

## Catarina Reis Oliveira\* e Jan Rath\*\*

Organizadores do Número Temático sobre Empreendedorismo Imigrante

Inúmeras economias avançadas, em especial de grandes cidades, adquiriram um aspecto mais cosmopolita nas últimas décadas do século XX. Esta tendência é observada a partir da maior diversificação dos produtos, que inclui não apenas aqueles itens mais evidentes como a *Coca-Cola*, hambúrgueres e calças *Levis*, mas também chá verde chinês, "döne" turcos e saris indianos. Não é apenas a aparência destes produtos "exóticos" nas lojas de Amesterdão, Berlim, Copenhaga ou Lisboa, que revela as ligações profundas entre as economias dos países de origem e de acolhimento; mas também, durante a segunda metade do século XX, a composição demográfica de inúmeras economias avançadas mudou significativamente com o aumento da diversificação das origens dos fluxos migratórias de longa distância. Os migrantes internacionais fazem parte do complexo processo de globalização de uma forma bastante evidente. A crescente variedade dos produtos e das populações, enquanto duas características visíveis do processo de globalização, estão com frequência directamente relacionadas com a introdução de produtos de países longínquos por imigrantes. Eles criam negócios nos países de acolhimento e tornam-se "trabalhadores independentes", "empresários imigrantes" ou "empresários étnicos".

De forma surpreendente, os números crescentes de empresários étnicos que abriram uma loja, de acordo com a revista americana *Business Week*, permanecem como "heróis não reconhecidos" da Europa. Em termos socioeconómicos, durante bastante tempo estes imigrantes foram amplamente vistos apenas como *trabalhadores*. Os imigrantes eram frequentemente descritos como uma mão-de-obra não qualificada e barata que abastecia as economias avançadas. Mais recentemente, contudo, uma maior atenção foi dada aos imigrantes que criam o seu próprio negócio.

Ao tornarem-se trabalhadores por conta própria, os imigrantes adquiriram papéis particularmente diferentes daqueles assumidos por imigrantes que são empregados ou por empresários *mainstream*. Ao criarem o seu negócio os empresários imigrantes criaram o seu próprio emprego e/ou oportunidades de emprego

\* Coordenadora da Unidade de Estudos e Relações Internacionais do Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI, I.P.) / Head of Unit of Research and International Relations of the High Commission for Immigration and Intercultural Dialogue (ACIDI, I.P.) (catarina.oliveira@acidi.gov.pt).

\*\* Professor de Sociologia Urbana e Director do Institute for Migration and Ethnic Studies (IMES) da Universidade de Amesterdão / Professor of Urban Sociology and Director of the Institute for Migration and Ethnic Studies (IMES) - Universiteit van Amsterdam.

para outros co-étnicos, o que lhes permite contornar algumas das barreiras que encontram no momento em que procuram um trabalho. Os imigrantes são particularmente propensos a reagirem contra essas barreiras. Eles podem ter falta de qualificações, ou serem percebidos como tendo falta; eles podem não ter acesso a suficientes ou relevantes redes sociais de transmissão de informação acerca de oportunidades de trabalho; ou os empregadores locais podem simplesmente discriminá-los. Tornarem-se trabalhadores independentes não significa que todas estas barreiras se tornam irrelevantes – os bancos podem ainda assim discriminar quando eles solicitam empréstimos, ou as suas qualificações podem não ser reconhecidas, por exemplo –, mas ainda assim os empresários parecem ficar menos vulneráveis.

Apesar da aparente diversidade das origens dos empresários e os tipos de negócios que estabelecem em vários países, há claras semelhanças nesses processos. Apesar de se verificarem casos de sucesso notáveis em economias avançadas (Kloosterman e Rath, 2003), a maioria destes imigrantes é canalizada para os sectores menos atractivos do mercado. Necessitando, em inúmeros casos, de aceder a fundos significativos de capital (financeiro) e carenciando de qualificações apropriadas, a maioria dos empresários étnicos pode, em princípio, apenas estabelecer o seu negócio em mercados com menos barreiras de entrada em termos de capital de arranque e de qualificações educacionais requeridas. Nestes mercados a produção é essencialmente de pequena escala, com pouco valor acrescentado e, frequentemente, muito dependente de mão-de-obra. Consequentemente, para muitos empresários étnicos os seus rendimentos são relativamente baixos e os dias de trabalho são longos e árduos.

