

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

ALISSA GUZATTI

**IMIGRANTES EMPREENDEDORES: INFLUÊNCIAS DE SER ESTRANGEIRO NO
PROCESSO DE EMPREENDER**

Porto Alegre

2017

ALISSA GUZATTI

**IMIGRANTES EMPREENDEDORES: INFLUÊNCIAS DE SER ESTRANGEIRO NO
PROCESSO DE EMPREENDER**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Administração

Orientadora: Prof. Aurora Carneiro Zen

RESUMO

Este trabalho foi desenvolvido com o objetivo de investigar como o fato de uma pessoa ser estrangeira influencia o processo de empreender. Para tanto foram desenhadas as trajetórias empreendedoras de dois imigrantes, identificadas as principais dificuldades encontradas por eles neste processo, bem como as vantagens e desvantagem de ser estrangeiro ao iniciar um novo negócio. Com o intuito de alcançar os objetivos propostos neste estudo, foram realizadas entrevistas em profundidade de cunho qualitativo com dois imigrantes que possuem empreendimentos na cidade de Porto Alegre.

Palavras-chave: Imigrantes Empreendedores, Processo de Empreender, Migração Internacional.

ABSTRACT

This study was developed with the purpose of evaluating how the fact of a person being foreigner affects the entrepreneurial process. To that end the entrepreneurial journey of two immigrants were framed and the main difficulties encountered by them within the process were identified. Furthermore, the advantages and disadvantages of being foreigner when starting a new business were found. To fulfill the objectives proposed in this study, qualitative interviews were carried out with two immigrant entrepreneurs in the city of Porto Alegre.

Keywords: Immigrant Entrepreneurship, Entrepreneurial Process, International Migration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O processo empreendedor: modelo de Hisrich e Peters (1998)	19
Figura 2: O processo empreendedor na visão de Timmons	21

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Comparação Brasil, França e Portugal segundo as Dimensões Culturais de Hofstede.....	45
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Características dos Empreendedores de Sucesso.....	17
Quadro 2: Número de autorizações de trabalho permanentes concedidas, segundo Resolução Normativa, Brasil 2011-2016.....	27
Quadro 3: Roteiro da Entrevista com Empreendedor.....	32
Quadro 4: Comparação dos dados relativos às dificuldades encontradas por estrangeiros ao começar um novo negócio.....	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1. Objetivos	12
1.1.1. Objetivo Geral	12
1.1.2. Objetivos Específicos	12
1.2. Justificativa.....	12
2. REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1. Empreendedorismo como conceito	14
2.2. Características dos Empreendedores.....	16
2.3. Processo de Empreender	18
2.3.1 Modelo de Hisrich e Peters (1998)	18
2.3.2. Modelo de Timmons (1994)	20
2.4. Migração Internacional e Empreendedorismo.....	23
2.4.1. Dimensões Culturais de Hofstede.....	28
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
3.1. Tipo de Pesquisa.....	31
3.2. Coleta de Dados	31
3.3 Análise de dados	32
4. RESULTADOS.....	34
4.1 Imigrantes Empreendedores	34
4.2 Migração Internacional	34
4.3 Processo Empreendedor.....	35
4.3.1 Oportunidade.....	35
4.3.2 Recursos.....	36
4.3.3 Equipe.....	37
4.4 Desafios encontrados no processo de empreender	38
4.4.1 Identificação da oportunidade.....	38
4.4.2 Captação de recursos.....	39

4.4.3	Gestão da equipe.....	39
4.5	Influências da migração no processo de empreender	40
4.5.1.	Desvantagens de ser estrangeiro no processo de empreender	40
4.5.2.	Vantagens de ser estrangeiro no processo de empreender	42
4.6	Análise Comparativa	43
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
6.	REFERÊNCIAS	50

INTRODUÇÃO

A migração internacional é parte fundamental da globalização e da economia mundial. De acordo com o relatório *International Migration Report 2015* desenvolvido pela UNDESA (*United Nations Department of Economic and Social Affairs*), a migração internacional tem se intensificado nos últimos anos alcançando um total de 244 milhões de pessoas em 2015, comparado com 173 milhões no ano 2000. A crise econômica, a pobreza, a desigualdade, os conflitos e as revoluções nos meios de transportes e de comunicação estão entre os fatores que influenciam esse fenômeno.

Segundo os autores Castles, Haas e Miller (2014) a migração internacional nunca teve tanto destaque e importância sócio-econômica e politicamente quanto hoje. Embora o deslocamento e movimentação das populações sempre tenham seguido as alterações demográficas, transformações econômicas, conflitos políticos e guerras. Do mesmo modo que o papel da migração tem sido imprescindível no colonialismo, industrialização, formação de povos e nações, e no desenvolvimento de sistemas econômicos (CASTLES; HAAS; MILLER, 2014).

O relatório da UNDESA (2015) afirma que o imigrante tem imensa importância para o crescimento econômico tanto para seu país de origem quanto para o país anfitrião. Ao país de origem a contribuição vem principalmente através da transferência de recursos financeiros arrecadados. Quanto ao país anfitrião, ele contribui preenchendo a escassez de mão de obra, pagando impostos, criando empregos por meio de empreendedorismo e contribuindo com a diversidade cultural. Apesar dessas contribuições, esses imigrantes continuam sendo membros vulneráveis da sociedade, trabalhando em condições mais precárias, recebendo uma remuneração menor comparado com trabalhadores locais e encontrando barreiras legais e de idioma. Em um cenário de crise econômica, esses cidadãos são os primeiros a sofrerem os impactos, perdendo seus empregos e tendo dificuldades de se inserir no mercado.

Para enfrentar as dificuldades de entrada no mercado de trabalho (capital social insuficiente, dificuldades com o idioma, problemas com o reconhecimento de qualificações, etc.), alguns imigrantes encontram o empreendedorismo como uma solução alternativa. Para Constant e Zimmermann (2004) o autoemprego é um canal

importante para escapar do desemprego e é uma estratégia relevante especialmente para migrantes. Conforme a hipótese de desvantagem (*disadvantage hypothesis*), um axioma amplamente aceito para explicar as diferenças nas atividades empreendedoras entre grupos, imigrantes optam pelo auto emprego como uma alternativa para o desemprego e condições de trabalho não-satisfatórias (LIGHT, 1979). Esse cenário se qualifica como empreendedorismo por necessidade, que segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2011) é “empreender por não ter outra opção de trabalho”. Além dessa categoria, o GEM também classifica o empreendedorismo por oportunidade, que é “empreender por ter identificado uma oportunidade de negócio que pretende atuar, e não por não ter outra opção”. Independentemente da categoria de empreendedorismo que um estrangeiro se enquadre, ele está sujeito ao custo de ser estrangeiro, ou *liability of foreignness*. Para Zaheer (1995) existem quatro origens desses custos: falta de familiaridade com o ambiente local, falta de legitimidade, restrições impostas pelos países de acolhimento e custos associados a distância.

Na definição de Zaheer (1995), o custo de ser estrangeiro caracteriza o conceito de custos adicionais aos quais estão expostos empreendimentos operando em localizações estrangeiras que um empreendimento local não estaria exposto. A vantagem dos locais é proveniente da proximidade e familiaridade com o mercado local e potencialmente de um tratamento diferente a estrangeiros pelo governo local, pelos clientes, pelos fornecedores e pela comunidade (MEHLSSEN; WERNICKE, 2016). Para Eden e Miller (2004) os custos de ser estrangeiro que uma empresa enfrenta provém tanto de custos econômicos quanto sociais.

É necessário destacar que o nível do custo de ser estrangeiro, experienciado por uma empresa ou pessoa varia de acordo com diversos fatores, incluindo país de origem, diferenças culturais e idioma, diferenças entre as instituições do país de origem e do anfitrião, acesso a capital, motivação de imigração, entre outros.

Com base nessa análise, levando em consideração que estrangeiros enfrentam barreiras não encontradas por locais na construção de um novo empreendimento e que o processo de empreender é influenciado tanto por questões ambientais e pessoais do indivíduo, o que se busca descobrir com este trabalho é: de que maneira ser estrangeiro influencia no processo de empreender?

1.1. Objetivos

Os objetivos da pesquisa estão definidos nesta seção como geral e específicos.

1.1.1. Objetivo Geral

O objetivo geral do trabalho é analisar de que maneira uma pessoa ser estrangeira influencia o processo de empreender.

1.1.2. Objetivos Específicos

Para o alcance do objetivo geral, definiu-se como objetivos específicos:

- i) traçar a trajetória de empreendedores estrangeiros;
- ii) identificar as principais dificuldades que os estrangeiros encontram no processo de empreender;
- iii) analisar as vantagens e desvantagens encontradas pelos estrangeiros em sua trajetória empreendedora.

1.2. Justificativa

O tema de migração internacional tem ganhado destaque nas mídias devido a grandes massas de refugiados e pessoas que buscam melhores condições de vida em outros países. Essa população imigrante precisa ser inserida e fazer parte integral da sociedade para que suas competências sejam aproveitadas ao máximo em prol do individual e do coletivo. Para tanto, o empreendedorismo é uma das estratégias utilizadas por imigrantes para se inserir no mercado e na comunidade. Esse estudo tem a intenção de abordar as principais dificuldades e barreiras encontradas por esses empreendedores. Com isso, essa pesquisa será importante fonte de informação para pessoas que desejam empreender fora de seu país de origem e que buscam conhecer as possíveis adversidades e oportunidades que podem encontrar no processo. O trabalho também se justifica na importância dos diversos membros da sociedade estarem cientes das situações enfrentadas pelos empreendedores estrangeiros, tanto para facilitar apoios institucionais e governamentais com a criação de políticas e regulamentações, quanto para apoios educacionais.

Pela perspectiva acadêmica, este estudo é significativo por trazer assuntos atuais e em destaque na nossa sociedade cujos estudos já realizados são limitados,

especialmente no ponto de vista local. Existem poucas produções acadêmicas e científicas realizadas que combinam em algum nível o estudo de empreendedorismo com as influências ser estrangeiro. Por se tratar de um fenômeno dinâmico, é difícil ter acesso a informações atualizadas e precisas, portanto, trabalhos como esse são importantes por fazerem um apanhado das informações existentes até o momento.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, apresenta-se a revisão da literatura dividida em quatro partes que abordam os principais temas compreendidos na pesquisa e seu estado da arte atual. Primeiramente, tem-se o empreendedorismo como agente propiciador do desenvolvimento econômico e social, seguido pela conceitualização dos termos empreendedorismo e empreendedor. Logo, são descritas as características comuns dos empreendedores e, na sequência, são apresentados dois modelos da literatura que sistematizam o processo empreendedor. Por fim, encerra-se a seção com a relação entre migração internacional e empreendedorismo e a apresentação das dimensões culturais de Hofstede.

2.1. Empreendedorismo como conceito

Segundo Naudé (2013), o estudo do empreendedorismo como fator do desenvolvimento econômico é importante pois: (1) é amplamente acreditado que o empreendedorismo favorece o crescimento econômico e o desenvolvimento; (2) empreendedorismo tem sido ressurgente nas últimas três décadas em países que alcançaram uma redução substancial da pobreza e (3) doadores e agências internacionais de desenvolvimento recorrem ao empreendedorismo para melhorar a eficácia e a sustentabilidade de seus auxílios.

Um dos estudiosos mais reconhecidos pela contribuição no estudo dos mecanismos de avanço tecnológico e desenvolvimento econômico é o austríaco Joseph Schumpeter. Em seu livro “A Teoria do Desenvolvimento Econômico”, ele destaca o papel do empreendedor como principal causa do desenvolvimento econômico. Na visão do autor, o empreendedorismo, além de uma atividade criativa, é um processo. Através de novas combinações de recursos e métodos, os empreendedores introduzem a inovação no mercado e na sociedade na qual estão inseridos (SCHUMPETER, 1911).

