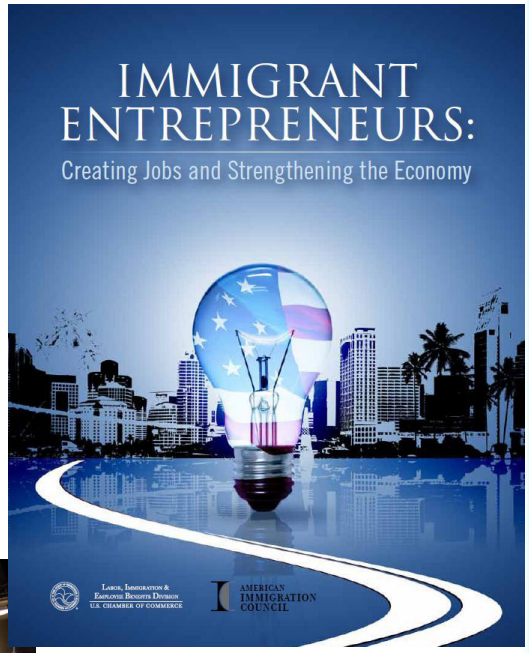
EMPREENDEDORISMO DE IMIGRANTES

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica



Eduardo Picanço Cruz ∴ *D.Sc.*

uff

O projeto - 2012

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

www.uff.br/mpe-internacional

index.html

uff.br/mpe-internacional/

Apps dgp.cnpq.br/dgp/fac

Universidade Federal Fluminense

Departamento de Empreendedorismo e Gestão – STE

Projeto de pesquisa em Empreendedorismo imigrante - UFF / STE

O projeto
Pesquisadores
Cidades em estudo
Futuros projetos
Material Disponível
Projeto na Mídia
Galeria de fotos

Notícias

Haitianos em Maricá - RJ

No último sábado (27/05) a cidade de Maricá recebeu os professores Eduardo Picanço e Rafael Cuba, do Departamento de Empreendedorismo e Gestão da Universidade Federal Fluminense, para um encontro com um grupo de haitianos, moradores do município. A ideia dos professores é oferecer à Prefeitura, em breve, um projeto para promover no município de Maricá um conjunto de ações que estimulem a ação empreendedora desses migrantes a partir da identidade cultural deles.

Clique AQUI para ver as fotos.

Research brochure

This report contains key information about our research group on immigrant and ethnic entrepreneurship.

Click HERE to download.

Projeto na Austrália

Mesmo sem financiamento, topamos iniciar o projeto na Austrália. Em todas as cidades, ou países, antes de buscar entendimento sobre o movimento empreendedor brasileiro faz-se necessário conhecer o movimento migratório brasileiro.
No caso da Austrália, o material sobre o perfil do imigrante brasileiro é praticamente inexistente. Nesse caso, os pesquisadores foram levados a desenvolver um estudo preliminar com a comunidade brasileira.

Clique AQUI para obter o relatório da pesquisa!

Orgãos, Instituições e Empresas parceiras:

