

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO “PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY”

UNIGRANRIO

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA

Mestrado em Administração

ISABEL MADALENA BAZILIO SOARES

**ANÁLISE DOS ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO DE
BRASILEIROS IMIGRANTES DA ESCANDINÁVIA**

Rio de Janeiro

2022

UNIVERSIDADE DO GRANDE RIO “PROFESSOR JOSÉ DE SOUZA HERDY”

UNIGRANRIO

ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

Programa de Pós-Graduação em Administração – PPGA

Mestrado em Administração

ISABEL MADALENA BAZILIO SOARES

**ANÁLISE DOS ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO DE
BRASILEIROS IMIGRANTES DA ESCANDINÁVIA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração, Curso de Mestrado em Administração, Programa de Mestrado e Doutorado em Administração, Universidade do Grande Rio.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Pessoa de Queiroz Falcão

Rio de Janeiro

2022

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UNIGRANRIO – NÚCLEO DE COORDENAÇÃO DE BIBLIOTECAS

S676a Soares, Isabel Madalena Bazilio.

Análise dos aspectos do empreendedorismo de brasileiros imigrantes da Escandinávia / Isabel Madalena Bazilio Soares. – Duque de Caxias, Rio de Janeiro, 2022.

78 f.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Pessoa de Queiroz Falcão.

Dissertação (mestrado) – UNIGRANRIO, Escola de Ciências Sociais Aplicadas, Curso de Administração, Rio de Janeiro, 2022.

1. Empreendedorismo. 2. Escandinávia. 3. Migração. I. Falcão, Roberto Pessoa de Queiroz. II. Título. III. UNIGRANRIO.

CDD: 658

Rodrigo de Oliveira Brainer CRB-7: 3396

ISABEL MADALENA BAZÍLIO SOARES

“Análise dos Aspectos do Empreendedorismo de Brasileiros
Imigrantes da Escandinávia”

Dissertação apresentada à Universidade do Grande Rio “Prof. José de Souza Herdy”, como parte dos requisitos parciais para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Área de Concentração:
Gestão Organizacional.

Aprovada em 28 de Março de 2023.

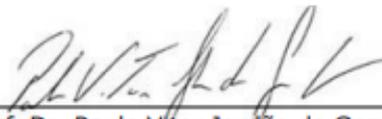
Banca Examinadora



Prof. Dr. Roberto Pessoa de Queiroz Falcão
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Sergio Eduardo de Pinho Velho Wanderley
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Paulo Vitor Jordão da Gama Silva
Universidade do Grande Rio - UNIGRANRIO



Prof. Dr. Eduardo Picanço Cruz
Universidade Federal Fluminense - UFF

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus, por me guiar em toda a minha trajetória. Sem Ele, nada seria possível.

À minha amada família, expresso minha profunda gratidão. Seu apoio incondicional, amor e compreensão foram as âncoras que me mantiveram firmemente ancorada ao longo da minha jornada.

Ao meu pai, que mesmo à distância (in memoriam), agradeço por ser minha fonte de inspiração. Sua resiliência, alegria e a busca incessante pelo conhecimento moldaram meu caráter e minha paixão por crescer e aprender.

Não poderia deixar de citar meu orientador, Professor Roberto Falcão. Agradeço pela generosidade em compartilhar conhecimento e orientação atenta. Sua influência foi fundamental para o meu crescimento e desenvolvimento.

A todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para a minha jornada, expresso minha sincera gratidão. Cada palavra encorajadora, gesto generoso e colaboração prática moldou o caminho que percorri.

Este agradecimento é uma celebração da rede de apoio que enriqueceu minha vida. Cada pessoa que fez parte desta jornada é uma parte valiosa dessa trajetória.

*"A mente que se abre a uma nova ideia jamais
volta ao seu tamanho original."*

Albert Einstein

RESUMO

Não se tem relatos até a data presente de trabalhos científicos que tenham como foco os imigrantes brasileiros e empresários étnicos estabelecidos na Escandinávia. O presente trabalho é um estudo exploratório, o qual tem como finalidade compreender aspectos motivacionais, sociais e econômicos referentes à migração de brasileiros para essa região da Europa – a Escandinávia. Nesse sentido, o trabalho visa contribuir para o corpo do conhecimento da literatura acadêmica referente à imigração brasileira para Europa, apresentando e discutindo o perfil de uma amostra significativa dessa população de imigrantes brasileiros, assim como aspectos do empreendedorismo imigrante brasileiro na Escandinávia, sobretudo envolvendo perfil sociodemográfico, características de comportamento empreendedor e dos negócios, valendo-se do framework da incorporação mista (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999), o qual avalia aspectos individuais dos imigrantes, dos negócios e do ambiente institucional no qual estão inseridos. Valendo-se da análise de respostas à uma *survey* aplicada a uma amostra de 415 imigrantes brasileiros vivendo na região, percebe-se um perfil com 75% da comunidade brasileira na faixa economicamente ativa, entre 25 e 44 anos, sendo composta em sua maioria por mulheres, com bom nível educacional, que buscam a segurança social e econômica na Escandinávia. No tocante às características dos empreendedores, ao se analisar as 19 entrevistas, percebe-se uma predominância do gênero feminino devido às barreiras a validação do diploma, características da imigração por reunião familiar, e negócios voltados à comunidade étnica, devido às dificuldades para se aprender o idioma local. O trabalho se justifica pelo seu ineditismo, e por trazer luz à uma comunidade de imigrantes brasileiros pouco estudada, e sobretudo ao revelar aspectos de suas atividades empreendedoras. Seus achados despertam interesse por parte das embaixadas brasileiras na região (que apoiaram os estudos), corpos consulares e cidadãos que vivem nesses países, além de reunirem relatos e dados relevantes das trajetórias dos empreendedores brasileiros que vivem na Escandinávia.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Escandinávia, Migração.

ABSTRACT

There are no reports to date of scientific works that focus on Brazilian immigrants and ethnic entrepreneurs established in Scandinavia. The present work is an exploratory study, which aims to understand motivational, social, and economic aspects related to the migration of Brazilians to this region of Europe - Scandinavia. In this sense, the work aims to contribute to the body of knowledge in the academic literature regarding Brazilian immigration to Europe, presenting and discussing the profile of a significant sample of this population of Brazilian immigrants, as well as aspects of Brazilian immigrant entrepreneurship in Scandinavia, especially involving the profile sociodemographic characteristics, characteristics of entrepreneurial and business behavior, using the framework of mixed embeddedness (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999), which evaluates individual aspects of immigrants, businesses and the institutional environment in which they are inserted. Based on the analysis of responses to a survey applied to a sample of 415 Brazilian immigrants living in the region, one can see a profile with 75% of the Brazilian community in the economically active range, between 25 and 44 years old, being composed mostly by educated women seeking social and economic security in Scandinavia. With regard to the characteristics of the entrepreneurs, when analyzing 19 interviews, a predominance of the female gender is noticed due to the barriers to the validation of the diploma, characteristics of immigration by family reunion, and businesses aimed at the ethnic community, due to the difficulties in learning the local language. The work is justified by its originality, and by bringing light to a community of Brazilian immigrants that has been little studied, and above all by revealing aspects of their entrepreneurial activities. Its findings arouse the interest of Brazilian embassies in the region (which supported the studies), consular bodies and citizens living in these countries, in addition to gathering reports and relevant data on the trajectories of Brazilian entrepreneurs living in Scandinavia.

Keywords: Entrepreneurship, Scandinavia, Migration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de incorporação mista (mixed embeddedness).....	39
Figura 2 - Pesquisa qualitativa e quantitativa.....	41
Figura 3 - Nuvem de palavras sobre os propósitos dos imigrantes brasileiros.....	53
Figura 4 - Processos de codificação em três etapas.....	64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Correlação entre objetivos e questionário aplicado.....	42
Tabela 2 - Grupos de imigrantes brasileiros do Facebook	43
Tabela 3 - Distribuição dos respondentes por gênero.....	48
Tabela 4 - Distribuição dos respondentes por idade.....	49
Tabela 5 - Distribuição do país e tipo de universidade que cursou	49
Tabela 6 - Distribuição do tempo de residência no país acolhedor	50
Tabela 7 - Modalidade de entrada no país acolhedor	50
Tabela 8 - Temas que emergiram das questões abertas: Por que deixou o Brasil?	51
Tabela 9 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Por que escolheu o país acolhedor?.....	51
Tabela 10 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Objetivos no país acolhedor?	52
Tabela 11 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades iniciais da imigração? ..	53
Tabela 12 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades atuais da imigração?.....	54
Tabela 13 - Qual é a ocupação atual no país acolhedor?.....	56
Tabela 14 - Quanto tempo pretende permanecer no país acolhedor?.....	56
Tabela 15 - Dados sociodemográficos dos entrevistados	58
Tabela 16 - Categoria de temas das entrevistas	63

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
1.2 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DO TEMA	14
1.2.1 Problema de pesquisa	14
1.2.2 Objetivo geral	15
1.2.3 Objetivos específicos	15
1.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	15
1.4 RESULTADOS PRETENDIDOS	16
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 A ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO E DEFINIÇÕES	18
2.2 IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO MUNDO	26
2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL	29
2.4 EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE	33
2.4. IMIGRAÇÃO BRASILEIRA PELO MUNDO	34
2.5 EMPREENDEDORISMO DE IMIGRANTES E DE COMUNIDADES BRASILEIRAS	35
2.6 A INCORPORAÇÃO MISTA	38
3 MÉTODO DE PESQUISA	40
3.1 QUESTIONÁRIO – COLETA E ANÁLISE	41
3.2 ENTREVISTAS – COLETA E ANÁLISE	45
4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS	48
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA <i>SURVEY</i>	48
4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS – PERFIL DOS ENTREVISTADOS	57
4.3 CATEGORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS	62
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	66
5.1 ASPECTOS CULTURAIS E COMPORTAMENTAIS DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO	66

5.2 ASPECTOS LIGADOS ÀS EMPRESAS.....	68
5.3 ASPECTOS INSTITUCIONAIS	70
5.4 SUCESSO DA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA	72
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
REFERÊNCIAS	75

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Os movimentos migratórios não são novidade e datam da era pré-histórica, quando o ser humano vivia de forma nômade (NESS, 2014). Essa movimentação tinha um impacto contundente no ambiente onde as pessoas viviam e pode ser observada em diversas partes do mundo. As migrações continuam até os dias atuais, causando assim, impactos sociais e econômicos significativos nos países acolhedores (SALT et al., 2005).

Imigrantes que possuem alto capital humano, qualificações e habilidades específicas (como médicos, cientistas e engenheiros) muitas vezes deixam seus países de origem para viver em outros países que proporcionam melhores condições de trabalho, liberdade social e/ou política (KERR et al., 2017). Já outros imigrantes optam por correr riscos e seguir um caminho de migração irregular em busca de uma vida melhor (MOREHOUSE; BLOMFIELD, 2011). Diversos trabalhos acadêmicos afirmam que o autoemprego e o empreendedorismo podem ser uma forma de inserção social e econômica dos imigrantes nas sociedades de acolhimento (por exemplo, BRADLEY, 2004).

A migração e o empreendedorismo têm ganhado atenção em todo o mundo devido à globalização. Estudos bibliométricos mostram que o número de pesquisas sobre empreendedorismo imigrante e étnico tem crescido (por exemplo, em CRUZ; FALCÃO, 2016; GUERRA FERNANDES et al., 2022).

Para isso, este trabalho utilizou como arcabouço teórico os preceitos da incorporação mista de Kloosterman, Van Der Leun e Rath (1999), que já foram aplicados a diferentes etnias e contextos migratórios e empresariais distintos, trazendo à tona a relação do capital social, humano e econômico combinado com as instituições do país (como acesso ao crédito, leis, cultura e infraestrutura).

1.2 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DO TEMA

O aumento do fluxo migratório tem chamado a atenção não somente de governantes, mas também de pesquisadores e estudiosos de diferentes áreas acadêmicas. Dentre eles, sociólogos têm se dedicado a pesquisar questões relativas à incorporação social dos imigrantes, como exemplificado por autores como Portes e Zhou (2000) e Kloosterman e Rath (2001). Por sua vez, administradores analisam esse fenômeno de forma interdisciplinar, abrangendo não apenas o desenvolvimento social dos imigrantes, mas também questões ligadas aos impactos econômicos e financeiros, como exemplificado por autores como Ram, Jones e Villares-Varela (2017).

Com relação ao empreendedorismo imigrante, trata-se de um objeto de estudo específico que deve ser discutido de forma apartada de outras áreas do empreendedorismo. Glinka (2018) corrobora com três conceitos que evidenciam essa necessidade:

- As contribuições do empreendedor imigrante vão além dos impactos observados no empreendedorismo local. Podemos citar, como exemplo, a absorção de mão de obra étnica e a criação de mercados específicos para atendimento da população migrante;
- O empreendedorismo étnico possui complexidades maiores do que o empreendedorismo local. Maiores barreiras de entrada em relação a recursos, questões sociais e institucionais podem ser citadas como exemplos.
- A cultura dos imigrantes traz consigo crenças, valores e costumes que podem contrastar com a cultura do país acolhedor, trazendo maiores dificuldades ou oportunidades para os negócios étnicos.

1.2.1 Problema de pesquisa

Quais fatores influenciam a ação empreendedora dos imigrantes brasileiros residentes na Escandinávia?

1.2.2 Objetivo geral

Analisar quais e como os fatores afetam as ações empreendedoras de imigrantes brasileiros residentes na Escandinávia sob o *framework* da incorporação mista (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999).

1.2.3 Objetivos específicos

- a) Compreender os fatores que levam a imigração de brasileiros para a Escandinávia;
- b) Identificar quais barreiras e oportunidades que esses imigrantes se deparam quando da imigração;
- c) Como esses fatores corroboram para ação empreendedora dos imigrantes brasileiros.

1.3 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

A fim de investigar o problema proposto por este trabalho, a pesquisa foi realizada na Escandinávia, abrangendo Dinamarca, Suécia e Noruega. Em um primeiro momento, foi aplicado um questionário tipo *survey* com brasileiros residentes nesses países para identificar os motivos de sua imigração, as barreiras e as oportunidades encontradas em seu estabelecimento nos países de destino. A coleta de dados foi realizada remotamente, por meio de grupos de Facebook que congregam esses indivíduos. Na segunda etapa, foram realizadas entrevistas semiestruturadas, presenciais ou remotas, com o intuito de verificar as trajetórias dos imigrantes e suas ações empreendedoras à luz do *framework* da incorporação mista (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999).

1.4 RESULTADOS PRETENDIDOS

O estudo buscou evidenciar os seguintes aspectos em relação à trajetória dos empreendedores e sua relação com as comunidades e países de acolhimento, a partir de cinco temas que emergiram das entrevistas:

- Os motivos da imigração do Brasil;
- A comunidade brasileira na perspectiva dos empresários;
- Experiências de trabalho na Escandinávia antes de iniciar um negócio;
- Ações tomadas para criar negócios;
- Análise de como as barreiras e oportunidades nos países de acolhimento contribuem para o empreendedorismo de brasileiros imigrantes na Escandinávia.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho teve como proposta abordar de forma objetiva os principais pontos acerca da comunidade brasileira na Escandinávia e do empreendedorismo de brasileiros imigrantes. Com isso, o trabalho foi estruturado em seis capítulos a fim de agrupar os temas.

Sendo assim, o primeiro capítulo traz a introdução, onde é apresentado o tema da dissertação, contemplando o contexto e sua relevância. Nesse capítulo, ainda são apontados o problema de pesquisa e os objetivos específicos que se propõem. Essa seção contempla, ainda, a delimitação do estudo e os resultados esperados.

No capítulo 2, foi abordado o referencial teórico, embasando a pesquisa por meio de revisão de literatura. Nesse capítulo, foram abordados temas como o empreendedorismo, conceitos de empreendedor e aspectos do empreendedorismo de brasileiros imigrantes.

No capítulo 3, foram abordados o método de pesquisa e as ferramentas de pesquisa utilizadas na coleta de dados. Para tanto, há maiores detalhes a respeito da caracterização da população e seleção da amostra, do desenho do questionário e das entrevistas, além do método de apuração, análise e tratamento dos dados.

No quarto capítulo foram apresentados os resultados obtidos por meio do tratamento dos questionários e entrevistas, além da discussão por meio da análise e interpretação das informações. Foram discutidos os resultados alcançados pela pesquisa.

Por fim, e não menos importante, o último capítulo contemplou as considerações finais, as limitações e contribuições para pesquisas futuras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A ORIGEM DO EMPREENDEDORISMO E DEFINIÇÕES

O empreendedorismo, assim como seus desdobramentos teóricos e práticos, tem sido valorizado e estimulado por diversos governos, entidades de classe e organizações, como uma das principais bases para o crescimento econômico e a geração de emprego e renda na atualidade (DORNELAS, 2008). Nesse contexto, ao pensar em uma escala mais ampla, pode-se considerar que os empreendedores estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e renovando os conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho e empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2008, p. 6).

Segundo Zen e Fracasso (2008), o empreendedor tem desempenhado um papel crucial para o desenvolvimento econômico das nações. No entanto, o termo, desde sua origem no século XVI, passou por modificações em seu sentido e representatividade. Na revolução industrial, o empreendedor era aquele que corria o risco do negócio; na era do fordismo, o termo referia-se ao indivíduo inovador; e na atual era da tecnologia da informação, passou a ser alguém ligado sobretudo ao escalonamento de negócios tecnológicos (ZEN; FRACASSO, 2008). Sendo assim, o conceito de empreendedor é dinâmico e multifacetado, influenciado pelas diversas revoluções tecnológicas e sociais.

Já nos últimos vinte anos, a quantidade de cursos relacionados ao empreendedorismo em escolas de ensino médio e universidades aumentou drasticamente. Em 1975, havia aproximadamente cinquenta cursos nos Estados Unidos; em 1999, esse número disparou para mais de mil (DORNELAS, 2008). Esses números aumentaram inclusive no Brasil, quando a economia brasileira se abriu para o mundo na década de 90.

Embora haja pouca certeza no campo do empreendedorismo, é uma área de pesquisa em franco crescimento. Empresas de todos os tamanhos utilizam empreendedores, o que torna essa esfera do conhecimento tão importante para a economia atual. No entanto, o campo ainda é pré-paradigmático, ou seja, ainda não possui padrões sólidos, princípios gerais ou fundamentos estabelecidos para garantir o conhecimento.

Embora ainda não haja uma definição definitiva do termo, é relatado que Marco Polo tentou estabelecer uma rota comercial para o Extremo Oriente. O capitalista original era um tomador de risco passivo, enquanto o comerciante empreendedor assumia todos os riscos físicos e emocionais (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014). A história conta que dois homens assinaram um contrato no qual Marco Polo recebeu um empréstimo a juros de 22,5% ao ano, incluindo seguro. Se Polo conseguisse vender seus bens e completasse a viagem, ele e o capitalista dividiriam os lucros, com o capitalista ficando com 75% dos ganhos e Marco Polo com os 25% restantes (ZEN; FRACASSO, 2008).

Já nos tempos medievais, um empreendedor era uma pessoa que supervisionava grandes projetos de produção, como administrar um castelo financiado pelo governo ou a construção de uma catedral (LEITE, 2017). No início do século XVI, o termo em francês *Entrepreneur* servia para descrever os homens que estavam encarregados, por exemplo, das operações de guerra.