Segundo Dolabela (1999, *apud* GOMES 2011):

“a visão de Schumpeter tornou-se predominante: o empreendedor como motor da economia, o agente de inovação e mudanças, capaz de desencadear o crescimento econômico. Isto é muito importante porque significa que comunidades, através da atividade empreendedora, podem ter a iniciativa de liderar e coordenar o esforço no sentido do seu próprio crescimento econômico. Acredita-se, com isso, ser possível alterar a curva

da estagnação econômica e social através de indução de atividades inovadoras, capazes de agregar valores econômicos e sociais” (DOLABELA, 1999, p.5)

Da mesma forma, Sen (2000) concorda que o indivíduo tem papel de destaque no processo de desenvolvimento. A sua condição de agente, como uma pessoa que atua e proporciona mudança, e cujas realizações podem ser qualificadas de acordo com seus próprios valores e objetivos é condutor para as mudanças sociais.

Sachs conforme citado por BOSE (2013), “vê no sentido do desenvolvimento a maximização de oportunidades que habilitem os seres humanos a manifestarem potencialidades, talentos e imaginação que tragam auto-realização e felicidade. Essas oportunidades podem ser criadas em empreendimentos individuais e coletivos combinados e em tempo dedicado a atividades não produtivas. “

Existem inúmeros autores que definem o termo empreendedorismo e empreendedor, elas diferem principalmente pois os pesquisadores são de áreas de estudo diversas. Os pioneiros são os economistas, como Cantillon que atribuiu ao termo o significado referente a pessoas que adquiriam matéria-prima, as processavam, e então, as vendiam a terceiros. Ou seja, identificam uma oportunidade, e assumem riscos ao tomar ação (DOLABELA, 1999, p. 47).

Para o economista francês Say, o empreendedor “transfere recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento” (SAY *apud* DRUCKER, 1987, p. 27).

Uma definição mais elaborada de empreendedorismo é a formulada por Hisrich e Peters (1985) como:

“o processo de criar algo diferente, e com valor, dedicando o tempo e o esforço necessários, assumindo riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal.” (HISRICH; PETERS, 2004, p 29).

Para Dornelas (2013) empreendedorismo é a junção de pessoas e processos que resultam na transformação de ideias em oportunidades. E a realização dessas oportunidades origina com êxito um novo negócio. Nesse mesmo contexto, o empreendedor é a pessoa que percebe uma oportunidade e assume riscos calculados ao gerar um novo negócio para capitalizar sobre ela (DORNELAS, 2013). Gries e Naudé (2011) similarmente definem empreendedorismo como o processo pelo qual os indivíduos aproveitam oportunidades do mercado, resultando na criação e expansão de novos negócios.

O indivíduo empreendedor, por sua vez, é criativo, demarcado pela competência de estabelecer e atingir objetivos e possui um elevado nível de consciência do ambiente em que está inserido, utilizando essa consciência para identificar oportunidades de negócios (FILION, 1999). Chiavenato (2003), define o empreendedor simplesmente como a pessoa que abre um negócio para executar uma ideia assumindo riscos e responsabilidades e inovando constantemente.

Dolabela (1999) refere-se a palavra empreendedorismo como “as atividades de quem se dedica à geração de riquezas, seja na transformação de conhecimentos em produtos ou serviços, na geração do próprio conhecimento ou na inovação em áreas como marketing, produção, organização etc.” (DOLABELA, 1999, p. 43).

Dornelas (2011) ainda acrescenta que qualquer definição de empreendedorismo tem ao menos a presença dos seguintes fatores referentes ao empreendedor: a iniciativa para fundar um novo negócio; a utilização de forma criativa dos recursos disponíveis, modificando o ambiente social e econômico do meio no qual está inserido; e a tomada de riscos calculados juntamente com a possibilidade de fracasso (DORNELAS, 2011).

2.2. Características dos empreendedores

O empreendimento é determinado pelas características pessoais e motivações do indivíduo empreendedor. As situações a que os empreendedores estão expostos ao criarem e administrarem um novo negócio são ímpares na complexidade e nas constantes mudanças. Os empreendedores, portanto, devem ser capazes de demonstrar diversas habilidades em diferentes áreas (KOZUBIKOVA, 2015).

Bateman e Snell (1998) afirmam que a mente do empreendedor é distinguida por diversas atitudes e comportamentos, contudo, não existe um conjunto único ou perfeito de atitudes e comportamentos que o empreendedor deve ter para todas as oportunidades de negócio. Tendo isso em conta, os autores analisaram as características encontradas em empreendedores de sucesso e identificaram seis competências dominantes na literatura a respeito das atitudes e comportamentos desejáveis para empreendedores. A Quadro 1 traz a síntese dessas seis competências de acordo com o estudo de Bateman e Snell (1998).

Quadro 1: Características dos Empreendedores de Sucesso

Característica	Descrição
Comprometimento e Determinação	São engajados, dispostos a fazer sacrifícios pessoais, disciplinados, resilientes e persistentes na solução de problemas.
Liderança	São capazes de exercer influência sob outras pessoas sem poder formal. São adeptos de resolução de conflitos, têm iniciativa e são formadores de equipe.
Obsessão por oportunidades	São obcecados por melhorias e criação de valor, têm orientação ao mercado e conhecem intimamente desejos e necessidade dos consumidores.
Tolerância ao risco, Ambiguidade e Incerteza	Aptos a resolver problemas e integrar soluções, são tolerantes ao estresse, conflito, incertezas e falta de estrutura. São minimizadores de riscos e tomadores de riscos calculados.
Criatividade, Auto resiliência e adaptabilidade	Possuem perspectivas não-convencionais, são criativos, altamente adaptáveis a mudanças, atentos aos detalhes, são aptos a aprender com rapidez, têm a mente aberta e não têm medo de errar.
Motivação para a excelência	Têm orientação para resultados e são fortemente movidos a competir contra os objetivos ambiciosos autoimpostos. Têm consciência de seus pontos fortes e fracos.

Fonte: BATEMAN; SNELL (1998, p. 210)

McClelland e Sleeve (1973) através do Modelo das Necessidades Adquiridas, a fim de explicar as motivações do comportamento humano, afirmam que os indivíduos são motivados por três principais necessidades: necessidade de realização; necessidade de afiliação e necessidade de poder. A necessidade de realização é a necessidade de se sobressair e de se realizar pessoalmente, onde o indivíduo compete contra um padrão autoimposto. Com orientação para a excelência, o indivíduo busca *feedback* com o intuito de melhorar seu desempenho (MCCLELLAND; SLEELE, 1973).

A necessidade de afiliação é o desejo de construir relacionamentos sólidos e desfrutar de amizades mútuas. O indivíduo tem necessidade de pertencimento ao grupo, favorece colaboração em detrimento da competição e possui aversão a riscos elevados e incerteza. Por sua vez, a necessidade de poder é a vontade de influenciar

e controlar os outros. O indivíduo movido por essa necessidade aprecia status e reconhecimento (MCCLELLAND; SLEEVE, 1973)

Essas três necessidades identificadas no estudo de McClelland e Sleeve (1973) são resultado das experiências de cada indivíduo e são adquiridas e aprendidas ao longo da vida por meio das influências familiares, meio social, entre outros. McClelland e Sleeve (1973) afirmam ainda, que o nível de cada necessidade é diferente para cada pessoa, mas que essas necessidades jamais são nulas, havendo sempre traços das mesmas. McClelland (1972) salienta que empreendedores tem a presença da Necessidade de Realização muito vívida e intensa, por serem pessoas motivadas a alcançar objetivos, a monitorar seus desempenhos e a assumir riscos calculados.

2.3. Processo de Empreender

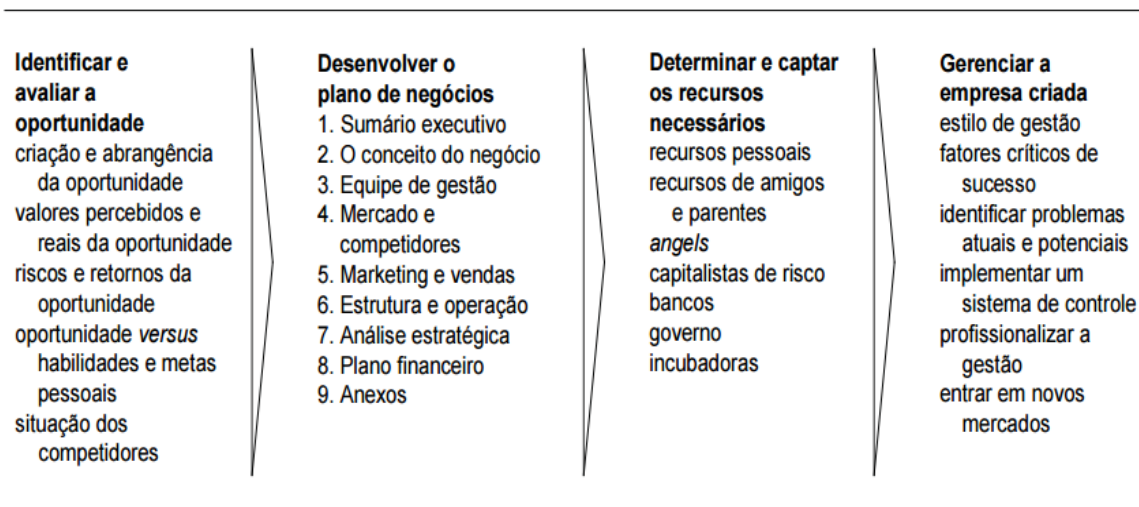
A criação e construção de um negócio novo não é meramente um evento isolado fruto das influências externas do ambiente. Na realidade, a criação de um novo negócio é um processo de conceitualização e execução que está diretamente relacionado com as intenções e comportamentos dos indivíduos envolvidos (VENTER; URBAN; RWIGEMA, 2010). Baron e Shane (2005) acreditam que o empreendedorismo deve ser entendido como um processo que se desenvolve ao longo do tempo e acrescentam: “esse processo é afetado por diversos fatores, alguns relacionados aos indivíduos, alguns às suas relações com outras pessoas (sócios, clientes, investidores) e outro a sociedade como um todo”.

A seguir são apresentados dois modelos distintos que se propuseram a delinear padrões no processo empreendedor.

2.3.1 Modelo de Hisrich e Peters (1998)

Hisrich e Peters (1998) sintetizam o processo empreendedor em quatro fases: 1. identificar e avaliar a oportunidade; 2. desenvolver o plano de negócios; 3. determinar e captar os recursos necessários; e 4. gerenciar a empresa criada. Na figura 1 é possível observar cada fase específica.

Figura 1: O processo empreendedor: modelo de Hisrich e Peters (1998)



Fonte: DORNELAS (2013, p.33)

A primeira fase do processo empreendedor, segundo o modelo apresentado na Figura 1 é a identificação e avaliação da oportunidade. Segundo os autores, as oportunidades são primordialmente resultado da propensão e estado de alerta dos indivíduos para as possibilidades. Oportunidade, para Hisrich e Peters (2009, p.86) “representa uma possibilidade para um empreendedor atender com êxito a uma necessidade insatisfeita suficientemente grande, o que resulta em vendas e lucros”. Ademais, os autores acrescentam:

O reconhecimento de uma oportunidade em geral é consequência do conhecimento e da experiência do empreendedor [...] Esse conhecimento prévio resulta de uma combinação de educação e experiência, e a experiência relevante pode ser o trabalho relacionado ou o resultado de diversos eventos ou experiências pessoais (HISRICHE; PETERS, 2009, p. 86).

Essa definição condiz com a teoria defendida por Kirzner (1973) que descreve a habilidade do empreendedor de perceber, descobrir e explorar oportunidades que outros não reconhecem. Após a percepção de uma oportunidade é necessário ainda avaliar sua atratividade e sua viabilidade.

O desenvolvimento do plano de negócio representa a segunda fase. O plano de negócios é uma análise feita pelo empreendedor dos elementos internos e externos que influenciam a entrada de um novo negócio no mercado. A sua importância deve-se ao fato de que ele:

“ajuda a determinar a viabilidade do empreendimento em um mercado específico; orienta o empreendedor na organização de suas atividades de planejamento e é uma ferramenta importante para viabilizar a obtenção de

financiamento” (HISRICH; PETERS, 2009, p. 157).