MBA Gestão Empreendedora EXECUTIVO

Universidade Federal Fluminense

FAPERJ

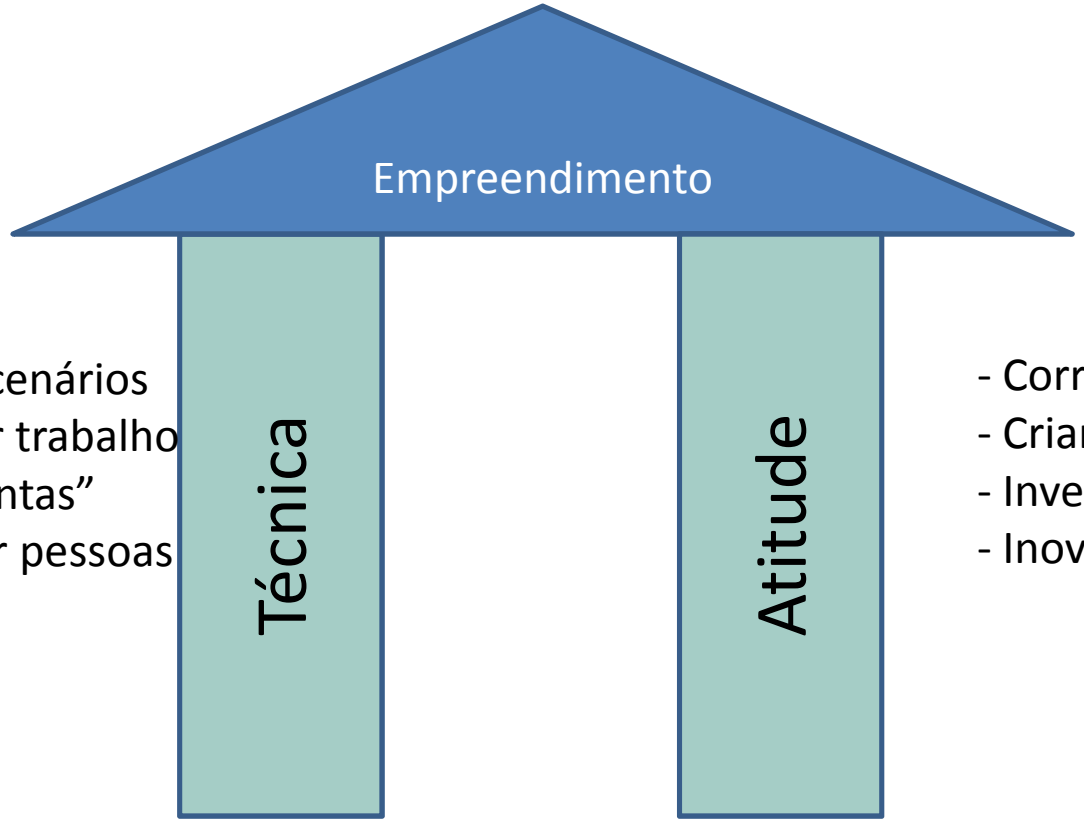
Orlando tickets online

Safety

O projeto - 2012

- Estudo: Brasileiros nos EUA (Orlando, Pompano Beach e Filadélfia), Austrália (600 – respondentes e 20 empresários), Japão (30 respondentes).
- Bibliometria: 676 artigos sobre enclave étnico e empreendedorismo de imigrantes
- Dificuldades: contato com os brasileiros no exterior
- Novidade: Imigrantes e refugiados no Brasil
- Produção: mais de 10 artigos em congressos nacionais e internacionais; cerca de 8 artigos científicos em periódicos.