Por sua vez, Adam Smith, um economista e escritor influente do século XVIII, foi o primeiro a separar um empresário (que assume riscos) de um capitalista (que fornece capital), caracterizando o empresário como um proprietário capitalista, produtor de bens e o administrador sendo um intermediário entre o trabalhador e o consumidor. Embora a descrição de Smith refletisse uma tendência da época em ver o empreendedor apenas como um fazedor de dinheiro, Marshall o descreveu como alguém que assume riscos e aventuras, que também pode ser o proprietário capitalista de um negócio. Andrew Carnegie é um exemplo clássico de empresário a serviço do capitalismo. Ele era um escocês pobre, mas se tornou um dos empresários mais bem-sucedidos de seu tempo ao desenvolver e melhorar as tecnologias existentes para fazer produtos melhores. Portanto, no início dos séculos XIX e XX, os empreendedores eram vistos como gerentes ou administradores (DORNELAS, 2008).

Ademais, o termo empresário (ou empreendedor) começou a ser usado também na França por volta de 1765 para descrever pessoas que trabalhavam com proprietários de terras e empregados assalariados (MONITOR, 2017). Além disso, alguns dos primeiros empreendedores foram construtores de pontes, estradas e até arquitetos.

Thomas Edison, um cientista e inventor de tecnologias em eletricidade e química, na verdade não poderia ter desenvolvido seus experimentos sem a ajuda financeira de investidores. Ele era um empreendedor (usuário de capital), não um capitalista de risco. Portanto, sob essa perspectiva, um empreendedor seria uma pessoa que assume investimentos de alto risco, usando uma quantidade significativa de capital próprio ou de terceiros para obter um alto retorno sobre o investimento. O francês Jean Baptiste Say também usou o termo empreendedor em seu livro

"A Treatise on Political Economy, or Production, Distribution, and Consumption of Wealth", traduzido para o inglês em 1880, embora o termo capitalista de risco tenha sido usado pela primeira vez por volta de 1900 (SARKAR, 2010).

A Inglaterra, devido à sua expansão econômica impulsionada pela Revolução Industrial, tem sido um dos países que mais se esforçou para definir o papel do empreendedor no desenvolvimento empresarial. Nesse sentido, o termo empreendedor é enquadrado como sendo a pessoa responsável por combinar todos os elementos da produção e descobrir o valor dos produtos, utilizando todo o capital necessário, incluindo seus salários, juros, aluguel e lucros. Além disso, o empreendedor deve possuir conhecimentos sobre o mundo dos negócios, ser um excelente juiz e ter perseverança. O economista inglês Alfred Marshall descreveu o empresário como uma pessoa que supervisiona cada detalhe de seu negócio, que reúne capital e trabalho e atua como intermediário entre o trabalhador e o consumidor (MONITOR, 2012).

A ideia ainda é válida nos dias de hoje, apesar da mudança de foco do capitalismo, tendo o termo empreendedor dois significados distintos: (i) uma pessoa que inicia um negócio ou compra e vende bens ou serviços; ou (ii) uma pessoa que inicia uma mudança dramática. A segunda definição foi cunhada em 1911 por Joseph Alois Schumpeter em seu livro intitulado "The Theory of Economic Development". Neste livro, o empreendedor é descrito como o responsável por desencadear e dar continuidade ao motor da criação capitalista (destruição criativa) (RUIZ, 2019).

A ideia ainda é válida nos dias de hoje, apesar da mudança de foco do capitalismo, tendo o termo empreendedor dois significados distintos: (i) uma pessoa que inicia um negócio ou compra e vende bens ou serviços; ou (ii) uma pessoa que inicia uma mudança dramática. A segunda definição foi cunhada em 1911 por Joseph Alois Schumpeter em seu livro intitulado "The Theory of Economic Development". Neste livro, o empreendedor é descrito como o responsável por desencadear e dar continuidade ao motor da criação capitalista (destruição criativa) (RUIZ, 2019).

Dessa forma, os empreendedores são responsáveis por criar produtos, mercados e métodos de produção, bem como converter métodos antigos em mais eficientes. Portanto, o empreendedorismo tem sido reconhecido como crucial para o desenvolvimento social e econômico. Assim, o empreendedorismo envolve a reorganização de recursos, sistemas econômicos e circunstâncias sociais, a fim de transformar cenários e recursos em benefício próprio. Decisões devem ser tomadas, riscos devem ser aceitos, e conhecimento e

conscientização devem ser desenvolvidos. A autoconsciência e o know-how devem ser adquiridos através da experiência e da prática (RUIZ, 2019).

Assim Schumpeter (1982) define o empreendedor como o inovador, ou o indivíduo que põe em execução novas combinações de fatores através de cinco tipos de inovação:

- Introdução de novos métodos de produção;
- Introdução de novos produtos (bens e serviços);
- Abertura de novos mercados;
- Conquista de novas fontes de matéria prima;
- Introdução de nova organização num setor industrial/econômico.

Percebe-se, portanto, que quase todas as definições de empreendedor contêm um padrão comum de comportamento: tomada de decisões, organização e reorganização de sistemas, e aquisição de conhecimento por meio da prática e da experiência. O foco da pesquisa sobre empreendedorismo está nas pessoas envolvidas e nos comportamentos que podem levar ao sucesso. Portanto, no ensino de empreendedorismo, ser é tão ou mais importante do que saber (GREATTI; SENHORINI, 2000).

Diante do histórico do termo empreendedor apresentado anteriormente, não há consenso sobre o que é um empreendedor, havendo na atualidade duas escolas de pensamento predominantes: uma perspectiva que considera os empreendedores como sendo inovadores, enquanto a outra os vê como intuitivos e criativos. Ambas concordam que o empreendedorismo tem algo a ver com crescimento econômico e pode mostrar como alguém pode mudar criativamente a economia de forma cíclica. Sendo assim, segundo Fillion (1999), o século XXI verá mais empreendedorismo do que o século XX pós-Revolução Industrial, e a economia está em constante desequilíbrio ou caos para o empresário.

De forma a agregar os três principais papéis do empreendedor, segundo os autores supracitados, podemos afirmar que eles são assumir riscos, inovar e expor a economia a diferentes níveis de risco. O empreendedor pratica a inovação constantemente, procurando oportunidades em áreas inovadoras. Já de acordo com os autores Amorim e Batista (2012), existem alguns fatores que podem criar oportunidades empreendedoras:

- Eventos inesperados;
- Uma necessidade;
- Uma mudança na demografia ou na população;
- Uma contradição entre o que existe e o que deveria existir;
- Uma descoberta científica ou novo conhecimento.

Indivíduos podem se tornar empreendedores sendo influenciados por suas relações próximas com outros empreendedores. Assim, empreendedores de sucesso podem influenciar os menos bem-sucedidos. Portanto, o empreendedorismo pode ser encarado como um processo dinâmico de criação de riqueza adicional, assumindo riscos, localizando e utilizando recursos e habilidades, além de dedicar tempo. Os quatro principais aspectos do empreendedorismo são destacados nas definições acima. O processo de se tornar um empreendedor envolve assumir riscos, criar algo novo e dedicar tempo e esforço. Esses quatro aspectos do processo têm valor tanto para o próprio empreendedor quanto para o público que pode usar o produto ou serviço criado (COPELLI; ERDMANN; SANTOS, 2019).

Um empreendedor não adquire apenas conhecimento, mas também incorpora valores, comportamentos, atitudes, formas de ver o mundo e ações. Esses aspectos são necessários para cenários em que a incerteza está presente, o risco está envolvido e a inovação é necessária (CAMPOS; SOEIRO, 2016).

A depender da área de estudo ou ótica, um empreendedor pode ser encarado de diferentes formas, como exposto a seguir. Um economista, por exemplo, vê um empreendedor como alguém que combina seus recursos (trabalho, capital etc.) com o objetivo de produzir um produto final de maior valor (ALBAGLI; MACIEL, 2002).

Já um psicólogo veria um empreendedor como alguém movido por determinadas motivações, seja para atingir algo, escapar do controle de outra pessoa ou até mesmo ganhar mais dinheiro para si e para seus negócios (DOLABELA; FILION, 2013). Para alguns empresários, um empreendedor pode parecer como um concorrente perigoso, enquanto para outros pode parecer um aliado capaz de criar empregos e encontrar formas de utilizar melhor os recursos (DOLABELA; FILION, 2013).

Portanto, empreendedores são pessoas motivadas de maneiras únicas, impulsionadas pelo que fazem e não querem ser como todo mundo (RUIZ, 2019). Eles desejam ser vistos como diferentes, admirados e imitados. Buscam ser lembrados pelo trabalho que realizaram para revolucionar o mundo. Como estão mudando o mundo, a forma como agem e o próprio processo empreendedor precisam ser compreendidos. Assim, Dolabela e Filion (2013) acreditam que o empresário e sua empresa não podem ser separados, ou seja, o empreendedorismo é uma atividade que reflete a personalidade, as crenças e os valores do empreendedor.

Um empreendedor é alguém que acredita em transformar a sorte a seu favor por meio de muito trabalho (RUIZ, 2019). Eles veem o negócio como um meio para alcançar um objetivo, ou seja,

uma forma de produzir grandes resultados no futuro. O empreendedor deve ser capaz de persuadir pessoas, como investidores, funcionários, parceiros e terceiros, de que podem transformar sua visão em um negócio de sucesso (PAULINO, 2003; ZEN, 2008). Os indivíduos que se empenham em uma ação empreendedora devem ser capazes de concretizar objetivos; eles têm que mostrar que podem produzir um negócio lucrativo no futuro, a partir da oportunidade que viram e reivindicaram como sua. Um ambiente pode influenciar uma pessoa a iniciar seu próprio negócio, se ser empreendedor for visto como algo positivo. Um empreendedor é um produto de seu tempo e lugar, da sociedade em que vive (COMPANS, 2004). Há também cientistas que se preocupam em saber se as habilidades empreendedoras podem ser aprendidas, uma vez que não há predisposição genética para ser um empreendedor (BESUTTI; ANGONESE, 2017). A ideia é que os empreendedores possam ser voluntários ou involuntários (PAULINO; ROSSI, 2003). As pessoas que são forçadas a se tornar empreendedoras devido ao desemprego ou por razões de sobrevivência, como alguns imigrantes, podem ser consideradas empreendedoras involuntárias (NASSIF; GHOBIL; DO AMARAL, 2009).

O empreendedor é alguém que busca novas soluções e caminhos, sempre com foco nas necessidades das pessoas. Eles são pessoas criativas e focadas na pesquisa de mercado, estando constantemente buscando novas oportunidades de negócios. Em outras palavras, um empreendedor tem que ser otimista, mesmo diante das dificuldades, e trabalhar arduamente para alcançar o sucesso (FILION, 2000).

Um empreendedor não depende apenas de fontes tradicionais de conhecimento, como livros, relatórios ou cursos. Eles utilizam seus sentidos para descobrir coisas em seu ambiente e possuem um senso extra que a maioria das pessoas não tem, podendo utilizar as experiências de outras pessoas para resolver novos problemas (DOLABELA; FILION, 2013). Um empreendedor tem que ser extremamente criativo e adorar descobrir coisas novas, por isso precisa se colocar no lugar de outras pessoas com frequência (FILION, 2000). Dessa forma, os empreendedores e seus negócios estão sempre buscando mudanças e aproveitando as oportunidades que o ambiente apresenta.

Algumas pessoas possuem uma predisposição natural para serem empreendedoras, o que significa que possuem as habilidades e características que um empreendedor precisa. Quanto mais preparada estiver a pessoa, maior será sua taxa de sucesso. No entanto, não existe um método garantido para o sucesso. De acordo com os autores Greatti e Senhorini (2000),

algumas pessoas nascem com as habilidades e características empreendedoras, enquanto outras não.

No intuito de desmitificar essa ideia relacionada ao perfil do empreendedor, existem instituições que estão fomentando uma cultura empreendedora dentro das universidades, por meio de programas públicos e privados ou incubadoras de empresas (DOLABELA; FILION, 2013). Essas instituições trabalham para revolucionar a cultura brasileira, ajudando a população a iniciar negócios de sucesso. São dezenas de incubadoras de empresas, programas universitários voltados ao empreendedorismo, pequenas empresas e outras entidades, como Sebrae, ANPROTEC e CNPq/Softex, trabalhando em prol de transmitir conhecimento e ferramentas aos novos empreendedores (DOLABELA; FILION, 2013). O processo de aprendizagem em uma pequena empresa, assim como no empreendedorismo, é baseado em ações. Se você não está aprendendo, você não está progredindo. O aluno pré-empresário deve ser colocado em situações semelhantes às que estaria lidando no mundo real (FILION, 2000).

Os alunos empreendedores não devem se limitar à sala de aula, mas sim desenvolver processos e métodos de trabalho semelhantes aos de um empreendedor fora da sala de aula. O mercado e a economia local fornecem uma base prática para esses processos e métodos, e teatro/jogos, biografias e estudos de caso podem ser utilizados como importantes ferramentas de ensino (DOLABELA; FILION, 2013). Esses métodos fortalecem e comprovam a teoria por trás deles, combinados com uma pitada de intuição, tomada de risco, motivação, confiança, habilidade e vontade de inovar.

Ter essa nova mentalidade inspira os alunos empreendedores a desafiar o que há muito tempo é considerado a maneira certa de fazer as coisas, assumindo os riscos do mercado local e aplicando suas habilidades em seu ambiente. As universidades, faculdades e escolas são os principais agentes dessa mudança. No entanto, em muitas dessas instituições, as pessoas ainda têm uma mentalidade voltada para ser um funcionário pouco criativo, concentrando-se apenas no conteúdo de livros e em tópicos teóricos (DOLABELA; FILION, 2013). É necessário incorporar ferramentas de ensino mais modernas, onde os futuros empreendedores possam integrar teoria e prática. É essencial não apenas incentivar novos empresários, mas também fornecer recursos para garantir seu sucesso, usando métodos comprovados, eficientes e bem-sucedidos (AMORIM; BATISTA, 2012).

As habilidades empreendedoras podem ser adquiridas e aprimoradas, dependendo do trabalho que o empreendedor está desempenhando no momento ou do estágio de crescimento

da empresa. Não há um padrão claro nesta área de estudo, o que torna a compreensão um pouco nebulosa (DOLABELA; FILION, 2013). No entanto, cabe aos futuros empreendedores determinar quais habilidades são necessárias para o seu trabalho e avaliar o que são capazes de fazer em relação a essas características (OLIVEIRA, 2004).

A compreensão de quais comportamentos levam ao sucesso empreendedor tem sido objeto de pesquisa nesta área (DOLABELA; FILION, 2013). O indivíduo que possui as características e a motivação para iniciar um negócio será capaz de aprender o que é necessário para criar, gerenciar e obter sucesso. Os empreendedores possuem habilidades interpessoais que lhes conferem intuição e visão de futuro, permitindo-lhes antever cenários e novas oportunidades (OLIVEIRA, 2004). Além disso, devem ser persuasivos para inspirar e negociar e obter os melhores recursos para a empresa. Esses indivíduos têm a capacidade de aprender e aproveitar as informações para melhorar o desempenho de sua empresa. Conhecimentos básicos em administração, planejamento, organização, formação de equipes e controle também são importantes para o sucesso de uma empresa (FERREIRA; PINTO; MIRANDA, 2015).

A forma como gestores e empreendedores abordam seus negócios, suas atitudes, visões de mundo e comportamentos são tão diferentes que têm causado muita confusão entre as pessoas. Borges Junior (2017) menciona que essa diferença pode ser a razão pela qual os objetivos da administração de empresas são divididos em duas categorias: lidar com o gestor e lidar com o empresário, sendo a autoconsciência de cada um muito distinta.

Empreendedores e gestores possuem talentos e focos diferentes. O gestor direciona os recursos da organização, enquanto o empreendedor lidera a definição do produto ou serviço (OLIVEIRA, 2004). A maneira como os empreendedores assimilam o mundo que os cerca difere muitas vezes dos conceitos transmitidos nas escolas de negócios tradicionais, já que a maioria das aulas não reflete o dinamismo dos ambientes e mercados em que os negócios estão inseridos (DOLABELA; FILION, 2013). Por esse motivo, os empreendedores devem ser flexíveis e estar dispostos a correr riscos. Eles precisam ser criativos, inovadores, ousados e não ter medo de quebrar regras ou tentar algo novo.

O ambiente de negócios no contexto da globalização apresenta um ritmo acelerado e dinâmico, no qual os trabalhadores precisam estar dispostos a aprender e aprimorar suas habilidades regularmente. Portanto, eles devem estar preparados para abraçar a mudança e trabalhar bem com pessoas que compartilham da mesma mentalidade (DOLABELA; FILION, 2013). Os melhores empregos atualmente não são cargos vitalícios, como observado no passado. Os empregadores estão procurando candidatos que possam desempenhar bem suas

funções de acordo com as regras e diretrizes, ao mesmo tempo em que estejam preparados para assumir riscos (COPELLI; ERDMANN; SANTOS, 2019).

Um executivo empreendedor possui metas e objetivos que acredita poder cumprir dentro de sua empresa atual. Esse executivo intraempreendedor vê que seus objetivos podem ser satisfeitos dentro do negócio, sem ter que abrir sua própria empresa (CALDEIRA; DE MEDEIROS JUNIOR, 2016). Já o empresário está disposto a assumir seu próprio negócio e seguir seu próprio caminho. Nesse contexto, eles teriam dificuldade em se sentir satisfeitos se permanecessem em sua função atual ou em outra posição semelhante na empresa (OLIVEIRA, 2004).

Um empreendedor tem que estar disposto a correr riscos em todas as suas decisões, seja no fechamento de um negócio, na contratação de pessoal, ou até mesmo na direção da própria empresa (DORNELAS, 2008). Tudo vem com risco e a possibilidade de fracasso. No entanto, eles podem aproveitar as oportunidades, atender melhor às necessidades de seus clientes e até mesmo criar produtos e serviços inovadores (ABÍLIO, 2019).

Eles ainda devem ser capazes de competir em custos e preços com outras empresas do nicho em que atuam, ao mesmo tempo em que criam empregos e ajudam a economia a crescer (DORNELAS, 2008). Um empreendedor deve ser uma pessoa disposta a aprender, mudar e se adaptar à medida que busca as melhores soluções. Não se pode simplesmente fazer o que funcionava antes e esperar obter sucesso. É necessário repensar constantemente os processos e estratégias, buscando inovar e se diferenciar no mercado (OLIVEIRA, 2004).

As situações estão em constante mudança e as pessoas são diferentes, por isso as atitudes e decisões precisam levar em consideração esses novos fatos. Embora possam parecer semelhantes, elas nunca são verdadeiramente idênticas (RUIZ, 2019). Empreendedores precisam ser criativos, inventar coisas novas e investir no desenvolvimento de suas capacidades de aprendizagem, utilizando tudo o que aprendem para melhorar seu conhecimento e compreensão das situações e como lidar melhor com elas (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

2.2 IMPORTÂNCIA DO EMPREENDEDORISMO NO MUNDO

Os negócios e a sociedade mudam como resultado do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. Essa mudança está associada ao crescimento da produção e ao

aumento do tamanho dos negócios. A inovação é crucial nas economias em desenvolvimento, não apenas para a criação de novos produtos, mas também como um catalisador para incentivar as pessoas a iniciarem novos negócios (RUIZ, 2019). Muitos empreendedores têm problemas para conectar suas criações ao mercado porque não possuem habilidades em administração, marketing ou finanças (MONITOR, 2017).

O empreendedorismo é a melhor forma de conectar a ciência ao mercado, por meio da formação de negócios e da oferta de novos produtos e serviços. Sendo assim, a atividade empreendedora é crucial para a economia, pois pode criar mais empregos e construir a base econômica (DOLABELA; FILION, 2013). O intraempreendedorismo, que é o empreendedorismo dentro de uma empresa já existente, é um elo essencial entre a ciência e o público, e, nesse sentido, é de fundamental importância incentivar os empreendedores (DORNELAS, 2008). Embora as organizações estabelecidas possam ser bem-sucedidas na comercialização de novas ideias e produtos, elas também podem restringir o pensamento criativo (SARKAR, 2010).