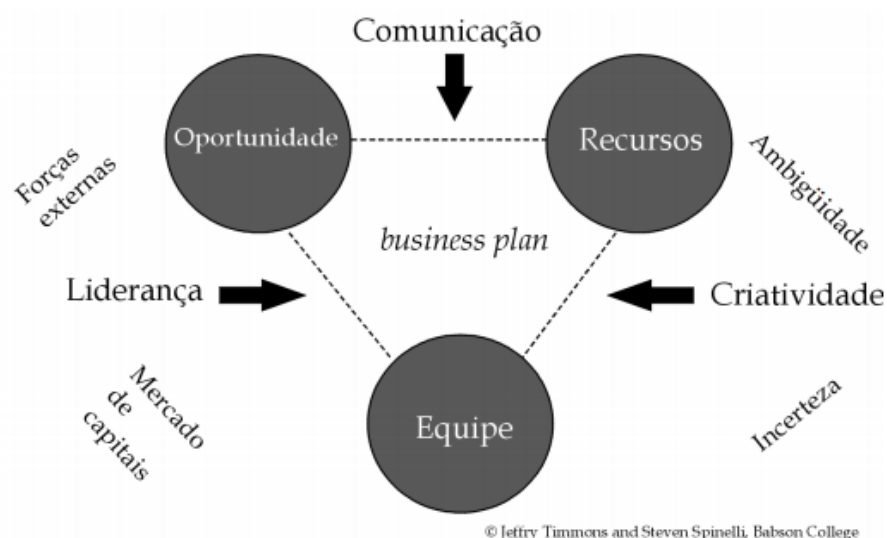
A determinação e captação dos recursos necessários configura a terceira fase do processo. Como mencionado na Figura 1, existem diversas fontes e formas de captar recursos para iniciar ou dar continuidade ao empreendimento. O essencial dessa fase é reconhecer os recursos necessários, averiguar o que já está disponível e aplicar estratégias para obtenção dos recursos que estão insuficientes.

A quarta e última fase, de acordo com o modelo de Hisrich e Peters, é caracterizada pelo gerenciamento da empresa criada. Essa fase exige certa estruturação do empreendimento e organização administrativa. Além de formalizar alguns processos e profissionalizar a gestão, essa fase também é distinguida pelas estratégias de crescimento e expansão do negócio.

2.3.2. Modelo de Timmons (1994)

Diferentemente do modelo de Hisrich que sintetiza o processo em fases, Timmons (1994) elaborou um modelo próprio para explicar o processo empreendedor. O Modelo de Timmons (1994) é composto por três fatores fundamentais que devem ser analisados no processo empreendedor. O primeiro é a oportunidade, que ela deve ser avaliada para que a decisão de continuar ou não com o projeto seja tomada. O segundo fator são os recursos, de que forma serão captados. O último fator é a equipe empreendedora, ou seja, as pessoas que atuam juntamente com o empreendedor no processo. A Figura 2 exemplifica o processo empreendedor na visão de Timmons (1994).

Figura 2: O processo empreendedor na visão de Timmons.



Fonte: DORNELAS (2013, p.26)

Timmons e Spinelli (2004) enfatizam que apesar da grande variedade de empreendimentos, negócios, mercados, tecnologias, motivações e etc. alguns pontos se destacam e são comuns no extremamente dinâmico processo empreendedor: ele é impulsionado pela oportunidade; é liderado por um empreendedor juntamente com sua equipe; é movido pela criatividade; e é completamente integrado e dependente do ajuste e equilíbrio de todas essas características.

Assim como o modelo de Hisrich (1998), o processo empreendedor no modelo de Timmons (1994) começa pela oportunidade. Timmons e Spinelli (2004) ressaltam a diferença entre ideia e oportunidade. Segundo os autores:

“uma oportunidade tem a qualidade de ser atrativa, durável e propícia e é fundamentada em um produto ou serviço, que cria ou agrega valor para o comprador ou consumidor. Para uma oportunidade ter essas qualidades é preciso que a “janela de oportunidade” esteja aberta e assim permaneça por tempo suficiente (TIMMONS; SPINELLI, 2004, p.82, tradução própria).

Ademais, para os autores uma característica importante do empreendedor é ser capaz de avaliar o potencial de uma ideia ou oportunidade e, então, decidir o quanto de tempo e esforço vale investir em sua execução. Pela condição integrada e interdependente do modelo de Timmons (1994), o tamanho, o formato e a intensidade da oportunidade é que determinam a configuração e os aspectos requisitados tanto dos recursos quanto da equipe empreendedora.

Recursos são o segundo fator crucial do processo empreendedor. Por recursos

compreendem-se pessoas, recursos financeiros, ativos e plano de negócio. O ponto crítico dos recursos no processo são as decisões estratégicas tomadas em torno deles, como, por exemplo quais são os recursos necessários, quando eles serão necessários e como eles serão adquiridos.

Timmons e Spinelli (2004) salientam que o processo empreendedor, principalmente no estágio inicial do empreendimento, não é motivado pelos recursos já disponíveis. O capital disponível não deve ser visto como um impedimento ou como o principal elemento. A ideia de que o primeiro passo para ter um negócio de sucesso é ter todos os recursos acessíveis e disponíveis é equivocada. Indispensável para os empreendedores de sucesso é a elaboração de estratégias para combinar e obter controle sobre os recursos.

O terceiro fator destacado no modelo de Timmons é a equipe. Para Timmons e Spinelli (2004) um dos aspectos mais valorizados por investidores é a capacidade de atrair membros e formar uma equipe talentosa. Visto que existe uma forte ligação entre o crescimento potencial de um novo negócio e a qualidade da equipe que o gerencia.

As características demonstradas nesse modelo referente ao líder empreendedor são: a habilidade de aprender e ensinar; a resiliência e a capacidade de lidar com adversidades; e a construção de uma cultura e organização empreendedora. Quanto a qualidade da equipe, ela é determinada por características como comunicação, adaptabilidade, liderança, persistência, determinação, motivação, criatividade, comprometimento, tolerância ao risco e incertezas, entre outras (TIMMONS; SPINELLI, 2004).

Existem diversos estudos e evidências que apontam a importância de uma equipe qualificada e de sua formação em todas as fases de um novo empreendimento. Negócios que não tem uma equipe, que são geridos e mantidos por apenas um indivíduo, não estão necessariamente fadados a falência. Entretanto, construir um empreendimento de alto potencial sem uma equipe se torna uma tarefa ainda mais árdua (TIMMONS; SPINELLI, 2004).

Para concluir esse modelo de processo empreendedor ancorado pelos três fatores apresentados, Timmons e Spinelli (2004) salientam a importância de tratar o processo como um organismo integrado, onde o equilíbrio e a combinação e ajuste dos fatores deve ser considerado.

Os modelos de processo empreendedor apresentados nesta seção trazem diversos elementos em comum. Contudo, pela sua simplicidade, foi com base no modelo de processo empreendedor retratado por Timmons e Spinelli (2004) que a presente pesquisa foi estruturada a fim de descrever a trajetória empreendedora de dois imigrantes na cidade de Porto Alegre.

2.4. Migração Internacional e Empreendedorismo

Migração internacional, conforme a Organização Internacional para as Migrações (OIM, 2009), caracteriza-se pela movimentação de pessoas que saem de seu país de origem para se estabelecerem em outro país, permanente ou temporariamente. Esse significado condiz com a definição do termo migrante internacional que segundo o relatório da UNDESA (2015) refere-se à pessoa que habita em um país diferente de seu país de nascimento.

Os motivos para desencadear o processo migratório podem ser inúmeros e a motivação para migrar é frequentemente categorizada em migração espontânea e migração forçada. Segundo a OIM (2009, p.41), “a migração espontânea é geralmente causada pelos fatores de atração e de repulsão e caracteriza-se pela falta de auxílio estatal ou de qualquer outro tipo de auxílio nacional ou internacional”, que também podem ser enquadrados no termo migrante econômico, que de acordo com a OIM (2009, p.44) é a “pessoa que deixa o seu lugar de residência habitual para se instalar fora do seu país de origem, a fim de melhorar a sua qualidade de vida”.

Para a OIM (2009), migração forçada é, no entanto:

“Termo geral usado para caracterizar o movimento migratório em que existe um elemento de coação, nomeadamente ameaças à vida ou à sobrevivência, quer tenham origem em causas naturais, quer em causas provocadas pelo homem (por ex., movimentos de refugiados e pessoas internamente deslocadas, bem como pessoas deslocadas devido a desastres naturais ou ambientais, químicos ou nucleares, fome ou projetos de desenvolvimento)(OIM, 2009, p.41).

Uma vez no país de destino, os imigrantes podem encontrar inúmeras dificuldades em relação à cultura, ao idioma, às leis e ao estabelecimento em sua nova morada. O emprego ou a forma de obter sustento nesse novo ambiente é um dos fatores mais críticos e essenciais para sua inserção na comunidade e que por muitas vezes se torna uma tarefa desafiadora para o imigrante. Sobretudo por estarem

sujeitos a várias formas discriminação, tais como desconhecimento do idioma local ou falta de experiência no mercado de trabalho local (OMISAKIN, 2017).

Fairlie e Lofstrom (2013) afirmam que imigrantes são comumente notados como altamente empreendedores. Uma das razões para tanto, pode ser considerada a de que os imigrantes empreendedores são mais inclinados a tomar riscos, assim como demonstrado em sua decisão de migrar que é por si só considerada de alto risco. Consequentemente, por terem percebido oportunidades de migração, são também considerados mais capazes ou mais propensos a perceber oportunidades de novos negócios (NAUDÉ; SIEGEL; MARCHAND, 2015).

Contudo, da mesma maneira que outros imigrantes, os imigrantes empreendedores também estão propensos a encarar barreiras sociais, culturais e de idioma no seu novo país. Naudé et al (2017) argumentam que essas barreiras podem limitar o sucesso do seu negócio. Além do mais, discriminação e xenofobia possivelmente impulsionam o autoemprego entre imigrantes. O empreendedorismo, portanto, pode ser utilizado como forma de superar esses obstáculos a fim de melhor integrar-se na comunidade e melhorar suas condições de vida (NAUDÉ; SIEGEL; MARCHAND, 2017).

Podem-se classificar dois cenários que indicam a decisão de um imigrante começar um novo negócio: movido por necessidade ou movido por oportunidade (ALGHAFIR, 2017). Imigrantes empreendedores por necessidade são aqueles que, por encararem barreiras que impedem sua inserção no mercado de trabalho local, acabam começando atividades empreendedoras (IRASTORZA; PENA, 2013). Essas atividades acabam sendo seu único meio de sobrevivência no país anfitrião, e por vezes acabam sendo praticadas de maneira informal. Raramente têm acesso a recursos financeiros formais (bancos, investimentos) e acabam dependendo de recursos familiares para o desenvolvimento do negócio (CONSTANT; ZIMMERMANN, 2004).

Por outro lado, imigrantes que decidem livremente estabelecer um novo negócio no país de acolhimento são caracterizados como imigrantes empreendedores por oportunidade. Em geral, seu objetivo é aumentar sua renda e independência comparado com a situação de um trabalho regular. Normalmente, são pessoas com nível de educação mais elevado e tinham emprego formal antes ou durante o início de seus negócios. Em resumo, são empreendedores que identificam boas

oportunidades de negócio, acumulam os recursos necessário e então entregam serviços ou produtos de elevado valor agregado a seus clientes (ALGHAFIR, 2017).

Para Naudé et al (2015), a decisão entre se tornar ou não empreendedor é, tanto para imigrantes e não-imigrantes, uma escolha ocupacional. Ambos imigrantes e nativos são mais ou menos propensos a tornarem-se empreendedores baseado em suas características individuais, como nível de instrução e experiências pessoais; influências familiares e da comunidade, como a estrutura familiar e contexto cultural; determinantes institucionais, como, por exemplo, capital disponível ou acesso a financiamento ou investimento; e o ecossistema do negócio.