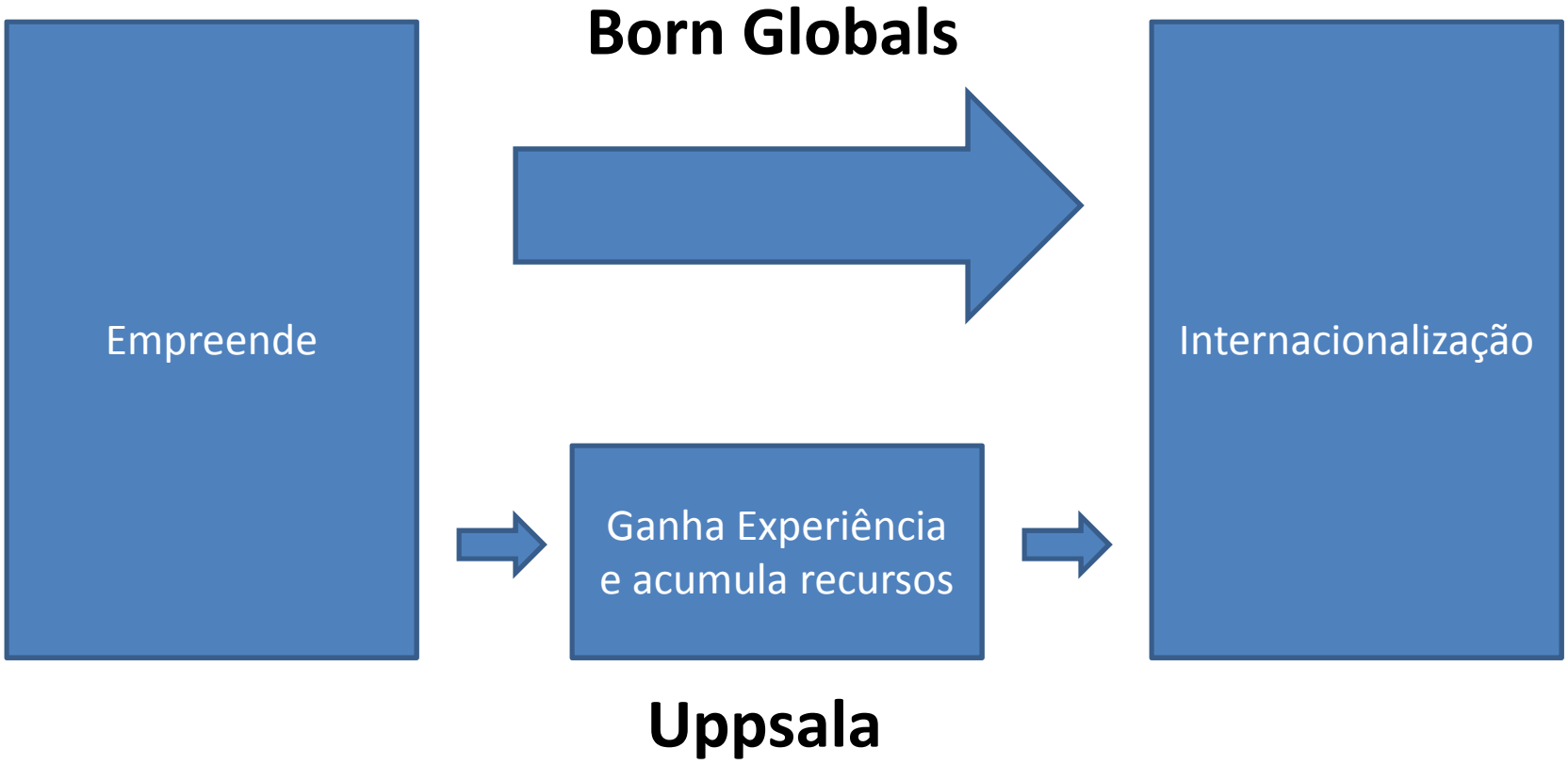
EMPREENDEDORISMO



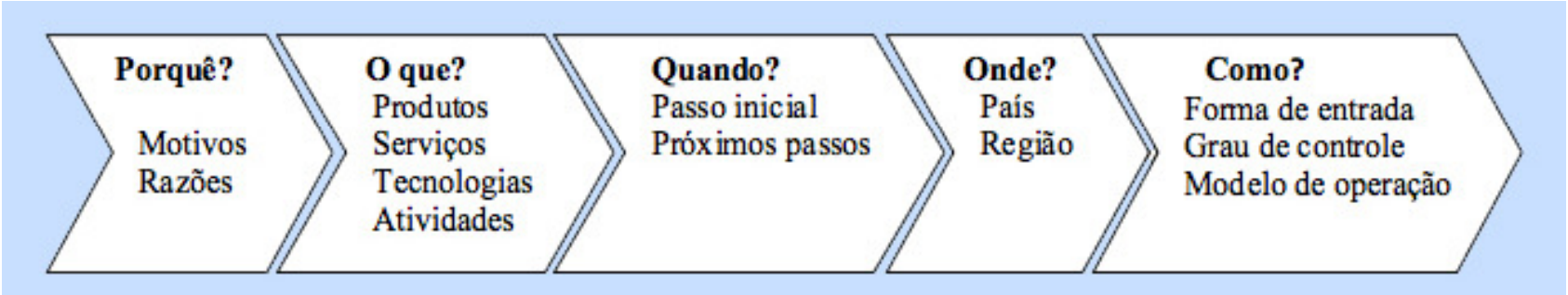
- Analisar cenários
- Organizar trabalho
- Fazer “contas”
- Gerenciar pessoas
- …

- Correr riscos
- Criar
- Inventar
- Inovar

EMPREENDEDORISMO INTERNACIONAL



Questões sobre a internacionalização



Abordagens Econômicas

- **Teoria do Investimento em Portfólio** (a visão neoclássica).
- **Teoria do Ciclo do Produto** – Raymond Vernon (1966, 1979).
- **Teoria do Poder de Mercado** – Stephen Hymer (1976).
- **Paradigma eclético** de Dunning.

Dificuldades para pequenas empresas

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

- Desconhecimento dos mercados
- Dificuldade de explorar as oportunidades que o mercado global oferece
- Baixo volume de produção para atender a grandes compradores
- Falta de capacidade de competir de seus produtos (valor agregado, inovação)
- A ausência de mão de obra capacitada
- Dificuldades de acesso ao crédito e a outros produtos financeiros
- Custo-Brasil (câmbio valorizado, impostos elevados, burocracia, infraestrutura precária) que afeta os pequenos negócios mais que os grandes.

uff

Abordagem organizacional (a Escola de Uppsala)

- Empresas utilizam a exportação como o modo de entrada nos mercados estrangeiros
- Depois usam de agentes para promoverem vendas e ganhar espaço
- Implantação de subsidiárias próprias de vendas
- Fabricação própria.

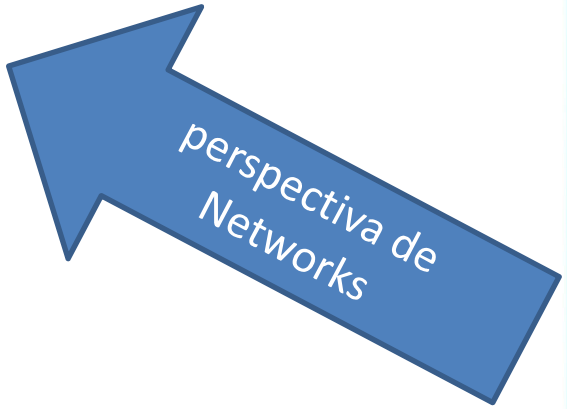
Em cada uma dessas etapas, os recursos comprometidos com os novos mercados aumentam de forma gradual, inclusive a transferência das atividades da subsidiária de produção.

Abordagem organizacional (a Escola de Uppsala)

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

- Quando foi apresentado (1977) o foco estava na escolha de mercados próximos em termos de distância psíquica;

- Em 2009, o foco passa para a importância das empresas pertencerem a redes de relacionamentos, para facilitar as expansões internacionais.



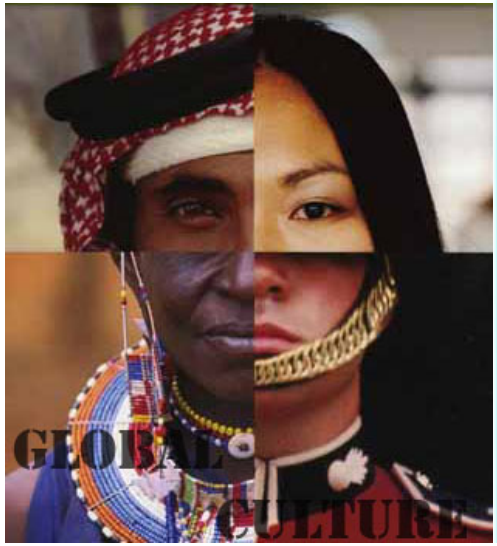
uff

E esses empresários?

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

Assimilação
cultural ou assimilação social

- Processo pelo qual pessoas ou grupos de pessoas adquirem características culturais de outros grupos sociais.
- Com contato e comunicação os traços culturais ‘se fundem’.
- Envolve mudança gradual e ‘se completa’ quando os novos membros se tornam ‘irreconhecíveis’.