Muitas vezes, o foco no lucro de curto prazo, a burocracia e a cultura da própria empresa podem dificultar o florescimento da criatividade (DORNELAS, 2008). No entanto, muitas empresas reconhecem que precisam de inovação e, assim, incentivam o intraempreendedorismo entre seus trabalhadores (CALDEIRA; DE MEDEIROS JUNIOR, 2016). Os empreendedores que contribuem para o processo de Destruição Criativa são aqueles que ajudaram a formar a riqueza de um país (SCHUMPETER, 1982). A ação empreendedora é o que move a máquina capitalista. Um empreendedor é uma pessoa capaz de criar produtos, mercados e métodos de produção; eles também são capazes de revolucionar a estrutura econômica repetidamente, destruindo os velhos caminhos e criando novos (MONITOR, 2012).

O objetivo da ação econômica, portanto, é atender às necessidades, uma vez que não haveria necessidade de ação econômica se não houvesse nada a fazer (DOLABELA; FILION, 2013). O empreendedor é alguém que aproveita oportunidades de negócios, desenvolve coisas novas e incentiva o desenvolvimento econômico. Eles são responsáveis por substituir o transistor pela válvula eletrônica, a régua de cálculo pela calculadora eletrônica, a máquina a vapor pelo motor elétrico ou diesel (DORNELAS, 2008).

O empreendedorismo é a força motriz por trás do desenvolvimento. Quando os empreendedores são capazes de criar um produto/serviço melhor e mais eficiente a um custo mais baixo, a economia e todos nela se beneficiam. Substituir um serviço/produto mais antigo

e mais caro por uma versão mais nova e mais barata gera muitos benefícios e vantagens para todos os envolvidos (DORNELAS, 2008).

A capacidade de um país produzir bens e serviços necessários para o bem-estar de sua população é o que mede a riqueza de uma nação. Portanto, a livre iniciativa e a criatividade são tão importantes para o Brasil (DOLABELA; FILION, 2013). O processo de destruição criativa, conforme apresentado por Schumpeter em 1982, contribui para uma mudança positiva e construtiva na sociedade, em prol de um mundo mais justo e digno. Na década de 90, o aumento do empreendedorismo no Brasil foi extremamente importante, não só ajudando a criar pequenos negócios, mas também contribuindo para a diminuição da taxa de mortalidade dos empresários, devido ao desenvolvimento de competências e capacidades empreendedoras, tanto por opção quanto por necessidade (RUIZ, 2019).

Algumas pessoas, após serem demitidas de uma grande empresa, optam por iniciar seu próprio negócio. Quando as empresas se tornam gigantes e têm muitos funcionários, a redução do quadro de funcionários torna-se uma ferramenta para reduzir suas despesas e tornar seus produtos mais acessíveis e competitivos, o que leva a mais pessoas desempregadas que optam por iniciar seu próprio negócio (DORNELAS, 2008).

No passado, valores como conseguir um bom emprego, ser financeiramente estável e ir para uma boa universidade eram ensinados às crianças como meios importantes para alcançar a realização pessoal (DOLABELA; FILION, 2013). No entanto, é necessário que crianças e jovens aprendam valores como autonomia, independência, geração da própria renda, inovação, correr riscos em ambientes instáveis e gerar riqueza. Esses valores são os que conduzem os países ao desenvolvimento, e nesse contexto, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental (SERTEK, 2007).

Nessa conjuntura, o empreendedorismo deve conduzir os países ao desenvolvimento econômico, criando riqueza e benefícios para a sociedade (DOLABELA; FILION, 2013). Um empreendedor tem que estar constantemente enfrentando novos cenários, e eles têm que evoluir tentando coisas novas e cometendo erros (DORNELAS, 2008). Os erros que cometem permitem a descoberta de novas oportunidades de negócios, novas maneiras de monetizar algo, soluções tecnológicas, habilidades de gerenciamento, etc. (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

O empreendedorismo não apenas ajuda as pessoas a conseguir empregos, mas também as ajuda a lidar com um mundo em constante mudança (RUIZ, 2019). Ter habilidades empreendedoras é um bônus para os candidatos a emprego, pois permite que melhorem sua posição na corrida por um emprego (DORNELAS, 2008). O empreendedorismo pode levar ao

crescimento econômico, o que significa que as pessoas que iniciam negócios podem coordenar e liderar esforços para o crescimento de uma economia, individualmente ou como uma comunidade (BARROS; PEREIRA, 2008).

2.3 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O especialista canadense Louis Jacques Filion, que trabalhou no Brasil promovendo o empreendedorismo, afirmou que o país está assentado sobre imensos recursos naturais e uma rica cultura de empresários espontâneos, que pode ser encontrada em todos os lugares (DORNELAS, 2008). Portanto, ele atestou que bastaria um pequeno estímulo para que empreendedores iniciem seus negócios no país.

O ensino do empreendedorismo no país teve início nos anos 1980. O primeiro curso de empreendedorismo foi criado dentro da administração de empresas do Brasil, em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas em São Paulo (SERTEK, 2007). A aula se chamava Novos Negócios e foi iniciada pelo professor Ronald Degen. Por meio do professor Silvio Aparecido dos Santos, a Universidade de São Paulo começou a ensinar empreendedorismo em 1984. O curso foi oferecido aos alunos de pós-graduação do Curso de Especialização em Administração e, em seguida, expandido para graduandos em 1984, sob o nome de Criação de Novos Negócios - Empreendedorismo Treinamento. Atualmente, o curso é obrigatório para todos os alunos de graduação da Universidade de São Paulo. Em 1984, Newton Braga Rosa, professor de Ciência da Computação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, iniciou uma disciplina de ensino de criação de empresas no Bacharelado em Ciência da Computação (BAGGIO; BAGGIO, 2014).

Em 1992, a mesma universidade criou a Escola de Novos Empreendedores (ENE), que se tornou um dos mais importantes programas de empreendedorismo universitário do Brasil. A escola tem fortes laços acadêmicos e envolvimento da Fundação do Clube dos Funcionários da FEA (FEA), que em 1985 já oferecia um curso do Programa de Pós-Graduação em Administração denominado Criação de Empresas e Negócios de Base Tecnológica. Em 1992, a Fundação Instituto de Administração da FEA lançou um Programa de Capacitação Empreendedora voltado para pessoas da comunidade que desejavam abrir suas próprias empresas (BARROS; PEREIRA, 2008).

A UFSC mantém parcerias e conexões com outras universidades e organizações internacionais por meio de diversos projetos e órgãos dentro da universidade. Em 1992, o Departamento de Informática da Universidade Federal de Pernambuco criou o Cesar (Centro de Estudos e Sistemas Avançados), em Recife, com o objetivo de ser um centro de uso comercial de resultados acadêmicos. O conhecimento e a experiência gerados no Cesar foram fundamentais para a criação do Projeto Softex Genesis. Também em 1995, a Escola Federal de Engenharia de Itajubá, Minas Gerais, lançou o CEFEI (Centro de Formação Empresarial de Itajubá), com o objetivo de introduzir o empreendedorismo no currículo da universidade (CAMPOS; SOEIRO, 2016).

Considerando o grande potencial para o empreendedorismo no Brasil, é crucial que haja formação para estimular as pessoas a serem criativas, ter liderança, visão de futuro e deixar sua marca no mercado de trabalho (ALBAGLI; MACIEL, 2002). No mercado atual, onde há mudanças constantes e os empregos estão se tornando mais difíceis de obter e manter, o empreendedorismo vem ganhando relevância, sobretudo a partir da década de 90, com a criação de entidades de suporte como o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira de Exportação de Software) (DORNELAS, 2008). Antes disso, a economia e a política do Brasil não forneciam um ambiente favorável para os empreendedores, e não havia informações disponíveis como referência para empreendedores iniciantes. Essa transformação de mentalidade se torna fundamental em um mundo onde os empregos são difíceis de encontrar e manter (DOLABELA; FILION, 2013).

O Sebrae que é uma das mais conhecidas organizações sem fins lucrativos do Brasil realiza um trabalho fundamental no apoio e formação de micro e pequenos empresários (DORNELAS, 2008). O Brasil tem potencial para desenvolver a educação de empreendedorismo apenas atrás dos Estados Unidos, segundo a Softex. Ao longo da última década, foram criados programas em conjunto com incubadoras de empresas, universidades e cursos de ciência da computação em todo o Brasil (GOMES, 2011).

O Brasil possui muitos cursos, programas e outras ações que incentivam o empreendedorismo como solução para o desemprego, ao invés de depender exclusivamente de empregos fornecidos pelo governo e organizações sem fins lucrativos (DORNELAS, 2008). É importante que os brasileiros entendam que os empreendedores devem ser capazes de gerar riqueza e contribuir de maneira significativa para a construção de um país melhor (COMPANS, 2004). No entanto, muitos ainda consideram os empreendedores bem-sucedidos como pessoas de sorte, que venceram na vida por sorte e não por competência. Ainda assim, o país carece de

políticas de longo prazo voltadas para a promoção do empreendedorismo (DORNELAS, 2008; DOLABELA; FILION, 2013).

Os próprios empreendedores, consultores e especialistas que atuam em parques tecnológicos e incubadoras, financiadores e capitalistas de risco, são algumas das pessoas cujos negócios ajudam a formar o ecossistema econômico empresarial (FILION, 2000). No entanto, há um entendimento comum de que os empreendedores estão ligados ao desenvolvimento e à inovação. Suas famílias são mais propensas a produzir outros empreendedores e, empreendedores de sucesso, quase sempre têm um líder que admiram e imitam (DORNELAS, 2008). Em 2000, o Brasil participou pela primeira vez de uma pesquisa para analisar o nível de empreendedorismo no país, um esforço pioneiro liderado por um grupo de universidades e centros de pesquisa de cerca de vinte países (OLIVEIRA, 2004). A pesquisa foi coordenada pela London Business School, na Inglaterra, e pela Babson College, nos Estados Unidos, por meio de um esforço internacional chamado Global Entrepreneurship Monitor (GEM). O objetivo do GEM é observar como a atividade empreendedora afeta o produto interno bruto, os empregos gerados e identificar os fatores que impedem ou promovem a ação empreendedora. Os melhores indicadores de sucesso na criação de novos empreendimentos comerciais são a profundidade, a diversidade e o valor da experiência dos indivíduos em seu campo de interesse (FERREIRA; PINTO; MIRANDA, 2015).

O brasileiro é um povo muito otimista, o que pode influenciar uma mudança de mentalidade para que o indivíduo seja mais confiante, mais aberto e disposto a experimentar coisas novas (DORNELAS, 2008). No entanto, é preciso ter em mente que muito otimismo pode levar alguém a ter uma falsa impressão da realidade em que está vivendo, o que pode levar a agir rapidamente em questões complicadas sem entender completamente o problema central. Os problemas podem ser mal resolvidos com soluções ineficazes, ignorando a verdadeira raiz do problema (ABÍLIO, 2019).

O povo brasileiro precisa encontrar o equilíbrio entre o otimismo e a paciência com a inteligência desenvolvida em grupo. No passado, muitas pessoas pensavam que apenas pessoas com um dom especial poderiam ser empreendedores. Hoje, a essência de ser empreendedor é buscar oportunidades inovadoras (DORNELAS, 2008). Qualquer um pode aprender a ser um empreendedor de sucesso. Nesse cenário mudar a forma como nosso sistema educacional funciona seria um passo em direção a uma sociedade mais empreendedora (VALE; CORRÊA; REIS, 2014).

Embora possa parecer estranho, observar como as empresas de sucesso chegaram lá pode nos ajudar a manter nosso foco no futuro. Os aviões não foram criados estudando trens, e a chave não é imitar um modelo, copiar ou emular uma empresa de sucesso (DORNELAS, 2008). Em vez disso, precisamos saber como avaliar problemas ou mudanças no contexto e implementar as medidas e decisões eficazes que surgem de cada situação. Cada empresa tem que encontrar seu próprio caminho, e revisitar o passado nos ajuda a fazer isso. Portanto, durante nossas vidas, as experiências que temos, as situações que vivemos e o conhecimento que adquirimos podem nos ajudar a lidar com as dificuldades futuras que podem surgir em nosso caminho (JONATHAN; DA SILVA, 2007).

O processo de mudança leva tempo e não pode ser visto como algo instantâneo. Em vez disso, eles precisam ser analisados, assim como os negócios, observando o todo, não em partes separadas (DORNELAS, 2008). Quando se tem uma visão holística das empresas, atitudes pequenas e focadas podem produzir melhorias significativas e duradouras. Assim, o pensamento sistêmico é uma disciplina que vê a organização como um todo interdependente. Portanto, o pensamento sistêmico tem uma visão mais ampla das coisas, concentrando-se em padrões e mudanças, em vez de fatos ou eventos específicos (HISRICH; PETERS; SHEPHERD, 2014).

A teoria dos sistemas sugere que todos nós temos que trabalhar para encontrar equilíbrio em nossa situação ou organização. As organizações podem aprender com as experiências de seus indivíduos, mas nem sempre isso ocorre. O maior ponto de alavancagem para melhorar o desempenho do sistema é aprimorar os processos para reduzir perdas ou atrasos e possibilitar que as pessoas da organização adquiram conhecimento (LEITE, 2017).

Para alcançar o máximo de resultados, as pessoas devem ser motivadas, encorajadas e estimuladas a olhar para dentro de si, continuar aprendendo e ser criativas em seu trabalho (DORNELAS, 2008). Se os próprios funcionários não estiverem motivados, não haverá crescimento, aumento de produtividade ou avanços na tecnologia. As pessoas são a força ativa em uma empresa ou pesquisa que leva ao desenvolvimento (OLIVEIRA, 2004). Estudantes de MBA escolhem o empreendedorismo como opção mesmo sem ser necessário para o sucesso de um modelo de negócio. Cerca de 1/3 dos alunos consideram começar sua própria empresa apenas para se tornarem mais contratáveis. As empresas não vão mais dizer-lhes o que fazer; cabe ao empreendedor ser bem-sucedido (DORNELAS, 2008). A organização que aprende é aquela em que as pessoas são as principais ferramentas para mudar os processos. A organização quer que seus funcionários descubram as coisas por conta própria e ajam com iniciativa

empreendedora e autonomia. O trabalho em equipe e o treinamento individual são importantes para que a organização esteja pronta para lidar com problemas futuros (BESSANT; TIDD, 2009).

2.4 EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

O empreendedorismo imigrante é um assunto de crescente interesse entre pesquisadores e estudiosos da área. A globalização e o aumento do fluxo migratório têm um papel significativo no aumento desse fenômeno, especialmente nos países ocidentais (CLARK; DRINKWATER, 2000).

O empreendedorismo imigrante é considerado um fenômeno global e, de acordo com Halter (2007), nos Estados Unidos, por exemplo, os imigrantes superam em número os americanos nativos na abertura de novos negócios. Ainda segundo a autora, o mesmo fenômeno é observado na Europa, onde a proporção das atividades empreendedoras tocadas por imigrantes vem aumentando. Os imigrantes e seus negócios contribuem de maneira contundente para a economia local, criando empregos e gerando renda (GLINKA, 2018). Além disso, os empreendedores imigrantes contribuem para os países que os acolhem com o intercâmbio de ideias, cultura e a criação de novos mercados (OLIVEIRA, 2004).

Ainda assim, os empreendedores imigrantes enfrentam barreiras e desafios exclusivos desse contexto. Em muitos casos, é difícil ter acesso a redes de negócios estabelecidas, além de enfrentarem barreiras decorrentes de diferenças culturais e do idioma. Esses fatores podem dificultar ainda mais as relações com clientes, parceiros e fornecedores (KLOOSTERMAN e RATH, 2001).

Pesquisas sobre o tema destacam o importante papel do ambiente institucional na promoção da atividade empreendedora, por meio de regulamentos, financiamento e incentivos. Essas ações governamentais promovem a integração social e econômica dos empreendedores imigrantes (KLOOSTERMAN e RATH, 1999; LIGHT, 2006).

2.4. IMIGRAÇÃO BRASILEIRA PELO MUNDO

Embora o Brasil não tenha experimentado uma grande diáspora nas últimas décadas, o país passou por muitas ondas de imigração diferentes. Há uma grande diversidade no perfil dos imigrantes brasileiros, dependendo da onda migratória em que se encontram (MARGOLIS, 2013). Diferentes ondas imigratórias trazem consigo diferentes tipos de capital (social, econômico e humano) (MARTINS, 2013). Em 1980, observou-se que os brasileiros emigraram de seu país devido à estagnação econômica e à hiperinflação (VETTORASSI; DIAS, 2017). Perto de Miami, há pessoas que iniciaram suas jornadas de negócios com menos capital e menor qualificação, enquanto os imigrantes que se estabeleceram em Orlando foram bem capitalizados e criaram negócios muito expansivos (OLIVEIRA; GOMES, 2019).

Migrantes brasileiros estabelecidos em Londres, por exemplo, mostram que, embora tenham acesso a mais capital econômico, a forma como usam esse capital pode ser influenciada por sua classe social ou crenças (MARTINS, 2013). As diferenças de classe social podem ser reproduzidas em um país estrangeiro, causando discrepâncias nas habilidades linguísticas, educação e, conseqüentemente, na integração social (GUERRA FERNANDES et al., 2022). Cada subcultura e grupo étnico-racial brasileiro pode ter proficiências linguísticas diferentes, baseadas em seus grupos ancestrais específicos, como descendentes de japoneses, afro-brasileiros ou europeus com aparência semelhante à de muitos brasileiros (DE FREITAS, 2015). No caso dos imigrantes descendentes de japoneses, acredita-se que ocorra um movimento circular, já que brasileiros com ascendência japonesa vão e voltam entre o Brasil e o Japão (VALADAS; MARQUES, 2014; SASAKI, 2016).

O fato é que tem havido um recente aumento da emigração brasileira para Portugal e outros países europeus (BARBOSA; LIMA, 2020). Essa migração econômica frequente dos brasileiros vem acontecendo de forma crescente em vários países europeus (ver SANTOS et al., 2010; MARTINS; DIAS, 2013; BOGUS; BASSANEZZI, 2016), sendo que os motivos para sua emigração do Brasil incluem a falta de perspectivas de trabalho, reclamações sobre a violência cotidiana e busca por uma educação de qualidade (por exemplo, MARGOLIS, 2013; SASAKI, 2016; CRUZ et al., 2019a).

A depender do país, os imigrantes brasileiros enfrentam maiores ou menores dificuldades, decorrentes das diferenças culturais, climáticas, burocracia local, entre outros fatores. Tortato (2020), ao analisar dados das Declarações de Saída Definitiva registradas pela

Receita Federal brasileira, destaca que em 2019 o número de pessoas que optaram por deixar o Brasil e se mudar definitivamente para o exterior foi mais do que o dobro (crescimento de 125%) do montante registrado em 2013.

Ainda que associações de imigrantes, igrejas e câmaras de comércio trabalhem para aproximar os compatriotas brasileiros, há fatores que os separam. Isso inclui os relacionamentos dentro da comunidade e a ajuda oferecida por redes maiores, como empresas de imigrantes e câmaras de comércio. De igual forma, as escolhas e oportunidades disponíveis para empresas de propriedade de imigrantes estão ligadas à conexão do imigrante com sua comunidade (CARVALHO, 2012).

2.5 EMPREENDEDORISMO DE IMIGRANTES E DE COMUNIDADES BRASILEIRAS

Alguns imigrantes chegam à Europa ou América do Norte com visto de turista, enquanto outros entram pelas fronteiras com visto de trabalho, casamento ou investimento (ver TEDESCO, 2014). Independentemente de como entram no país, o autoemprego é uma opção de sobrevivência comum para imigrantes, especialmente aqueles do Oriente Médio, América Central e países do Leste que se mudam para a Europa ou América do Norte (CARVALHO, 2006).