A maioria das pesquisas que tiveram imigrantes empreendedores como objeto de estudo (BORJAS, 1986; HOLGUIN, GAMBOA & HOY, 2007; RAM & DEAKINS, 1996; KLOOSTERMAN, VAN DER LEAN & RATH, 1999; CONSTANT & ZIMMERMANN; PINKOWSKI, 2009; OMISAKIN, 2017) analisaram como países anfitriões principalmente países desenvolvidos (como Estados Unidos, Canadá e países da Europa Ocidental) e os imigrantes estudados foram pessoas naturais de países subdesenvolvidos. Frequentemente os classificando em suas etnias (latinos, africanos, asiáticos ou árabes) para estudar a relação e o desenvolvimento de sua inserção e de seu empreendimento na sociedade anfitriã.

O International Migration Outlook (2011), estudou imigrantes empreendedores em países integrantes da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e constatou que imigrantes têm, sutilmente, uma maior propensão a se tornarem empreendedores do que nativos. Naudé et al (2015), por outro lado, ao analisarem essa questão explorando diferentes fontes, constataram que não existe um consenso de que imigrantes sejam realmente mais empreendedores que nativos, já que as conclusões diferem para cada contexto específico.

Ainda assim, considerando que imigrantes são possivelmente mais empreendedores que nativos, segundo publicado no *International Migration Outlook* (2011), tanto a performance quanto a estabilidade do empreendimento de imigrantes são menores quando comparadas a empreendimentos de nativos, existindo uma alta taxa de transição entre autoemprego e emprego assalariado entre imigrantes. Segundo o estudo, isso pode indicar que imigrantes utilizam o empreendedorismo como uma ferramenta de passagem até conseguirem um emprego fixo ou assalariado. Ademais, o estudo aponta que imigrantes empreendedores encontram maiores

dificuldades em acessar investimentos e apoios financeiros que empreendedores locais.

Waldinger et al (1990) em uma pesquisa contemplando grupos de imigrantes no Reino Unido, França, Estados Unidos, Alemanha e Holanda identificaram sete desafios encontrados pelos imigrantes empreendedores, especialmente relacionado ao empreendedorismo étnico:

1. Como adquirir informações necessárias para o estabelecimento e a sobrevivência do negócio;
2. Como adquirir capital necessário para financiamento do negócio;
3. Onde conseguir treinamento e desenvolver habilidades necessárias para administrar o negócio;
4. Como recrutar e gerir uma equipe honesta, competente e sustentável;
5. Como administrar a relação com clientes e fornecedores especialmente em um idioma diferente ou tendo divergências culturais nas práticas de negócio;
6. Como manter a empresa em um ambiente altamente competitivo;
7. Como proteger-se contra ataques políticos.

A pluralidade e amplitude das dificuldades que podem ser encontradas ao longo da criação de um novo empreendimento por um imigrante variam dependendo de diversos fatores, como por exemplo o país de origem e o país anfitrião, conhecimento sobre a cultura e o mercado onde o negócio está inserido, características pessoais do empreendedor e suas experiências prévias e posteriores a migração.

Com o intuito de atrair imigrantes empreendedores, diversos países desenvolveram políticas ou concessões de vistos especiais a imigrantes que se disponham a criar um novo negócio no país de destino. No Brasil, existe a concessão de visto para investidor estrangeiro, denominada Resolução Normativa n. 118, cuja regra vigente foi definida pelo Conselho Nacional de Imigração, com o seguinte conteúdo:

Art. 2º A autorização para concessão de visto permanente ao estrangeiro ficará condicionada à comprovação de investimento, em moeda estrangeira, em montante igual ou superior a R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), mediante apresentação de Plano de Investimento. [...]

Art. 3º A Coordenação-Geral de Imigração - CGI do MTPS poderá autorizar a concessão de visto permanente, quando o valor do investimento estiver abaixo de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), e desde que não seja inferior a R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais), para o empreendedor que

pretenda fixar-se no Brasil com o propósito de investir em atividade de inovação, de pesquisa básica ou aplicada, de caráter científico ou tecnológico. (BRASIL, 2015).

Antes da divulgação da Resolução Normativa n. 118, era vigente até 2015 a Resolução Normativa n. 84 que concedia visto permanente para investidor estrangeiro com comprovação de investimento com o valor mínimo de R\$ 150.000,00. A Quadro 2 exibe os números de autorizações de trabalho permanentes concedidas no Brasil entre 2011 e 2016 para cada uma das Resoluções Normativas apresentadas, segundo o Ministério do Trabalho. Também presente na Quadro 2, a Resolução Normativa n. 62 refere-se a concessão de autorização de trabalho e visto permanente a estrangeiro, administrador, gerente, diretor, executivo, com poderes de gestão, de sociedade civil ou comercial, grupo ou conglomerado econômico.

Quadro 2: Número de autorizações de trabalho permanentes concedidas, segundo Resolução Normativa, Brasil 2011-2016.

Resolução Normativa	2011	2012	2013	2014	2015	2016
RN 62	1.582	1.679	1.682	1.731	1.426	1.093
RN 84	995	1.165	1.170	1.010	835	-
RN 118	-	-	-	-	-	178

Fonte: Coordenação Geral de Imigração/ Ministério do Trabalho, 2011-2016.

Mediante a observação da Quadro 2, contata-se uma significativa diminuição de vistos concedidos na categoria de investidor estrangeiro após as regras para a concessão do mesmo terem sido alteradas. Naturalmente, esse comportamento já era previsto devido ao notável aumento do valor mínimo de investimento esperado do estrangeiro.

A existência desse tipo de política e regulamentação demonstra, portanto, que a seleção de imigrantes empreendedores pode ocorrer antes mesmo do imigrante chegar no novo país. Todavia, considerando as especificações para a obtenção do visto, já que considerável parte dos imigrantes não se qualifica devido à falta de capital e experiência, alguns imigrantes podem se deslocar para o Brasil (ou qualquer outro país) com a intenção de começar um negócio próprio, utilizando de outros canais de

entrada (NAUDÉ; SIEGEL; MARCHAND, 2017).

Da mesma forma, outros países também possuem políticas de atração e regularização para estrangeiros que migram com a intenção de empreender no país de acolhimento. Essas políticas são reflexo da comprovada contribuição para o desenvolvimento e crescimento econômico do país que as concedem (FAIRLIE; LOFSTROM, 2013).

Segundo estudos realizados na área, o imigrante contribui para a diversidade, o capital humano e a inovação do país anfitrião, pois possui uma bagagem de habilidades que complementam o capital humano do novo local (ALGHAFIR, 2017). Para Poot e Cochrane (2005) o capital humano de imigrantes qualificados tem impacto positivo no crescimento econômico por promover a produção de inovação, que também é impulsionada pela diversidade cultural que a migração gera no novo país.

Para esses benefícios serem usufruídos é imprescindível que o imigrante consiga estar devidamente integrado na sociedade anfitriã. Pois isso resulta em uma melhor utilização do talento do imigrante, que além de promover a inovação pode contribuir para o desempenho de organizações, precisamente por gerar maior diversidade cultural (ALGHAFIR, 2017). De acordo com D'Netto e Sohal (1999) pessoas de diferentes origens, culturas e experiências podem trazer novas ideias e habilidades para o local de trabalho que favorecem um melhor desempenho da organização.

Entende-se que imigrantes levam consigo características e aspectos culturais de seu país de origem para o país anfitrião, que possui também uma manifestação cultural própria e distinta. Portanto, é pertinente a análise das características culturais do país de origem que serão expressadas em certo grau pelos imigrantes em contraste com as características culturais do país de origem.

2.4.1. Dimensões Culturais de Hofstede

Hofstede (2001) define cultura como uma forma coletiva de programação da mente que diferencia membros de um grupo de outros. E com essa premissa elaborou uma pesquisa que tentava entender porque filiais de uma mesma empresa eram geridas de formas muito diferentes em cada país, apesar das tentativas de se estabelecer práticas e normas comuns. O resultado da pesquisa mostrou que as diferenças entre as filiais em cada país era decorrência da expressão cultural dos empregados, que

refletiam a cultura do país (HOFSTEDE, 2011). A fim de tomar consciência sobre as diferenças e particularidades da cultura de cada país específico, Hofstede (2001) definiu seis dimensões culturais: Distância Hierárquica, Individualismo (*versus* Coletivismo), Masculinidade, Aversão a Incertezas, Orientação a Longo Prazo (*versus* Curto Prazo) e Indulgência (*versus* Restrição).

Índice de Distância Hierárquica:

Esse indicador manifesta a extensão de influência do relacionamento chefe-subordinado. É medida do ponto de vista dos membros mais desprovidos de poder das organizações e instituições da sociedade, medindo o quanto estão dispostos a aceitar e esperar uma distribuição de poder desigual. A manifestação elevada desse índice mostra uma sociedade com estruturas de decisão centralizadas, maior concentração de autoridade e menos iniciativa por parte dos subordinados (HOFSTEDE, 2011).

Índice de Individualismo (*versus* Coletivismo):

Esse índice mede o grau em que os indivíduos da sociedade estão integrados em grupos. O individualismo e coletivismo são medidos a nível de sociedade e não como característica individual. Esse índice é elevado em sociedades em que é esperado dos indivíduos cuidarem de si mesmo e de sua família direta. No outro extremo, sociedades com características mais coletivistas apresentam indivíduos integrados em grupos coesos, normalmente famílias estendidas em que os membros se protegem em troca de lealdade e se opõem a grupos alheios (HOFSTEDE, 2011).

Índice de Masculinidade:

Essa dimensão demonstra a distribuição de valores entre os gêneros, no que tange a sociedade e não a característica do indivíduo. Em sociedades onde esse índice é alto, nota-se o predomínio de valores do tipo auto realização, admiração pelo forte, priorização do trabalho a família, competitividade e busca por controle e poder. De outra forma, quando ocorre o predomínio de valores femininos, observa-se maior solidariedade e proteção aos mais fracos, maior equilíbrio entre família e trabalho e maior atenção com a qualidade de vida (HOFSTEDE, 2011).

Índice de Aversão a Incertezas:

Esse índice é caracterizado pela forma que a sociedade em questão tolera ambiguidade e incerteza. Indica o quanto a cultura condiciona as pessoas a se sentirem confortáveis ou não em situações desestruturadas, ou seja, situações novas, inesperadas ou desconhecidas. Sociedades com nível alto do índice de aversão a incertezas se protegem dessas situações através de leis, normas e códigos de conduta estabelecidos. Pelo contrário, as sociedades com o nível baixo desse índice tendem a ser mais tolerantes a perspectivas e opiniões diferentes das vigentes e permitem que diferentes correntes de pensamento coexistam (HOFSTEDE, 2011).

Índice de Orientação a Longo Prazo (*versus* Curto Prazo):

Esse parâmetro mostra o quanto uma sociedade está disposta a tardar sucesso material, social e gratificações emocionais de curto prazo, é uma sociedade com foco no futuro, onde predominam valores como persistência, perseverança, economia e adaptabilidade. No outro extremo, orientação a curto prazo é notada em sociedades com foco no presente ou passado, valorizando tradição e cumprimento das obrigações sociais (HOFSTEDE, 2011).

Índice de Indulgência (*versus* Restrição):

Indulgência refere-se a sociedade que permite gratificações relativamente sem custo de desejos humanos básicos e naturais de aproveitar a vida; por outro lado, Restrição aponta a sociedade que controla e regula essas gratificações em concordância com normas sociais rígidas (HOFSTEDE, 2011).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção contém o método de pesquisa escolhido para o estudo, assim como técnicas de coleta, organização e análise dos dados com a finalidade de alcançar os objetivos geral e específicos.

