características, embora não seja o objetivo deste artigo detalhar demais possibilidades.

Para criação do modelo teórico, empregou-se uma abordagem qualitativa (DENZIN; LINCOLN, 2005), detalhada na seção de metodologia. A unidade de análise do estudo, portanto, foi composta pelas trajetórias empreendedoras realizadas pelos diversos empreendedores imigrantes -



RELISE

114

casos. Ao serem selecionados estes elementos como unidade de análise da pesquisa, houve a possibilidade, por parte dos pesquisadores, de iluminar as perspectivas e aspirações empresariais dos empreendedores imigrantes. Para suportar a proposta de categorização emergente, além dos dados de campo coletados em grande parte nas comunidades de imigrantes brasileiros, os autores complementaram com achados de outros trabalhos, encontrados através de pesquisa bibliográfica sistemática do tema.

Uma categorização de determinado fenômeno é um primeiro passo para sistematização e avanço da teoria de um campo. Esforços de categorização de atividades empreendedoras como os de Fillion (1999), Stevenson e Jarillo (2007) e Hyrsky (1999) serviram de inspiração para diversos artigos da teoria de empreendedorismo. No entanto, essa categorização ainda não foi realizada para o caso dos pequenos e médios negócios ligados a imigrantes ou grupos étnicos.

Assim, como consequência da reflexão proposta, espera-se contribuir para maior compreensão dos perfis de empreendedorismo, realizados por imigrantes, enriquecendo o debate a respeito da imigração e suas atividades empreendedoras, o que pode também iluminar as perspectivas teóricas, que ignoram a criação de riqueza gerada pelos imigrantes (ZHOU, 2004). Riqueza esta que se configura, seja pelo giro de capital dentro dos enclaves (PORTES, ZHOU, 1992), como também através da transferência de ativos especializados para nações periféricas, contribuindo para o aumento do comércio internacional e dos países centrais (ZOLIN; SCHLOSSER, 2013) e seu transnacionalismo (DRORI; HONIG; WRIGHT, 2009). O estudo aprofundado do fenômeno do empreendedorismo imigrante é rico e multidisciplinar. Algumas possibilidades de investigação permeiam o estudo de suas trajetórias (ZHOU, 2004), redes de valor e aspirações (SARASVATHY, 2001), análise estratégica de alianças (MADSEN; SERVAIS, 1997), de *bornglobals* fundadas por imigrantes



RELISE

115

(VILICIC,2017), em conexão com seus clientes (SAXENIAN, 2007), da análise de vantagens competitivas (BARNEY, 1991) derivadas de suas escolhas estratégicas (MINTZBERG, 1988), de seu estabelecimento disputando recursos e mercados com as firmas nacionais, internacionais e globais (TUNG, 2008, ZOLIN ; SCHLOSSER, 2013).

IMIGRANTES E SUA ATIVIDADE EMPREENDEDORA

Segundo Drori, Honig e Wright (2009) há quatro tipos mais recorrentes de empreendedores étnicos ou imigrantes: (i) empresários transnacionais, que mantendo os laços comerciais com os países de origem; (ii) os empresário étnicos, ligados às suas comunidades étnicas por laços culturais; (iii) os empresários que retornam, dispostos a iniciar um novo empreendimento no país de origem; e (iv) empresários internacionais, dedicados ao comércio internacional, que são proprietários de empresas individuais ou empresários que cruzam fronteiras nacionais.

De acordo com Zhou (2004), os 'enclaves étnicos' constituem nichos de mercado dentro dos mercados nacionais, onde os imigrantes exercem suas vantagens competitivas na exploração de contingências que co-criam oportunidades para avançar socialmente. São comunidades integradas, onde se mantêm laços de solidariedade e de confiança, formando a base do capital social (BOURDIEU, 1986) de seus membros. A economia do enclave é caracterizada por: (i) a co-etnicidade dos empreendedores e sua rede de apoio; e (ii) a concentração espacial de uma ampla variedade de empresas étnicas locais e transnacionais. Eles podem vir a reduzir as barreiras à emigração ao configurarem redes de apoio. As habilidades culturais e sociais dos imigrantes são combinadas para a germinação de pequenas empresas, derivadas desse capital humano específico (BOURDIEU, 1986), disponível na comunidade étnica. Esses negócios geram empregos formais ou informais, fundamentais



RELISE

116

para empregar imigrantes excluídos do mercado de trabalho do país de acolhimento (DRORI; HONIG; WRIGHT, 2009). Os enclaves, portanto, se beneficiam da disponibilidade de trabalhadores étnicos frequentemente informais, que aceitam salários mais baixos. É também um canal para a disseminação de práticas de negócios, acesso às informações sobre mercados-chave ou a fornecedores específicos e confiáveis. Adicionalmente, as comunidades étnicas também podem ajudar os empreendedores através de formas não ortodoxas de crédito (LIGHT; BHACHU; KARAGEORGIS, 1993).

Ao se concentrarem em seu estudo sobre as causas da pobreza nas minorias, Portes e Zhou (1992) acabam se deparando com o “empreendedorismo étnico” ou de imigrantes como uma forma alternativa de mobilidade econômica. Os autores estudaram os chineses e dominicanos em Nova York e cubanos em Miami. Segundo suas evidências, os recém-chegados no enclave, poderiam ter um rápido crescimento econômico com seus lucros remitidos ao país de origem – “transnacionalismo”. Isso desafiaria o postulado de que o capital humano individual (BOURDIEU, 1986) seria o único determinante da mobilidade econômica dos imigrantes. Outro ponto crucial seria uma “solidariedade limitada ao grupo” ou “confiança limitada”, no sentido de apoio mútuo. Essa seria uma espécie de “rede de proteção” refletida nas seguintes características: (i) como consumidores, favorecem os itens associados ao seu país de origem, tanto em termos da utilidade do bem como da representação simbólica (identidade do seu povo); (ii) como trabalhadores, preferem trabalhar entre si, falando a sua própria língua, mesmo que às vezes signifique algum sacrifício material, como receber salários mais baixos; e (iii) como investidores, eles se envolvem em práticas de “transnacionalismo” ou optam por investir seu capital na própria comunidade étnica.

Ainda relativo ao transnacionalismo, Baltare e Icart (2015) demonstram como empresários imigrantes podem gerar impactos positivos nos países de



RELISE

117

origem e de acolhimento. Os autores consideram que razões positivas para a emigração podem aumentar o empreendedorismo transnacional e gerar benefícios mútuos para ambas as sociedades. Os autores criaram um modelo de equações estruturais que buscou testar suas hipóteses explicando as relações entre motivações, semelhanças culturais, instituições, e potenciais ligações transnacionais. Por fim, concluíram que as regras institucionais (formais e informais) exercem grande influência nas decisões de localização das empresas e nas motivações dos empresários imigrantes.