Há também altas taxas de autoemprego identificadas em grupos de imigrantes que foram para o Reino Unido há muito tempo (especialmente paquistaneses), bem como em grupos que migraram mais recentemente (como de países europeus) (CLARK; DRINKWATER, 2000). Alguns imigrantes são altamente qualificados, enquanto outros enfrentam barreiras devido ao seu sotaque ou recursos financeiros. Independentemente de seu nível de habilidade, os imigrantes podem encontrar oportunidades em suas comunidades étnicas ou enclaves, como os indianos, chineses e latino-americanos que imigram para a Europa ou América do Norte, assim como os imigrantes brasileiros (MAYERSON, 2012).

Existem diferenças de gênero, nível de renda, proficiência no idioma e data de chegada ao Reino Unido, mas esses fatores não podem ser usados para determinar se um imigrante terá sucesso ou não. A imersão étnica é uma estrutura que explica como diferentes fatores influenciam a criação e manutenção de negócios (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN;

RATH, 1999). Chinatowns em todo o mundo são um exemplo de enclave étnico, ou seja, uma concentração espacial de casas e empresas de uma etnia específica, que pode ajudar novos imigrantes a se estabelecerem em um novo país, fornecendo-lhes redes de segurança e relacionamentos comerciais úteis (CRUZ; FALCÃO; MANCEBO, 2020). Essas Chinatowns também promovem a formação de novos negócios de imigrantes, influenciando as redes culturais, educacionais e sociais dos empreendedores, bem como o ambiente institucional (RELLY, 2016).

A etnia desempenha um papel significativo no apoio aos empreendedores, não apenas porque os valores e comportamentos culturais definem os grupos étnicos, mas também porque os membros de um grupo étnico têm um senso de união, devido ao seu status de migrante e de minoria (WANG; LIU, 2015). As comunidades podem ajudar os empreendedores com relacionamentos de apoio e formas alternativas de crédito cooperativo. Os chineses e outros asiáticos são conhecidos por administrar negócios que refletem sua cultura, como lojas étnicas e restaurantes (QUINTELA, 2014). Já os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelo futebol e, em geral, possuem habilidades empreendedoras, especialmente na área de serviços e tecnologia (GUIMARÃES; DA SILVA, 2019). Os negócios de propriedade étnica têm um alto capital social e são frequentemente operados por famílias, o que aumenta a coesão social e cultural (GUIMARÃES; DA SILVA, 2019).

Essas empresas promovem uma outra forma de mobilidade econômica para imigrantes, que podem aumentar rapidamente sua renda assim que chegam a um país. No entanto, este parágrafo discute como as pessoas que se identificam com seu grupo étnico ou cultura se sentem muito conectadas ao seu círculo íntimo (RAM; JONES; VILLARES-VARELA, 2017). Essa conexão é fomentada por meio de um longo processo de imersão social e socialização, e apesar dos aspectos positivos do empreendedorismo étnico, as limitações da empresa devem ser consideradas juntamente com as suas variáveis externas, bem como a importância do capital social dentro de culturas muito sociais, como as culturas asiáticas e latinas (FERREIRA, 2019).

As diásporas de imigrantes podem ser inseridas em ambientes institucionais muito diferentes de seus países de origem, o que pode causar uma mudança dramática em suas habilidades e gerar ideias inovadoras. As opções disponíveis e o público-alvo do negócio podem ser afetados por vários fatores: a conexão que um imigrante tem com sua comunidade, o tamanho de sua comunidade em comparação com o potencial de mercado e se o empreendedor se identifica ou não com seu grupo étnico (ou mesmo rejeita aquele grupo) (CRUZ; FALCÃO; MANCEBO, 2020).

A maneira como os profissionais de negócios tomam decisões também pode ser enquadrada no espectro do individualismo/coletivismo. Embora empresários brasileiros e americanos possuam atitudes diferentes quando se trata de decisões éticas, não há diferenças significativas quando se consideram critérios egoístas ou utilitários ao tomar essas decisões (RIBEIRO, 2016).

Tanto os empresários imigrantes brasileiros quanto aqueles de outras origens têm experiência semelhante ao lidar com ambientes culturais brasileiros. Indivíduos motivados e entusiasmados parecem ter menos preocupação com questões éticas em comparação com o sentimento de desconfiança, repulsa ou vergonha vivenciado por muitos empreendedores brasileiros (MACHADO et al., 2021). Embora esses empreendedores sejam imigrantes, os negócios de menor escala que têm sucesso no exterior parecem ser resultado mais do esforço individual do que do apoio de redes de empreendedores (LUKACS, 2006).

Mesmo diante dos esforços de pesquisas recentes, ainda existem lacunas no entendimento dos mecanismos de criação de negócios e dos perfis empreendedores de brasileiros estabelecidos em diversos países europeus, como na Alemanha, países Escandinavos, Holanda, etc. Os estudos realizados com foco na imigração contemporânea brasileira para a Europa e questões de gênero podem ser exemplificados por Martins e Dias (2013) e Lopes e Lanes (2020), respectivamente. Já os estudos que relatam o contexto específico de imigrantes brasileiros na Alemanha podem ser exemplificados por Portuguesis (2016), que trata dos imigrantes de origem italiana que trabalham em sorveterias alemãs, o relato de imigração estudantil (CARNICER, 2019) e outro artigo sobre a identidade social de imigrantes por meio de fóruns online (BATISTA; CISCON-EVANGELISTA; TESCHE, 2013).

Já nos países escandinavos, não foram encontrados trabalhos relativos às atividades empreendedoras de brasileiros. Ao contrário de Portugal e Espanha, a imigração para países escandinavos, assim como para a Alemanha, apresenta o componente da barreira da língua e uma diferença cultural extrema em relação à cultura brasileira (ver SOUSA; BRADLEY, 2006).

2.6 A INCORPORAÇÃO MISTA

Já nos países escandinavos, não foram encontrados trabalhos relativos às atividades empreendedoras de brasileiros. Ao contrário de Portugal e Espanha, a imigração para países escandinavos, assim como para a Alemanha, apresenta o componente da barreira da língua e uma diferença cultural extrema em relação à cultura brasileira (ver SOUSA e BRADLEY, 2006).

Ao se basear em teorias ou trabalhos da sociologia sobre empreendedorismo étnico, como os de Gold e Light (2000) que ocorrem no seio dessas comunidades, Kloosterman, Van der Leun e Rath (1999) mostram que há uma grande controvérsia no debate sobre a base do status econômico dos grupos étnicos e a origem de sua desigualdade. Embora esses textos da sociologia apontem que atributos culturais e até elementos de discriminação racial/étnica estejam ligados às estruturas de oportunidade e às suas desvantagens, destacam-se as várias políticas públicas e de infraestrutura que possuem impactos importantes na assimilação de imigrantes e refugiados. Os trabalhos de Guarnizo, Portes e Haller (2003) também complementam questões envolvidas na composição étnico-racial e na assimilação pelas sociedades receptoras, como um processo dinâmico e interativo.

Portanto, esse framework de análise, que surgiu da análise de comunidades imigrantes na Holanda, mostrou-se particularmente útil para revelar aspectos dos empreendedores migrantes e étnicos (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999). Sua ótica de análise incorpora a intersecção de (i) aspectos econômicos, (ii) aspectos sociais, (iii) fatores institucionais, (iv) diferenças de gênero e étnico-raciais e (v) ambiente de acolhimento e apoio aos negócios e empreendedores (RATH; KLOOSTERMAN, 2000).

A esfera econômica se evidencia quando os migrantes são levados a se engajar em trabalho autônomo ou subemprego, seja por condições socioeconômicas na chegada ou por barreiras específicas para obtenção de empregos qualificados (por exemplo, discriminação étnica ou racial, baixa proficiência na língua local ou carência de habilidades técnicas). Além disso, traços culturais adicionados a uma combinação de capital social, humano e financeiro também exercem influência, sendo também efeitos da agência dos atores na inserção de migrantes em estruturas sociais mais amplas (CRUZ; FALCÃO; MANCEBO, 2020).

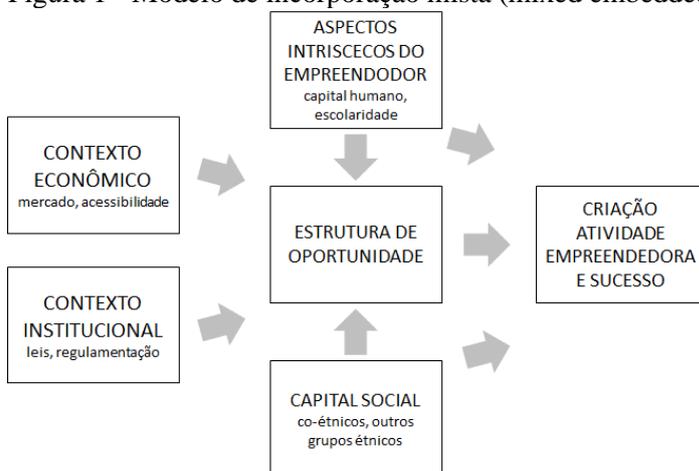
Aspectos sociais, fatores institucionais, lacunas de gênero e étnico-raciais, além do ambiente de suporte estão incluídos no conceito de incorporação mista, o qual evoluiu para

abranger tanto o nível micro dos empreendedores individuais, com seus recursos, quanto o nível meso da estrutura de oportunidades local, vinculando-os à estrutura macroinstitucional (RATH; KLOOSTERMAN, 2000).

No contexto do empreendedorismo étnico e de imigrantes, as condições de mercado podem determinar, em grande medida, em quais segmentos surgirão novos negócios (KLOOSTERMAN, 2010). No entanto, existe uma interação entre práticas culturais e capital humano na escolha do tipo de negócio em que um imigrante pode se engajar (CRUZ; FALCÃO; MANCEBO, 2020). Algumas empresas étnicas, por exemplo, podem exigir baixa proficiência na língua do país de acolhimento, ao se concentrarem no público-alvo de suas próprias comunidades. Por outro lado, a baixa proficiência no idioma local ou forte sotaque podem criar barreiras à inserção no mercado de trabalho formal e ao empreendedorismo (COLAKOGLU; YUNLU; ARMAN, 2018).

Neste sentido, diferentes políticas migratórias, traduzidas em fatores institucionais e estruturas de suporte, levam a diferentes estruturas de oportunidades, que configuram atividades empreendedoras (CRUZ; FALCÃO; MANCEBO, 2020). Embora estudos usando o framework da incorporação mista tenham sido realizados em contextos tão diversos como os de Somalis ou Vietnamitas no Reino Unido (RAM; THEODORAKOPOULOS; JONES, 2008; BAGWELL, 2018), no de Marroquinos em Amsterdam e Milão (SOLANO, 2020), ou de Etíopes e Bolivianos nos Estados Unidos (PRICE; CHACKO, 2009), ainda são praticamente inexistentes no seio de comunidades migrantes brasileiras.

Figura 1 - Modelo de incorporação mista (mixed embeddedness)



Fonte: Adaptado de KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999

3 MÉTODO DE PESQUISA

Neste capítulo, descreve-se a metodologia de pesquisa utilizada no presente trabalho, assim como a abordagem adotada para coleta de dados e análise, tanto dos dados oriundos da *survey* com imigrantes brasileiros quanto dos dados provenientes das entrevistas com empreendedores brasileiros estabelecidos na Escandinávia, caracterizando, portanto, uma pesquisa multimétodo.

Freire e Coutinho (2013) preconizam que a investigação pressupõe que um fenômeno está sendo questionado e, por isso, são necessários um conjunto de métodos, ferramentas e técnicas para que a pesquisa ou investigação obtenha seu curso.

Assim, dado que o foco do presente trabalho foi investigar um fenômeno contemporâneo em seu real contexto, verificando a pertinência do problema apresentado por meio de um confronto da pesquisa bibliográfica com os achados de campo e uma correta fundamentação teórica sobre o tema, buscou-se empreender as seguintes etapas de pesquisa: (i) levantamento bibliográfico; (ii) coleta de dados de imigrantes brasileiros por meio de *surveys*; (iii) coleta de dados de empreendedores brasileiros na Escandinávia por meio de entrevistas.

Na primeira etapa, durante o levantamento bibliográfico de artigos e literatura relevante para o tema, foram elencados estudos de empreendedorismo, imigração, empreendedorismo étnico e de imigrantes, buscando-se incluir o estado da arte na literatura internacional, artigos seminais e literatura mais recente (ver seção de Referencial Teórico).

Na segunda etapa, foi realizada uma pesquisa descritiva para registro, análise e interpretação dos dados por meio da coleta de dados oriundos de questionários respondidos por 415 imigrantes brasileiros que vivem na Escandinávia.

Na terceira etapa, foi realizada a aplicação de 19 entrevistas com roteiro semiestruturado visando entender a trajetória migratória dos empreendedores brasileiros que vivem na Escandinávia, compreender seu percurso na criação dos negócios, bem como as principais barreiras e oportunidades encontradas em seu estabelecimento, além de sua relação com a comunidade brasileira local e a população nativa.

Segundo Malhotra (2012), existem dois tipos principais de pesquisa, os quais estão descritos na Figura 2. Ambos os modelos são importantes, porém cada um deles possui finalidades, análises e resultados diferentes. De acordo com o autor, a pesquisa com o método qualitativo é uma “metodologia de pesquisa não estruturada e exploratória, baseada em

pequenas amostras que proporcionam percepções e compreensão do contexto do problema” (MALHOTRA, 2012, p.111). O autor indica também características sobre a pesquisa quantitativa, afirmando que é uma “metodologia (...) que procura quantificar os dados e, geralmente, aplica alguma forma de análise estatística” (MALHOTRA, 2012, p.111).

Figura 2 - Pesquisa qualitativa e quantitativa

	PESQUISA QUALITATIVA	PESQUISA QUANTITATIVA
Objetivo	Alcançar uma compreensão qualitativa das razões e motivações subjacentes	Quantificar os dados e generalizar os resultados da amostra para a população-alvo.
Amostra	Número pequeno de casos não-representativos	Grande número de casos representativos
Coleta de dados	Não-estruturada	Estruturada
Análise de dados	Não-estatística	Estatística
Resultados	Desenvolvem uma compreensão inicial	Recomendam uma linha de ação final

Fonte: Adaptado de Malhotra (2012).

3.1 QUESTIONÁRIO – COLETA E ANÁLISE

A primeira etapa da coleta de dados consistiu na criação de um questionário no Google Forms para a realização de uma pesquisa do tipo *survey*, contendo 28 perguntas, sendo 16 abertas e 12 fechadas, abordando o perfil sociodemográfico dos respondentes e aspectos relevantes para o projeto, identificados durante a revisão bibliográfica. A Tabela 1 tem como objetivo correlacionar os objetivos do trabalho com as perguntas do questionário.

Tabela 1 - Correlação entre objetivos e questionário aplicado

Objetivos Específicos	Subjetivos	Questões
Fazer a caracterização da amostra e entendimento do perfil do imigrante brasileiro na Escandinávia.	Identificar idade, sexo e nacionalidade do imigrante brasileiro	1, 2 e 3
	Identificar a formação do imigrante no Brasil e compreender se ele estudou no país acolhedor.	4, 5, 6, 7 e 8
	Identificar os motivos pelo qual deixou o país e por que escolheu o novo destino.	9, 10, 11, 13, 14 e 16
	Saber o tempo de migração.	12
Identificar se o imigrante teve apoio no país acolhedor.	Saber se o imigrante possui rede de apoio no que tange moradia e educação continuada.	7, 8 e 15
Analisar o mercado de trabalho no novo país e como esse fator se relaciona com a atividade empreendedora.	Identificar a situação atual de sustento e trabalho do imigrante.	17 e 18
Relacionar os motivos pelos quais os brasileiros empreendem na Escandinávia.	Verificar a atividade empreendedora no país acolhedor.	19, 21, 22 e 23
Avaliar os setores de mercado dos negócios dos imigrantes e as redes de apoio que se estabelecem.	Identificar se a atividade se constitui em mercado étnico ou não étnico.	20
Conhecer quais são as barreiras enfrentadas pelos brasileiros ao migrarem para Escandinávia.	Verificar as dificuldades enfrentadas ao chegar no novo país.	25
	Analisar se as dificuldades iniciais foram superadas ao longo da permanência.	26
Verificar se a imigrante obteve sucesso ao migrar para Escandinávia.	Analisar através da expectativa do tempo de permanência no novo país, se o respondente teve sucesso na atividade imigrante.	24

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Considerando que essa pesquisa teve início no período de pandemia do Covid foi amplamente utilizado os meios online para coleta dos dados. O acesso ao questionário foi feito pelo o link disponibilizado pela ferramenta do Google Forms (link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSflmVpVBYqfIRa1FuQxpYiAuNCqfLeGh2usPArpDwB90RIOZg/viewform>). Posteriormente, o grupo de pesquisa no qual a mestranda participa distribuiu o questionário através de redes sociais, como Facebook e LinkedIn, em grupos de brasileiros residentes na Escandinávia, conforme a

Tabela 2:

Tabela 2 - Grupos de imigrantes brasileiros do Facebook

Nome do grupo	Link	Membros
Brasileiros que vivem na Dinamarca	https://www.facebook.com/groups/1699068303666597	1,4 mil
BnD - Brasileiros na Dinamarca	https://www.facebook.com/groups/394541333936990	7,9 mil
Brasileiras, brasileiros e simpatizantes em Stavanger	https://www.facebook.com/groups/339234922786170	474
Brasileiros em Helsinki e Região - Brazilians in Helsinki and Region	https://www.facebook.com/groups/293090210832410	520
Brasileiros em Oslo	https://www.facebook.com/groups/1589738287938146	3,4 mil
NO Vivendo na Noruega NO	https://www.facebook.com/groups/2864152100261781	7,3 mil
 NOImigrantes Residindo na Noruega NO	https://www.facebook.com/groups/1606276562988945	2,1 mil
Brasileiras(os) na Escandinávia - Dinamarca, por um Brasil Brasileiro	https://www.facebook.com/groups/177413035928488	930
Brasileiros na Noruega	https://www.facebook.com/groups/195108350981977	4,7 mil
Brasileiros na Suécia - Anúncios e Informações	https://www.facebook.com/groups/858987700885665	3,7 mil
Negócios brasileiros na Suécia	https://www.facebook.com/groups/777561308933126	736
Brasileiros na região Skåne (Suécia)	https://www.facebook.com/groups/brasil.skane	779
Brasileiros em Gotemburgo	https://www.facebook.com/groups/613759112721396	578
Descobrimos a Noruega (Discovering Norway)	https://www.facebook.com/groups/115766365272073	4,8 mil
Brasileiros na Dinamarca	https://www.facebook.com/groups/1833613216734028	1,6 mil
Brasileiros em Malmö	https://www.facebook.com/groups/brasileirosemmalmo	1,6 mil
Bem vindo à Suécia	https://www.facebook.com/groups/621658991305737	817
Brasileiros (as) na Suécia.....	https://www.facebook.com/groups/160580410655955	246
Brasileiros na Noruega e Mundo  BRNO	https://www.facebook.com/groups/536942470844923	1,6 mil
Brasileiros na Noruega	https://www.facebook.com/groups/2031651430405455	941
 BR  Brasileiros na Escandinávia - Brazilians in Scandinavia	https://www.facebook.com/groups/brasileirosnaescandinavia	418

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

A primeira etapa da coleta de dados consistiu na criação de um questionário no Google Forms para a realização de uma pesquisa do tipo *survey*, contendo 28 perguntas, sendo 16 abertas e 12 fechadas, abordando o perfil sociodemográfico dos respondentes e aspectos relevantes para o projeto, identificados durante a revisão bibliográfica. A Tabela 1 tem como objetivo correlacionar os objetivos do trabalho com as perguntas do questionário.