3.1 Tipo de Pesquisa

Para realizar a presente pesquisa, optou-se por utilizar uma abordagem qualitativa de cunho exploratório. Para Strauss e Corbin (2008, p.23) o termo pesquisa qualitativa quer dizer:

“qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou outros meios de quantificação. Pode se referir à pesquisa sobre a vida das pessoas, experiências vividas, comportamentos, emoções, sentimentos, e também à pesquisa sobre funcionamento organizacional, movimentos sociais, fenômenos culturais e interação entre nações” (STRAUSS; CORBIN; 2008, p. 23).

Existem três principais componentes da pesquisa qualitativa. O primeiro são os dados, que podem derivar de fontes diversas, como entrevistas, observações, etc. Em segundo, os procedimentos, que são utilizados para organizar e interpretar os dados. Normalmente, constituem em conceitualizar e reduzir os dados, elaborar categorias e relacioná-los. E por fim, a apresentação através de relatórios escritos ou verbais (STRAUSS; CORBIN, 2008).

A unidade de estudo da pesquisa foi imigrantes que possuem um empreendimento próprio na cidade de Porto Alegre e que tenham começado o negócio há no máximo cinco anos. O objetivo desse critério é que a trajetória empreendedora ainda esteja clara e presente na memória do imigrante. Foram realizadas entrevistas de profundidade com dois imigrantes para identificar suas trajetórias e dificuldades encontradas no processo de empreender. As entrevistas foram gravadas, posteriormente transcritas e analisadas.

3.2 Coleta de Dados

Nesse estudo, as técnicas de coleta de dados utilizadas foram entrevistas em profundidade e observação. O Quadro 3 apresenta o roteiro da entrevista com os imigrantes empreendedores e a sintetiza em dimensões de análise a fim de alcançar os objetivos propostos.

Quadro 2: Roteiro da Entrevista com Empreendedor

Dimensão de Análise	Questões	Autores
Migração Internacional	1. Qual o seu país de origem? 2. Qual a atividade profissional no seu país? 3. Como foi a decisão de migrar? 4. Como foi a escolha do Brasil como destino? Por quê?	Naudé, Siegel e Marchard (2015)
Processo de Empreender	5. Como surgiu a ideia de empreender? 6. Em que momento você decidiu que iria iniciar o negócio? 7. Como identificou essa oportunidade de um novo negócio? 8. Como foi a seleção e estruturação da equipe de trabalho? 9. Como ocorreu a captação de recursos para iniciar o negócio?	Timmons e Spinelli (2004)
Dificuldades	10. Quais foram as principais dificuldades enfrentadas ao longo do processo? 11. E em relação à identificação de oportunidade, gestão da equipe e captação de recursos?	Timmons e Spinelli (2004) Waldinger et al (1990)
Influência da migração no processo	12. Como ser estrangeiro pode ter influenciado nesse processo? 13. Quais foram as vantagens encontradas por ser estrangeiro? 14. Quais foram as desvantagens encontradas por ser estrangeiro?	Naudé, Siegel e Marchard (2015) Waldinger et al (1990)

Uma das vantagens da informação fornecida oralmente é que ela permite obter índices de resposta muito elevados. Para Contandriopoulos *et al.* (1999, p. 77) “este método de colheita de informações é particularmente bem adaptado (...) quando se quer obter informações sobre questões complexas, que exigem uma resposta elaborada.”

3.3 Análise de Dados

De acordo com Contandriopoulos *et al.* (1999), para análises qualitativas, quando os dados se apresentam em formato de discurso, a análise pode se constituir de quatro fases: (i) preparação e descrição do material; (ii) redução dos dados; (iii) aplicação dos modos de análise e (iv) análise transversal das situações ou casos estudados.

A primeira fase, consiste na junção e organização dos dados, através da transcrição das informações das entrevistas, a fim de criar um banco de dados. A segunda fase é de redução dos dados, ou seja, evidenciar componentes das entrevistas com o intuito de relacioná-los com temas de interesse. O objetivo dessa fase é reduzir e estruturar as informações. A terceira fase, trata-se da interpretação dos dados, confrontando as teorias com a realidade empírica. A última fase refere-se à análise transversal, ou seja, constatar se existe repetição dos resultados entre os casos ou situações. (CONTANDRIOPOULOS et al, 1999)

A técnica de análise de dados utilizada será a análise de conteúdo. Segundo Bardin (1975, p.44), análise de conteúdo é “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. O procedimento da análise de conteúdo determinado para essa pesquisa foi o do tipo análise temática. Bardin (1975, p.77) define a análise temática como “a contagem de um ou vários temas ou itens de significação, numa unidade de codificação previamente determinada.” O intuito da análise temática é a interpretação dos significados contidos na comunicação investigada. Por isso a importância da classificação dos dados com os temas denominados.

Para a presente investigação os dados das entrevistas foram ordenados nas seguintes modalidades temáticas e dimensões de análise: Migração Internacional, como foi a decisão de sair de seu país de origem e imigrar para o Brasil; Processo de Empreender, contendo o que os levou a empreender, bem como a trajetória empreendedora do entrevistado; Dificuldades encontradas no processo de empreender; e Influência da migração no processo empreendedor. Considerando essas quatro dimensões de análise, os dados das entrevistas foram validados e comparados com a revisão da literatura.

4. RESULTADOS

Este capítulo está dividido da seguinte forma: inicialmente, são retratados os imigrantes empreendedores entrevistados; após, são apresentados a trajetória e o processo empreendedor de cada um deles; seguido das dificuldades encontradas pelos entrevistados ao iniciar e realizar o novo negócio e, por fim, é abordada a influência da migração no processo de empreender, apresentando as vantagens e desvantagens enfrentadas.

4.1 Imigrantes Empreendedores

A entrevista com os empreendedores contou com dois entrevistados: François Holl e Modesto Mendes. Neste primeiro tópico, serão apresentados brevemente quem são os empreendedores.

François Holl nasceu na França e migrou para o Brasil em 2010. Na época ele ainda trabalhava como diretor de produtos de uma empresa multinacional. Após dois anos morando no Brasil, François juntamente com outros colegas de trabalho, começou a empreender. Eles investiram em um novo modelo de negócios que resultou em sua atual empresa chamada Kiskadi, que atende empresas de varejo auxiliando-as a administrar e fidelizar seus clientes.

Modesto Mendes tem nacionalidade portuguesa e já era empresário antes de se mudar para o Brasil. Quando veio para o Brasil, Modesto investiu em uma pós-graduação em gerenciamento de projetos com ênfase em tecnologia da informação. Após estudar a proposta da logística e de circulação de dinheiro, ele começou sua *startup* de transições monetárias em 2015 na cidade de Porto Alegre.

4.2 Migração Internacional

Existem inúmeros motivos que podem levar uma pessoa a sair de seu país de origem para começar uma nova vida em um outro local. Segundo a ONU (1998), os migrantes econômicos atravessam as fronteiras principalmente em busca de uma melhor educação, condições de vida, perspectivas econômicas ou motivações familiares.

Ambos os entrevistados para esse estudo são casados com brasileiras e apontaram ser esse o principal motivo de terem se realocado para o Brasil. Entretanto,

os entrevistados também acrescentaram que o potencial do mercado brasileiro foi um atrativo na decisão de mudar de país, como comentam François e Modesto a seguir:

Na época, eu enxergava o potencial do Brasil. O Brasil estava crescendo assim... tinha crescimento muito forte [...]. É um país onde... é enorme, onde tem muitas oportunidades, tá crescendo muito bem. Parece que é momento de ir lá tentar alguma coisa nova. Então a intenção minha foi de poder começar uma empresa aqui, aproveitando o mercado em crescimento (HOLL, 2017).

Eu considero que o Brasil está por ser um novo Estados Unidos da América. O sonho americano está agora acá. O mercado americano acaba por estar congestionado. O Brasil tem muita necessidade de construção de coisas novas, não só na área física de infraestrutura e imobiliária, mas também a nível de soluções para problemas do dia-a-dia das pessoas. [...]E isso permite ter oportunidades (MENDES, 2017).

Essas características apresentadas, portanto, caracterizam a migração de ambos como do tipo espontânea e os entrevistados como migrantes econômicos.

4.3. Processo Empreendedor

O modelo de processo empreendedor escolhido para esta pesquisa foi o Modelo de Timmons (1994) que essencialmente identifica três fatores como centrais no processo de empreender, são eles: oportunidade, recursos e equipe. É importante notar que o processo empreendedor é altamente dinâmico e que esses componentes podem ser avaliados, influenciados e transformados. O modelo de Timmons (1994) trata o processo de empreender como um organismo integrado e holístico, interdependente da adaptação e do equilíbrio entre os componentes centrais (TIMMONS; SPINELLI, 2004).

Nos próximos tópicos estão divididos cada um dos fatores centrais do processo empreendedor apresentados pelo modelo de Timmons (1994) e como eles moldaram a trajetória empreendedora de cada um dos entrevistados.

4.3.1. Oportunidade

Segundo o modelo de Timmons (1994) o primeiro passo do processo empreendedor é a identificação de uma oportunidade. Para o autor, uma oportunidade tem a qualidade de ser atrativa e durável e é fundamentada em um serviço ou produto que cria e agrega valor para o comprador ou consumidor. Mais do que isso, é também essencial existir a vontade por parte do indivíduo de operacionalizar e transformar uma oportunidade em um novo negócio. A seguir são apresentadas como ocorreram

a decisão e a identificação da oportunidade por parte dos entrevistados.

A decisão de François de iniciar um novo negócio foi quando ele encontrou um sócio capacitado e disposto a começar uma empresa com ele. Na época, os dois ainda trabalhavam em tempo integral para uma empresa multinacional. No seguinte trecho, François compartilha o início de sua trajetória:

Fazia tempo que eu queria abrir uma empresa. Como para muitas pessoas... eu queria... a grande maioria dos empreendedores, que pelo menos conseguiu, que tentaram realmente e acabaram sendo empreendedores, foi porque eles queriam. [...] E depois você espera o momento certo, as pessoas certas, a oportunidade certa, a ideia certa, o dinheiro né para fazer (HOLL, 2017).

Como constatado por Timmons e Spinelli (2004), um empreendimento começa com uma ideia, que pode ou não se caracterizar como uma oportunidade de negócio. No presente caso, François começou a startup utilizando os conhecimentos que tinha na criação de aplicativos para celulares, mesmo sem ter um problema específico para ser solucionado. Como a experiência e conhecimento tanto dele quanto dos sócios era na área de desenvolvimento de aplicativos, eles acreditavam que era por onde deveriam iniciar e partindo disso eles começaram a buscar um problema para resolver. Como traz François:

Então a gente achou um problema, começamos a fazer um aplicativo, falhou, claro. Só que nessa tentativa né, demorou... a gente fez esse projeto um ano e meio. Identificamos o problema, começamos a falar com os clientes presenciais que pareciam mais ou menos interessados [...]. E não deu... a gente nunca conseguiu monetizar o nosso produto. Mas dois anos fazendo isso, realmente, eu descobri monte de problemas mais interessantes para resolver (HOLL, 2017).

Dois anos após começarem a *startup*, uma nova oportunidade de negócios foi identificada pelos empreendedores e a primeira ideia e protótipo foram pivotadas para dar espaço a um segundo produto, que é hoje o que a Kiskadi oferece a seus clientes.

Por outro lado, Modesto já com experiência de empreender em sua terra natal, comenta sua decisão de começar um novo negócio no Brasil:

Empreender para mim tá no sangue, eu sou uma pessoa de personalidade que gosto de criar e gosto de mudanças. E gosto de abalar algumas estruturas, ok.. Acho que algumas coisas estão más e devem estar melhor. Então vou estar meu contributo nisso quando vejo uma oportunidade (MENDES, 2017).

Quanto a identificação da oportunidade de negócio, Modesto ressalta que foi um processo relativamente simples, pois ele já tinha experiências e conhecimento de

como transações monetárias são feitas em outras partes do mundo e acredita que as necessidades humanas são elementares e iguais em todos os lugares, inclusive em relação ao dinheiro e, portanto, existe potencial na criação de uma proposta que mude o que o dinheiro representa para as pessoas a nível digital.