Já a contribuição do capital social é um objeto de interesse nos estudos sobre o empreendedorismo imigrante desde sua pesquisa seminal conduzida por diversos autores (por exemplo, PORTES; ZHOU; 1992, GOLD; LIGHT, 2000) ou por estudos mais recentes como os de Elo e Volovelsky (2016), Elo, Harima e Freiling (2015) e Emontspool e Servais (2016). Apesar de grande parte dos autores enfatizarem os aspectos sociológicos do fenômeno, pode-se também fazer uma conexão com pesquisas relacionadas ao impacto das redes de apoio aos imigrantes durante a concepção empresarial (SAXENIAN, 2007). As redes sociais são baseadas em conexões com consumidores e alianças inter-organizacionais que influenciam a co-criação de oportunidades através da articulação de disputas (BRINKERHOFF, 2016).

Importante ressaltar que mais de 3% da população mundial é composta por cidadãos imigrantes, sendo de 10% em países desenvolvidos (RIDDLE, 2008). Este cenário traz o fortalecimento das redes baseadas em conhecimento e aprendizagem mediada por práticas empresariais.

MÉTODO

Os pesquisadores empreenderam uma robusta coleta de evidências por meio de várias estratégias, ao longo de seis anos de campo. A análise das evidências empíricas seguiu uma abordagem exploratória de cunho qualitativo,



RELISE

118

seguindo recomendações de Denzin e Lincoln (2005). O estudo apresenta as interpretações construídas pelos empresários imigrantes, envolvendo seu entendimento do ambiente e como esta interpretação apoiava suas decisões. A base da análise é a confirmação recorrente de evidências empíricas, coletadas e conectadas por uma categorização que adere ao paradigma funcionalista (EISENHARDT, 1989). De acordo com Dubois e Gadde (2002), pesquisas inspiradas em estudos de casos abduativos têm como vantagem a sua originalidade, decorrente da imersão no campo de pesquisa. Este método permite aos pesquisadores explorar as especificidades, e evitar as fragilidades decorrentes de estudos de caso que se limitem meramente a uma esfera descritiva, replicando princípios típicos de abordagens hipotético-dedutivas, e, como consequência, resultando em generalizações inconsistentes.

Entretanto, Dubois e Gadde (2002) propõem, em sua metodologia de pesquisa, uma concepção derivada de combinação sistemática entre a discussão teórica e pesquisa empírica dinâmica, fazendo com que o desenvolvimento de teorias se dê pelo confronto entre o estado da arte do conhecimento presente na literatura e a coleta de evidências empíricas nas diferentes fases da pesquisa. Assim, a abdução sistemática estabelece que a análise do caso, ou de múltiplos casos, se baseia em uma discussão teórica. E por fim, que suas inferências se destinam à expansão da capacidade explicativa da teoria em que se insere, a partir de um processo explícito de observação, cuja eficácia requer a imersão do pesquisador no cenário de pesquisa.

Coleta dos Dados

A coleta de dados e as observações de campo envolveram diversas fases e estratégias, que ocorreram ao longo de seis anos, sendo detalhadas a seguir, e resumidas na tabela 1. Como o objetivo original do projeto de



RELISE

119

pesquisa era o de se buscar um entendimento dos padrões e comportamentos de empresários imigrantes da diáspora brasileira em todo o mundo, valeu-se de uma inspiração em métodos etnográficos (TILLEY, 2001). A coleta de evidências contou com os seguintes procedimentos: (i) realização de observações dos participantes de três comunidades de imigrantes na Flórida - Orlando, Pompano Beach e Doral, incluindo entrevistas em profundidade com 90 empresários durante quatro anos, utilizando-se o método de entrevista de McCracken (1988), que visa acessar o lado pessoal, privado ou íntimo da memória dos empreendedores imigrantes; (ii) triangulação com as partes interessadas da comunidade, tais como advogados, líderes comunitários e contabilistas, num total de 12 profissionais; (iii) pesquisa bibliométrica que identificou 676 artigos relevantes, 30 principais periódicos que publicam o tema 'empreendedorismo imigrante' e leitura sistemática dos 40 artigos mais citados; (iv) uma pesquisa através do método de *survey* com 610 brasileiros na Austrália; (v) contatos via skype e e-mail com 15 imigrantes brasileiros-japoneses que vivem no Japão; (vi) videoconferências com três empresários judeu-brasileiros que se aventuram em Israel; (vii) Análise documental de sites e *fan-pages* de três comunidades virtuais do *Facebook* - brasileiros em Sidney, brasileiros em Ibiza e brasileiros no Japão; (viii) entrevistas em profundidade realizadas com outras etnias no Brasil: haitianos, sírios, ganense e italiano. Complementação com leitura de artigos de jornal e artigos científicos, que relatam trajetórias de imigração; e (ix) Confronto com literatura existente sobre comunidades brasileiras (por exemplo, MARGOLIS, 1995; MARTES; RODRIGUEZ, 2004, SALES, 2005, SASAKI, 2006, BLOEM, 2015, ROCHA; ESTEVES; MELLO; SILVA, 2015).

As investigações etnográficas das comunidades encontraram inspiração metodológica na obra relativa às subculturas de consumo conduzida por Schouten e McAlexander (1995). Em um processo de contextualização



RELISE

120

gradual, os pesquisadores começaram como estranhos das comunidades étnicas de imigrantes brasileiros. O fato de serem também brasileiros facilitou seu acesso gradual às redes empresariais de imigrantes, tornando-se progressivamente membros aceitos de vários grupos dentro das comunidades brasileiras. Sendo assim, mantiveram contato com alguns dos empreendedores e principais *stakeholders*. Ao longo da estrada, para se aproximar do universo dos imigrantes, os pesquisadores adquiriram percepções e perspectivas que teriam sido difíceis de alcançar por meio de um envolvimento menos sustentado. Alguns fatos relevantes também ocorreram dentro deste processo interativo. Após esse período de imersão, os pontos de vista mudaram, permitindo que os pesquisadores registrassem suas experiências e observassem certas situações como *insiders*. Além disso, à medida que aprofundavam seu tipo de envolvimento etnográfico, seu acesso aos informantes do núcleo das comunidades melhorou consideravelmente. Eles passaram a ser vistos como importantes consultores para os membros empreendedores dessas comunidades brasileiras. Além disso, esse fato também trouxe uma visão mais crítica das teorias existentes no campo de estudo.

Tabela 1: Método de coleta de dados em cada fase da pesquisa

Fase 1 – 2010 - 2012	Fase 2 – 2012 - 2015	Fase 3 - A partir de 2016
- Pesquisa exploratória - Observações nos enclaves étnicos - Análise de documentos	- Observações nos enclaves étnicos - Viagens para pesquisa de campo e entrevistas de profundidade - Triangulação - Análise de documentos	- Pesquisas etnográficas - Survey online - Entrevistas por telefone - Pesquisa bibliométrica - Revisão de literatura - Novos estudos exploratórios

As observações de campo começaram no ano de 2010, envolvendo inicialmente três visitas à cidade de Orlando, realizadas durante dois anos. Em seguida, no final do ano de 2012, foi realizada a primeira pesquisa de campo envolvendo a entrevista de 14 empresários brasileiros estabelecidos na mesma cidade. Em 2013, uma nova incursão foi realizada nas cidades de Orlando e



RELISE

121

Pompano Beach - segunda maior população de origem brasileira nos EUA. As últimas entrevistas em profundidade conduzidas na cidade de Orlando ocorreram no início de 2014, quando também outras entrevistas foram combinadas nas cidades de Pompano Beach e Doral - condado de Miami-Dade. O total de entrevistas documentadas ultrapassou 92 horas de depoimentos com 90 empresários brasileiros estabelecidos no exterior. Além disso, durante a última rodada em Orlando, foram realizadas entrevistas com dois advogados e um contador brasileiros, bem como com outros nove representantes de três tipos de grupos associativos de empresários: das “redes de negócios não institucionais” - geralmente lideradas pela imprensa local; das “redes empresariais institucionais” - como as câmaras de comércio e das “redes institucionais e religiosas”.