Ainda assim, os governos nacionais e municipais europeus, as associações de empresários e as inúmeras instituições do terceiro sector têm atribuído um grande valor ao empreendedorismo étnico. Estes actores, com vários níveis de envolvimento, têm promovido o desenvolvimento de pequenas e médias empresas (PMEs) ao introduzirem medidas de incentivo que facilitam os pequenos empresários em geral, e os empresários étnicos em particular. Muitas dessas intervenções centram-se no melhoramento da *performance* dos empresários étnicos fornecendo, por exemplo, formação e aconselhamento e outras formas de apoio na vertente das competências empresariais, financeiras e de *networking*. Outras intervenções procuram remover obstáculos do contexto legislativo para PMEs, variando entre a diminuição de requisitos de licença para a criação de negócios e a concessão de sistemas preferenciais de acesso ao crédito por períodos de tempo onde não há risco de perda dos benefícios de Segurança Social (para uma

caracterização mais detalhada vd. Van Niekerk, Rath *et al.*, 2008). Dessa forma, estes actores enfatizaram os efeitos positivos do empreendedorismo.

Se bem sucedidos, os empresários étnicos podem criar postos de trabalho para outros, o que pode beneficiar familiares, amigos e conhecidos ou, de forma mais geral, co-étnicos, atendendo a que as redes sociais são frequentemente interfaces de informação no recrutamento de novos trabalhadores para pequenas empresas. Criando postos de trabalho, essas empresas ajudam a diminuir o desemprego entre imigrantes. Para além das oportunidades de trabalho, os empresários étnicos podem ainda contribuir para as comunidades imigrantes com diferentes formas de capital. Devido ao seu contacto com fornecedores e clientes, os empresários étnicos podem também ser úteis na definição de pontes com outras redes externas à comunidade, melhorando assim as possibilidades de mobilidade ascendente. Os empresários étnicos são ainda frequentemente apontados como líderes das suas comunidades. Mais importante ainda, eles mostram que os imigrantes não estão necessariamente restringidos a preencherem as oportunidades de trabalho do mercado, mas podem ser agentes activos que desenhem os seus próprios destinos ao definirem os seus negócios. Mesmo quando se encontram confinados a sectores de negócio com poucas perspectivas, eles são ainda actores no sentido literal do termo.

Adicionalmente, os empresários étnicos podem fornecer produtos e serviços que os empresários autóctones não são propensos a oferecer. Esses empresários podem ter um conhecimento especializado em procuras específicas ou fontes de fornecimento particulares relacionadas com produtos estrangeiros, como seja de alimentação (por exemplo, especiarias da Indonésia), de música (por exemplo, música raï do Norte de África), de vestuário (por exemplo, saris indianos, havaianas ou biquínis brasileiros), de saúde (como seja a medicina tradicional chinesa, remédios naturais ou massagens asiáticas), ou vídeos (por exemplo, filmes de Bollywood da Índia). Em muitos casos, estas competências sem par podem basear-se em conhecimentos adquiridos em primeira-mão no país de origem, ou gerados a partir de redes transnacionais que conectam o país de origem com a extensa diáspora de um grupo específico de imigrantes.

Ao introduzirem novos produtos e novas formas de *marketing* estes empresários imigrantes, mesmo podendo encontrar-se nos sectores menos atractivos do mercado, são inovadores – os “novos homens” de Joseph Schumpeter, mesmo que de uma forma mais modesta. Um exemplo é a introdução do *döner kebab* por empresários turcos na Alemanha. Aos empresários autóctones podes-lhe

faltar a credibilidade para alguns tipos de negócio, como se verifica no caso dos restaurantes chineses onde o dono e os seus trabalhadores têm pelo menos de ter alguma aparência chinesa. As escolhas podem manter afastados os empresários autóctones de alguns sectores que requerem longas horas de trabalho árduo com baixo salário, que apenas os imigrantes podem estar preparados para aceitar. Desta forma, os empresários étnicos podem aumentar a diversidade de produtos e serviços num país e, assim, expandir as opções dos consumidores. De forma indirecta, isto pode permitir aos empresários autóctones focarem-se mais em actividades onde exploram as suas próprias vantagens comparativas.