4.3.2. Recursos

De acordo com modelo de Timmons (1994), uma vez que a oportunidade é avaliada e os recursos necessários são identificados, é indispensável avaliar que recursos financeiros serão precisos e em que momento eles precisam estar disponíveis. Ademais é preciso estipular quais serão as fontes e formas de financiamento do novo negócio.

Os dois entrevistados tiveram experiências bem distintas na captação de recursos para iniciar o novo empreendimento. A captação de recursos para a criação da Kiskadi não foi um grande desafio para François, pois foi integralmente composto por recursos próprios dos sócios e de clientes. Por outro lado, Modesto atualmente encontra-se captando recursos necessários para o desenvolvimento do projeto. Ele acredita que fatores culturais, econômicos e ainda a falta de confiança e credibilidade são empecilhos para conseguir o levantamento de recursos necessários.

4.3.3. Equipe

O terceiro fator crucial do processo empreendedor conforme o Modelo de Timmons (1994) é a equipe, que é sistematicamente formada e liderada pelo empreendedor. Na Kiskadi, *startup* de François, a estruturação da equipe de trabalho inicialmente era composta de cinco sócios, quando o primeiro produto foi pivotado, a equipe passou a ser composta por quatro pessoas. Desse grupo de sócios apenas duas pessoas, dentre elas François, construíram o segundo produto e continuam no dia-a-dia da empresa. Hoje em dia, eles contratam outras pessoas para fazer parte da equipe na área de desenvolvimento de software e de marketing digital.

Na *startup* de Modesto, devido à falta de recursos financeiros, a estruturação da equipe acaba sendo fragilizada pois o impede de contratar pessoas. Sem a opção de contratar pessoas regularmente, uma opção seria encontrar pessoas dispostas a tocar a *startup* em conjunto com ele, o que sua experiência mostra que também é desafio, como relata Modesto:

Aí as pessoas cá por regra, não tem estrutura ou não tem uma almofada que

os permita empreender em *part-time*, então fica mais complicado. A gente encontrou gente com ambição... nem toda a gente tem ainda a maturidade profissional e capacidade e se encontra, tem um peso no mercado que eu ainda não consigo contratar (MENDES, 2017).

4.4 Desafios encontrados no processo de empreender

São muitos os desafios que empreendedores encontram na construção de um novo negócio. O primeiro desafio apontado foi a falta de conhecimentos. Isso se deve ao fato de que diferentes áreas de conhecimento e atuação estão envolvidas na criação e gerenciamento de um novo negócio. Normalmente o empreendedor já possui experiência em alguma área específica, contudo isso representa apenas uma pequena porcentagem do que ele precisa saber e desempenhar para ter sucesso no seu negócio. Portanto, o desafio do empreendedor é aprender e ir atrás de tudo que não sabe para poder ter um desempenho satisfatório.

A dificuldade de acesso ao mercado é outro desafio encontrado. Essa dificuldade se deve pela falta de confiança, especialmente por parte dos possíveis clientes. Além disso, a falta de uma rede de relacionamentos e a desconfiança dos clientes, faz com que o acesso ao mercado seja ainda mais desafiador e acaba tardando o ciclo de vendas.

Problema é que tem muita desconfiança... mesmo to no mercado agora há anos. Já tem produtos aqui estabelecidos, já tem marcas grandes atrás do meu produto, para eu marcar uma reunião com um gerente de marketing de uma rede de franquia... a não ser que eu conheça o filho do sobrinho do... não acontece. [...], o tempo que demora para estabelecer a relação, marcar reunião... provar que não, não é trote, que funciona realmente, que os resultados são bons[...] tudo isso demora, né. Então isso impacta a velocidade que a gente consegue estabelecer o novo negócio, né (HOLL, 2017).

4.4.1 Identificação da oportunidade

A dificuldade de acesso ao mercado traz consequências para o gerenciamento da oportunidade, pois ela se caracteriza em impedimentos para a validação da ideia, ou seja, é difícil ter contato e obter feedback dos possíveis clientes para conhecer melhor o problema e de que forma a solução pode ser adaptada para os desafios do dia a dia dos consumidores. A falta de uma rede de contatos que auxilie o empreendedor com o início dessas interações e a desconfiança do mercado surgem como empecilhos no início de um novo negócio, tal como traz François:

Até um certo ponto, acho que... oportunidade tem muitas, né. O problema é

que, no momento que tu quer falar com alguém para sentar e validar...será que isso realmente vai ajudar você... me fala do seu desafio do dia a dia, é difícil. Porque essas pessoas... é difícil de achar ou a não ser que você tenha uma relação pessoal. [...] Chamadas frias aqui é superdifícil. Difícil de identificar a pessoa certa e de marcar uma reunião com ela se ela não te conhece. Então, essa é a parte difícil. Por causa da desconfiança. As pessoas não confiam (HOLL, 2017).

4.4.2 Captação de recursos

A captação de recursos é normalmente uma etapa desafiadora na construção de um novo empreendimento. Uma das dificuldades identificadas em relação aos recursos é a falta de maturidade das instituições locais para o financiamento de projetos, como constata Modesto:

O Brasil é um país ainda hoje com elevadas taxas de juros. É um país especulativo, é um país com incerteza jurídica... *delay* em sistema de jurisdição e a sentença que vai sair em um tribunal é incerta. Então a nível de captação de recurso acaba por ter essas dificuldades. No Brasil o empreendedorismo e os sistemas de incubação... *business angel*, estão iniciando... é mais um sistema de captação de ideias para levar para dentro da organização maior que quer resolver um problema do que propriamente uma forma de botar recursos na sociedade para criar valor (MENDES, 2017).

Somado a isso, a falta de confiança e de credibilidade torna a captação de recursos ainda mais trabalhosa e difícil. Essas duas dificuldades enfrentadas nessa etapa, estão especialmente atreladas ao fato de ser estrangeiro, como Modesto observa:

Para um estrangeiro existe uma dificuldade que é a inexistência de recursos próprios, até porque deixou os seus recursos financeiros e suas propriedades lá fora e não tem como trazê-las rapidamente para cá. Por tanto, a garantia que posso usar basicamente é "sou eu"... que significa nada [...] O fato de estrangeiro, de ter uma outra cultura, de pensar de outra maneira, de ter uma outra perspectiva faz com que seja necessário mais tempo para aflorar a confiança. E a confiança é o princípio para fazer negócios (MENDES, 2017).

4.4.3 Gestão da equipe

No que concerne a estruturação e gestão da equipe de trabalho, o grande desafio experienciado pelos entrevistados foi o gerenciamento da equipe em concordância com as leis trabalhistas brasileiras. François comenta que a lei trabalhista restringe a forma e estrutura dos horários que a pessoa contratada pode realizar o trabalho. Portanto, é preciso implementar medidas de controle para comprovação de que as leis estão sendo seguidas corretamente e isso pode gerar um clima de desconfiança entre a equipe e o empreendedor.

4.5 Influências da migração no processo de empreender

Acredita-se que imigrantes empreendedores possuem características humanas, sociais e comportamentais únicas que influenciam e definem suas práticas de negócio no país anfitrião, os diferenciando de empreendedores que nasceram no país no qual o empreendimento foi criado (ZOLIN; SCHLOSSER, 2013). Em relação a influência e o impacto de ser estrangeiro ao empreender fora de seu país natal, François e Modesto concordam:

Se você começar de zero é difícil. Se você é estrangeiro você vai começar de menos vinte. Porque você não conhece a realidade brasileira, é uma péssima ideia. Começar uma empresa é uma ideia ruim. Começar uma empresa como estrangeiro é uma péssima ideia. Então, sim, é difícil. Tem que aprender tudo que uma criança de cinco anos já sabe, falar português, ler português, por exemplo... tive que aprender fazendo. [...] falar a língua, entender o mercado, ter esse relacionamento, é um caminho muito grande que tu tem que percorrer para chegar no mesmo nível que qualquer outro empreendedor (HOLL, 2017).

Eu acho que o fato de ser estrangeiro põe alguns obstáculos adicionais como a construção da confiança... porque as pessoas não conhecem porque normas e porque regras eu me situo e nesse aspecto... se for olhar sou um pouco imprevisível. As minhas regras culturais são diferentes. Eu vejo as coisas de uma perspectiva diferente. E como tal, eu também não correspondo da mesma forma (MENDES, 2017).

Tendo em conta de que o fato de ser estrangeiro traz impactos no processo empreendedor, a seguir estão apresentadas as desvantagens listadas pelos entrevistados nesse estudo, e em sequência estão apresentadas as vantagens elencadas pelos mesmos.

4.5.1. Desvantagens de ser estrangeiro no processo de empreender

Qualquer empreendedor, imigrante ou não, encontra naturalmente diversas barreiras e dificuldades ao longo do processo de empreender. Contudo, um empreendedor estrangeiro está exposto a ainda mais desafios que um empreendedor local. Correspondente as desvantagens de ser estrangeiro ao começar seu próprio negócio, se destacaram quatro fatores encontrados pelos entrevistados: idioma, desconhecimento do mercado, desconhecimento das leis locais e diferenças culturais.

Como esperado, o idioma é o primeiro obstáculo encarado por estrangeiros em um novo país. Para os empreendedores estrangeiros, essa dificuldade se torna ainda mais relevante, pois a comunicação com clientes, fornecedores e parceiros é essencial para o sucesso do empreendimento. Em relação a essa dificuldade, os

entrevistados Modesto e François compartilham nos seguintes trechos:

Qualquer estrangeiro necessita por se esforçar mais, ele acaba por ter que vencer mais problemas do que teria se estivesse em sua própria pátria. E digo isso também como brasileiro em Portugal. Começando por aí, a língua não é a mesma. Alguma dificuldade traz em ter que entender o que eu falo e o que eu digo. E eu não falo depressa, o teu ouvido é que não está calibrado para ouvir o meu sotaque e então demora mais tempo para processar a informação (MENDES, 2017).

Tem que falar com um monte de pessoas, tem que entrevistar, né. Então vai fazer isso quando tu não fala português, é impossível. Nós perdemos muito tempo por causa disso (HOLL, 2017).

Além da compreensão do idioma, outra desvantagem, é o desconhecimento do mercado e do contexto brasileiro. Não conhecer a realidade brasileira tanto genericamente quanto especificamente para o mercado em que se pretende atuar é uma desvantagem que demanda grande esforço e tempo do empreendedor para ser superada. Interações e expectativas do mercado que podem parecer naturais ou óbvias para empreendedores locais, demandam tempo para serem notadas e compreendidas por estrangeiros. Ou seja, o empreendedor precisa de contato e exposição ao mercado para conseguir melhor entendê-lo e, portanto, atendê-lo. No seguinte trecho, François exemplifica:

Escolhemos o varejo... o que eu sabia de varejo? Nada. Nem como consumidor, porque nem morava aqui. Então, para aprender, como que faz? Tu tem que consumir, né? Tem que ir no varejo, tem que comprar... (HOLL, 2017).

Desconhecimentos das leis e normas locais para operação do negócio, especialmente das leis trabalhistas, é outro aspecto apontado como desvantagem. A ignorância das leis pode provocar inconvenientes para operação e continuidade do empreendimento. Além disso, põe o imigrante em situação de maior risco e pode ocasionar em prejuízos financeiros ou sociais. Conforme François descreve:

Fazem sete anos que eu moro aqui, fazem cinco anos que a Kiskadi está rodando. Dois anos falhou, três anos que tá indo bem agora. Mas essa, por exemplo, essas leis trabalhistas eu não sabia nada. Até eu ser processado, isso há três meses atrás (HOLL, 2017).