Análise dos dados

O procedimento de análise seguiu a abordagem qualitativa (DENZIN; LINCOLN, 2005), requerendo que os dados de campo e a teoria fossem constantemente comparados e contrastados ao longo de todo processo de coleta e análise. Primeiramente, na etapa de categorização, foi feita uma pré-codificação dos dados de campo, derivados das diversas formas de coleta. Um resumo de parte desses dados pré-codificados pode ser visto na tabela 2. Excertos de discursos, observações de empreendedores ou de outras pesquisas do tema foram expostos como exemplos de evidências de campo. Os sentimentos e as percepções dos fenômenos relatados pelos empresários ajudaram a criar as categorias da codificação final e os nomes das personas. Seguindo-se o protocolo de pesquisa (DENZIN; LINCOLN, 2005), foi realizada uma amostragem teórica - processo de coleta de dados para gerar a teoria no qual os pesquisadores executam a categorização dos dados e analisam concomitantemente.



RELISE

122

Para a realização dessa etapa foram fundamentais a pesquisa bibliométrica e revisão sistemática de literatura, apresentadas no item (iii) da descrição da coleta de dados.

Como não se basearam em um quadro teórico preconcebido, os pesquisadores começaram por identificar alguns conceitos-chave e características dos empreendedores imigrantes sobre as quais haviam pesquisado. Esses dados foram complementados por fontes e relatos da literatura, objetivando-se saturar categorias para preencher lacunas da teoria emergente. Os pesquisadores valeram-se de seus memorandos, notas de campo e mapas conceituais, elaborados durante os processos de entrevista e observação das comunidades. Dessa maneira organizaram sua análise dos achados de campo, apresentando por fim, uma proposição de sete possíveis caracterizações de empreendedoras diferentes, agrupadas na tabela 2. Vale ressaltar que este é um modelo preliminar baseado em histórias de vida, relatos, entrevistas, *surveys*, observação e contraste com a literatura. Os diferentes perfis são apresentados na seção a seguir, sob forma de personas.

MODELO PROPOSTO DE IDENTIFICAÇÃO DE PERSONAS REFERENTES AOS EMPREENDEDORES IMIGRANTES

Lembrando que o modelo proposto emergiu das diferentes formas de coleta de dados, derivadas da observação de diversas comunidades de brasileiros no exterior, e complementada por outros estudos, os pesquisadores buscaram utilizar variáveis relevantes e emergentes de aspectos migratórios: situação jurídica, capacidade de comunicação na língua local e tipo de ocupação que tiveram em seus primeiros anos na comunidade: emprego, subemprego ou empreendedorismo.



RELISE

123

Tabela 2: Categorização dos dados de campo

Característica básica	Característica exclusiva	Origem	Destino	Exemplos de citação (entrevistado ou texto)	Evidência / Literatura	Tipo de coleta	Personas Possíveis
Chega com perspectivas concretas de imigrar (matrimônio, ancestralidade, etc). Refugiados que chegam a países que possuem programas de acolhimento.		Brasil	Tel Aviv - Israel	<i>Eu queria expandir meus horizontes</i>	E	Entrevista de profundidade	cidadão global ou visionário
		Brasil	Aichi - Japão	<i>Saí para ter uma vida melhor - curtir a vida</i>	E	Survey	cidadão global ou visionário
		Brasil	Perth - Austrália	<i>Tinha curiosidade em viver em outro país</i>	E	Survey	cidadão global ou visionário
	Abre uma empresa logo que chega	Gana	Maricá - Brasil	<i>Aonde cheguei eu abri um negócio</i>	E	Entrevista de profundidade	visionário
		Itália	Rio de Janeiro - BR	<i>Cheguei abrindo negócios: foi assim na Austrália, EUA, Rússia e Holanda</i>	E	Entrevista de profundidade	
	Aprende localmente antes de empreender	Brasil	Pompano Beach - EUA	<i>Vim acompanhar minha mãe. Estudei aqui e quis abrir minha empresa</i>	E	Entrevista de profundidade	cidadão global
		Síria	São Paulo - BR	<i>Fiz uma festa aqui com pratos típicos ... meu amigo brasileiro gostou e contou que aqui as pessoas gostariam. Essa pessoa fez uma página no Facebook onde comecei a divulgar meu trabalho. Participei de feiras na mesquita, no Museu da Imigração e em eventos de organizações que recebem refugiados.</i>	L (Azevedo, 2015)	Artigo de jornal	
Executivos expatriados ou estudantes (língua estrangeira, graduação, mestrado ou doutorado)		Brasil	Toronto - Canadá	<i>"Antes, eu pretendia em ir aos Estados Unidos ou Londres. Mas o custo-benefício pesou e, por isso, decidi mudar de ideia e investir nessa viagem"</i>	L (Nascimento, 2017)	Artigo de jornal	descobridor, camaleão ou malandro
		Indiano	Palo Alto - EUA	<i>Muitos dos prêmios Nobel que os EUA leva são, na verdade, concedidos a alemães, indianos e outros que estão radicados aqui para estudar ou trabalhar.</i>	L (Vilicic, 2017)	Artigo de jornal	descobridor, camaleão ou malandro
	Decidem iniciar uma empresa depois de terem trabalhado em empresas locais.	Brasil	Doral - EUA	<i>A SIEMENS me mandou para Califórnia como engenheiro. Acabou o contrato e fui contratado localmente até me legalizar. Depois abri meu próprio negócio.</i>	E	Entrevista de profundidade	descobridor
		Brasil	Miami - EUA	<i>Cheguei como Executivo e assim me legalizei. Depois da aposentadoria abri meu próprio negócio para não ficar parado.</i>	E	Entrevista de profundidade	
	Varia entre a imigração regular e irregular. Aprendem localmente antes de empreender em empregos informais ou irregulares (pois não têm permissão para trabalhar).	China	Nova York - EUA	<i>O meio ambiente familiar onde empresários e trabalhadores falam a mesma língua, têm os mesmos costumes e praticas gera firmas flexíveis e mais atraentes.</i>	L (Zhou, 2004)	Artigo Científico	camaleão
		Cuba	Miami - EUA	<i>As empresas tiveram papel importante para os refugiados: mesmo sem falar inglês poderiam sobreviver – trabalhar em empresas 'cubanas' e comprar produtos 'cubanos'.</i>	L (Portes e Zhou, 1992)	Artigo Científico	
	Independente da forma de ingresso (regular ou não) buscam no empreendedorismo uma maneira de se legalizar.	Brasil	Orlando	<i>Venha investir em nosso empreendimento e aplique para o visto EB-5. São cotas de US\$500.000 que garantem o Green card para você e sua família, sem sair de casa.</i>	L (Whichfranchise.com, 2016)	Artigo de jornal	malandro
		Brasil	Miami - EUA	<i>Abri uma franquia aqui nos EUA e estou trazendo minha família para morar longe dos problemas e da violência do Brasil.</i>	E	Entrevista de profundidade	
Chegam exclusivamente de forma irregular. Normalmente não falam a língua do país de acolhimento.		Marrocos	Espanha	<i>Em primeiro lugar, marroquinos, argelinos, senegaleses, entre outros, enfrentam uma verdadeira odisséia para chegar ao território europeu. Um autêntico jogo de xadrez com a morte.</i>	L (Gusmão, 2013)	Artigo de jornal	aventureiro ou serial
		México	EUA	<i>A União Europeia pode querer considerar a criação de programas de remoção acelerada na fronteira, como os EUA têm para alguns imigrantes não autorizados do México.</i>	L (Orrenius e Zavodny, 2016)	Artigo Científico	aventureiro ou serial
	Busca trabalho em empresas pertencentes a co-etnias ou compatriotas. Esta fase inicial de socialização na comunidade étnica é fator-chave para o empreendimento étnico.	Brasil	Deerfield Beach - EUA	<i>Não sei falar inglês até hoje, mas no meu 'mundinho' aqui eu consegui me virar</i>	E	Entrevista de profundidade	aventureiro
		Brasil	Pompano Beach - EUA	<i>Só aprendi a falar inglês bem depois de 15 anos aqui. Sou o único brasileiro que presta esse tipo de serviço aqui para a comunidade</i>	E	Entrevista de profundidade	
	Trajetória semelhante a anterior, apenas diferem em relação a data de abertura dos negócios. O empreendedor em série já chega empreendendo.	Brasil	Orlando - EUA	<i>Já vim com a ideia de abrir uma empresa. A comunidade me 'abraçou' e abri minha padaria</i>	E	Entrevista de profundidade	serial
		Brasil	Fort Lauderdale - EUA	<i>Vim para conhecer. Como ninguém na comunidade fazia o que eu faço, resolvi vir para abrir a minha empresa.</i>	E	Entrevista de profundidade	