Numa perspectiva geográfica, os empresários étnicos podem introduzir vitalidade em ruas particulares, ou mesmo em bairros de cidades. Se as ruas foram abandonadas por empresários autóctones e estes foram substituídos – numa sequência de invasão ou sucessão – por empresários imigrantes, a deterioração económica pode ser revertida. Como proprietários de negócios locais, eles têm um papel claro na prosperidade, acessibilidade e segurança da rua ou do bairro. Em muitos casos estes negócios são também os locais onde os membros da rede social local se reúnem. Os empresários imigrantes são por isso uma importante componente da matriz social, sustendo a sociedade civil ao nível das bases.

Se estas expectativas optimistas se justificam ou não ainda se deve discutir. Uma magnitude de estudos demonstrou que o sucesso do empreendedorismo – e consequentemente também os seus efeitos – é contingente com inúmeras condições sociais, políticas e económicas (ver: Rath, 2002). A complexidade dos processos empresariais impede-nos de apresentar o empreendedorismo como um fenómeno simples e unidimensional, o que explica também porque é que promover o empreendedorismo não é um processo evidente.

Este número temático procura disponibilizar uma caracterização extensa de políticas que promovem o empreendedorismo étnico em diversos países, sendo motivado pelo objectivo de governos nacionais e municipais de criarem um ambiente conducente à definição e desenvolvimento de PME, em geral, e de negócios de imigrantes, em particular. Adicionalmente, ilustra também como o terceiro sector tem tido um papel crucial no reforço do empreendedorismo imigrante e fornece indicações acerca de como melhor abordar este assunto no futuro a um nível governamental.

## **O surgimento do empreendedorismo imigrante na Europa: variações nacionais e locais**

Apesar de as actividades empresariais de imigrantes sempre terem estado presentes um pouco por toda a Europa desde a formação dos primeiros Estados, três circunstâncias históricas tornaram-nas mais visíveis nas últimas décadas. A primeira circunstância histórica está associada ao crescimento dos fluxos massivos de imigração,<sup>1</sup> essencialmente a partir de meados de 1945, que conduziram à concentração de comunidades estrangeiras em diversos centros urbanos do Norte e Centro da Europa, primeiro, e do Sul da Europa a partir de meados da década de 70 (Castles e Miller, 1998: 6). O crescimento económico e a expansão de vários mercados durante os anos 50 e 60 conduziram ao declínio das pequenas e médias empresas tradicionais e ao florescimento de grandes concentrações comerciais e de produção industrial (Waldinger *et al.*, 1990: 80). É exactamente neste contexto que as iniciativas empresariais de imigrantes começam a tornar-se mais visíveis.

A segunda conjuntura relaciona-se com a crise petrolífera de 1973/74, que provocou uma recessão económica e respectiva reestruturação da economia mundial. Essa reestruturação implicou a reconversão de formas de produção de inúmeras empresas, o investimento de capital em novas áreas industriais, a alteração dos padrões do comércio mundial e a introdução de novas tecnologias resultantes da revolução da micro-electrónica (Castles e Miller, 1998: 78). Estas mudanças provocaram o inevitável aumento do desemprego nas principais economias europeias que dispunham de um elevado contingente de mão-de-obra não qualificada. Esta situação conduziu ao crescimento do número de patrões e trabalhadores por conta própria imigrantes. Os imigrantes e seus descendentes, não qualificados ou semi-qualificados, conseguiram desta forma encontrar formas alternativas de inserção económica nas sociedades europeias, criando o seu próprio emprego ou empregando-se em empresas de co-étnicos. Em resultado, entre 1970 e 1980 as taxas de empreendedorismo cresceram em muitos países europeus (Light e Rosenstein, 1995: 12-13; Waldinger *et al.*, 1990: 80).

Finalmente, inúmeros investigadores acreditam que as mudanças no consumo e na produção, resultantes da internacionalização e globalização nesta Era Pós-Fordista, definem condições para o contínuo desenvolvimento de iniciativas empresariais de imigrantes ou de referência étnica (Mars e Ward, 1984; Boissevain, 1984; Sassen 1991). A estrutura de oportunidades das sociedades europeias tornou-se assim favorável às actividades empresariais de imigrantes, tendo vindo a ser reforçado o número de pequenos e médios empresários imigrantes (Waldinger *et al.*, 1990: 79).