As diferenças culturais, em relação a falta de compreensão da cultura local pelos empreendedores e o esforço para entendê-la é outra barreira citada. Como comenta Modesto:

Mas pra mim como estrangeiro, falta também a total compreensão da cultura para saber quais são as teclas... Um coisa é saber quais são as portas de entrada, e entrar na porta e fazer uma apresentação, fazer um *pitch* e a

pessoa compreender. Outra coisa é ultrapassar a objeção e conseguir a aprovação apertando aquela tecla certa que a pessoa está sensível (MENDES, 2017).

No aspecto das diferenças culturais, a falta de entendimento da cultura do imigrante empreendedor pela sociedade local também impacta consideravelmente o processo empreendedor do estrangeiro. De modo geral, pode-se dizer que as dificuldades citadas nesse estudo, de uma forma ou de outra, são reflexos da cultura da sociedade anfitriã em conjunto com as diferenças culturais dos empreendedores.

4.5.2. Vantagens de ser estrangeiro no processo de empreender

Apesar das desvantagens elencadas pelos imigrantes ao empreenderem fora de seu país de origem, ser estrangeiro, em contrapartida, pode trazer algumas vantagens no processo de empreender. A diversidade cultural promovida pela migração e diferentes formas de perceber as coisas é notada como uma vantagem, como comenta Modesto:

Esse caldeirão de culturas que o Brasil tem, dá muitas perspectivas diferentes, dá muito *inputs* diferentes sobre a mesma coisa... tu tens alemães, tu tens italianos, tu tens franceses, tu tens portugueses, tu tens brancos, tu tens negros, tu tens mestiços. Tu tens muito próximo gente muito rica, gente muito pobre. Com vários tipos de educação e história e que podem contribuir para os projetos e podem acrescentar... (MENDES, 2017).

A experiência em outros mercados também é vista como uma vantagem, que permite ao empreendedor implementar uma cultura organizacional e serviços diferenciados na sua empresa que acabam destacando seu trabalho no mercado. Como François compartilha em sua experiência prática:

Acho que a grande vantagem é que tu vem aqui com uma cultura diferente de trabalho, uma forma de trabalhar diferente. [...] A qualidade de um serviço, do atendimento, de um produto, ela é cem por cento de quem tá em cima[...] Então a forma de trabalhar, que eu aprendi na verdade nos Estados Unidos, eu trabalhei treze anos lá... Eu já tenho clientes que falaram “Ah, agora eu só quero trabalhar com franceses”, na realidade eles estão errados, por que não é o francês em mim, é o americano em mim que trouxe uma forma de atender o cliente, uma certa qualidade... uma atenção aos detalhes né... [...] Essa forma de trabalhar lá, isso é uma vantagem porque a empresa, ela acaba fazendo um serviço melhor. Por que nós trazemos esse olhar né, esse nível de exigência (HOLL, 2017).

Os entrevistados também acreditam que uma vantagem em ser estrangeiro é que isso chama a atenção de brasileiros, pois faz com que os empreendedores se destaquem em relação aos nativos. Como comenta François:

O fato de ser estrangeiro, no meu caso eu acho que muitas vezes ajudou...

porque tem um certo... não sei se glamour... eles vão te levar mais a sério por ser europeu. Eu, por exemplo, consegui reuniões que brasileiros não conseguiram. Mas eu consegui porque, porque... "Ba, o que esse francês quer falar comigo? Deve ser importante." Então isso é uma vantagem (HOLL, 2017).

Os entrevistados acreditam que ser estrangeiro deixa as pessoas mais interessadas e por isso acabam dando a eles a oportunidade de serem ouvidos que talvez não teriam se fossem brasileiros.

4.6 Análise Comparativa

Com a finalidade de obter conclusões sobre o tema, essa seção pretende comparar os resultados das entrevistas com os empreendedores, nas dimensões de análise da migração e de suas influências no processo de empreender. Por fim, serão apresentadas as dimensões culturais dos países de origem dos entrevistados (França e Portugal) em contraste com as dimensões culturais do país anfitrião da pesquisa (Brasil).

Quanto a dimensão da migração, a motivação dos entrevistados para migrar para o Brasil foi muito semelhante visto que ambos são casados com brasileiras. Ainda assim, eles apresentaram uma visão do Brasil como um país em crescimento e onde existem inúmeras oportunidades que podem ser exploradas. Modesto já era empreendedor em Portugal e acredita que empreender faz parte de sua personalidade, portanto, a decisão de começar um novo negócio em solo brasileiro foi natural. François também trouxe consigo a vontade de ser empreendedor, entretanto, teve a primeira experiência com empreendedorismo após sua chegada ao Brasil, onde acredita que encontrou pessoas e um ambiente propício.

O resultado das entrevistas, mostram uma forte concordância em que ser estrangeiro influencia no processo de empreender. Nesse aspecto, foram apontadas vantagens e desvantagens de ser estrangeiro ao iniciar um novo negócio.

Entre as vantagens, ambos entrevistados concordam que pela curiosidade da população local, ser estrangeiro faz com que se destaquem e chamem mais atenção, o que os auxilia na hora de marcarem reuniões e apresentarem seus projetos. A diversidade e diferenças culturais no sentido de diferentes perspectivas e discussões que trazem é outra vantagem que foi identificada por Modesto. Para François, uma grande vantagem é experiência de trabalho em outros mercados que possibilita ao empreendedor trazer inovações na forma de atender seus clientes, que acaba por

diferenciá-lo dos demais.

Naturalmente, as desvantagens de ser estrangeiro ao empreender podem variar muito dependendo de fatores do país de origem e do país anfitrião, como seus contextos políticos, culturais e socioeconômicos. No Quadro 4, a primeira coluna representa as dificuldades encontradas na literatura sobre imigrantes empreendedores que é contraposta com as dificuldades relatadas pelos entrevistados nesse estudo.

Quadro 4: Comparação dos dados relativos às dificuldades encontradas por estrangeiros ao começar um novo negócio com base na literatura

DIFICULDADES	FRANÇOIS	MODESTO
Contatos / relacionamento	X	
Desconhecimento das leis locais	X	X
Desconhecimento do mercado	X	
Diferenças culturais	X	X
Discriminação / xenofobia		
Idioma	X	X
Recursos financeiros		X

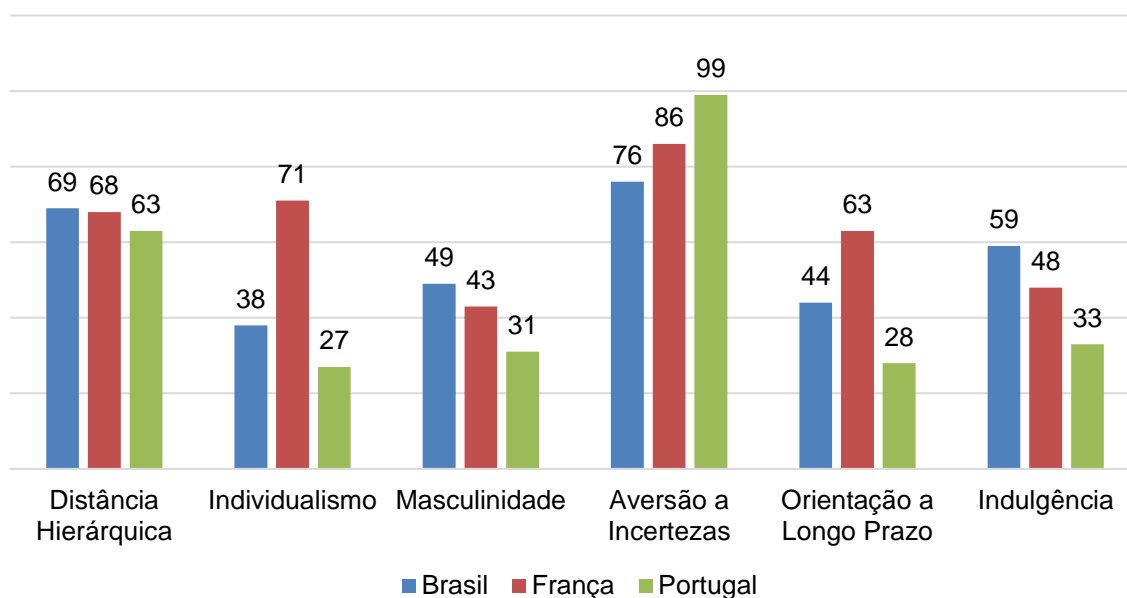
Mediante esse quadro comparativo, constata-se que seis dificuldades distintas foram apontadas. Certamente, é possível que outras dificuldades existam e possam ser encontradas por imigrantes empreendedores, apesar de não terem sido denominadas nessa pesquisa.

Dentre os pontos principais, destacam-se três por coincidirem para todas as partes estudadas. São eles: o desconhecimento das leis locais, que por serem normas que restringem as formas de operação do empreendimento, o seu desconhecimento pode acarretar em empecilhos para a continuidade do negócio, bem como em prejuízos; as diferenças culturais, referindo-se a compreensão da sociedade pelo imigrante e vice-versa, incluindo os comportamentos, perspectivas e expectativas da

sociedade, especialmente ao que tange as práticas de negócio; e o idioma, que impede o estrangeiro de começar o planejamento e execução do negócio prontamente, dado que o indivíduo necessita investir tempo para aprender o idioma local e assim se relacionar de forma adequada com clientes e parceiros.

Como objetivo de melhor compreender as diferenças culturais, que foram amplamente notadas pela literatura e citadas pelos entrevistados nesta pesquisa, o Gráfico 1 compara os índices das seis Dimensões Culturais do Brasil, considerado o país anfitrião no presente estudo, da França e de Portugal, países de origem dos entrevistados, de acordo com o modelo das Dimensões Culturais de Hofstede.

Gráfico 1: Comparação Brasil, França e Portugal segundo as Dimensões Culturais de Hofstede.



Fonte: Hofstede Insights ([2017])

A primeira dimensão cultural analisada é a Distância Hierárquica que, assumindo que existem desigualdades entre os indivíduos de uma sociedade, reflete a atitude da cultura diante das desigualdades e privilégios. Com resultados muito próximos, esse é o índice em que os três países comparados mais se assemelham, demonstrando sociedades que acreditam que hierarquia deve ser respeitada.

O índice de Individualismo é definido pelo o grau de interdependência que uma sociedade mantém entre seus membros (HOFSTEDE, 2011). Brasil e Portugal, com 38% e 27% respectivamente nesse índice, demonstram que são países em que as pessoas estão integradas em grupos coesos que se protegem em troca de lealdade.

Essa atribuição se estende no âmbito profissional, onde relacionamentos de confiança são importantes para fazer negócios. Por outro lado, a França com 71% se mostra uma sociedade individualista que espera que os indivíduos cuidem de si mesmos de sua família mais próxima.

Uma sociedade com pontuação alta na dimensão da masculinidade indica que ela é movida pela competição, sucesso e realizações. O Brasil, com uma pontuação intermediária nesse índice, é o país que com traços mais elevados da masculinidade entre os países comparados. França e Portugal são países com cultura mais feminina, onde se preza mais pela solidariedade e pela qualidade de vida (HOFSTEDE, 2011).

Na dimensão de Aversão a Incertezas, todos os países apresentam uma taxa elevada, indicando uma cultura que se sente ameaçada por eventos desconhecidos ou ambíguos. Com destaque especial de Portugal que apresenta uma pontuação de 99% nesse índice, demonstrando um país onde a segurança é um fator importante na motivação individual.

O índice de Orientação a Longo Prazo traz maiores divergências entre os países analisados. Portugal com 28% é o país com maior orientação a curto prazo, seguido do Brasil com pontuação intermediária de 44%. A França, com 63%, tem uma maior orientação a longo prazo representando uma maior atenção a poupança e investimentos, bem como perseverança na obtenção de resultados. Mais uma vez, essa análise se reflete nos resultados das entrevistas, onde o empreendedor francês já tinha uma poupança que o possibilitou financiar o seu negócio (HOFSTEDE, 2011).

A última dimensão analisada é a Indulgência (*versus* Restrição). Brasil é o país que apresenta um grau mais elevado desse indicador, demonstrando uma sociedade mais inclinada a atender seus impulsos e desejos e que valoriza o lazer. Portugal é caracterizado com uma cultura de restrição, que não prioriza o lazer e tende a controlar a gratificação de seus desejos.