RELISE

124

A fim de ilustrar os diferentes perfis, os pesquisadores usaram o recurso figurativo das personas (STERN, 1994), que retratam alguns dos empreendedores identificados em suas diferentes trajetórias, de acordo com sua similaridade e representatividade. Persona é uma palavra latina que se refere à máscara que foi usada por atores de teatro clássico (ELLMANN, 1978). Este recurso vem sendo utilizado por diversos campos de estudo como o marketing (DEIGHTON; ROMER; MCQUEEN, 1989), a semiótica (MICK, 1986) e a psicologia (ALLPORT, 1937). Embora não tenham sido encontrados relatos de sua utilização no campo de empreendedorismo imigrante, o recurso é uma forma de facilitar a organização dos diferentes perfis identificados durante a análise, bem como de enunciar as características observadas durante os seis anos de pesquisa no tema.

Partindo-se da tabela 2, que relata as características derivadas do processo iterativo entre a teoria e dos dados do campo, os pesquisadores procederam na organização das várias personas possíveis dos empresários imigrantes, embora não se propôs esgotar essa discussão, mas sim aprofundar o entendimento do processo empreendedor nesse contexto. Sendo assim, a seguir, detalham-se as características das sete personas.

Persona A – o cidadão global (caso 1):

Chegam com perspectivas concretas de adquirir cidadania ou de permanecer legalmente. Aprendem o *modus operandi* dos negócios locais antes de abrir seu próprio negócio.

O empreendedor, personificado como “cidadão global”, pode combinar a dupla cidadania com o capital humano adquirido por meio de experiências profissionais ou estudantis, conforme descrito por Cruz, Ribeiro e Falcão (2016). Eles tendem a criar startups transnacionais através da sua capacidade de combinar conhecimentos derivados de países de origem e destino, gerando



RELISE

125

novos produtos internacionalmente homogêneos, baseados nos laços estabelecidos dentro da comunidade étnica. A conexão entre o capital humano do empreendedor e o capital social de sua rede de apoio, aliada aos estímulos migratórios iniciais, configuram a criação dessas firmas. Além disso, esses empreendedores se valem de sua rede de alianças (MADSEN; SERVAIS, 1997) e suas conexões com potenciais clientes, no processo estratégico que leva à criação, germinação e aceleração do novo negócio (SARASVATHY, 2001). A persona do “cidadão global” exemplifica o empreendedor que, tendo os desafios culturais minimizados, e as oportunidades de mercado fortalecidas, ampliam seu horizonte de ação, muitas vezes servindo como principal motivador para deixar sua nação de origem (ver VILICIC, 2017).

Para um de nossos entrevistados, por exemplo, ir a Israel foi uma oportunidade para ter uma excelente formação profissional, mas também para fortalecer laços étnicos e explorar o mercado local.

Eu queria expandir meus horizontes [...] Claro que se pode se ter um bom treinamento no Brasil, mas nada comparado com o que você encontra em Tel Aviv. Eu não tinha compromisso, nada que me ligasse ao Brasil. Era o momento certo para sair, conhecer Israel, expandir minha rede. Eu acho que fiz a escolha certa, porque eu aprendi muito e cresci bastante com esta experiência. (A. L. Empresário do ramo de tecnologia cujos sócios ficam no Brasil e ele em Israel, atualmente com 40 anos de idade).

Persona B – o visionário (caso 2):

Chegam com perspectivas concretas de adquirir cidadania ou permanecer legalmente, porém, por motivos variados, empreendem rapidamente (ver TEDESCO, 2010).

A diferenciação entre o “cidadão global” e o “visionário” baseia-se nos casos em que o imigrante decide empreender assim que chega ao país anfitrião, realizando uma trajetória mencionada no modelo proposto por Oviatt e McDougall (2005). Esse modelo atribui à orientação internacional do negócio e à inserção na rede de valor, que sustenta a iniciativa empreendedora,



RELISE

126

decorrente da experiência internacional acumulada anteriormente, ou seja, antes da sua instalação no país de acolhimento. Muito semelhante à persona A, o visionário que tenha, por exemplo, uma dupla nacionalidade, tem um diferencial para se estabelecer no exterior, o que pode ser também um fator de motivação para sair de seu país de origem. No entanto, diferente do “cidadão global” que decide empreender depois de algum tempo vivendo no país de acolhimento, o “visionário” já parte com a decisão de abrir seu próprio negócio no exterior, muitas vezes identificando uma oportunidade de mercado enquanto ainda vivem em seu país de origem. A dupla nacionalidade aparece tanto no caso de prole familiar, como de relações amorosas que resultam em casamentos no exterior. Esta persona é encarnada por um empresário brasileiro em Frankfurt, Alemanha, que era sócio de um salão de cabeleireiro e estética em parceria com seu pai e irmãos na cidade de Niterói - RJ. Antes de imigrar definitivamente, passou por um período em São Francisco, Califórnia, onde conheceu sua atual esposa, de cidadania alemã. Voltou ao Brasil, trazendo consigo a então namorada, a qual conheceu nos EUA. Os dois decidiram se casar logo após sua chegada ao Brasil para viverem legalmente no país. Devido às dificuldades de adaptação por parte de sua esposa, resolveram imigrar para a Alemanha um ano e meio após seu matrimônio. Decorrente do seu capital acumulado em negócio familiar no Brasil, o empreendedor decidiu abrir seu próprio salão de cabeleireiro. Assim, por ter uma perspectiva concreta de cidadania (por matrimônio) e abrir o seu negócio logo depois de chegar na Alemanha este empresário se encaixa no caminho B, conforme relata:

[...] Hoje sinto falta da minha família e dos meus amigos que deixei no Brasil, mas foi muito difícil para minha esposa se adaptar ao calor do Rio de Janeiro. A vantagem de abrir um negócio como este aqui é que eu faço isso desde meus 14 anos de idade. [...] Corte de cabelo e barbearia são a mesma coisa no Brasil ou no Japão, cadeira, tesoura e máquina. [...] Minha empresa hoje pode trabalhar sem mim, tenho funcionários. [...] Gradualmente, eu pude dedicar mais ao estudo do



RELISE

127

Alemão, ficando menos dependente da minha esposa. (Empresário de salão de cabeleireiro, atualmente com 42 anos de idade).

PersonaC – o descobridor (caso 3):

Incluem os executivos expatriados ou estudantes – de língua estrangeira, graduação, mestrado ou doutorado - que, ao final do vínculo, possuem permissão para ficarem ou se legalizaram no país. Usando a experiência de trabalho em uma empresa local, decidem empreender (ver GOVERNMENT OF CANADA, 2015; NASCIMENTO, 2017).

Na terceira persona mapeada, encontramos empreendedores que têm o maior horizonte de exploração de oportunidades de negócios no exterior devido à acumulação de experiências culturais, profissionais e pessoais no país de acolhimento. O horizonte de exploração de oportunidades de negócios do “descobridor” é baseado na acumulação de capital humano, social, cultural e econômico (BOURDIEU, 1986) no país de destino. O empreendedorismo resulta do encontro entre habilidades elaboradas e inserção na comunidade étnica, sem ser capaz de distinguir a contribuição de quem-eu-sou e de quem-eu-conheço na configuração de uma aspiração empresarial. No entanto, as evidências sugerem que as parcerias dentro da comunidade, aliadas à sua capacidade de liderança lhes permitem explorar a rede de valor, precedendo a iniciativa empresarial. Normalmente, esses expatriados decidem iniciar uma empresa depois de terem trabalhado em empresas locais. Essa experiência os ajuda neste processo. Além disso, o “descobridor” pode ser aquele motivado a imigrar por causa de alguma oportunidade profissional dentro de sua carreira, e a partir daí, ele identifica oportunidades para abrir um negócio, conforme relato:

Eu trabalhava para a Companhia Z de 1985 a 1990 na Califórnia. Desenvolvia projetos que levavam de três meses a um ano inteiro. Ficava indo e vindo para o Brasil e EUA nesses períodos, até que os projetos tomassem ritmo. [...] Sim, já tinha uma experiência dos EUA, mas eu nunca tinha vindo aqui [para Miami]. Então, eu recebi um convite para trabalhar aqui e resolvi ficar. (R. R., Empresário de serviços de tecnologia, montou seu negócio seis anos depois de se estabelecer nos EUA, atualmente com 61 anos, de idade).



RELISE

Como se vê no trecho acima, a expatriação não foi apenas um fator fundamental para o entrevistado deixar o Brasil, mas também lhe permitiu reunir o dinheiro e o conhecimento para abrir seu próprio negócio, precisamente seis anos após sua partida como expatriado, empregado de multinacional. Segundo ele, sua experiência no país o ajudou a adquirir conhecimentos sobre o negócio e a criar alianças estratégicas e redes de negócios, que foram cruciais para a abertura de sua própria empresa.

[...] todos me conheciam, o que ajudou muito! [...] Aí você envia uma invoice e espera após 30 dias o pagamento. O cliente só fecha esse negócio contigo remotamente se conhecem você. Qualquer pessoa só paga adiantado por duas razões: primeiro preço, e segundo porque ele confia em você. Bem, eles precisam saber com quem eles trabalham. (R. R - 61 anos, iniciou uma empresa de serviços seis anos depois de se estabelecer nos EUA).

Persona D – o camaleão (caso 4):

Incluem os executivos expatriados ou estudantes que, ao final do vínculo, não possuem permissões para ficar no país de acolhimento. Podem incluir também aqueles que desde a sua chegada estão em situação irregular. Eles usam a experiência de trabalho em uma empresa local, ou mesmo de subemprego para compatriotas ou locais, para acumular experiência e dinheiro e depois empreender.

O tipo “camaleão” é bastante comum nas comunidades de imigrantes, reunindo empreendedores que superaram barreiras de acesso e estabelecimento no país de acolhimento com o apoio de suas comunidades imigrantes (ver FAZITO; RIOS-NETO, 2008). Embora esse perfil exacerbe os contatos com o enclave étnico, seu acesso às oportunidades existentes é limitado por seu baixo prestígio dentro da comunidade. Para ele, empregar-se na comunidade torna-se um fator chave para a expansão de seu capital social, até que acumule recursos financeiros suficientes para trocar o subemprego no enclave pelo empreendedorismo imigrante, corroborando as propostas



RELISE

129

discutidas por Cruz, Falcão e Barreto (2016), Portes e Zhou (1992) e de Zhou (2004). Esta pessoa pode variar entre a imigração regular e irregular. Pode também ter aprendido a língua do país de acolhimento, no decorrer de sua vivência. Nessa trajetória, até o momento de empreendimento, os empreendedores geralmente trabalham como empregados, especialmente em atividades informais até adquirirem conhecimento suficiente para abrirem seus próprios negócios. Em uma entrevista, um casal empreendedor, os dois afirmam que trabalhavam em diferentes empresas no Brasil, atuando no ramo de moda. Em uma viagem de férias para os EUA que durou 30 dias, conheceram pessoas e gostaram da Flórida, sendo que acabaram decidindo morar lá. Logo que chegaram, atuaram em diferentes atividades profissionais até abrirem seu próprio negócio lá. Como “camaleões”, passaram por um processo de adaptação às situações adversas, como por exemplo: o aprendizado da língua, o trabalho em diversas atividades, a criação de sua rede de fornecedores e clientes, a abertura do negócio. Eles declaram:

[...] não tínhamos tudo o que necessitávamos para montar nossa empresa [...] não conhecíamos fornecedores, clientes, produtos [...] primeiro nós viemos para ver e fazer uma tentativa [...] nós poderíamos ser bem sucedidos ou não. Embora, fôssemos muito aventureiros, não viemos com objetivo de ficar. W. E teve a possibilidade de se legalizar e falava bem inglês. (Casal - W. E. e T. P., 67 e 60 anos de idade, iniciaram uma lavanderia para atender ao público americano nove anos depois de se estabelecerem nos EUA).