Com o objetivo de determinar a amostra adequada para a pesquisa, realizou-se uma consulta ao site do Itamaraty para obter informações sobre a quantidade de brasileiros residentes na Escandinávia. De acordo com as informações mais recentes, divulgadas em 2020, estima-se que existam 32.094 brasileiros na região. No entanto, é importante destacar que essas informações oficiais não refletem a realidade da quantidade de imigrantes brasileiros, uma vez que os dados são de 2020 e não levam em conta as pessoas em situação irregular. Levando em conta o aumento da violência no Brasil, os problemas econômicos, a redução de oportunidades e os impactos da pandemia, é possível que o número de imigrantes brasileiros tenha aumentado.

Como não há uma estimativa mais precisa sobre o tamanho desse contingente, optou-se por utilizá-lo para o cálculo da amostra. Com esse objetivo, definiu-se um intervalo de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, resultando em um tamanho mínimo de amostra de 380 indivíduos (ver SILVER, 2000; KOTRLIK; HIGGINS, 2001; HAIR; BLACK; BABIN, 2009), conforme a fórmula de cálculo amostral:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{N \times d^2}{Z^2 \times p \times q}}$$

Onde:
n = tamanho da amostra
N = tamanho da população
Z = valor da abscissa da curva normal relativa ao nível de confiança
d = é o erro tolerável da amostra em porcentagem
p e q = proporção de se escolher uma empresa aleatoriamente

Fonte: Silver (2000).

A coleta de dados foi realizada durante o segundo semestre de 2022 e obteve um total de 478 voluntários que responderam ao questionário. Para fins desta pesquisa, foram considerados apenas os 415 respondentes que atendiam aos critérios propostos, ou seja, eram imigrantes brasileiros com residência fixa na Dinamarca, Noruega ou Suécia. Observa-se que a amostra final da pesquisa (n=415) excedeu o tamanho mínimo amostral calculado (n=380).

Após a coleta de dados, o software Excel foi utilizado para o tratamento das informações. Conforme preconizado pela literatura (ver Malhotra, 2012), nesta etapa foram

utilizadas ferramentas de estatística descritiva para as questões fechadas e inferência estatística para análise das questões abertas.

Para as questões abertas, também foi utilizado o recurso de nuvem de palavras com o objetivo de compreender melhor o fenômeno apresentado nesta pesquisa. O uso dessa ferramenta é justificado, pois oferece quadros conceituais de forma sintetizada, sistematizada e proporciona uma fácil compreensão sobre o conjunto de ideias que emergiram por meio da coleta de dados. Para isso, foi empregado o software Wordle, um aplicativo disponibilizado online que analisa e trata as informações fornecidas pelos respondentes. Esse método mostra, por meio de representações gráficas, as palavras que aparecem com maior frequência na base de dados e, conseqüentemente, as palavras que têm maior relevância são destacadas por meio de formas, tamanhos e cores (VILELA; RIBEIRO; BATISTA, 2020).

3.2 ENTREVISTAS – COLETA E ANÁLISE

Em um segundo momento, foram conduzidas entrevistas semiestruturadas com 19 empreendedores brasileiros na Escandinávia, com o objetivo de enriquecer a pesquisa com evidências qualitativas sobre o percurso empreendedor de alguns imigrantes brasileiros. Essas entrevistas foram realizadas para ilustrar, com circunstâncias e características não capturadas na primeira fase de coleta de dados, o perfil específico do empreendedor imigrante, que não foi abordado na pesquisa quantitativa inicial.

Aqui, a abordagem qualitativa se justifica na medida em que possui uma visão interpretativa do mundo (DENZIN; LINCOLN, 2006) e lida com interpretações da realidade social. A compreensão da vida dos entrevistados é vista como uma condição primordial do método (BAUER; GASKELL, 2017).

Visando aprofundar o entendimento do fenômeno apresentado, foram realizadas entrevistas por meio do Google Meet, com a devida autorização dos entrevistados para a gravação do áudio. As entrevistas tiveram uma duração média de 40 minutos e foram agendadas de acordo com a conveniência dos participantes da pesquisa.

Os voluntários foram recrutados por meio da coleta inicial da *survey*, busca ativa no LinkedIn, indicações de contatos nas embaixadas brasileiras nos países em questão e pesquisa em redes sociais de brasileiros residentes na Escandinávia. A seleção dos respondentes seguiu

critérios de acessibilidade, independentemente de terem participado ou não da pesquisa inicial, sendo importante selecionar participantes com as características desejadas, como:

- (i) Empreendedores brasileiros estabelecidos na região;
- (ii) Proprietários de empresas formais, de qualquer ramo, com alguma identidade ou envolvimento com a comunidade brasileira local – excluindo todas as empresas que operassem na informalidade, ou serviços não registrados para fins fiscais.

A elaboração do roteiro teve como base os atributos e conceitos apresentados em estudos bibliométricos, como o de Cruz e Falcão (2016). Foi desenvolvido com base na perspectiva de análise da incorporação mista de Kloosterman, Van der Leun e Rath (1999). Para tanto, as entrevistas semiestruturadas realizadas com empreendedores estabelecidos na Escandinávia abordaram questões relativas a:

- (i) Trajetória migratória individual;
- (ii) As estruturas de oportunidades encontradas;
- (iii) As dificuldades encontradas no país acolhedor;
- (iv) Experiência na criação e gestão de seus negócios;
- (v) A importância das redes e dos mecanismos sociais para a sobrevivência e êxito dos negócios;
- (vi) Parcerias e fornecedores locais;
- (vii) Questões logísticas e de suporte ao negócio.

Foram contatados 43 voluntários para as entrevistas, no entanto, apenas 19 atenderam a todos os critérios descritos acima. Em sua maioria, tratava-se de casos em que o empreendedor não possuía empresa constituída ou não residia nos três países aqui pesquisados. As entrevistas foram realizadas e gravadas em arquivos de áudio por outro pesquisador. A mestrandia fez a transcrição completa dos áudios coletados utilizando o software Word e a análise das entrevistas foi feita utilizando o software Atlas.ti para o tratamento, codificação e análise dos dados.

As entrevistas foram analisadas seguindo as indicações de Gioia, Corley e Hamilton (2013), empregando uma abordagem indutiva sistemática para o desenvolvimento das categorias que emergiram dos depoimentos. Portanto, a análise e codificação foram realizadas em quatro etapas:

1. Análise de primeira ordem, incluindo a busca de termos centrados no informante;

2. Análise de segunda ordem, buscando-se semelhanças e diferenças e visando reduzir as categorias específicas;
3. Estabelecimento de rótulos ou descritores frasais, agregando dimensões;
4. Construção de um diagrama de estrutura de dados.

Como limitações encontradas nesta etapa da pesquisa, cabe ressaltar que, devido à falta de recursos financeiros e às condições adversas impostas pela pandemia da Covid-19, não foi possível realizar uma pesquisa de campo para uma melhor observação do fenômeno apresentado.

Outra questão relevante é a dificuldade de pesquisar sobre o empreendedorismo de brasileiros imigrantes na Escandinávia, porque não há nenhum censo ou coleta de dados realizados pela Embaixada que indiquem, por exemplo, informações sobre o sexo, idade e escolaridade dos brasileiros residentes nesses países, a quantidade de empresas abertas por esses imigrantes, dados estatísticos sobre os segmentos de negócios e/ou taxa de mortalidade das empresas. Isso reforça o caráter inicial e exploratório desta pesquisa acerca do tema.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Esta seção apresenta os dados colhidos por meio do questionário tipo *survey* com os respondentes brasileiros que vivem na Escandinávia, coletados e divulgados em grupos de Facebook e LinkedIn. Em um segundo momento, serão expostos os dados angariados por meio das entrevistas semiestruturadas.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA *SURVEY*

Através do questionário *survey*, foi possível angariar 415 respondentes, todos brasileiros residentes nos países escandinavos, conforme descrito na metodologia de pesquisa. Do total de questionários respondidos, é possível observar que 61% dos brasileiros residiam, no momento da pesquisa, na Suécia, 20,7% na Dinamarca e 18,3% na Noruega. Também foi observada a predominância do sexo feminino, com uma média geral de 74% de participação em todos os países pesquisados, sendo que, em alguns países, esse total foi ainda superior à média, conforme apontado na Tabela 3.

Tabela 3 - Distribuição dos respondentes por gênero

	Mulheres	Homens
Dinamarca	83,7%	16,3%
Noruega	65,8%	34,2%
Suécia	73,1%	26,9%

Fonte: Coleta de dados (2022).

No questionário, foi solicitado que os respondentes inserissem a sua idade. Assim, com o intuito de facilitar a manipulação da informação, foram estipuladas faixas etárias para o recorte da amostra. Ao analisar a Tabela 4, foi observado um perfil etário jovem, considerando que 75,4% dos indivíduos tinham entre 25 e 44 anos. Apenas 1,45% tinham mais de 64 anos, indicando, portanto, uma população economicamente ativa.

Tabela 4 - Distribuição dos respondentes por idade

	%
18-24	5,3%
25-34	40,0%
35-44	35,4%
45-54	11,6%
55-64	6,3%
> 64anos	1,4%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Foi inquerido o nível de escolaridade dos participantes e observou-se que 84,1% possuíam, no mínimo, graduação completa, sendo 39,3% apenas com graduação completa, 21,7% com pós-graduação (Lato Sensu), 15,4% com mestrado e 7,7% com doutorado, indicando uma possível fuga de capital intelectual do Brasil, na qual pessoas com maior escolaridade saem do país de origem em busca de países com maior nível de desenvolvimento (ver, por exemplo, DOCQUIER; LOHEST; MARFOUK, 2007). Ainda considerando os dados com relação à escolaridade, a maioria dos respondentes (93,1%) que possuem escolaridade acima da graduação declararam que tiveram sua formação em universidades brasileiras, sendo 47,6% em instituições particulares e 45,6% em instituições públicas (vide Tabela 5).

Tabela 5 - Distribuição do país e tipo de universidade que cursou

	%
Universidade privada no Brasil	47,5%
Universidade pública no Brasil	45,6%
Em uma universidade no exterior - Não da Escandinávia	3,2%
Em uma universidade da Escandinávia	3,1%
n/a	0,6%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Foi questionado, na questão número 20 da *survey*, o tempo de permanência nos países acolhedores, para apurar o tempo aproximado de duração da imigração. Cabe ressaltar que essa informação leva em consideração a permanência no país até a data em que a pesquisa foi realizada e não considera os casos de estadia em países estrangeiros anteriores. Portanto, segundo os dados levantados na Tabela 6, 63,4% da amostra reside nos países pesquisados há menos de cinco anos. Em contrapartida, 20,0% dos indivíduos afirmam residir nos países acolhedores há mais de 10 anos.

Tabela 6 - Distribuição do tempo de residência no país acolhedor
%

Menos de 1 ano	24,3%
Entre 1 e 4,9 anos	39,0%
Entre 5 e 9,9 anos	16,6%
Mais de 10 anos	20,1%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Já em relação à situação de chegada nos países estrangeiros, ou seja, à modalidade de visto de entrada, apresentam-se os dados na Tabela 7.

Tabela 7 - Modalidade de entrada no país acolhedor

	%
Visto de casamento	25,1%
Com visto de trabalho	20,5%
Para acompanhar marido ou esposa	14,5%
Com visto de estudante	12,3%
Já tinha cidadania europeia	12,5%
Com visto de turista	5,8%
Visto de residência e trabalho por conta própria	4,5%
Visto de residente de longa duração	3,4%
Para reivindicar cidadania	1,4%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Observou-se que 39,6% da amostra alegou ter deixado o Brasil devido a questões matrimoniais, sendo 25,1% para casar-se com cidadãos suecos, dinamarqueses ou noruegueses. Com relação aos motivos profissionais, observou-se que 37,3% da amostra apresentou motivos relacionados ao trabalho/estudo. Cabe destacar que 5,8% dos respondentes ainda estavam em situação temporária, ou seja, com visto de turismo.

A seguir, apresenta-se a análise dos dados trazidos pelas questões abertas da *survey*, referentes aos motivos pelos quais deixaram o Brasil, bem como as oportunidades e barreiras encontradas no país acolhedor. Além disso, com o objetivo de identificar as questões mais recorrentes nas respostas, foi utilizado um software para criar nuvens de palavras.

A seguir, na Tabela 8, apresentam-se os temas que emergiram das questões abertas: Por que deixou o Brasil?

Tabela 8 - Temas que emergiram das questões abertas: Por que deixou o Brasil?

Objetivos Subjetivos	Temas que emergiram	Exemplos
Identificar o motivo pelo qual os brasileiros respondentes deixam o país.	Pessoas que foram acompanhar marido ou esposa que tiveram oportunidade de trabalho na Escandinávia.	“Marido veio trabalhar aqui na Suécia.” “Acompanhar cônjuge que veio a trabalho na área de ti.” “Meu marido conseguiu uma vaga de trabalho.”
	Pessoas que se casaram com nativos da Escandinávia.	“Casamento com sueco.” “Eu não queria, mas aconteceu de conhecer um sueco.” “Parceiro sueco.”
	Oportunidade de trabalho	“Proposta de emprego.” “Tive a oportunidade e abracei.”
	Qualidade de vida	“Melhor perspectiva e qualidade de vida.” “Por segurança e qualidade de vida” “Para uma melhor educação e segurança para meus filhos”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Considerando-se esse tema, existe a predominância de “questões de matrimônio e familiares” com 36,4% dos entrevistados. Este é seguido por “oportunidades de trabalho e/ou estudo” com 28,4%. Os entrevistados que alegaram “buscar melhores condições de vida” figuram em 17,8%. Outros motivos com menor relevância são o “intercâmbio”, “questões políticas” e ‘falta de oportunidade” totalizando 17,4%. Na Tabela 9 apresenta-se a “Modalidade de entrada no país acolhedor: Por que escolheu o país acolhedor?”

Tabela 9 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Por que escolheu o país acolhedor?

Objetivos Subjetivos	Temas que emergiram	Exemplos
Avaliar quais fatores dos países acolhedores atraíram os imigrantes.	Qualidade de vida.	“Qualidade de vida, burocracia é menor, o Estado funciona e é extremamente menos corrupto.” “Pela melhor qualidade de vida.” “É um país mais seguro. As pessoas respeitam as leis, não tem muita corrupção.”

		“Segurança e boas políticas públicas de saúde e educação (...).”
	Questões amorosas e/ou familiares.	“Não me atraiu, foi pelo trabalho do esposo.” “Meu marido é Finlandês.” “Possuo família nele e existe um suporte grande do governo na vida das pessoas.”
	Oportunidade de trabalho e/ou estudo.	“Qualidade do programa de estudo, oportunidades profissionais (...).” “Programa atrativo de bolsa de estudos (...).” “Boas ofertas de emprego.”
	Clima e/ou cultura.	“Pela natureza e pela forma de se viver.” “Gosto da cultura voltada à família e bem-estar.”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Conforme apresentado na Tabela 9, 43,1% dos entrevistados afirmaram que a qualidade de vida foi o fator que mais os atraiu nos países escandinavos. Em segundo lugar, há fatores relacionados ao matrimônio e/ou familiares (22,7%). Na sequência, surgem as respostas relacionadas ao trabalho e/ou estudo, com 21,2%.

Na Tabela 10, a seguir, apresenta-se os dados relativos à “Modalidade de entrada no país acolhedor: Objetivos no país acolhedor?”.

Tabela 10 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Objetivos no país acolhedor?

Objetivos Subjetivos	Temas que emergiram	Exemplos
Identificar o que o imigrante brasileiro busca nos países acolhedores.	Trabalhar e/ou estudar.	“Estudar, trabalhar e me estabelecer aqui.” “Crescer profissionalmente.” “Contribuir para um cenário de produção de energia limpa, segura e acessíveis.” “Crescer na carreira.”
	Imigrar	“Passar o resto da vida aqui.” “Residir indefinidamente.” “Continuar por aqui até a aposentadoria.”
	Qualidade de vida.	“Ter uma vida plena e tranquila.” “Mais equilíbrio e qualidade de vida, segurança, oportunidades, viajar.”

		“Viver confortavelmente.”
	Questões amorosas e/ou familiares.	“Sou casada com um sueco e temos 2 filhos.” “Construir uma família.”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Analisando a Tabela 10, referente ao propósito dos voluntários na Escandinávia, observa-se que o tema "trabalhar e/ou estudar" é o mais frequente, com 39,0%. Em seguida, o tema "imigrar" aparece com 24,3%. O tema "qualidade de vida" foi citado por 16,6% da amostra, enquanto "questões amorosas e/ou familiares" foi mencionado por 15,1% dos entrevistados. Outros motivos compõem os 5% restantes das respostas. Quando se avalia a nuvem de palavras, verifica-se uma correlação com o quadro e os temas que emergiram em relação às expectativas sobre o país acolhedor.

Figura 3 - Nuvem de palavras sobre os propósitos dos imigrantes brasileiros



Fonte: Coleta de dados (2022).

A

Tabela 11, mostra os temas relativos à “Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades iniciais da imigração?”

Tabela 11 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades iniciais da imigração?

Objetivos Subjetivos	Temas que emergiram	Exemplos
Analisar quais foram as dificuldade e barreiras enfrentadas quando chegou na Escandinávia.	Idioma	“Comunicação e compras no mercado.” “Língua e inclusão social.” “Idioma, adaptação com crianças.” “Língua difícil.”
	Burocracia	“Documentação em geral, muita demora e burocracia.” “Demora na obtenção de todos os documentos (...).” “Encontrar moradia e questões de documentação local.”
	Clima	“Frio e escuridão.” “Adaptação com a escuridão.” “(..) o frio negativo (-22).”
	Cultura	“Cultura muito diferente.” “A cultura, o jeito das pessoas se expressarem. São mais reservadas (...).”
	Intolerância racial, sexual, xenofobia.	“Dificuldades com assimilar homofobia e intolerância de estrangeiros não escandinavos.” “Discriminação no mercado de trabalho.” “Políticas xenófobas de imigração (...).”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Conforme os dados apresentados na Tabela 11, o tema mais mencionado no tocante às dificuldades enfrentadas foi o "idioma", citado por 50,6% da amostra. Em seguida, o tema "burocracia" apareceu para 14,0%, seguido de "clima" para 13,5% e "cultura" para 5,1% dos respondentes. Destaca-se ainda os problemas relacionados à "intolerância racial, sexual e xenofobia", citados por 4,6% dos imigrantes. Também aparecem com menor frequência temas como "custo de vida", "criação de novos relacionamentos" e "inserção no mercado de trabalho", com respostas de 12,2% da amostra.

Já a Tabela 12, a seguir mostra os temas relativos à “Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades atuais da imigração?”

Tabela 12 - Modalidade de entrada no país acolhedor: Dificuldades atuais da imigração?