Em suma, o desenvolvimento empresarial das comunidades imigrantes esteve associado ao decréscimo das tradicionais pequenas e médias empresas e ao crescimento das grandes produções industriais e de grandes concentrações comerciais a partir de meados da década de 50. Mais tarde, a partir de meados da década de 70, com a segmentação étnica dos mercados de trabalho e o crescimento da discriminação institucional e informal no acesso ao mercado de trabalho, proliferaram os empresários imigrantes nas diversas sociedades europeias (Castles e Miller, 1998: 182-183). Nas cidades globalizadas e cosmopolitas de hoje, onde se verifica uma crescente procura de produtos de referência étnica, definem-se também condições para a propagação das actividades empresariais de imigrantes (Rath, 2007).

Segundo dados da OCDE, o peso relativo de imigrantes no número total de empresários tem vindo a aumentar em muitos países (vd. Quadro 1).

**Quadro 1 – Cidadãos nascidos no estrangeiro com actividades por conta própria em países da OCDE, 2000-2005**

País	Percentagem de cidadãos nascidos no estrangeiro no total de trabalhadores por conta própria		Percentagem de trabalhadores por conta própria no total de activos nascidos no estrangeiro	
	2000	2005	2000	2005
Austrália		27,7		12,7
Áustria	6,7	9,3	7,3	7,5
Bélgica	10,2	12,7	17,0	15,1
Dinamarca	4,8	6,3	9,1	8,5
França	11,1	12,7	11,4	11,6
Alemanha	9,7	12,8	8,6	10,1
Grécia	2,0	3,7	13,7	12,6
Irlanda	7,7	8,1	17,4	11,0
Luxemburgo	33,5	38,9	7,5	6,9
Holanda	10,3	10,3	10,4	10,8
Noruega	6,0	7,4	7,6	7,6
Portugal	3,6	5,4	14,9	14,2
Espanha	3,0	8,1	18,9	10,3
Suécia	11,4	14,4	12,0	11,3
Reino Unido	10,7	11,6	15,2	14,4
Estados Unidos		14,1		9,6

Fonte: *International Migration Outlook* (SOPEMI, 2007: 75).

Não se verificam, contudo, padrões uniformes em todos os países. Em alguns casos verifica-se o aumento da percentagem de cidadãos nascidos no estrangeiro no total de trabalhadores por conta própria, acompanhado também pelo aumento da percentagem de trabalhadores por conta própria no total de activos nascidos no estrangeiro. Esta tendência tanto pode reflectir uma melhoria da posição social dos imigrantes na sociedade de acolhimento, como um aumento das dificuldades no acesso dos imigrantes ao mercado de trabalho dessa sociedade. Por outras palavras, a iniciativa empresarial pode estar a ser reforçada como uma alternativa a constrangimentos vividos pelos imigrantes (e.g. discriminação no acesso ao mercado de trabalho, desconhecimento da língua do país de acolhimento, dificuldades no reconhecimento de qualificações, sobre-qualificação para o trabalho desempenhado, salários mais baixos, desemprego).

Em contraste, noutros países verifica-se que a percentagem de trabalhadores por conta própria no total de activos nascidos no estrangeiro desceu entre 2000 e 2005, o que pode ser explicado, entre outros factores, pelo crescimento de fluxos de populações imigrantes menos propensas à iniciativa empresarial - diminuindo assim o peso relativo de empreendedores no total de estrangeiros activos no país -, definição de políticas de incentivo à inserção no mercado de trabalho como assalariados, ou políticas restritivas à criação de empresas por imigrantes.

A Comissão Europeia tem-se mostrado particularmente sensível à importância que as iniciativas empresariais imigrantes podem ter, atendendo às suas baixas taxas de empreendedorismo quando comparadas com outros países da OCDE (como sejam os Estados Unidos da América).<sup>2</sup> O "Flash Eurobarometer" 192: *Entrepreneurship survey in the 25 Member States, United States, Iceland and Norway* concluiu que enquanto os países da UE-25 e da UE-15 preferem o estatuto de empregados (50% e 51%, respectivamente) - porque gostam da ideia de um rendimento fixo e precisam de sentir segurança -, a população dos Estados Unidos é mais propensa para o trabalho por conta própria (61%).<sup>3</sup>

De facto, atendendo a que a iniciativa empresarial surge cada vez mais como uma alternativa nas opções de inserção económica dos imigrantes em várias sociedades de acolhimento, a União Europeia encontra cada vez mais nos imigrantes a possibilidade de fazer crescer as suas taxas de empreendedorismo.