Persona E – o malandro (caso 5):

Executivos expatriados ou estudantes que, ao final do vínculo, não possuam permissão para ficarem no país de acolhimento, ou aqueles que desde a chegada estão em situação irregular. Ao invés de buscarem novas experiências ou até um subemprego preferem empreender assim que possível.

O empreendedor “malandro” personifica uma visão distorcida da figura venerada tipicamente nos relatos jornalísticos do empreendedorismo heroico, dos batalhadores que lutaram para conquistar seu espaço. No início, ele imigra



RELISE

130

para estudar ou para conseguir um emprego temporário. Ele se compromete a superar as barreiras impostas pela dificuldade de obter um visto de trabalho. Não é, no entanto, uma iniciativa planejada, mas sim uma estratégia emergente e improvisada, que garante sua permanência no país de destino. Este empreendedor “cheio de truques”, como ‘Zé Carioca da Disney’, usa seu calor humano, empatia e relacionamentos dentro do enclave étnico para resistir às situações restritivas. Ele pode se envolver em iniciativas empresariais formais ou marginalmente ilegais.

Senti que estava desperdiçando meu tempo em Goiânia, muitas drogas, tempo ocioso, amigos melhores, e eu não tinha família nem pai rico. Então, eu decidi vir para os EUA sozinho. [...] Para mim, eu pensei que teria melhores chances de construir alguma coisa saindo do Brasil. (B. E, 49 anos, começou uma loja de impressão alguns meses após se estabelecer nos EUA).

Persona F – o aventureiro (caso 6):

Chegam exclusivamente de forma irregular, muitas vezes sem saber o idioma local. Busca trabalho em empresas pertencentes a compatriotas. A experiência nesses trabalhos é fundamental para seu futuro empreendimento (ver KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1998).

O “aventureiro” está inserido em um dos perfis típicos do empreendedor étnico, conforme discutido nos estudos seminais de Portes e Zhou (1992) e Portes e Manning (2005). Esse tipo de empresário imigrante, em primeiro lugar, encontra emprego em pequenas empresas no enclave (por exemplo, supermercados, restaurantes, remessas de dinheiro, agências de viagens, roupas, etc.). Depois de algum tempo, eles acumulam capital econômico e “capital social” suficientes para abrir seus próprios negócios. Esta fase inicial de socialização entre os membros da comunidade étnica é chave para o chamado empreendimento étnico. Esse perfil pode ser identificado em casos como o de N. L, que abriu seu próprio negócio depois de passar pelas etapas identificadas acima.



RELISE

131

Minha motivação principal no trabalho é o dinheiro [...] No Brasil você trabalha muito e ganha pouco. Eu trabalhava 12 horas por dia como estilista, e meu marido também trabalhava em outra empresa, mas nossos salários eram baixos. Por isso, decidimos vir para cá, pelo salário. Chegamos em 1988. (N. L., montou uma padaria treze anos depois de se estabelecer nos EUA, atualmente tem 66 anos).

Vale ressaltar que a restrição linguística é um fator determinante para a integração dos imigrantes em sua comunidade étnica no país de acolhimento, como se pode ver no exemplo a seguir.

Para você trabalhar na indústria da moda aqui, você teria que estar no lugar certo, e conhecer as pessoas certas [...] não é fácil não, especialmente se alguém chega aqui sem falar inglês. Então, eu acabei me encaixando na área de saúde. [...] muito depois que eu abri minha padaria. Mas também quando abrimos a nossa padaria, a fila dos clientes vinha até aqui, mesmo quando a porta estava aberta, a fila fazia ziguezague [...] tão cheia. [...] logo de cara nós decidimos colocar anúncio na televisão, no canal brasileiro e no jornalzinho da comunidade [...] então o nosso negócio tornou-se muito conhecido [...] Sim, sempre fomos mais focados nos clientes brasileiros mesmo. (N. L., abriu uma padaria treze anos depois de se estabelecer nos EUA, primeiro se formou como técnica em enfermagem, atualmente tem 66 anos de idade).

Persona G – o serial (caso 7):

Chegam exclusivamente de forma irregular, muitas vezes sem saber o idioma local. Diferente do perfil anterior, eles empreendem assim que chegam. Difere da persona do “malandro” por não saber o idioma e ficar restrito ao enclave étnico devido a essa restrição.

A última persona identificada e representada aqui pelo “serial”, sendo a sétima persona. Ela é representada por empreendedores que estão envolvidos no contexto do empreendedorismo étnico, não falam a língua local, mas mesmo assim são capazes de identificar oportunidades de negócios que se relacionam à sua experiência original. O empresário imigrante “serial” é o resultado de uma rápida inserção na comunidade para formar uma rede de valor em torno de seu capital humano ou econômico previamente montado. No caso dos brasileiros nos Estados Unidos, especialmente nas cidades de Miami e Orlando, esse tipo de trajetória foi intensificada a partir dos anos 2000. Isso



RELISE

132

aconteceu especialmente com o aumento dos investimentos brasileiros nessas regiões e a expectativa de alguns empresários de adquirir seus *greencards* através do EB-5, explorando incentivos governamentais para o investimento estrangeiro direto no país anfitrião, como sugerido em vários relatórios e anúncios coletados em análise documental de sites empreendida pelos autores (WHICHFRANCHISE.COM, 2016): "Franquias e empresas para viver legalmente nos Estados Unidos" (QUAINO, 2015). Para ilustrar essa perspectiva, os entrevistados brasileiros nos EUA relataram que a possibilidade de receber um *greencard*, por se aventurar no país anfitrião, foi o fator motivador de sua partida com a intenção de empreender. Além disso, evidências apontam, por exemplo, para o aumento de investimentos de empreendedores brasileiros nos Estados Unidos (CAVUSGIL; KARDES, 2013) ou de chineses de Hong Kong que emigraram para o Canadá (LI, 2005), que vislumbraram a possibilidade de criar seus próprios negócios localmente ao investirem a quantia requerida. Portanto, eles empreendem assim que chegam, conforme relato:

[...] Eu já vim com esta ideia do Brasil, eu sempre quis trabalhar para mim, e eu trouxe de lá. Trabalhar aqui apenas pelo salário é muito difícil. Então, eu sempre olhei para outra coisa. Foi quando comecei a trabalhar com as máquinas da Coca-Cola, sabe, estas máquinas de venda automática? Eu comecei a fazer isso porque eu pegava a máquina durante o dia, trabalhava no meu *dayshift* normal e, em seguida, consertava à noite. Foi assim que entrei na área de refrigeração. A necessidade de consertar as coisas me levou a participar da "escola de ar condicionado". (M. H., de 50 anos, iniciou uma empresa de reparo de ar condicionado quatro anos depois de se estabelecer nos EUA).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lembrando que o objetivo principal foi o de categorizar diferentes perfis de empreendedores e suas trajetórias, ilustrando-as através de personas inspiradas em evidências empíricas, fundamentada no fenômeno da imigração ligada ao empreendedorismo, de acordo com Portes e Zhou (1992), Zhou (2004), Baltar e Icart (2013), os autores apresentam uma proposta exploratória



RELISE

133

baseada nas personas empreendedoras. Destacam-se nesse modelo o efeito do ambiente e das conexões dos imigrantes, conformados dentro ou fora das comunidades étnicas. Aborda-se também a influência da capacitação e das experiências de trabalho, conjugadas com suas aspirações, sendo elementos condutores de seu processo decisório.