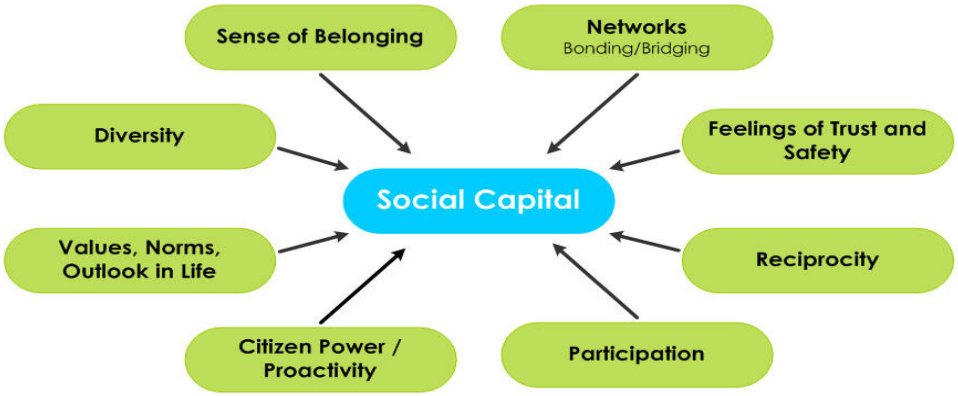
Assimilação de imigrantes

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

- Nem sempre desejam ser assimilados (marginalização e rejeição).
- Assimilação parcial (pragmática): conservam suas manifestações no âmbito privado.
- Esquecem suas origens ou a renegam.
- A 2a geração é mais aberta, já que nasceram na cultura dominante.

Pierre Bourdieu: A Teoria dos Capitais

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica



uff

Cenários para imigrantes

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

Table 6: Capital's grid of possibilities

	LOW	MEDIUM	HIGH
Human Capital	H1- predominance of less educated /qualified groups	H2- predominance of average leval of education within members of the community	H3- predominance of highly educated /qualified groups
Social Capital	S1- group that does not mix in ethnic enclave or with a high degree of mistrust	S2- group starting to mix in ethnic enclave or with average degree of mistrust	S3- group united for the development of the community and with great deal of confidence towards other members
Economic Capital	E1- low capital capacity for investments (credit granted by individuals or available bank credit)	E2- Average levels of capital stocks available for investments	E3- High levels of capital stocks available for investments

Figure 3: Communities´ capital contexts change throughout the Brazilian immigration waves

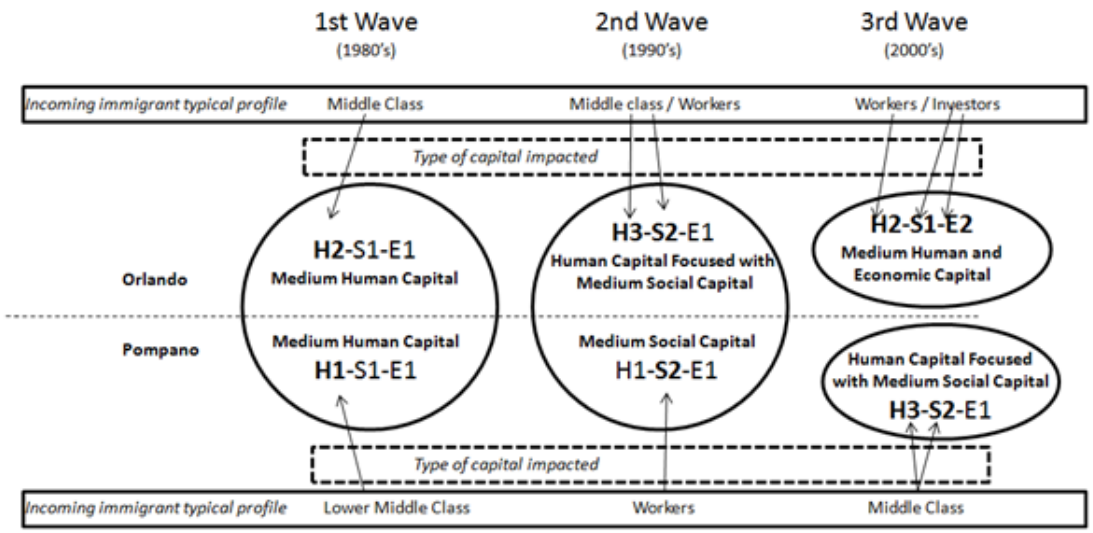


Table 7: Possible Contexts

CONTEXT	DESCRIPTION	CAPITAL LEVELS		
1	Minimal Overall Capital	H1	S1	E1
2	Mediun Economic Capital	H1	S1	E2
3	Economic Capital Focused	H1	S1	E3
4	Medium Social Capital	H1	S2	E1
5	Medium Social and Economic Capital	H1	S2	E2
6	Economic Capital Focused with Medium Social Capital	H1	S2	E3
7	Social Capital Focused	H1	S3	E1
8	Social Capital Focused with Medium Economic Capital	H1	S3	E2
9	Social and Economic Capital Focused	H1	S3	E3
10	Medium Human Capital	H2	S1	E1
11	Medium Human and Economic Capital	H2	S1	E2
12	Economic Capital Focused with Medium Human Capital	H2	S1	E3
13	Medium Human and Social Capital	H2	S2	E1
14	Medium Overall Capital	H2	S2	E2
15	Economic Capital Focused with Medium Human and Social Capital	H2	S2	E3
16	Social Capital Focused with Medium Human Capital	H2	S3	E1
17	Social Capital Focused with Medium Human and Economic Capital	H2	S3	E2
18	Social and Economic Capital Focused with Medium Human Capital	H2	S3	E3
19	Human Capital Focused	H3	S1	E1
20	Human Capital Focused with Medium Economic Capital	H3	S1	E2
21	Human and Economic Capital Focused	H3	S1	E3
22	Human Capital Focused with Medium Social Capital	H3	S2	E1
23	Human Capital Focused with Medium Social and Economic Capital	H3	S2	E2
24	Human and Economic Capital Focused with Medium Social Capital	H3	S2	E3
25	Human and Social Capital Focused	H3	S3	E1
26	Human and Social Capital Focused with Medium Economic Capital	H3	S3	E2
27	Abundant Overall Capital	H3	S3	E3

uff

Enclave étnico

As políticas conservadoras são focadas na sociologia – não na economia.