O Brasil e a França possuem culturas relativamente semelhantes de acordo com os indicadores apresentados, com graus muito próximos de Distância Hierárquica e Masculinidade. As dimensões que mais se distanciam são o Individualismo, Orientação a Longo Prazo e Indulgência. Essas diferenças foram percebidas nos resultados da pesquisa especialmente na valorização do relacionamento pessoal nas práticas de negócio pelos brasileiros constatada por François. Também refletem a sua

preocupação em preparar antecipadamente uma estrutura financeira que o permitisse empreender com maior segurança.

A dimensão que exhibe maior semelhança entre Brasil e Portugal é a da Distância Hierárquica. As demais dimensões possuem considerável diferença entre as culturais, ainda que se assemelhem em serem mais coletivistas que individualistas, manifestarem elevada Aversão a Incertezas e baixa Orientação a Longo Prazo. A elevada Aversão a Incertezas de ambos países, se reflete nos resultados encontrados particularmente envolvendo os recursos, onde o brasileiro tem preferência por investir em produtos ou serviços já realizados e não em projeto. Bem como na insatisfação do empreendedor na falta de transparência e resultados do sistema financeiro brasileiro.

Essa análise das culturas permite uma melhor perspectiva e entendimento de situações que um estrangeiro pode esperar encontrar no processo de se integrar a nova sociedade. Para um empreendedor estrangeiro a consciência das diferenças da sua cultura em comparação a cultura do novo país e a reflexão de estratégias de como lidar com elas é de extrema importância e pode influenciar o sucesso de um novo empreendimento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo se propôs a analisar como ser estrangeiro pode influenciar a trajetória e o processo empreendedor. Para tanto, foram entrevistados dois empreendedores estrangeiros na cidade de Porto Alegre, ambos qualificados como migrantes econômicos e imigrantes empreendedores por oportunidade.

Os resultados da pesquisa mostraram que ser estrangeiro influencia consideravelmente o processo de abrir um novo negócio em determinado local e foram constatadas vantagens e desvantagens proporcionadas por essa condição. As vantagens que emergiram dos resultados foram: a experiência profissional do imigrante em outros mercados, que se caracteriza como um capital humano diferenciado; o destaque ou a atenção que estrangeiros recebem no Brasil pela curiosidade da população local e a diversidade cultural que a migração promove.

As desvantagens analisadas nos resultados foram o idioma, o desconhecimento do mercado local, o desconhecimento das leis locais e as diferenças culturais. Essas desvantagens se desdobram em obstáculos que requerem esforço e dedicação dos empreendedores para serem superados, os colocando em um ponto de partida diferente de um empreendedor local. Percebe-se que tanto as vantagens quanto as desvantagens de ser estrangeiro ao começar e gerenciar um empreendimento são de certa forma frutos das diferenças culturais. Em outras palavras, são consequências das características culturais intrínsecas ao imigrante em contraste com a manifestação da cultura do local onde o empreendimento foi formado.

Apesar dos resultados coincidirem diversas vezes com os de outros estudos que relacionaram migração internacional e empreendedorismo, os resultados apresentados nesse estudo são peculiares pois refletem uma combinação da conjuntura da sociedade anfitriã, ou seja, a cidade de Porto Alegre, e as experiências e características dos estrangeiros entrevistados, François e Modesto, de nacionalidades francesa e portuguesa, respectivamente.

Esse trabalho é relevante visto que demonstra como ocorre o processo empreendedor de estrangeiros em uma comunidade particular. Essa discussão se torna cada vez mais necessária, uma vez que a globalização abre novas portas para a migração e para o empreendedorismo mundial enquanto não supera diversos obstáculos já antes existentes, como pôde ser observado nos resultados.

As áreas de estudo da migração internacional e do empreendedorismo são muito dinâmicas e diversos estudos podem ser desenvolvidos combinando esses dois fatores. A limitação dessa pesquisa pode ser percebida na coleta de dados referente a apenas uma categoria de imigrante e de motivação para empreender, inclusive ambos sendo oriundos do mesmo continente. Futuras pesquisas podem envolver indivíduos com diferentes motivações para migração e para começar seu próprio negócio, assim como imigrantes de outros países de origem, de forma a fazer um estudo comparativo mais complexo para compreender se as desvantagens e vantagens são globais ou localizadas. Ademais, da mesma maneira que esse estudo empregou a cidade de Porto Alegre como sociedade anfitriã, ele pode ser replicado em outros locais a fim de espelhar o processo empreendedor de imigrantes no local escolhido.

6. REFERÊNCIAS

ALGHAFIR, Yahya. **Addressing Challenges Faced by Small Business Immigrant Entrepreneurs in Houston, Texas**. College of Management and Technology. Walden University. Tese. 2017.

ANDRADE, Alisson Maxwell Ferreira de; GALINA, Simone Vasconcelos Ribeiro. Efeitos da internacionalização sobre o desempenho de multinacionais de economias em desenvolvimento. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 17, n. 2, p. 239-262, abril, 2013

BATEMAN, Thomas; SNELL, Scott. **Management: leading & collaborating in a competitive world**. 11ª Edição. New York: McGraw-Hill Education, 2013.

BRASIL. **Resolução Normativa n. 118**, Diário Oficial da União, 21 de outubro de 2015.

BRENNER, Gabrielle. A.; FILION, Louis Jacques; MENZIES, Teresa V.; DIONNE, Lionel. Problems Encountered by Ethnic Entrepreneurs: A Comparative Analysis Across Five Ethnic Groups. **New England Journal of Entrepreneurship**. V.9, N.2. 2006.

CASTLES, Stephen; HAAS, Hein.; MILLER, Mark. **The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World**. 5ª edição. Nova Iorque: Guilford Press, 2014.

CONTANDRIOPOULOS, André-Pierre. **Saber preparar uma pesquisa: definição, estrutura e financiamento**. São Paulo: Hucitec Abrasco, 1994.

CONSTANT, Amelie; ZIMMERMANN, Klaus. Self-employment dynamics across the business cycle: migrants versus natives. **IZA Discussion Paper**. N. 1386. 2004.

DADUSH, Uri; FALCAO, Lauren. Migrants and the Global Financial Crisis. **Policy Brief**. N. 83. Carnegie, Endowment for International Peace. P. 1–8. 2009.

D'NETTO, Brian; SOHAL, Amrik. Human resource practices and workforce diversity: an empirical assessment. **International Journal of Manpower**. V. 20. N. 8. 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Edição 5. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

EDEN, Lorraine; MILLER, Stewart R. Distance matters: liability of foreignness, institutional distance and ownership strategy. **Advances in International Management**. N.16. P. 187-221. 2004.

FAIRLIE, Robert; LOFSTROM, Magnus. Immigration and entrepreneurship. **IZA Discussion Paper**. N. 7669. 2013.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**. v. 34. n.2. Abril/junho p. 05-28. 1999.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Edição 4. São Paulo: Atlas, 2009.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2011.

GOMES, Almira Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. **REA-Revista Eletrônica de Administração**, v. 4. n. 2. 2011.

HART, David M. **The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Startups and Growth in the U.S. Knowledge Economy**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

HISRIC, Robert; PETERS, Michael; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOFSTEDE, Geert. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. **Online Readings in Psychology and Culture**. N.2(1). 2011.

HOLL, François. **Entrevista realizada pela autora** em 25 de outubro de 2017.

HUNT, Jennifer; Gauthier-Loiselle, Marjolaine. How Much Does Immigration Boost Innovation? **IZA Discussion Paper**. N. 3921. 2009

IRASTORZA, Nahikari.; PEÑA, Inaki. Immigrant entrepreneurship: Does the liability of foreignness matter? **Business and Management Research**. V. 3. N.1. Março, 2014.

KIRZNER, Israel. **Competition and entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

KLOOSTERMAN, Robert; VAN DER LEUN, Joanne.; RATH, Jan. Mixed embeddedness:(in) formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. **International journal of urban and regional research**. N. 23 (2), p.252-266. 1999.

KOZUBÍKOVÁ, Ludmila; BELÁS; Jaroslav, BILAN, Yuriy; BARTOŠ, Přemysl. Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment. **Economics and Sociology**. V. 8. N. 1. 2015.

LIGHT, Ivan. Disadvantage minorities in self-employment. **International Journal of Comparative Sociology**. N. 20. P.31-45. 1979.

MCCLELLAND, David. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expansão e Cultura, 1972

MCCLELLAND, David; STEELE, Robert. **Human motivation: a book of readings**. Morristown: General Learning Press, 1973.

MEHLSSEN, Kristian; WERNICKE, Georg. Global cities and liability of foreignness. **European J. of International Management (EJIM)**. V. 10. N. 1. 2016.

MENDES, Modesto. **Entrevista realizada pela autora em 27 de outubro de 2017**.

NAUDÉ, Wim. Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. **IZA Discussion Paper**. N.7507. 2013.

NAUDÉ, Wim; SIEGEL, Melissa; MARCHAND, Katrin. Migration, entrepreneurship and development: critical questions. **IZA Journal of Development and Migration**. 2017.

NAUDÉ, Wim; SIEGEL, Melissa; MARCHAND, Katrin. Migration, Entrepreneurship and Development: A Critical Review. **IZA Discussion Paper**. N.9284. 2015.

OBMigra. Autorizações de trabalho concedidas a estrangeiros, Relatório Anual 2015-2016/ Observatório das Migrações Internacionais; Ministério do Trabalho e Previdência Social/ Coordenação Geral de Imigração. Brasília, DF: OBMigra, 2017.

OMISAKIN, Olufemi. Economic Contributions and Challenges of Immigrant Entrepreneurs to Their Host Country – Case of African Immigrants in Auckland, New Zealand. **Journal of Business Administration Research** V. 6. N. 1. 2017.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. International Migration and the Economic Crisis: Understanding the Links and Shaping Policy Responses. **International Migration Outlook 2009**. Paris: OECD Publishing, 2009.

PINKOWSKI, Jack. **Challenges and Promise for Immigrant Entrepreneurship in Dublin**. Relatório da Cidade de Dublin. 2009.

POOT, Jacques; COCHRANE, William. Measuring the economic impact of immigration: A scoping paper. **Population Studies Centre Discussion Paper**. N.48 Hamilton: University of Waikato, Population Studies Centre, 2005.

RAM, Monder; DEAKINS, David. African-Caribbeans in business. **Journal of Ethnic and Migration Studies**. V. 22. N.1. 1996.

RWIGEMA, Henry; URBAN, Boris; VENTER, Robert. **Entrepreneurship: Theory in Practice**. Edição 2. Oxford: Oxford University Press, 2010.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalism, Socialism and Democracy**. Nova Iorque: Harper & Row, 1950.

SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SOUZA, Eda Castro Lucas; LOPEZ JÚNIOR, Gumersindo Sueiro. Empreendedorismo e Desenvolvimento: uma Relação em Aberto. **Revista de Administração e Inovação**, v. 8. n. 3. 2011.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa**: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada. 2ª Edição. Porto Alegre: Artmed, 2008

TIMMONS, Jeffrey; SPINELLI, Stephen. **New Venture Creation**: Entrepreneurship for the 21st Century. 6ª Edição. Nova Iorque: McGraw-Hill/Irwin, 2004.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF ECONOMIC AND SOCIAL AFFAIRS. **International migration report 2015**: Highlights. Nova Iorque: United Nations, 2016.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORREA, Victor Silva.; REIS, Renato Francisco. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade? **Rev. adm. contemp.** v. 18. n. 3. 2014.

WALDINGER, Roger; ALDRICH, Howard; WARD, Robin. **Ethnic Entrepreneurs**: Immigrant Business in Industrial Societies. Newbury Park: BookSurge Publishing, 1990.

ZAHEER, Srilata. Overcoming the Liability of Foreignness. **Academy of Management Journal**. V. 38. N. 2. 1995.