Objetivos Subjetivos	Temas que emergiram	Exemplos
Identificar quais itens ainda figuram como problemas na adaptação do imigrante brasileiro.	Idioma	“Conseguir me comunicar, conseguir um emprego.” “Proficiência na língua.”
	Nenhum	“Aqui na Suécia, nenhuma dificuldade até o momento.”
	Burocracia	“Acredito que sejam ligadas a entender como funciona a sociedade.” “Acesso à tratamento médico de qualidade.” “Entender os sistemas locais para o cidadão: Sistema de saúde, habilitação de motorista, impostos etc.”
	Saudades do Brasil.	“Distância da família.” “Saudade da família e amigos (...).”
	Inserção no mercado de trabalho.	“Conseguir trabalho na área de formação.” “Recolocação no mercado de trabalho. Você precisa aprender o sueco e ter um nível de inglês alto (...).”
	Criar novas conexões e relacionamentos	“Criar laços mais profundos com as pessoas. São muito fechados.” “A conexão com pessoas.” “Distanciamento das pessoas.”
	Clima	“Continua sendo a escuridão.” “Poucas horas de sol (...).” “Invernos com pouca luz e dias curtos me acertam fisiologicamente.”
	Custo de vida.	“Preços altos devido à desvalorização do real.” “Custo de vida, preço elevado dos bens de consumo assim como alimentação e combustíveis.”
	Intolerância racial, sexual, xenofobia.	“Não reconhecimento pelo fato de ser estrangeiro.” “Preconceito, diferenças culturais.” “Racismo.”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Ao analisar a Tabela 12, considerando as dificuldades atuais que os imigrantes enfrentam, o tema "idioma" ainda figura como o principal problema relatado por 24,3% dos respondentes.

Em segundo lugar, o tema "nenhum" caracteriza uma boa adaptação por parte dos imigrantes. Fatores ligados à "burocracia" e "saudades do Brasil" aparecem nos relatos de 9,2% dos respondentes cada. Dificuldades referentes à "inserção no mercado de trabalho" estão representadas em 8,4% das respostas. Já o tema "criar novas conexões e relacionamentos" figura como o sexto item com 7,5% dos respondentes. Questões pertinentes ao "clima" estão incluídas em 4,3% das queixas, enquanto os itens "custo de vida" e "intolerância racial, sexual e xenofobia" apresentam 4,1% das citações cada um.

Considerando a pergunta relativa à ocupação atual dos imigrantes brasileiros, 63,7% dos respondentes afirmam estar “trabalhando” e “trabalhando/estudando”, enquanto somente 8,8% declararam que estariam “só estudando”. Além disso, 14,5% estão “cuidando da casa, trabalhando e/ou estudando”, de acordo com a Tabela 13 a seguir.

Tabela 13 - Qual é a ocupação atual no país acolhedor?

	%
Só Trabalhando	40,9%
Trabalhando e estudando	22,9%
Cuidando da casa, trabalhando e/ou estudando	14,5%
Só estudando	8,8%
Somente cuidando da casa e/ou da família	5,5%
Buscando oportunidades para trabalhar	3,4%
É empresário	2,3%
Buscando oportunidades para abrir um negócio	0,6%
Vivendo de renda	0,6%
Fazendo turismo	0,4%
Fazendo trabalho voluntário	0,1%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Já no intuito de medir a satisfação com as condições de vida do país acolhedor, foi perguntado quanto à expectativa de tempo para permanecer no país acolhedor, sendo revelados os seguintes percentuais conforme a Tabela 14.

Tabela 14 - Quanto tempo pretende permanecer no país acolhedor?

	%
Para sempre	48,9%
Não sei	26,7%

Entre 1 e 5 anos	15,4%
Mais de 5 anos - pretendendo voltar	5,2%
Menos de 1 ano	3,8%

Fonte: Coleta de dados (2022).

Foi possível identificar que 48,9% dos brasileiros entrevistados não pretendem voltar a morar no Brasil, indicando uma grande satisfação com a vida atual como imigrantes na Escandinávia. Há também um destaque para 26,7% dos entrevistados que não souberam responder. Apenas 3,8% pretendem voltar em menos de um ano, o que corrobora com o nível de satisfação dos residentes desses países.

Através da análise dos questionários, foi possível observar que a maioria dos respondentes escolheu a Suécia (61%) para fixar residência. A maioria é composta por mulheres (74,0%) que imigraram para se casar com escandinavos (21,7%) ou para acompanhar seus companheiros brasileiros que imigraram a trabalho. São brasileiros que, em sua maioria, possuem alta escolaridade e formação no Brasil, o que pode indicar uma possível fuga de talentos.

O principal problema citado pelos respondentes para adaptação no novo país foi a dificuldade com o idioma local. Outras barreiras emergiram, como a grande burocracia na documentação, problemas para validar diplomas e certificados e, conseqüentemente, dificuldade em se recolocar no mercado formal de trabalho. Fatores como clima frio e escuro e uma cultura muito diferente do Brasil também foram citados pelos imigrantes como entraves para a adaptação à vida na Escandinávia.

Na próxima seção, serão detalhados os resultados encontrados nas entrevistas semiestruturadas, assim como a caracterização dos empreendedores brasileiros imigrantes.

4.2 CARACTERIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS – PERFIL DOS ENTREVISTADOS

A Tabela 15 a seguir detalha o perfil dos empreendedores que se qualificaram para compor a pesquisa em questão:

Tabela 15 - Dados sociodemográficos dos entrevistados

Entrevista	Nome fictício	Idade	Sexo	Local de moradia	Tempo no exterior	Ramo de atividade	Empreendeu antes?
E1	J.M.	n.a.	M	Dinamarca	2	Tecnologia	Sim
E2	M.A.	45	F	Dinamarca	15	Estética	Não
E3	D.F.	42	F	Dinamarca	16	Tecnologia	Não
E4	J.	60	F	Dinamarca	38	Alimentação	Não
E5	M.	n.a.	F	Dinamarca	5	Alimentação	Não
E6	M.B.	47	M	Dinamarca	25	Esporte e cultura	Sim
E7	C.	34	M	Dinamarca	5	Estética	Sim
E8	K.L.	n.a.	F	Suécia	4	Cosmético	Não
E9	C.H.	n.a.	F	Noruega	23	Jurídico	Não
E10	P.C.	n.a.	F	Suécia	3	Alimentação	Não
E11	L.	n.a.	F	Suécia	3	Moda	Sim
E12	S.O.	n.a.	F	Suécia	5	Cosmético	Não
E13	A.F.	n.a.	F	Suécia	6	Cultura	Não
E14	D.F.	n.a.	F	Suécia	n.a.	Alimentação	Sim
E15	L.M.	n.a.	F	Suécia	3	Moda	Sim
E16	O.M.	n.a.	F	Suécia	5	Alimentação	Sim
E17	E.M.	34	F	Suécia	12	Construção	Não
E18	J.H.	n.a.	F	Suécia	30	Consultoria	Não
E19	L.N.	n.a.	M	Noruega	1	Tecnologia	Sim

Fonte: Coleta de dados (2022).

Conforme os dados da Tabela 15, há uma predominância feminina entre os entrevistados, com 79,8% das respondentes sendo mulheres. Com relação ao país acolhedor, a Suécia é o mais comum, com 52,6%, seguido pela Dinamarca, com 36,9%. A Noruega é o país de residência de 10,5% dos entrevistados. Quanto ao tempo de permanência no país, 42,1% dos entrevistados relataram que residem há mais de 10 anos, seguidos pelos que residem entre 1 e 4,9 anos, com 31,6%. Já os que moram entre 5 e 9,9 anos totalizam 26,3%.

Com relação ao segmento de negócios, observou-se que 31,6% dos entrevistados trabalham no ramo de beleza e estética, seguidos pelo ramo de alimentação, com 26,3%. Em terceiro lugar, estão os negócios ligados à tecnologia e robótica, com 15,8%. Cabe ressaltar que

a maioria dos entrevistados tem empresas relacionadas com sua origem étnica e voltadas para o público brasileiro.

A seguir, será apresentado um resumo sobre a trajetória dos empreendedores brasileiros entrevistados:

- **E1:** J.M é carioca e está morando há dois anos e meio na Dinamarca. Quanto à sua escolaridade, estava fazendo o doutorado pela COPE e fazia pesquisas no laboratório da mesma instituição na área de robótica. No Brasil, era empreendedor nessa mesma área de atuação. Imigrou porque recebeu um convite para trabalhar com robótica na Escandinávia. Com relação à adaptação ao novo país, citou dificuldades com o idioma e a cultura mais fechada dos dinamarqueses. Atualmente, empreende na área de tecnologia de automação e ressaltou a facilidade em abrir uma empresa no país empreendedor.
- **E2:** M.A. é de Fortaleza e reside na Dinamarca há quinze anos. Ela primeiramente imigrou para a Espanha, onde conheceu o marido dinamarquês. Alegou dificuldades de adaptação por conta do idioma local, um dos fatores que a levou a se dedicar à atividade empreendedora. No Brasil, era formada na área de marketing, no entanto, não conseguiu validar o diploma nem obter recolocação no mercado formal de trabalho. Fez um curso no país acolhedor na área de estética e abriu sua clínica nesse ramo. Alegou baixa burocracia para a abertura da empresa na Dinamarca, entretanto, não consegue contratar recursos devido aos altos custos da mão de obra no país.
- **E3:** D.F. é paulistana e está morando na Dinamarca há dezoito anos. Imigrou por conta do namorado que, na época, era dinamarquês. Na ocasião, estudava Física na USP e fez aplicação para estudar na Universidade de Copenhagen. Nessa instituição, fez mestrado e doutorado na área de astrofísica. Sentiu dificuldades de adaptação no país acolhedor por conta do idioma e da cultura mais fechada dos dinamarqueses. Além de ser pesquisadora e professora na Universidade de Copenhagen, ela empreende na sua área de conhecimento, produzindo lentes para aplicações médicas.
- **E4:** J. é baiana e reside na Dinamarca há 38 anos. Imigrou por causa do marido dinamarquês, que conheceu no Brasil. Ela alegou ter enfrentado bastante dificuldade de adaptação por conta do clima e do idioma. Fez um curso no país acolhedor na área de alimentação. Trabalhou por um tempo no mercado formal de trabalho, entretanto, sempre teve vontade de abrir um restaurante. Atualmente, possui um restaurante de

comida típica brasileira. Comentou que tem dificuldades para contratar mão de obra, além dos altos custos para comprar alimentos, que são a matéria-prima do seu negócio.

- **E5:** M. reside na Dinamarca desde 2017 e imigrou junto com o marido brasileiro, que teve oportunidade para trabalhar na área de tecnologia. Resolveu abrir uma empresa que vende pães de queijo congelados porque sentia saudades dos produtos brasileiros que tinha costume de consumir quando morava em São Paulo. Comentou sobre a baixa burocracia e os incentivos que recebeu do país acolhedor.
- **E6:** M.B. é de Salvador e reside na Dinamarca há 25 anos. Imigrou para se casar com uma dinamarquesa no Brasil. Faz parte de um grupo de capoeira brasileiro que atua em vários países. Comentou que sua escola dá aulas não só para brasileiros, como também para dinamarqueses que têm interesse na cultura brasileira.
- **E7:** C. imigrou para se casar com o companheiro, que é dinamarquês. Está morando na Dinamarca há cinco anos, onde abriu um salão de beleza que atende a latinos e brasileiros por trabalhar com cabelos cacheados e crespos. C. comentou que o processo de abertura de empresa na Dinamarca é muito menos burocrático do que no Brasil.
- **E8:** K.L. mora na Suécia há quatro anos. Imigrou com o marido brasileiro, que é programador e recebeu uma oferta de trabalho no país acolhedor. K.L. é formada em Direito e atuava na parte administrativa (RH) como servidora pública no Brasil. Não conseguiu validar seu diploma e enfrentou bastante dificuldade de adaptação com o idioma local. Procurou recolocação no mercado formal em empresas multinacionais, mas não teve êxito, e por esse motivo, decidiu empreender. Atualmente, ela possui uma empresa de cosméticos voltada para cabelos cacheados e crespos.
- **E9:** C.H. mora na Noruega há 23 anos e imigrou porque se casou com um norueguês. Formada em Direito, conseguiu validar sua escolaridade por conta das políticas imigratórias da época. Abriu uma empresa de consultoria jurídica voltada para imigrantes e comenta que o idioma é a maior barreira para a adaptação nos países escandinavos.
- **E10:** P.C. é paulista, formada em Moda pela USP. Resolveu imigrar porque não tinha perspectivas profissionais no Brasil. Trabalhou como babá nos EUA e na Itália antes de se estabelecer na Suécia, onde conheceu seu companheiro sueco e obteve o visto de união estável. Abriu uma empresa que vende brigadeiros e tem como objetivo difundir a cultura deste produto brasileiro na Suécia.

- **E11:** L. era empreendedora no ramo da moda no Brasil, influenciada por sua mãe. Tinha o desejo de imigrar para ter uma melhor qualidade de vida. Seu marido, que trabalha na área de TI, conseguiu um emprego na Suécia e ela o acompanhou. Abriu uma empresa de quimonos e tem uma loja em um espaço colaborativo de empreendedoras brasileiras. Comentou que, devido ao alto custo da mão de obra na Escandinávia, ela importa as peças de confecção brasileiras.
- **E12:** S.O. imigrou para a Suécia para fazer mestrado. Filha de um sueco criado no Brasil ela possui familiares no país acolhedor o que facilitou seu processo de imigração e adaptação. S.O. tem uma empresa que desenvolve e produz cosméticos veganos e sustentáveis que utiliza produtos locais como matéria prima. Comentou que o país acolhedor proporciona muitos incentivos para pesquisa e abertura de novas empresas.
- **E13:** A.F. teve contato com a Suécia quando trabalhava no Brasil na comissão de organização das Olimpíadas. Imigrou há seis anos para se casar com um sueco que conheceu nessa ocasião. A.F. abriu uma empresa voltada para eventos culturais para a comunidade brasileira.
- **E14:** D.F. era executiva na área de marketing no Brasil, além de empreendedora dona de uma escola de música voltada para crianças. Na ocasião, era casada com um sueco que foi criado no Brasil. Imigrou para a Suécia com o marido, que resolveu retornar ao país de origem. D.F. conseguiu se recolocar no mercado formal do país acolhedor trabalhando em algumas empresas multinacionais. Entretanto, tinha o desejo de iniciar um novo negócio e, por isso, abriu uma empresa de açaí adaptado aos produtos regionais e ao paladar do público sueco. Comentou sobre as facilidades e incentivos para abrir empresa na Suécia.
- **E15:** L.M. já possuía uma empresa de consultoria de imagem no Brasil. Em 2019, imigrou para se casar com um sueco que conheceu durante uma viagem à Europa, e por esse motivo, transferiu sua empresa para a Suécia. Por trabalhar online, ela não sentiu os impactos da pandemia de covid, e continua atendendo seus clientes brasileiros mesmo após sua mudança.
- **E16:** O.M. imigrou com o marido brasileiro que recebeu uma proposta para trabalhar na Suécia atuando na área de TI. Com uma família empreendedora, O.M. já empreendia no Brasil. Quando imigrou para a Escandinávia, viu uma oportunidade de abrir uma empresa de comida brasileira congelada para atender a comunidade brasileira.

- **E17:** E.M. imigrou primeiramente para Portugal aos 18 anos. Posteriormente, imigrou para a Escandinávia para se casar com um sueco. Após a separação, ela mora atualmente com familiares brasileiros que se estabeleceram no país através de visto de casamento com suecos. Ela viu uma oportunidade de abrir uma empresa no ramo da construção civil motivada pelos altos valores pagos para esse tipo de mão de obra.
- **E18:** J.H. imigrou aos 10 anos de idade com a mãe que se casou com um sueco. Ela tem uma empresa de consultoria para recolocação no mercado de trabalho.
- **E19:** L.N. imigrou para a Escandinávia há um ano e meio. Já era empreendedor no Brasil na área de ensino de robótica e engenharia de automação. Após a pandemia de Covid, as empresas fecharam e ele recebeu um convite para trabalhar na área de TI na Noruega. No país acolhedor, abriu uma empresa na área de robótica. Ressaltou a importância da proficiência no idioma no processo de adaptação no novo país.

Os entrevistados, de modo geral, alegaram dificuldades na adaptação na Escandinávia motivadas pelo idioma, clima e cultura. Com relação à atividade empreendedora, as barreiras apresentadas foram os altos impostos, custo de insumos e mão de obra. A seguir, será detalhado o processo de análise e categorização das entrevistas.

4.3 CATEGORIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS

Após a transcrição integral das 19 entrevistas, o material foi submetido ao programa Atlas.ti para dar início ao processo de categorização e observar os temas que emergiram das respostas dos empreendedores.

Por meio da etapa de codificação foi possível se chegar às seguintes categorias:

i. Aspectos intrínsecos do empreendedor (sociais/culturais): nesse tópico emergiram questões relacionadas aos motivos e contextos da imigração que corroboram na situação atual do imigrante, tais como: fatores ligados à vida profissional pregressa do empreendedor como nível de proficiência no idioma, formação e histórico profissional.

ii. Aspectos relacionados as empresas: aqui surgiram temas ligados ao *core business* das empresas, ou seja, qual é o produto e serviço que o empreendedor entrega. Outro fator importante nesse caso é o público-alvo que ele atende, se é voltado ao seu grupo étnicos ou não.

iii. Aspectos institucionais: nessa seção surgiram temas ligados em como os governos através de regulamentos e leis incentivam a atividade empreendedora. Além disso, emergiram aspectos econômicos e sociais desses locais, e como o ambiente interfere nas empresas dos imigrantes. Na Tabela 16 a seguir, são apresentadas algumas evidências dessa análise onde há correlação entre as categorias encontradas e as falas dos entrevistados:

Tabela 16 - Categoria de temas das entrevistas

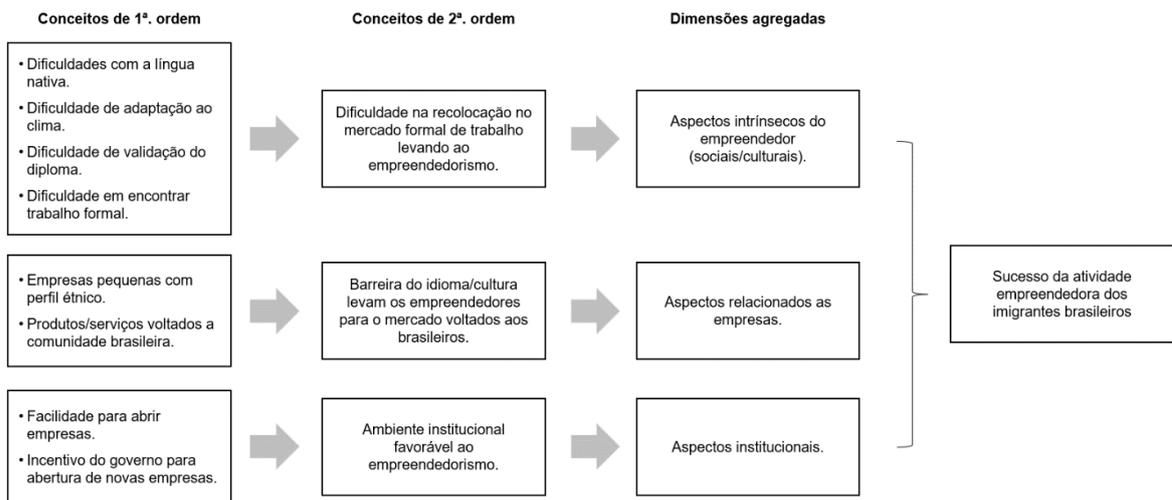
Categorias	Temas que emergiram	Exemplos
Aspectos intrínsecos do empreendedor.	Por que imigrou?	(E5): “Eu mudei para a Dinamarca em 2017 porque meu marido arrumou um emprego na Dinamarca.” (E13): “E aí eu conheci meu companheiro nesse meio do caminho, né? (...) Ele é Sueco.” (E8): “Então, eu acho que a minha história é um pouco parecida com a maioria das mulheres que tem vindo ultimamente que é o meu marido é programador arranhou um emprego aqui.”
	Proficiência no idioma.	(E2): “(...) você tem que aprender o idioma e é um desafio imenso porque o dinamarquês em concreto, ele é um idioma muito difícil.” (E9): “Porque eu vejo que idioma é uma coisa crítica em todos os países nórdicos.”
	Dificuldade em validar o diploma brasileiro.	(E8): “Mais administrativa porque eu pensei como o direito eu não teria muito espaço aqui. Eu teria que estudar tudo de novo, enfim. (...) Validar diploma e tudo isso.”
	Dificuldade em recolocação no mercado formal de trabalho.	(E2): “(...) então encontrar emprego tava difícil até hoje não dinamarquês, né? Porque eles iam contratar uma brasileira que não falava português dinamarquês trabalhar com uma revista de moda na Dinamarca.” (E7): “Em algumas áreas dá para se inserir, mas em outras realmente existe uma barreira (...) Se você não vê como você vai procurar emprego aqui aí vai estar concorrendo com europeus, né?”
	Produtos/serviços voltados ao seu grupo étnico.	(E5): “(...) em São Paulo, eu comprava com pão de queijo toda semana

Aspectos relacionados as empresas.		congelado (...). Chegando aqui na Dinamarca, eu falei não tipo não tinha nada e aí eu comecei a procurar opções (...).” (E8): “Isso e eu trouxe muito também buscando essa proposta de ter produtos para quem tem cabelo enrolado. Porque era uma coisa muito difícil de encontrar aqui na Suécia.”
	Dificuldade na contratação de mão de obra.	(E11): “A mão de obra aqui é impossível. Tanto que eu produzo a maioria das minhas peças.”
Aspectos institucionais.	Facilidade na abertura de empresas.	(E2): “Não para abrir a empresa registrar empresa é gratuito, né?” (E5): (...) resumindo o consultor falou assim, olha você tá no país certo para empreender, um dos mais fáceis do mundo para você empreender.”
	Dificuldade contratação mão de obra.	(E17): “Porque não tem a mão de obra.”
	Altos impostos.	(E4): “O imposto que você paga que é muito alto.” (E2): “. São muitas os impostos são muito, muito altos (...).”