Ainda assim, a própria Comissão Europeia reconhece que os imigrantes sentem algumas dificuldades para desenvolverem actividades empresariais nos vários Estados-membros. Na *Agenda Comum para a Integração* (COM 2005, 389) a

Comissão recomendou que todos os Estados-membros deveriam apoiar o empreendedorismo imigrante, nomeadamente facilitando o acesso ao crédito e aos serviços bancários.

Alguns serviços de apoio a negócios para imigrantes estão já a ser disponibilizados em vários países europeus. Um estudo recente promovido pela Comissão Europeia fornece um inventário das medidas políticas e os serviços de apoio em trinta e dois países europeus (Van Niekerk, Rath *et al.*, 2008). O estudo mostrou um padrão de distribuição marcado, revelando inúmeras variações a nível local e nacional. Registou-se que o número e o tipo de medidas e de serviços de apoio são contingentes com:

- a história específica da imigração dos países envolvidos e especialmente do período em que estes países experimentaram imigração em larga escala;
- o grau em que os países envolvidos têm regimes de protecção social que incluem sistemas de regulação e políticas sociais para a integração económica e social dos imigrantes;
- as ideologias subjacentes às políticas nacionais ou locais relativamente aos imigrantes, e os modelos nacionais ou locais de integração dos imigrantes, que determinam em larga medida se são aconselháveis medidas dirigidas a grupos específicos.

A maioria das medidas e serviços foram encontrados nos países do Noroeste Europeu, em menor número nos países do Sul da Europa e ainda menos nos países da Europa Central e de Leste.

As 146 medidas políticas que foram identificadas diferem em vários aspectos, tendo sido agrupadas de acordo com o nível político da intervenção: supranacional, nacional, regional e local. A maioria das medidas políticas foi iniciada a nível nacional, regional ou local, estando a maior parte das iniciativas locais em curso no Reino Unido, Alemanha, Holanda e Bélgica. O nível político em que foram iniciadas as medidas não tem necessariamente correspondência no nível de financiamento: a maioria das medidas políticas foram financiadas por fundos europeus e/ou nacionais e a maioria das iniciativas locais foram (co-)financiadas por fontes de financiamento de nível superior.

Uma larga maioria das medidas políticas identificadas contribuíram para a capacitação dos serviços dirigidos a imigrantes. Esses serviços procuraram capacitar



os empresários imigrantes, fortalecendo os seus recursos humanos, sociais e financeiros. O principal enfoque foi a consolidação do capital humano dos aspirantes a empresários (fornecendo informação, serviços educacionais, formação e aconselhamento). Apenas um pequeno número dos serviços procurou explicitamente estimular a definição de redes sociais, ainda que muitos tenham promovido *networking* implicitamente. Poucas medidas dedicaram-se a disponibilizar serviços financeiros, ainda que muitos programas facilitem o acesso a capital financeiro ao fortalecerem as competências e os conhecimentos dos empresários. Ocasionalmente algumas medidas fornecem assistência material, por exemplo em serviços de incubadoras de empresas.

Em suma, estes serviços centraram-se na *agência* do empresário em oposição às condições *estruturais* empresariais da sociedade. Apenas um número reduzido de medidas identificaram o seu foco de actuação na melhoria da estrutura de oportunidades para os empresários imigrantes. Nesse grupo inclui-se, por exemplo, a regeneração de certos bairros abandonados nas cidades ou o encastamento estrutural dos imigrantes e das suas organizações no âmbito de organizações *mainstream*.

Aproximadamente metade das medidas ou programas de apoio focaram-se exclusivamente em imigrantes, as restantes centraram-se no público em geral, onde se incluíam imigrantes. Os grupos mais vulneráveis parecem ser os que melhor ficaram servidos por medidas específicas que advogam um serviço personalizado na língua dos imigrantes, com mediadores interculturais ou técnicos de aproximação. A participação em serviços para grupos homogéneos de co-étnicos ou de outros imigrantes parecem também aumentar a eficiência dos serviços. Por outro lado, a participação em programas multiétnicos introduz as pessoas em redes *mainstream* e, assim, fomenta os contactos com o mundo dos negócios, o que pode contribuir para um desenvolvimento bem sucedido dos negócios de imigrantes já que facilita o seu acesso a instituições *mainstream* de apoio a empresas.