- As 3 Teorias clássicas sobre pobreza étnica e mobilidade econômica: assimilação cultural, aquisição de capital humano e reestruturação industrial não respondem satisfatoriamente ao observado.
- Alguns exemplos de grupos étnicos romperam as expectativas teóricas, acumularam capital e ascenderam economicamente.

Teorias acerca da pobreza

-**<u>Assimilação cultural</u>**: negros americanos 'faziam tudo certo' e não eram assimilados – permanecendo nas posições de baixo.

-**<u>Capital humano</u>**: Programa de educação para imigrantes nos EUA não deu o retornos esperado. Porém, o auto-emprego ignora a relação entre os níveis de capital humano e os salários.

- **<u>Reestruturação industrial</u>**: As *runaway Industries* iriam diminuir a imigração para países desenvolvidos, mas os trabalhadores imigrantes continuavam chegando e 'tomando' os empregos locais.

Por que não se verificavam?

A emergência dos ‘homens de negócios imigrantes’, com suas pequenas empresas intensivas em mão de obra .
Diferentes das grandes plantas de grandes corporações as empresas de imigrantes introduziram mudanças no caráter das relações de trabalho e nas perspectivas de mobilidade econômica coletiva.

Exemplos

- Dominicanos em Nova York: eram vistos como pobres e drogados. Negócios foram sendo criados em Washington Heights. Com acesso informal a fontes de credito e transnacionalismo.
- Cubanos em Miami: ao contrário da série Miami Vice existe uma economia próspera. Empresas dos imigrantes tiveram papel importante para os refugiados: mesmo sem falar inglês poderiam sobreviver – trabalhar em empresas 'cubanas' e comprar produtos 'cubanos'. Adquiriram bancos locais para financiar outros empreendedores.
- Chinatown de NY: Era um condomínio de solteiros e se transformou em um bairro residencial e de negócios. O meio ambiente familiar onde empresários e trabalhadores falam a mesma língua, têm os mesmos costumes e praticas – gera firmas flexíveis e mais atraentes. **Guanxi!**

O Emprego em empresas co-étnicas serve como um veiculo para imigrantes aprenderem sobre os negócios e juntarem DINHEIRO para abrirem seu próprio negócio.

As lições caem em 2 categorias: afetam as teorias anteriores e apontam novas direções acerca dos estudos sobre a pobreza e da adaptação do imigrante.

Contradições

1. Assimilação: Ficar no enclave normalmente significa ‘fazer melhor’ do que tentar sair dele – principalmente para os empreendedores.
2. Capital humano: Os 3 grupos mostram pessoas com pouca qualificação que aprenderam a fazer e abriram seus próprios negócios.
3. Reestruturação da indústria: pequenas empresas étnicas continuam empregando os e fornecendo acesso a mobilidade econômica.

Causas sociais

-A 1ª característica é uma ‘solidariedade limitada’ por serem tratados como diferentes. Acompanhado por uma maior consciência dos símbolos nacionais comuns que têm consequências diretas sobre os negócios étnicos.
-Como consumidores: preferem itens associados ao país de origem, tanto em termos da utilidade do bem como da representação simbólica (identidade de seu povo);
-Como trabalhadores: preferem a trabalhar entre eles, falando a própria língua, mesmo que, as vezes, signifique algum sacrifício material.
-Como investidores: optam pelo transnacionalismo (investimento no país de origem) ou aplicar na própria comunidade étnica.

Exemplo

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

UOL economia Empreendedorismo

Refugiado que começou com frango fiado ganha R$ 1,2 mi com sanduba de R$ 10 48

Carla Aranha
Colaboração para o UOL, em São Paulo 04/05/2017 | 04h00

O refugiado sírio Eyad Abuharb, 26, chegou a São Paulo com US$ 100 no bolso, conseguiu emprego em um restaurante árabe, onde trabalhou um ano até juntar algum dinheiro, e há um ano abriu seu próprio negócio no Brás

Era chef de cozinha em Damasco!

Chegou à cidade de São Paulo com R$100 no bolso.

Procurou mesquitas e a comunidade árabe, conseguiu emprego em um restaurante árabe, onde trabalhou por um ano até juntar dinheiro.