As evidências recolhidas pelos autores sugerem que a imigração começa a partir de dois horizontes como destinos finais. Uma primeira distinção poderia ser feita entre imigrantes que procuram oportunidades, explorando seu capital humano e social (BOURDIEU, 1986), daqueles cujas necessidades básicas são supridas ao abraçarem uma “jornada para uma vida melhor no exterior”.

O presente estudo traçou perfis empresariais decorrentes dos estímulos que forjaram a imigração: (i) dupla cidadania: incluindo os imigrantes com dupla nacionalidade por nascimento ou casamento, cuja aspiração se baseia na garantia de estabelecimento na nação anfitriã como seu destino final, (ii) vistos de trabalho: executivos e estudantes, e foi discutido em muitos artigos sobre empreendedorismo imigrante inserido em ecossistemas que promovem a criação de empresas baseadas na inovação, como Austrália, Israel, Silicon Valley e certas cidades europeias, ou (iii) a perseverança do imigrante irregular: que até hoje rende matérias sensacionalistas nos jornais do mundo todo.

O progresso deste trabalho relaciona-se com a compreensão de como a perspectiva empresarial ou as aspirações dos empresários imigrantes emergem da imersão de imigrantes em suas comunidades étnicas. As evidências coletadas sugerem que a diferenciação entre os diferentes tipos de empreendedores reside na capacidade de combinar o conhecimento dentro de suas comunidades étnicas e no engajamento em redes de apoio existentes em suas comunidades, mas não inteiramente explicado pelo comportamento individual.



RELISE

134

No entanto, como este é um estudo exploratório, não significa que se possa atribuir um caráter determinista ou exaustivo às categorizações realizadas. Pesquisas futuras seriam necessárias para validar o caráter amplo da construção, incluindo imigrantes de outras nacionalidades e favorecendo métodos de pesquisa quantitativos. Vale ressaltar que a compreensão e aplicação desses possíveis perfis e escolhas estratégicas não pretendem ser uma teoria que se aplique à internacionalização das empresas, mas uma tentativa de mapear os caminhos que levam ao empreendedorismo das pequenas empresas criadas pelos imigrantes. Isso pode representar milhares de pequenas empresas em todo o mundo espalhadas em várias áreas metropolitanas em torno da Europa, América do Norte, América do Sul, Austrália, Nova Zelândia, Ásia ou Oriente Médio.

Para estudos futuros os autores deste artigo sugerem a realização de amostragem propositiva, a análise de casos negativos, que não se encaixem nas personas propostas bem como possíveis interseções – casos de empresários que se encaixam em mais de uma categoria. Outro caminho interessante seria a busca por evidências em outros contextos étnicos, já que os autores reconhecem que grande parte de suas observações foram realizadas em comunidades de imigrantes brasileiros, embora confrontadas com a literatura relativa a outras etnias – generalização da proposta.

Por fim, o presente estudo estimula novas investigações que culminem em construções teóricas e expansão da teoria em empreendedorismo imigrante. Não obstante, como uma perspectiva gerencial, enseja iluminar e orientar as melhores práticas para sustentar as jornadas de futuros empreendedores imigrantes, na construção de um mundo globalizado que bate à porta.



RELISE

135

REFERÊNCIAS

ALIAGA-ISLA, Rocío; RIALP, Alex. Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: previous findings and ways forward. **Entrepreneurship ; Regional Development**, v. 25, n. 9-10, p. 819-844, 2013.

ALLPORT, Gordon Willard. **Personality: A psychological interpretation**. New York: Henry Holt, 1937.

AZEVEDO, Rita. Só volto à Síria para visitar, diz refugiado no Brasil. **Revista Exame**, 12 setembro, 2015. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/so-volto-a-siria-para-visitar-diz-refugiado-no-brasil/>>. Acesso em 25 abril, 2017.

BALTAR, Fabiola; ICART, Ignasi Brunet. Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. **Global Networks**, v. 13, n. 2, p. 200-220, 2013.

BARNEY, Jay. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BLOEM, T. M. **Impacts of Brazilian Business and Brazilian Immigrant Organizations in South Flórida**. M.Sc. Thesis Submitted to the Faculty of the Center for Latin American Studies In Partial Fulfillment of the Requirements For the Degree of Master of Arts In the Graduate College. The University of Arizona, 2015.

BONACICH, Edna. A theory of middleman minorities. **American sociological review**, p. 583-594, 1973.

BOURDIEU, Pierre. The Forms of Capital. In RICHARDSON, John G. (Ed.). **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**. Greenwood Publishing Group, 1986.

BRINKERHOFF, Jennifer M. **Institutional Reform and Diaspora Entrepreneurs: The In-Between Advantage**. Oxford University Press, 2016.

CAVUSGIL, S. Tamer; KARDES, Ilke. **Brazil: rapid development, internationalization, and middle class formation**. Apresentação, v. 8, n. 1, p. 1-16, 2013.

Cruz, Eduardo P., Falcão, Roberto P. Q. & Barreto, Cesar R. Estudo de caso sobre os empreendedores imigrantes brasileiros em Pompano Beach -



RELISE

136

Florida. **Anais do Congresso de Administração, Sociedade e Inovação**, Juiz de Fora, Brasil, 2016.

Cruz, Eduardo P.; Ribeiro, Felipe; Roberto P. Q. *Effectuation Approach in a Start-Up Nation: Immigrant Entrepreneurship as a Tie to Create of International New Ventures*. **Poster presented at the 42nd Annual Conference of the European International Business Academy**, Viena, Austria, 2016.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, v. 26, 1984.

DEIGHTON, John; ROMER, Daniel; MCQUEEN, Josh. Using drama to persuade. **Journal of Consumer research**, v. 16, n. 3, p. 335-343, 1989.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Ed.). **The Sage handbook of qualitative research**. Sage, 2011.

DRORI, Israel; HONIG, Benson; WRIGHT, Mike. Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 33, n. 5, p. 1001-1022, 2009.

DUBOIS, Anna; GADDE, Lars-Erik. Systematic combining: an abductive approach to case research. **Journal of business research**, v. 55, n. 7, p. 553-560, 2002.

EISENHARDT, Kathleen M. Building theories from case study research. **Academy of management review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

ELLMANN, Richard. **Yeats: The man and the masks**. WW Norton & Company, 1978.

ELO, Maria; HARIMA, Aki; FREILING, Jörg. To Try or Not to Try? A story of diaspora entrepreneurship. In: **The Future of Global Organizing**. Emerald Group Publishing Limited, 2015. p. 283-293.

EMONTSPPOOL, Julie; SERVAIS, Per. Cross-border entrepreneurship in a global world: a critical reconceptualisation. **European Journal of International Management**, v. 11, n. 3, p. 262-279, 2017.