Reconhece-se, deste modo, que as tendências identificadas reflectem a interferência de muitos e variados factores explicativos da iniciativa empresarial imigrante e que o seu impacto pode ser distinto de grupo para grupo e de país para país. A literatura existente acerca das iniciativas empresariais de imigrantes procurou explicar explicitamente o envolvimento dessas dimensões explicativas.

## Contexto teórico

Inúmeros investigadores caracterizaram o dinamismo económico dos empresários imigrantes e os seus impactos positivos para o crescimento económico de várias sociedades de acolhimento e para a mobilidade social das próprias populações imigrantes.

O empreendedorismo étnico constituiu-se como um importante campo de estudo, particularmente nos países tradicionais de imigração como os Estados Unidos, a partir da década de 70, e em países europeus, a partir de finais da década de 80. A relevância deste campo de estudo relaciona-se com pelo menos duas áreas importantes das políticas: o empreendedorismo étnico não apenas contribui para o *desenvolvimento económico* em certos sectores ou cidades das sociedades de acolhimento, como também o empreendedorismo pode ser visto como uma alternativa viável para a *incorporação económica* e, assim, para a integração dos imigrantes e dos seus descendentes. Contudo, nem sempre isso é verdade em todas as cidades e países, ou para todos os grupos de imigrantes. Como se mostrou, a taxa de empreendedorismo e o sucesso do empreendedorismo imigrante varia. Dependendo das circunstâncias da sociedade de acolhimento e das características dos imigrantes, alguns grupos mostram-se mais propensos do que outros a serem bem sucedidos na criação de um negócio.

Os estudos acerca do empreendedorismo étnico examinaram o fenómeno de diferentes pontos de vista e perspectivas. Alguns argumentam que o empreendedorismo étnico é uma reacção a oportunidades bloqueadas no mercado de trabalho e que, como consequência, o número crescente de empresários não reflecte necessariamente o seu sucesso efectivo. Em contraste, o trabalho por conta própria é visto como a única opção económica para os imigrantes. Maior número de horas de trabalho, trabalho familiar não remunerado e rendimentos baixos são alguns dos indicadores que suportam esta hipótese de último recurso (veja-se, por exemplo, Barrett *et al.*, 1996; Waldinger *et al.*, 1990).

No outro extremo encontramos o ponto de vista segundo o qual o empreendedorismo étnico é visto positivamente, ou seja, como um caminho viável para a mobilidade social ascendente. Assume-se que os imigrantes possuem recursos “étnicos” adicionais que os podem colocar, em alguns aspectos, em posições mais favoráveis comparativamente a outros empresários (Light, 1972; Werbner, 1984). Outros realçam a coesão social das comunidades imigrantes e a importância da solidariedade étnica e das relações de confiança (por exemplo, Portes e Sen-

senbrenner, 1993; Waldinger, 1996). É dada ênfase aos efeitos positivos desses recursos que canalizam os imigrantes para o empreendedorismo.

Ambas as perspectivas são válidas na análise do empreendedorismo dos imigrantes e cada ponto de vista aplicar-se-á mais a certas situações ou grupos do que a outros – dependendo das condições específicas de tempo e espaço.

Nos estudos contemporâneos acerca do empreendedorismo étnico há um consenso de que a primeira geração de imigrantes normalmente serve a sua própria comunidade étnica com produtos ou serviços e, por isso, desenvolve os seus próprios “mercados étnicos”. É sugerido que os negócios étnicos que operam em mercados co-étnicos estão eventualmente condenados a uma existência marginal e que têm de se expandir para além do mercado étnico para serem bem sucedidos (cf. Barrett *et al.*, 1996; Jones *et al.*, 2000; Metcalf *et al.*, 1996; Waldinger *et al.*, 1990). Outros alertaram para o facto de esta ser uma visão parcial do fenómeno e questionaram a inevitabilidade desse corte com o mercado étnico (ver: Engelen, 2001).

As explicações para o sucesso do empreendedorismo étnico frequentemente explicitaram o papel do indivíduo e dos seus recursos em termos humanos, culturais e de capital financeiro, ou seja, enfatizaram a agência do actor “étnico”. Por outro lado, outros realçaram as condições económicas, sociais e políticas em que os imigrantes se encontram na sociedade de acolhimento. Obviamente que poucos duvidariam da importância de ambas – da agência do empresário e das condições estruturais da sociedade. A questão é como e em que grau estas influenciam o desenvolvimento do empreendedorismo imigrante.