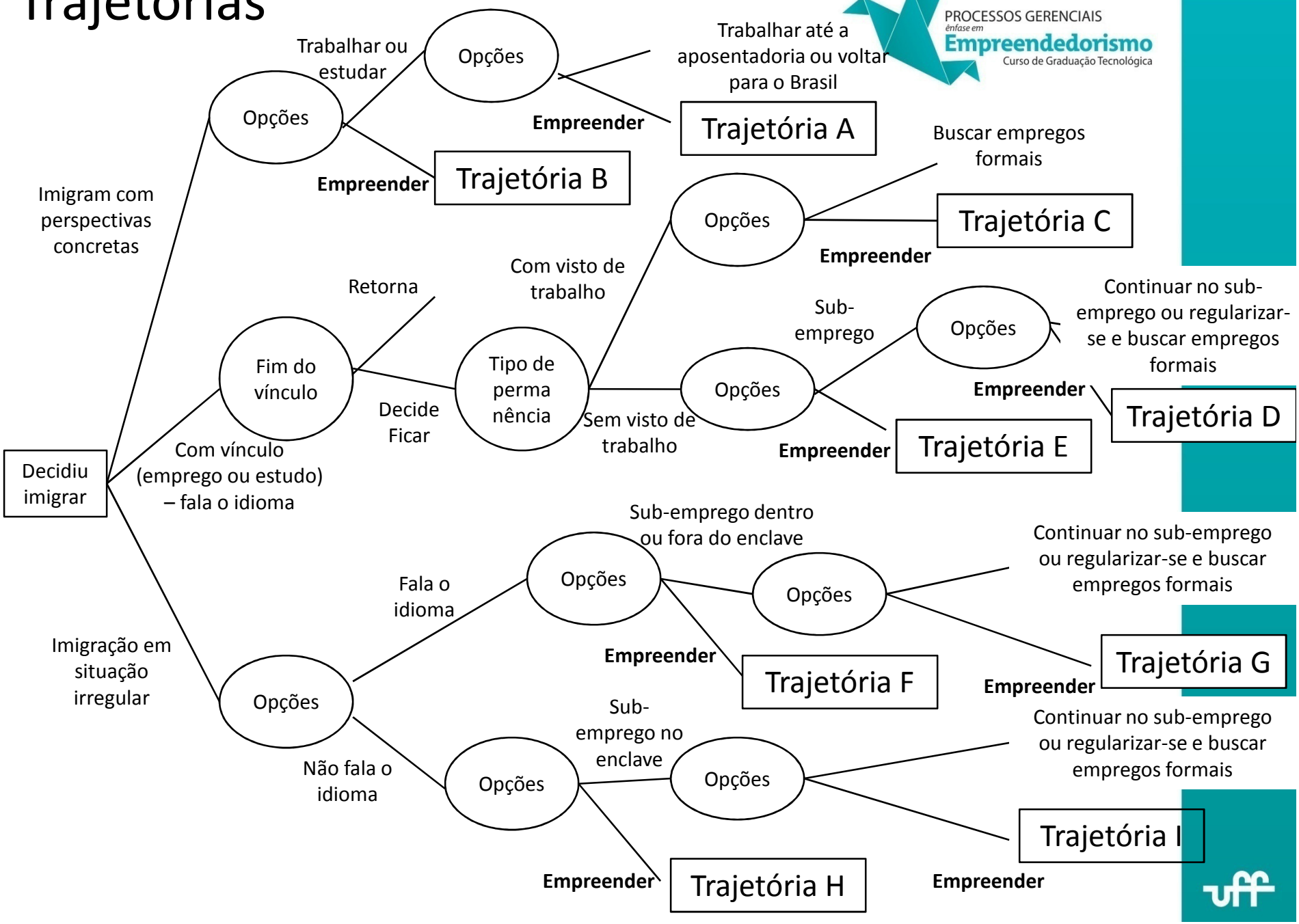
Com o recurso, comprou o espeto e alugou um espaço para vender *shawarma* – sanduíche típico – para o público brasileiro.

Conseguiu os primeiros 80 kg de carne FIADO, no açougue.

Já no primeiro ano de funcionamento o refugiado chegou a faturar R$ 1,2 milhão.

uff

Trajetórias



Oportunidades

Affiliation with their ethnic community

Target

	YES	NO
Ethnic & Co-ethnic	Focus on ethnic niche market	Specific interest or Middlemen minorities
Generic customer	Focus on the market of exotic products for the local consumer	Highly competitive market

Foco no mercado étnico do nicho

Oportunidade típica para os empresários sem documentação. Ambiente menos competitivo e com demanda:

a) Empresas sem um produto ou serviço com apelo étnico, mas que usam a sua origem “nacional” de ser as empresas que servem a comunidade imigrante com um “toque especial”.

b) Empresas que usam o apelo étnico para oferecer bens e serviços no exterior. Os exemplos típicos para os empresários brasileiros são churrascarias, franquias de fast food brasileiros e padarias da especialidade.

c) Empresas de mídia étnica: jornais e revistas locais visando o nicho de mercado étnico foram encontrados em todas as comunidades brasileiras no exterior.

Interesses específicos ou minorias intermediárias

Empresários que buscam lucrar com mercados étnicos, mas sem envolvimento da comunidade.

No caso brasileiro em Orlando a concentração dos turistas faz surgir muitas lojas que promovem o seu comércio, independentemente da sua relação com o enclave étnico local. O uso da língua portuguesa como justificativa para aplicar margens superiores a produtos específicos que simbolizam o consumo de moda dos brasileiros até o momento.

Foco no Mercado de Produtos Exóticos para o Consumidor Local

PROCESSOS GERENCIAIS
ênfase em
Empreendedorismo
Curso de Graduação Tecnológica

Produto popular → Mercado local

JIU-JITSU

Produto novo → Mercado local

As vezes, exigem adaptações locais!