FAZITO, Dimitri; RIOS-NETO, Eduardo Luiz Gonçalves. Emigração internacional de brasileiros para os Estados Unidos: as redes sociais e o papel



RELISE

137

de intermediação nos deslocamentos exercido pelas agências de turismo. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 25, n. 2, p. 305-323, 2013.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala**. Univ. of California Press, 1986.

GOLD, Steven J.; LIGHT, Ivan. Ethnic economies and social policy. In: **Research in social movements, conflicts and change**. Emerald Group Publishing Limited, 2000. p. 165-191.

Government of Canada. **Express Entry working to make top international talent permanent residents**, 2015. Recuperado em 25 abril, 2017, de <http://news.gc.ca/web/article-en.do?nid=961379>

HYRSKY, Kimmo. Entrepreneurial metaphors and concepts: An exploratory study. **International small business journal**, v. 18, n. 1, p. 13-34, 1999.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The internationalization process of the firm-a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. **Journal of international business studies**, p. 23-32, 1977.

JOHANSON, Jan; VAHLNE, Jan-Erik. The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. **Journal of international business studies**, v. 40, n. 9, p. 1411-1431, 2009.

KLOOSTERMAN, Robert; VAN DER LEUN, Joanne; RATH, Jan. Across the border: Immigrants' economic opportunities, social capital and informal business activities. **Journal of ethnic and migration studies**, v. 24, n. 2, p. 249-268, 1998.

LI, Peter S. The Rise and Fall of Chinese Immigration to Canada: Newcomers from Hong Kong Special Administrative Region of China¹ and Mainland China, 1980–2002. **International Migration**, v. 43, n. 3, p. 9-34, 2005.

LIGHT, Ivan; BHACHU, Parminder; KARAGEORGIS, Stavros. Migration networks and immigrant entrepreneurship. Immigration and entrepreneurship: **Culture, capital, and ethnic networks**, p. 25-50, 1993.



RELISE

138

Ma, Zhenzong., Zhao, S., Wang, T., & Lee, Y. An overview of contemporary ethnic entrepreneurship studies: themes and relationships. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 19(1), 32-52, 2013.

MADSEN, Tage Koed; SERVAIS, Per. The internationalization of born globals: an evolutionary process?. **International business review**, v. 6, n. 6, p. 561-583, 1997.

MARGOLIS, Maxine L. Transnationalism and popular culture: the case of Brazilian immigrants in the United States. **The Journal of Popular Culture**, v. 29, n. 1, p. 29-41, 1995.

MARTES, Ana Cristina Braga; RODRIGUEZ, Carlos L. Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 8, n. 3, p. 117-140, 2004.

MCCRACKEN, Grant D. **The Long Interview: Sage University Paper Series on Qualitative Research Method**. Beverly Hills. 1988.

MICK, David Glen. Consumer research and semiotics: Exploring the morphology of signs, symbols, and significance. **Journal of consumer research**, v. 13, n. 2, p. 196-213, 1986.

MINTZBERG, Henry. Generic strategies: toward a comprehensive framework. **Advances in strategic management**, v. 5, n. 1, p. 1-67, 1988.

NASCIMENTO, Vitor. Canadá se transforma em destino dos pernambucanos. *Diário de Pernambuco, Caderno de Economia, 02 abril, 2017*. Disponível em: http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/economia/2017/04/02/internas_economia,694590/canada-se-transforma-em-destino-dos-pernambucanos.shtml>. Acesso em 25 abril, 2017.

OVIATT, Benjamin M.; MCDOUGALL, Patricia P. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 29, n. 5, p. 537-554, 2005.

PORTES, Alejandro; MANNING, Robert D. The Immigrant Enclave: Theory and Empirical Examples. **The Urban Sociology Reader**, v. 38, p. 202, 2012.



RELISE

139

PORTES, Alejandro; ZHOU, Min. Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. **Ethnic and racial studies**, v. 15, n. 4, p. 491-522, 1992.

QUAINO, Lilian. (2015). Investimento EB-5 para obter 'greencard' nos EUA cresce no Brasil. *G1, Caderno de Economia*, 13 de Março, 2015. Disponível em <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2015/03/investimento-eb-5-para-obter-green-card-nos-eua-cresce-no-brasil.html>>. Acesso em 25 abril, 2017.

RIDDLE, Liesl. Diasporas: Exploring their development potential. **ESR Review**, v. 10, n. 2, p. 28, 2008.

ROCHA, Angela da et al. Diasporic and transnational internationalization: the case of Brazilian martial arts. **BAR-Brazilian Administration Review**, v. 12, n. 4, p. 403-420, 2015.

SALES, Teresa. A organização dos imigrantes brasileiros em Boston, EUA. **São Paulo em perspectiva**, v. 19, n. 3, p. 44-54, 2005.

SARASVATHY, Saras D. Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SASAKI, Elisa. A imigração para o Japão. **Estudos avançados**, v. 20, n. 57, p. 99-117, 2006.

SAXENIAN, AnnaLee. **The new argonauts: Regional advantage in a global economy**. Harvard University Press, 2007.

SCHOUTEN, John W.; MCALEXANDER, James H. Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. **Journal of consumer research**, v. 22, n. 1, p. 43-61, 1995.

STERN, Barbara. Authenticity and the textual persona: postmodern paradoxes in advertising narrative. **International Journal of Research in Marketing**, v. 11, n. 4, p. 387-400, 1994.

STEVENSON, Howard H.; JARILLO, J. Carlos. A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. **Entrepreneurship: Concepts, theory and perspective**, p. 155-170, 2007.



RELISE

140

TEDESCO, João Carlos. Trabalho autônomo e empreendedorismo no cenário migratório internacional: trabalhadores brasileiros na Itália. **Revista Teoria e Evidência Econômica**, v. 16, n. 35, 2010.

TILLEY, Christopher. Ethnography and material culture. **Handbook of ethnography**, p. 258-272, 2001.

TUNG, Rosalie L. The cross-cultural research imperative: The need to balance cross-national and intra-national diversity. **Journal of International Business Studies**, v. 39, n. 1, p. 41-46, 2008.

VILICIC, Filipe. Vale do Silício desafia Trump e batalhará para manter imigrantes. **Revista Veja**, 28 de janeiro, 2017. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/a-origem-dos-bytes/vale-do-silicio-desafia-trump-e-batalhara-para-manter-imigrantes/>>. Acesso em 25 abril, 2017.

WHICHFRANCHISE.COM. Buy a franchise and settle down in the USA. **Whichfranchise.com**, 2016. Disponível em: <http://www.whichfranchise.com/feature_template.cfm?featureId=355>. Acesso em 25 Abril, 2017.

ZHOU, Min. The role of the enclave economy in immigrant adaptation and community building: the case of New York's Chinatown. **Immigrant and minority entrepreneurship: building american communities**, p. 37-60, 2004.

ZOLIN, Roxanne; SCHLOSSER, Francine. Characteristics of immigrant entrepreneurs and their involvement in international new ventures. **Thunderbird International Business Review**, v. 55, n. 3, p. 271-284, 2013.