Fonte: Coleta de dados (2022).

Após a decodificação dos resultados, foi identificado um quarto item relacionado ao sucesso da atividade empreendedora dos imigrantes brasileiros na Escandinávia, além dos três itens citados (aspectos intrínsecos do empreendedor, aspectos relacionados às empresas e os aspectos institucionais) relacionados ao framework da incorporação mista (KLOOSTERMAN; RATH, 2001). A Figura 4 tem como objetivo apresentar os assuntos pertinentes oriundos da codificação das entrevistas, seguindo a metodologia proposta por Gioia, Corley e Hamilton (2013), empregando, portanto, uma abordagem indutiva sistemática para o desenvolvimento das categorias.

Figura 4 - Processos de codificação em três etapas



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Nas próximas seções, serão apresentadas as análises relativas a cada uma das categorias encontradas nesta etapa do trabalho.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Esta seção tem como objetivo analisar e interpretar os dados levantados por meio da *survey* e das entrevistas com empreendedores brasileiros à luz do arcabouço teórico da incorporação mista (KLOOSTERMAN; RATH, 2001). Esse framework busca correlacionar fatores referentes ao ambiente econômico-institucional do país receptor com aspectos intrínsecos dos empreendedores, sendo de grande importância para explicar como ocorre a atividade empreendedora de imigrantes fora de seu país de origem (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999).

5.1 ASPECTOS CULTURAIS E COMPORTAMENTAIS DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Não há consenso entre os estudiosos sobre quais fatores levam à emigração brasileira. Autores como Giuliani (2019) e Martins e Dias (2013) apontam em seus trabalhos que as questões econômicas dos imigrantes motivaram a saída do Brasil. Os autores Cruz, Falcão e Paula (2018) abordam o tema sob a ótica da busca por melhores condições de vida/trabalho e trazem fatores ligados à qualidade de vida como principal motivação. Quanto à trajetória migratória individual, houve um certo padrão nas respostas obtidas. A maioria dos respondentes declara que emigrou por motivos matrimoniais, seja para casar-se com dinamarqueses ou para acompanhar seus familiares que tiveram oportunidades profissionais formais nos países escandinavos.

“(...) eu conheci meu marido na época namorados dinamarquês, então eu vim para cá, eu deixei tudo que tinha (...), comentou E2.

“(...) É porque meu companheiro é dinamarquês então era uma ponte para ficar mais fácil entre Brasil e a Dinamarca.”, relatou E7.

Corroborando ainda a entrevistada E10, diz *“Então, eu acho que a minha história é um pouco parecida com a maioria das mulheres que tem vindo ultimamente que é o meu marido é programador arranhou um emprego aqui.”*

“Nós fomos por causa do trabalho do meu marido, né. Que ele trabalha na Ericsson e tem ele viajando e recebeu uma proposta (...)”. Relatou, E16, uma das entrevistadas.

A amostra é predominantemente feminina, assim como os resultados encontrados no questionário *survey*, o que pode parcialmente explicar os motivos matrimoniais e/ou familiares que os entrevistados alegaram para migrar.

Quando questionados sobre as barreiras e dificuldades iniciais de adaptação, os entrevistados foram unânimes em dizer que o idioma foi o principal problema enfrentado, conforme os relatos destacados abaixo:

“Mas você vai estudar porque o foco maior foi aprender o idioma porque a gente se você não consegue falar a situação fica muito complicada (...)”. Então eu queria me sentir parte da sociedade dinamarquesa falando o idioma falando da forma correta se respeitada por isso né?”, E2.

“E aqui os suecos estudam alemão. Desde a quinta série as crianças eles escolhem o espanhol ou alemão ou o francês. E ainda tem o inglês. Mas o inglês vem desde a primeira série. Então inglês é o segundo idioma para eles. Mas a comunicação com o sueco eles são uma cultura que eles tem que saber se comunicar e tem um jeito de comunicar legal. Senão eles não escutam.”. E18.

Existe uma particularidade nos países nórdicos citada nas entrevistas, que é a importância do conhecimento das línguas nativas (dinamarquês, sueco e norueguês) para o processo de acolhimento do imigrante nesses países. Essa importância é ressaltada não só para o processo de socialização, como também para a inserção no mercado de trabalho. Trabalhos de Cruz, Falcão e Paula (2018) corroboram a importância do idioma para o processo de integração, assim como a importância desse skill e seus impactos negativos no cerne da recolocação no mercado formal de trabalho no país acolhedor.

No tocante às dificuldades profissionais encontradas, os empreendedores relataram, em sua maioria, que não conseguiram validar seus diplomas ou certificações brasileiras nos países escandinavos.

“(...) Sou advogada no Brasil também trabalhei na parte de jurídica do Ministério da Saúde. E quando eu vim para cá, eu pensei em trabalhar em alguma coisa voltada para essa área. (...) Mais administrativa porque eu pensei como o direito eu não teria muito espaço aqui. Eu teria que estudar tudo de novo, enfim (...)”, E8.

“(...) Estética. Eu venho da área de publicidade e nunca me passou pela cabeça trabalhar com estética, sabe? (...)”, relata E2.

Ainda segundo os entrevistados, mesmo aqueles que conseguem validar sua escolaridade, enfrentam dificuldades em recolocação nos países acolhedores devido aos seguintes fatores: (i) falta de competitividade com outros estrangeiros devido à falta de fluência em inglês - nesse caso, os entrevistados alegaram que, nos países europeus, por exemplo, as pessoas estudam inglês regularmente como segunda língua desde a infância, o que é diferente das condições para o estudo do idioma no Brasil; (ii) cultura de priorização de pessoas locais - outro fator bastante citado nas entrevistas é a priorização no processo seletivo de pessoas que são locais, ou seja, que nasceram nos países acolhedores.

Os trechos a seguir evidenciam essa narrativa:

“(...) eu perguntei para o recruiter e ele falou assim, olha é muito difícil de explicar por que mesmo 7seu currículo sendo bom é sempre que tiver uma concorrência entre qualquer pessoa e um sueco eles vão sempre priorizar, né um sueco (...).”, E8.

“Principalmente quando a gente é estrangeiro de que você vai encontrar. Vamos ajeitar o seu a carta de apresentação é como se fosse o foco para encontrar o trabalho para fazer limpeza para trabalhar em fábrica e tipo assim, não é que seja um trabalho (...)”. E2.

A falta de oportunidades de recolocação no mercado formal de trabalho foi apontada pela maioria dos entrevistados como fator primordial para o início da atividade empreendedora. Essa evidência já foi relatada pelas autoras Gomes e Bourlegat (2020), as quais discorrem sobre as implicações da dificuldade na recolocação no mercado formal de trabalho, levando muitos imigrantes a recorrerem ao empreendedorismo.

5.2 ASPECTOS LIGADOS ÀS EMPRESAS

A maioria dos entrevistados, devido às diferenças culturais e às barreiras de idioma, possui empresas com produtos e/ou serviços voltados para seus conterrâneos (brasileiros e/ou latinos). Entre os entrevistados foram identificadas empresas de cosméticos para cabelos cacheados, salões de cabeleireiro especializados em cabelos cacheados, produtos típicos brasileiros (como brigadeiros, pão de queijo, restaurantes brasileiros e açaí) e roupas com estampas coloridas.

Diversos autores tratam do empreendedorismo étnico, seus motivos e causas. Waldinger, Aldrich e Ward (1990) preconizam que o empreendedorismo é “um conjunto de

conexões e padrões regulares de interação entre pessoas que compartilham experiências nacionais comuns ou de migração”. Ainda segundo Gomes e Bourlegat (2020), esse fenômeno tem como base o grupo de origem do imigrante e, enquanto grupo, tem a mesma origem e compartilha da mesma cultura, preferências e costumes.

A seguir alguns trechos das entrevistas que reforçam o conceito de empreendedorismo étnico:

“Eu comecei só com o desejo de compartilhar o pão de queijo. Porque tem muitos brasileiros que querem também comer. Que tem saudade dos sabores brasileiros e tal.” E5.

“E o brasileiro é movido a leite condensado. E aí que assim eu queria realmente porque eu acho que eu tenho o sonho de que um dia o brigadeiro vai ser tão popular quanto sei lá um sushi ou alguma coisa assim, sabe.”, E10.

“Eu comecei com o público brasileiro, mas por ter essa facilidade de approach de me vender.”, E11.

“E esse mercado muito aberto e muito brasileiro, né? Tem então que tá ali que tem a carência, aceita falta de casa sente, a falta da comida. (...) as mensagens que eu mais recebo aí muito obrigada, eu comi a sua comida. Eu senti que eu tava comendo na casa da minha mãe na casa da minha avó. Então assim porque eu levo carinho na comida que eu faço. Então eu levo o conforto né.”, E16.

Alguns entrevistados relataram ainda que a cultura mais aberta e comunicativa dos brasileiros muitas vezes constitui uma vantagem competitiva em nichos ligados a serviços e atendimento ao público, conforme evidenciado nos trechos a seguir:

“(...) as pessoas acabam que gostam muito disso dessa coisa que eu tenho eu sempre coloco um tempinho a mais para alguns clientes e pacientes. Eu tenho um tempo ainda maior porque eu sei que essa pessoa precisa de atenção, ela precisa conversar ela precisa e para mim é muito importante (...)”, relata E2.

“(...) Eu preferia escolher uma dentista que fosse brasileira para ter mais proximidade com o que eu tava acostumado lá.”, E1

“Eu acho que a gente joga nas onze né. (...) Aqui quando a gente acha o cara, ele é muito mais técnico, mas ele não tem o feeling do Brasileiro, né? Ele não entende comportamento ele fica no livro na técnica.”, comenta E13.

Nas entrevistas, também surgiram questões relativas às dificuldades que os empreendedores brasileiros encontram para contratar mão de obra nos países dinamarqueses.

Os brasileiros alegam como barreira o alto custo da mão de obra e a falta de interesse dos escandinavos em trabalhos operacionais.

“Eu tive dificuldades para encontrar alguém para distribuir folhetos para minha clínica. Eu pedi pelo amor de Deus. Alguém quer me ajudar? Porque eu não tinha tempo não tem ninguém não sou obrigada eu pago 200 coroas a hora. Não é não. Não a gente não tem interesse não sei fazer. (...) Porque se ele não trabalhar ele vai ganhar a mesma coisa. O governo vai ajudar ele sendo estudante vai ter ajuda e assim você não trabalhar você vai ter ajuda do governo. Isso aí eu acho que é uma barreira para o empreendedorismo, né que as pessoas ficam acomodadas.”, descreve E2.

“A mão de obra aqui é impossível. Tanto que eu produzo a maioria das minhas peças.”, E11.

A dificuldade na contratação de mão de obra, tanto para as empresas quanto para figurar como rede de apoio em seus lares (por se tratar de uma maioria de empreendedoras femininas), pode ter um impacto negativo no crescimento de seus negócios.

5.3 ASPECTOS INSTITUCIONAIS

Pesquisadores como Suresh & Ramraj (2012) destacam a importância do ambiente institucional para o sucesso dos empreendimentos, apontando seu papel imprescindível não só nos níveis empresariais, mas também para os impactos positivos nas economias dos países fomentadores. Neste artigo, os autores trazem o conceito de ecossistemas, preconizados por Prahalad (2005), onde o sucesso das empresas está relacionado não somente com as características dos empreendedores, mas também com fatores institucionais e legais.

Sob o ponto de vista da incorporação mista, os ambientes devem oferecer baixas barreiras econômicas para entrada de novos players, produtos e serviços. Além disso, é necessário que os regulamentos e leis locais permitam aos imigrantes ingressarem e realizarem suas atividades empreendedoras (KLOOSTERMAN; VAN DER LEUN; RATH, 1999).

Nos dados apurados durante a análise das entrevistas, é possível observar um entrave burocrático na formalização dos vistos e documentações para a pessoa física. Nesse contexto, há uma dificuldade "para entrar no sistema", atribuída pelos entrevistados à vasta gama de

benefícios sociais a que a população tem direito, como ajuda de custo, escolas, hospitais, entre outros serviços.

“(...) E assim aqui, eu acho que o grande desafio para o brasileiro é entender a burocracia. Porque uma coisa eu falo para o meu companheiro. Eu nunca mais reclamo do Brasil em termos burocráticos, porque aqui a burocracia ela é muito alta e é pouco transparente para o estrangeiro, né (...).”, relata E13.

“(...) não estou registrada na embaixada. Mas sinceramente a burocracia é muito grande.”, E16.

Em contrapartida, quando questionados sobre o trâmite burocrático para abertura de empresas, a maior parte dos pesquisados alegou não ter enfrentado dificuldade na abertura de suas empresas. Relataram ainda que o processo foi realizado online e que em pouco tempo estavam munidos da documentação oficial.

“Eu abri a empresa fiz tudo pela internet. Eu não tive burocracia zero sabe. Só preenchimento de formulário online. Em 5 dias você tá recebendo o número CVS que é o número da empresa (...).”, conta E5.

“Em temos burocráticos é muito simples.”, E7.

Os empresários afirmam ainda que os países escandinavos oferecem uma série de benefícios e incentivos para a abertura de empresas, que vão desde dinheiro para investimento inicial e ajuda de custos mensal nos primeiros meses de abertura, até outras iniciativas como cursos, palestras e workshops.

“Esse workshop era em inglês. E aí eu falei ah, vou participar ver como é que funciona assim e assim resumindo o consultor falou assim, olha você tá no país certo para empreender, um dos mais fáceis do mundo para você empreender. Eles te dão todo apoio, toda ajuda para você empreender e tal. Eles facilitam o processo.”, descreve E2.

“Sim no ambiente de startup o ambiente na Dinamarca em tecnologia. É um ambiente excelente assim tem muito tem muito dinheiro para tem muito dinheiro para start funding.”, E1.

5.4 SUCESSO DA TRAJETÓRIA EMPREENDEDORA

Quando questionados sobre receberem uma proposta para retornar ao mercado ganhando o mesmo que ganham atualmente, todos os entrevistados foram unânimes em responder que recusariam, fato que indica sucesso na atividade empreendedora dos entrevistados.

Os imigrantes brasileiros apresentam fatores como autonomia na tomada de decisão, flexibilidade de tempo e de deslocamento e satisfação com o que fazem, conforme trechos evidenciados a seguir:

“Não primeiro por ali ser franca, tem nove vou fazer 9 anos (...) eu tô um pouquinho cansada, porque eu tenho esses reumatismos. Mas eu realizei meu sonho.”, E4.

“Pela questão que eu é do tamanho do salão e a questão que eu sempre tive esse sonho de ter um na verdade da minha trajetória inteira de vida. É o primeiro salão que eu consegui fazer dos meus sonhos. (...) Sinceramente hoje eu me sinto realizado.”, E7.

“Porque eu gosto da flexibilidade que eu tenho e da autonomia. Porque eu tenho que dar o eu vou fazer o eu decido que eu vou fazer em termos de eu acho que essa coleção tem que ser assim assado. Eu acredito uma visão trabalhando por uma corporação.”, E11.

Estes achados corroboram com a literatura sobre brasileiros estabelecidos em outros países da Europa, sendo que o que acontece na Alemanha talvez seja o mais parecido com o que ocorre na Escandinávia, enquanto em Portugal é diferente por não haver uma barreira linguística. Em um estudo recente sobre brasileiros na Alemanha, por exemplo, há evidências de onde surgem suas redes de negócios, a importância da proficiência na língua alemã e da adaptação cultural para superar as barreiras institucionais, bem como o uso de elementos étnicos para promover negócios com apelo cultural brasileiro (CRUZ; FALCÃO; LEITE, 2022).

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o trabalho realizado, foi possível elencar algumas características inerentes à comunidade brasileira imigrante residente na Dinamarca, Noruega e Suécia, contribuindo assim para a pesquisa do tema da imigração brasileira. Houve contribuições sobre o empreendedorismo imigrante de brasileiros pelo mundo, detalhando suas motivações e características.

Ao tipificar o imigrante brasileiro, verificamos que se trata de indivíduos em idade economicamente ativa. A amostra analisada é formada em sua grande maioria por mulheres, com alto grau de escolaridade, que deixaram o Brasil por motivos de matrimônio ou para acompanhar seus cônjuges. A maioria dos respondentes demonstra que não há prazo determinado para o regresso ao país de origem, indicando possivelmente sucesso na atividade migratória (ver CRUZ et al., 2016; CRUZ et al., 2019a; CRUZ et al., 2019b; CRUZ; FALCÃO; RAATZ, 2019).

A atividade empreendedora pode trazer reflexos nas estruturas sociais, econômicas e culturais de um país. No caso do empreendedorismo imigrante de brasileiros nos países pesquisados, fica evidente a contribuição para a criação do autoemprego como também, sua importância para a inserção e adaptação no país estrangeiro (CLARK; DRINKWATER, 2000).

Cabe ressaltar que este estudo encontrou convergência com outros trabalhos em relação ao perfil criativo e sociável dos empreendedores imigrantes brasileiros na prestação de seus produtos e serviços (como visto em CRUZ et al., 2016; CRUZ et al., 2019a; CRUZ et al., 2019b).

Durante a coleta de dados, ficou evidente que fatores pessoais, ambientais e institucionais moldaram a atividade empreendedora dos imigrantes brasileiros nos países receptores, corroborando assim com os conceitos trazidos pelo framework da incorporação mista (KLOOSTERMAN; RATH, 2001). A grande maioria dos entrevistados relatou que dificuldades na adaptação à cultura e idioma, problemas na validação de diplomas e, conseqüentemente, dificuldades em se reinserir no mercado de trabalho, levaram ao empreendedorismo. Em relação aos conceitos trazidos pelo empreendedorismo étnico, ficou evidente como essa conjuntura atua de forma contundente na escolha do nicho étnico consumidor desses negócios, determinando, muitas vezes, a oferta de produtos e serviços a serem oferecidos.

Considerando as limitações do presente trabalho, seria pertinente a realização de novas pesquisas com a mesma temática para aprofundar o fenômeno apresentado. Para isso, seria necessário incluir outros métodos de pesquisa, como entrevistas em profundidade e estudos de campo, para melhor observação do fenômeno em questão.