uff

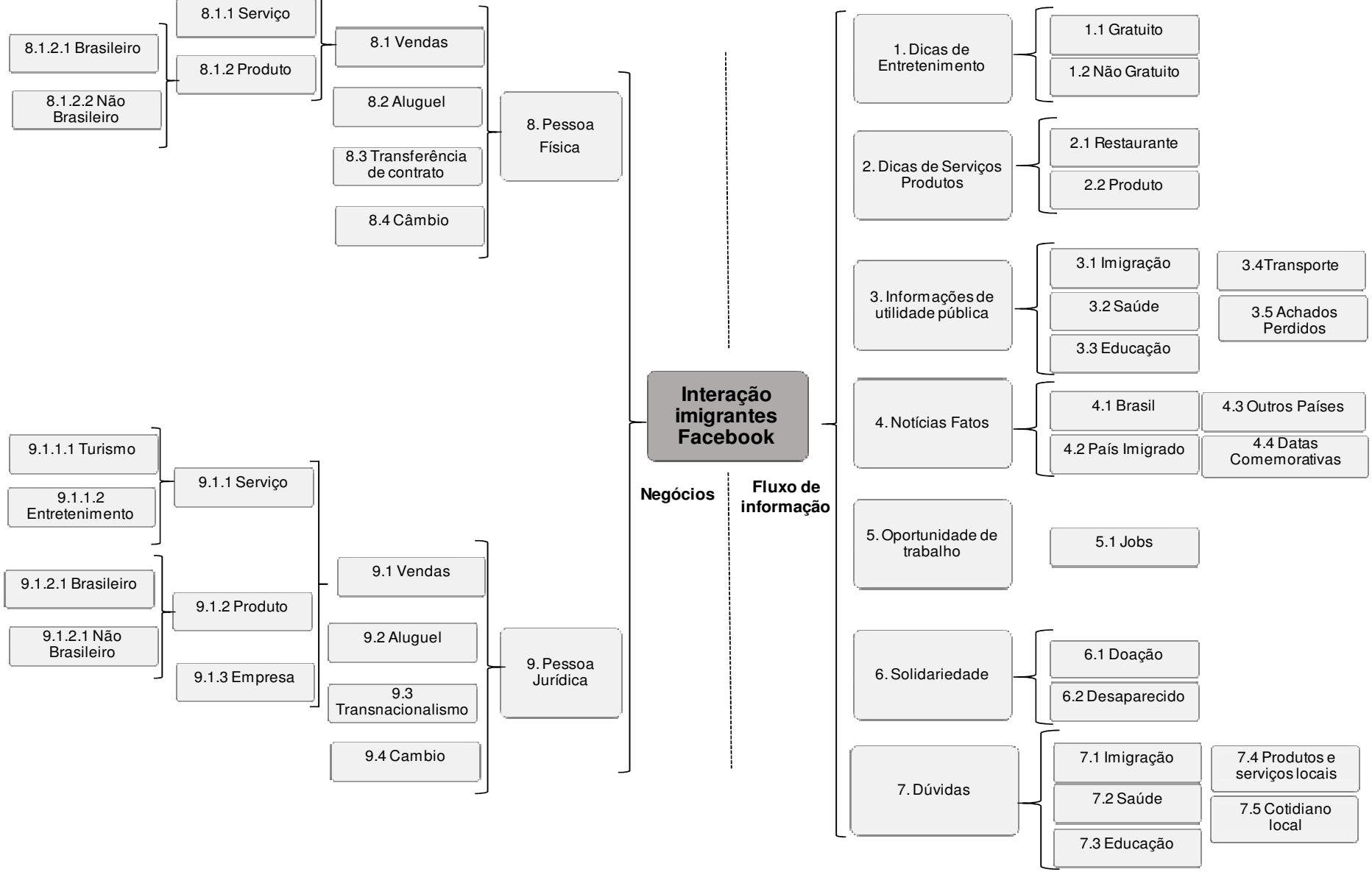
Foco em mercados altamente competitivos

Relações empresariais pré-estabelecidas com fornecedores e clientes locais

Sentimento de rejeição à sua comunidade étnica ou uma "desconfiança limitada“

Embora as perspectivas de mercado sejam muito mais amplas neste caso, é provável que os empresários enfrentem uma concorrência feroz.

Identificando negócios imigrantes nas redes sociais



Exemplo: Brasileiros em Sidney – 10/05/2017

Códigos	Categorias					Q	Percentuais				
1.1	Fluxo de informação			Dicas de entretenimento	Gratuito	0	0,00%				39,58%
1.2					Não gratuito	3	3,13%				
2.1				Dicas de produtos / serviços	Restaurante	1	1,04%		1,04%		
2.2					Produtos	0	0,00%				
3.1				Informações de utilidade pública	Imigração	8	8,33%		11,46%		
3.2					Saúde	1	1,04%				
3.3					Educação	0	0,00%				
3.4					Transporte	2	2,08%				
3.5					Achados / perdidos	0	0,00%				
4.1				Notícias e fatos	Brasil	0	0,00%		4,17%		
4.2					Austrália	4	4,17%				
4.3					Outro país	0	0,00%				
4.4					Datas comemorativas	0	0,00%				
5.1				Oportunidades de trabalho	Jobs	7	7,29%				
6.1				Solidariedade	Doação	0	0,00%		0,00%		
6.2					Desaparecidos	0	0,00%				
7.1				Dúvidas	Imigração	1	1,04%		12,50%		
7.2					Saúde	1	1,04%				
7.3					Educação	1	1,04%				
7.4					Produtos e serviços locais	8	8,33%				
7.5					Cotidiano local	1	1,04%				
8.1.1	Negócios	Pessoa física	Vendas	Serviço		6	6,25%		27,08%	58,33%	60,42%
8.1.2.1				Produto	Brasileiro	6	6,25%	20,83%			
8.1.2.2					Não brasileiro	14	14,58%				
8.2			Aluguel			24	25,00%				
8.3			Transferencia de contrato			1	1,04%				
8.4			Câmbio			5	5,21%				
9.1.1.1		Pessoa jurídica	Vendas	Serviço	Turismo	0	0,00%	1,04%	2,08%	2,08%	
9.1.1.2					Entretenimento	1	1,04%				
9.1.2.1				Produto	Brasileiro	1	1,04%	1,04%			
9.1.2.2					Não brasileiro	0	0,00%				
9.1.3			Aluguel			0	0,00%				
9.3			Transnacionalismo			0	0,00%				
9.4			Câmbio			0	0,00%				
TOTAL						**96**	**100%**				

Exemplo: *post* de produtos étnicos

Brasileiros em Sydney

Brasileiros em Sydney

Grupo fechado

[redacted] ▸ Brasileiros em Sydney

8 de maio às 16:42 ·

Produtinhos brasileiros

Oi meu povo e minha pova!!