Já em relação às sugestões para futuras pesquisas, propõe-se estudar e compreender como o idioma pode configurar-se como uma barreira para a assimilação cultural, bem como seus impactos na inserção no mercado de trabalho e nas atividades empreendedoras. Além disso, outro ponto relevante seria investigar os impactos do empreendedorismo feminino nos países de destino, no que se refere à propagação da cultura e criação de novos mercados direcionados a esse público.

Quanto à contribuição teórica, o presente trabalho buscou trazer a caracterização dos imigrantes brasileiros residentes na Escandinávia, os motivos que os levaram a sair do Brasil e suas trajetórias empreendedoras sob a ótica da incorporação mista. Em termos práticos, o trabalho cumpriu a proposta de auxiliar futuros imigrantes brasileiros a entender as barreiras e oportunidades dos países acolhedores pesquisados, bem como a possibilidade do empreendedorismo nesses locais.

REFERÊNCIAS

ABÍLIO, Ludmila Costhek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, v. 18, n. 3, p. 41-51, 2019.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DO IBGE. **Censo 2010: Mais da metade dos emigrantes brasileiros são mulheres**. Disponível em: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/14122-asi-censo-2010-mais-da-metade-dos-emigrantes-brasileiros-sao-mulheres> > Acesso em 07 de novembro 2022.

ALBAGLI, Sarita; MACIEL, Maria Lúcia. Capital social e empreendedorismo local. **Proposição de**, 2002.

AMORIM, Rosane Oliveira; BATISTA, Luiz Eduardo. Empreendedorismo feminino: razão do empreendimento. **Núcleo de Pesquisa da FINAN**, v. 3, n. 3, p. 1-13, 2012.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de empreendedorismo, inovação e tecnologia**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.

BAGWELL, Susan. From mixed embeddedness to transnational mixed embeddedness: An exploration of Vietnamese businesses in London. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2017.

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

BARBOSA, Allani; LIMA, Álvaro. Brasileiros em Portugal: De volta às raízes lusitanas. **Brasília: FUNAG**, 2020.

BARROS, Aluizio Antonio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de administração contemporânea**, v. 12, p. 975-993, 2008.

BATISTA, R. R.; CISCON-EVANGELISTA, M. R.; TESCHE, B. Brasileiros na Alemanha: um estudo da identidade social de imigrantes através de fóruns online. **Brazilian Cultural Studies**, v. 2, n. 1, p. 70-85, 2011.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Editora Vozes Limitada, 2017.

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Bookman Editora, 2009.

BESUTTI, Jussara; ANGONESE, Rodrigo. TRAÇOS DE PERSONALIDADE E INTENÇÃO EMPREENDEDORA. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 10, n. 3, 2017.

BOGUS, Lucia Maria Machado; BASSANEZZI, Maria Silvia CB. Do Brasil para a Europa- imigrantes brasileiros na península itálica nesse final de século. **Anais**, p. 893-914, 2016.

- BORGES JR, Candido Vieira. Empreendedorismo. Saraiva Educação SA, 2017. JR, Candido Vieira. **Empreendedorismo**. Saraiva Educação SA, 2017.
- BRADLEY, Don E. A Second Look at Self-employment and the Earnings of Immigrants 1. **International Migration Review**, v. 38, n. 2, p. 547-583, 2004.
- CALDEIRA, Adilson; DE MEDEIROS JUNIOR, Alberto. Obstáculos e incentivos ao intraempreendedorismo em empresas inovadoras. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 10, n. 3, p. 100-116, 2016.
- CAMPOS, Adriano; SOEIRO, José. **A falácia do empreendedorismo**. Bertrand editora, 2016.
- CARNICER, Javier A. Transnational migration and educational opportunities: A case study of migration from Brazil to Germany. **London Review of Education**, 2019.
- CARVALHO, Maria Isabel Felisberto. **O contributo dos programas de ensino do empreendedorismo para o potencial empresarial dos jovens**. 2012. Tese de Doutorado. Instituto Superior de Economia e Gestão.
- CARVALHO, P. Factores determinantes da intenção empreendedora. **Factores determinantes da intenção empreendedora**, 2006.
- CARVALHO, Pedro; GONZÁLEZ, Luis. Modelo explicativo sobre a intenção empreendedora. **Comportamento organizacional e gestão**, p. 43-65, 2006.
- CASTRO, Alexandra; VIDIGAL, Inês; BARACSI, Kitti. **Prospetiva sobre migrações, uma missão impossível?**. Observatório das Migrações, ACM, IP, 2015.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. editora manole, 2004.
- CLARK, Kenneth; DRINKWATER, Stephen. Pushed out or pulled in? Self-employment among ethnic minorities in England and Wales. **Labour Economics**, v. 7, n. 5, p. 603-628, 2000.
- COLAKOGLU, Saba; YUNLU, Dilek G.; ARMAN, Gamze. High-skilled female immigrants: Career strategies and experiences. **Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research**, 2018.
- COMPANS, Rose. **Empreendedorismo urbano: entre o discurso e a prática**. Unesp, 2004.
- COPELLI, Fernanda Hannah da Silva; ERDMANN, Alacoque Lorenzini; SANTOS, José Luís Guedes dos. Empreendedorismo na Enfermagem: revisão integrativa da literatura. **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 72, p. 289-298, 2019.
- CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; BARRETO, Cesar Ramos. Bounded trust or mistrust-depicting Brazilian immigrant entrepreneurship practices. In: **Poster presented at the United States Association for Small Business and Entrepreneurship (USASBE) Annual Conference**, Philadelphia, United States of America. 2017.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; LEITE, José Geraldo Lamas. Mixed Embeddedness de Brasileiros na Alemanha: Evidências Empíricas e Elementos para o Debate. **Revista Organizações em Contexto**, v. 18, n. 36, p. 129-160, 2022.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz. A bibliometric review of Immigrant and Ethnic Entrepreneurship. **Internext: Revista Eletrônica de Negócios Internacionais da ESPM**, v. 11, n. 3, 2016.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; MANCEBO, Rafael Cuba. Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. **Journal of International Entrepreneurship**, v. 18, n. 2, p. 227-255, 2020.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa. Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)**, v. 11, n. 3, p. 78-94, 2016.

DE FREITAS, Ranielder Fábio; COUTINHO, Solange Galvão; DA NÓBREGA WAECHTER, Hans. Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes olhares. **Estudos em design**, v. 21, n. 1, 2013.

DE FREITAS, Renan Springer. Migrations, scientific culture and entrepreneurship: lessons from the nineteenth century english industrial development. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, n. 87, p. 43, 2015.

DE OLIVEIRA, Catarina Reis. **Empresários de origem imigrante: estratégias de inserção económica em Portugal**. Observatório da Imigração, ACIME, 2005.

FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz et al. Mixed embeddedness of Brazilian entrepreneurs in Toronto. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, 2021.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S.; GIARDINA, Michael D. Disciplining qualitative research. **International journal of qualitative studies in education**, v. 19, n. 6, p. 769-782, 2006.

DOCQUIER, Frédéric; LOHEST, Olivier; MARFOUK, Abdeslam. Brain drain in developing countries. **The World Bank Economic Review**, v. 21, n. 2, p. 193-218, 2007.

DOLABELA, Fernando; FILION, Louis Jacques. Fazendo revolução no Brasil: a introdução da pedagogia empreendedora nos estágios iniciais da educação. **Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 2, n. 3, p. 134-181, 2013.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Elsevier Brasil, 2008.

FAIRLIE, Robert W.; LOFSTROM, Magnus. **Immigration and Entrepreneurship** [Working Paper N° 7669]. Institute for the Study of Labor (IZA). Germany: Bonn

FALCÃO, Roberto Pessoa; CRUZ, Eduardo Picanço. Revisitando o Modelo de Internacionalização de Uppsala à Luz do Empreendedorismo Imigrante. **Administração de Empresas em Revista**, v. 1, n. 14, p. 142-163, 2018.

FERREIRA, Luiz Mateus da Silva. **Terra, trabalho e indústria na colônia de imigrantes Dona Francisca (Joinville), Santa Catarina, 1850-1920**. 2019. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

FERREIRA, Manuel Portugal Vasconcelos; PINTO, Cláudia Frias; MIRANDA, Rui Mourato. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. **READ. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)**, v. 21, p. 406-436, 2015.

FILION, Louis Jacques. Empreendedorismo e gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **Revista de Administração de Empresas**, v. 40, p. 2-7, 2000.

FREITAS, Renan Springer de. Migrações, cultura científica e empreendedorismo: lições do desenvolvimento industrial inglês do século XIX. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 30, p. 43-58, 2015.

GHAURI, Pervez; GRØNHAUG, Kjell; STRANGE, Roger. **Research methods in business studies**. Cambridge University Press, 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: atlas, 2004.

GIOIA, Dennis A.; CORLEY, Kevin G.; HAMILTON, Aimee L. Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. **Organizational research methods**, v. 16, n. 1, p. 15-31, 2013.

GIULIANI, Monique Salomon et al. Bye bye Brasil: experiências migratórias de brasileiros graduados que emigraram para a Inglaterra dispostos a realizar trabalhos que nunca consideraram fazer no Brasil. 2019.

GLINKA, Beata et al. **Immigrant entrepreneurship as a field of research**. Problemy Zarządzania, v. 16, n. 1 (73), p. 25-39, 2018.

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

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

GOMES, Laura Aparecida Santos; BOURLEGAT, Cleonice Alexandre Le. Empreendedorismo étnico e de autoemprego em um olhar para as comunidades de imigrantes. **Interações (Campo Grande)**, v. 21, p. 317-330, 2020.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. In: **The sociology of economic life**. Routledge, 2018. p. 22-45.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo: uma visão comportamentalista. **ENCONTRO DE ESTUDOS SOBRE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE EMPRESAS. Anais**, v. 1, 2000.

GUARNIZO, Luis Eduardo; PORTES, Alejandro; HALLER, William. Assimilation and transnationalism: Determinants of transnational political action among contemporary migrants. **American journal of sociology**, v. 108, n. 6, p. 1211-1248, 2003.

GUERRA FERNANDES, José Afonso et al. Ethnic entrepreneurship: A bibliometric review and future research agenda. **Strategic Change**, v. 31, n. 4, p. 397-413, 2022.

GUIMARÃES, Rodrigo Gameiro; DA SILVA, Rosimeri Carvalho. Neoliberalismo como simbiose de políticas aparentemente contraditórias: as penais-punitivas e as de fomento ao empreendedorismo. **Novos Rumos Sociológicos**, v. 7, n. 12, p. 14-48, 2019.

HAIR, Joseph F. et al. **Análise multivariada de dados**. Bookman editora, 2009.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo-9**. Amgh Editora, 2014.

HONIG, Benson. Exploring the intersection of transnational, ethnic, and migration entrepreneurship. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, v. 46, n. 10, p. 1974-1990, 2020.

INFOMONEY. **Os melhores países para o brasileiro que quer trabalhar fora**. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/carreira/os-melhores-paises-para-o-brasileiro-que-quer-trabalhar-fora/>. Acesso em: 4 jul. 2002.

JONATHAN, Eva G.; DA SILVA, Taissa MR. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, p. 77-84, 2007.

JULIEN, Pierre-André. **Empreendedorismo regional e economia do conhecimento**. Saraiva Educação SA, 2017.

KERR, Sari Pekkala et al. High-skilled migration and agglomeration. **Annual Review of Economics**, v. 9, p. 201-234, 2017.

KLOOSTERMAN, Robert C. Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 22, n. 1, p. 25-45, 2010.

KLOOSTERMAN, Robert; RATH, Jan. Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. **Journal of ethnic and migration studies**, v. 27, n. 2, p. 189-201, 2001.

KLOOSTERMAN, Robert; RATH, Jan. Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. **Journal of ethnic and migration studies**, v. 27, n. 2, p. 189-201, 2001.

KOTRLIK, JWKJW; HIGGINS, CCHCC. Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. **Information technology, learning, and performance journal**, v. 19, n. 1, p. 43, 2001.

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. Saraiva Educação SA, 2017.

LOPES, Maria Beatriz do Valle Coelho et al. A função social da religião no acolhimento de mulheres imigrantes brasileiras em Portugal. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 7, p. 48684-48692, 2020.

LUKACS, John. **Nova República, Uma: história dos Estados Unidos no século XX**. Zahar, 2006.

MACHADO, Michel Mott et al. Aspectos do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto. **Interações (Campo Grande)**, v. 22, p. 959-975, 2021.

MALHOTRA, Naresh. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MARCONI, M.A. & LAKATOS, E.M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6ª edição, São Paulo: Atlas, 2007.

MARCOVITCH, Jacques. **Pioneiros e empreendedores: a saga do desenvolvimento no Brasil**. Edusp, 2007.

MARGOLIS, Maxine L. **Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo**. Editora Contexto, 2013.

MARTINS, Angelo; DIAS, Gustavo. Imigração brasileira contemporânea: discursos e práticas de imigrantes brasileiros em Londres. **Análise Social**, p. 810-832, 2013.

MARTINS, Gilberto de Andrade. PINTO, Ricardo Lopes. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos**. São Paulo: Atlas, 2001.

MAYERO, Karina Noel Fortete. **De trabalhador a empreendedor: uma análise das formas de produção e reprodução da força de trabalho no Brasil e no Equador**. 2012. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MONITOR, Global Entrepreneurship. empreendedorismo no Brasil. **Relatório Executivo**, 2012.

MONITOR, Global Entrepreneurship. Empreendedorismo no Brasil: 2016. **Curitiba: IBQP**, p. 1-208, 2017.

MOREHOUSE, Christal; BLOMFIELD, Michael. **Irregular migration in Europe**. Migration Policy Institute, Washington, DC, v. 8, 2011.

NASSIF, Vânia Maria Jorge; GHOBRIEL, Alexandre Nabil; DO AMARAL, Derly Jardim. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, v. 24, n. 1, 2009.

NESS, Immanuel. **The global prehistory of human migration**. John Wiley & Sons, 2014.

OLIVEIRA, Catarina Reis; GOMES, Natália. **Estatísticas do Bolso da Imigração**. Observatório das Migrações, ACM, IP, 2019.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios–notas introdutórias. **Revista da FAE**, v. 7, n. 2, 2004.

PAULINO, Alice Dias; ROSSI, Sonia Maria Morro. Um estudo de caso sobre Perfil Empreendedor–Características e traços de personalidade empreendedora. **EGEPE–encontro de estudos sobre empreendedorismo e gestão de pequenas empresas**, v. 3, n. 2003, p. 205-220, 2003.

POLANYI, Karl. **The Great Transformation**. Boston: Beacon Press. 1957.

PORTES, Alejandro; ZHOU, Min. Should immigrants assimilate. **Multiculturalism in The United States, Current Issues, Contemporary Voices**, Pine Forge Press, Thousand Oaks, p. 317-327, 2000.

PORTUGUEIS, Diane. Lá e cá” histórias e projetos de vida de sorveteiros ítalo-brasileiros na Alemanha: ensaio e apontamentos de pesquisa. **Cadernos Obmigra**, v. 2, n. 1, p. 38-59, 2016.

PRAHALAD, Coimbatore K. **A riqueza na base da pirâmide**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PRICE, Marie; CHACKO, Elizabeth. The mixed embeddedness of ethnic entrepreneurs in a new immigrant gateway. **Journal of Immigrant & Refugee Studies**, v. 7, n. 3, p. 328-346, 2009.

QUINTELA, Pedro Miguel Pires. **A imigração de negócios e o desenvolvimento local num contexto de crise**. 2014. Tese de Doutorado.

RAM, Monder; JONES, Trevor; VILLARES-VARELA, Maria. Migrant entrepreneurship: Reflections on research and practice. **International Small Business Journal**, v. 35, n. 1, p. 3-18, 2017.

RAM, Monder; THEODORAKOPOULOS, Nicholas; JONES, Trevor. Forms of capital, mixed embeddedness and Somali enterprise. **Work, employment and society**, v. 22, n. 3, p. 427-446, 2008.

RATH, Jan; KLOOSTERMAN, Robert. Outsiders’ business: a critical review of research on immigrant entrepreneurship. **International migration review**, v. 34, n. 3, p. 657-681, 2000.

RELLY, Eduardo. Paisagem cultural e patrimonio da imigração alemã no Brasil meridional: por uma floresta das migrações. **CENTRO UNIVERSITÁRIO LA SALLE Reitor**, p. 52, 2016.

RIBEIRO, Artur Tavares Vilas Boas. **Organismos estudantis e o incentivo ao empreendedorismo nas universidades brasileiras**. 2016. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

RUIZ, Fernando Martinson. **Empreendedorismo**. Senac, 2019.

SALT, John et al. **Current trends in international migration in Europe**. Council of Europe, 2005.

SANTOS, José et al. Imigrantes brasileiros em Portugal: integração e sua percepção em relação aos portugueses. **Atas do 1º Seminário de Estudos sobre Imigração Brasileira na Europa**, p. 170-177, 2010.

SARKAR, Soumodip. **Empreendedorismo e inovação**. Escolar Editora, 2010.

SASAKI, Elisa Massae. Dekasseguis: migrantes brasileiros no Japão. **Anais**, p. 577-603, 2016.

SILVER, Mick Estatística para administração São Paulo Atlas 2000.

SCHUMPETER, A Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SERTEK, Paulo. **Empreendedorismo**. Editora Ibpx, 2007.

SOLANO, Giacomo. The mixed embeddedness of transnational migrant entrepreneurs: Moroccans in Amsterdam and Milan. **Journal of Ethnic and Migration Studies**, v. 46, n. 10, p. 2067-2085, 2020.

SOUSA, Carlos M. P.; BRADLEY, Frank. Cultural distance and psychic distance: two peas in a pod?. **Journal of international marketing**, v. 14, n. 1, p. 49-70, 2006.

SURESH, Jayshree; RAMRAJ, Raj. Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. **European Journal of Business and Management**, v. 4, n. 16, p. 95-101, 2012.

TEDESCO, João Carlos. Casamentos mistos: novas sociabilidades e quadros coletivos. Aspectos da imigração de brasileiras na Itália. **Revista Estudos Feministas**, v. 22, n. 01, p. 115-133, 2014.

TORTATO, Giovana. Perfil dos brasileiros que deixam o país mudou, mas razões para a saída seguem as mesmas. **Gazeta do Povo**. 20 de janeiro de 2020. Acesso em 20 fev. 2023. Recuperado de: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/migracao-brasil-ricos-perfil/>

VALADAS, Carla; GÓIS, Pedro; MARQUES, José Carlos. **Quando o trabalho desaparece: imigrantes em situação de desemprego em Portugal**. Observatório da Imigração, ACIDI, IP, 2014.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 18, p. 311-327, 2014.

VETTORASSI, Andréa; DIAS, Gustavo. Estudos migratórios e os desafios da pesquisa de campo. 2017.

VILELA, Rosana Brandão; RIBEIRO, Adenize; BATISTA, Nildo Alves. Nuvem de palavras como ferramenta de análise de conteúdo. **Millenium**, n. 11, p. 29-36, 2020.

WALDINGER, R.; MCEVOY, D.; ALDRICH, H. Spatial dimensions of opportunity structures. In: WALDINGER, R.; ALDRICH, H.; WARD, R. (Ed.). *Ethnic entrepreneurs: immigrant business in industrial societies*. London: Sage, 1990. p. 106-30.

WANG, Qingfang; LIU, Cathy Yang. Transnational activities of immigrant-owned firms and their performances in the USA. *Small Business Economics*, v. 44, p. 345-359, 2015.

ZEN, Aurora Carneiro; FRACASSO, Edi Madalena. Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. RAM. *Revista de Administração Mackenzie*, v. 9, p. 135-150, 2008.