Mantendo a tradição dos produtinhos, cheguei ontem com meu marido e trouxemos algumas coisinhas!

- 20 carteiras de Marlboro vermelho = 20 auds cada
- 1 Nescau 800gr = 15 auds
- 3 barras de chocolate Diamante Negro com Laka = 7 auds cada
- 1 alicate para cortar unhas da Mundial = 20 auds
- 2 alicates para cutículas da Mundial = 20 auds cada
- 1 Toddy 800gr = 15 auds RESERVADO
- 1 matte leão com pêssego = 5 auds
- 2 passatempos = 5 auds cada
- 2 trakinas de chocolate = 5 auds cada
- 3 trakinas meio a meio - chocolate com morango = 5 auds cada
- 2 tang tangerina = 1 aud cada RESERVADO
- 4 tang chá mate com laranja = 1 aud cada
- 5 tang limão = 1 aud cada
- 1 farofa temperada suave 250gr = 3 auds RESERVADO
- 1 farofa temperada 500gr = 5 auds RESERVADO
- 4 pacotinhos de camisinha para bomba de chimarrão = 2 auds cada
- 2 Velho Barreiro gold = 35 auds cada
- 2 Velho Barreiro com limão = 35 auds cada

Interessados é só chamar inbox, não esqueçam de avisar aqui que me mandou para eu poder ver!!

Exemplo: *post* de evento étnico

Pedidos

BRASILEIROS EM IBIZA

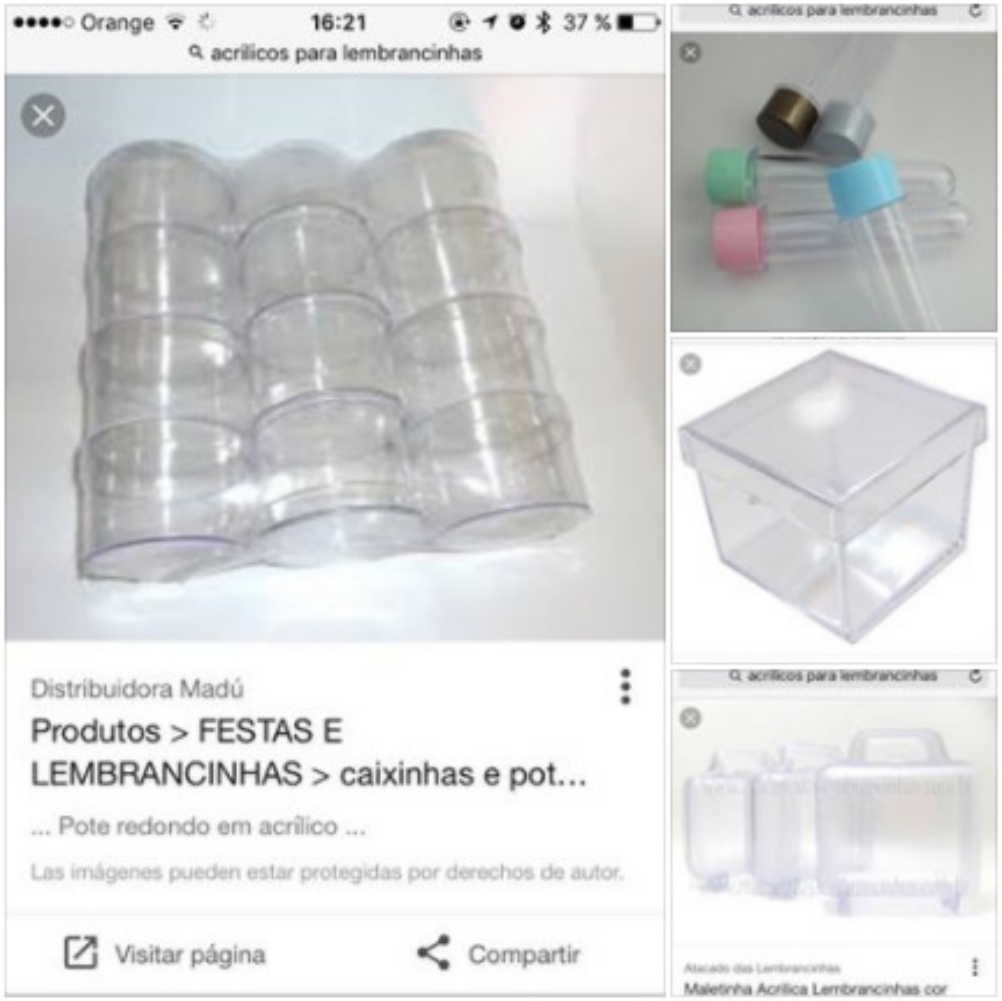
25 ou mais publicações recentes · Grupo público · 1.131 membros

Visitar grupo

Gabriella Neres

5 h · Ibiza, Balearic Islands, Spain

Olá pessoal, tem alguém vindo do Brasil para trazer encomenda ? Preciso de artículos para lembrancinhas , tipo essas da foto. Chamar InBox , desde já obrigada



Negócios informais