Um dos mais bem conhecidos exemplos desta abordagem interaccionista, combinando agência e estrutura, é o livro *Ethnic Entrepreneurs* de Waldinger, Aldrich, Ward *et al.* (1990). Segundo os autores, as estratégias empresariais étnicas emergem da interacção entre a estrutura de oportunidades e as características dos grupos imigrantes. Neste contexto, os autores acreditavam que: “[t]he strategies adopted by the various ethnic groups in capitalistic societies around the world are remarkably similar” (Aldrich e Waldinger, 1990: 131).

Apesar de o modelo interactivo fornecer um importante contributo para a discussão neste campo científico, principalmente porque definiu a primeira perspectiva inclusiva das estratégias empresariais dos imigrantes que abriu portas para a discussão teórica e para a investigação empírica, apresenta algumas limitações.

Como Rath (2000: 7) realça, Waldinger e seus associados assumem que os imigrantes definem naturalmente estratégias empresariais étnicas só porque partilham uma etnicidade e/ou identificam-se com um grupo com traços étnicos e tradições culturais específicas.

Contudo, se se considerasse apenas a etnicidade como factor diferenciador das actividades económicas dos imigrantes, como se poderia explicar a iniciativa empresarial de indivíduos de grupos sem experiência ou tradição empresarial? Como podemos explicar as diferentes taxas de empreendedorismo do mesmo grupo imigrante em diferentes contextos de recepção? A investigação empírica mostra que mesmo os imigrantes que estão encastrados no seu grupo de origem e partilham práticas culturais comuns têm diferentes formas de integrar-se economicamente, não reproduzindo necessariamente as opções da maioria dos seus co-étnicos (Oliveira, 2005).

Deste modo, o que define uma estratégia empresarial imigrante não são as características étnicas do indivíduo, mas antes os recursos e as oportunidades que são mobilizadas no processo de criação do negócio. Por outras palavras, as estratégias empresariais imigrantes não são distintas apenas pelas diferentes referências étnicas e culturais dos indivíduos, mas antes por diferentes opções e distintas oportunidades de acesso. Assim, imigrantes com diferentes características étnicas, referências culturais ou mesmo de género, podem na realidade definir estratégias empresariais semelhantes em vários contextos de recepção. Na realidade, é possível identificar imigrantes com estratégias semelhantes às dos nacionais (Oliveira, 2007).

Consequentemente, muito embora este modelo ainda seja influente, inúmeras emendas têm sido desenvolvidas desde a sua apresentação. Muitos investigadores, nomeadamente Portes e os seus colegas (Portes e Sensenbrenner, 1993; Portes, 1995), realçaram a importância do “encastramento social” dos empresários. Numa tentativa de reconciliar a ênfase nas características dos empresários com uma análise estrutural macro, os autores discutem a importância das redes sociais nas quais os empresários estão inseridos e a sua relevância para o sucesso empresarial. Uma perspectiva mais recente e inclusiva construiu-se a partir dos modelos de Waldinger e Portes. O modelo de “encastramento misto” também inclui no modelo explicativo do empreendedorismo étnico os contextos político e económico, normalmente ausentes na maioria das primeiras investigações empíricas (Kloosterman e Rath, 2003). As instituições políticas e económicas são cruciais para compreender tanto os obstáculos como as oportunidades para os aspirantes a empresários criarem o seu negócio.

O contexto político no qual o empreendedorismo étnico se desenvolve, e as instituições que o governam, são relevantes para o presente estudo. Estas instituições relacionam-se tanto com regulações formais como informais. Engelen (2001) sublinha a distinção entre legislação e regulação. O termo regulação deveria ser apenas tomado como um mero sinónimo da regulação estatal. Na realidade, vários modos de regulação existem, de formal a informal, e várias agências estão envolvidas nesse processo, variando entre agências estatais (local, regional, nacional e supranacional) e organizações sem fins lucrativos ou associações voluntárias. Os contextos reguladores podem ser impostos ou implementados, ou podem basear-se em acções voluntárias (2001: 210). As acções económicas são sempre reguladas de uma forma ou de outra, mesmo em situações em que a legislação parece não existir *per se* – como na economia informal (Rath, 2002).

Os regimes reguladores tornam-se algumas vezes obstáculos para os empresários étnicos, em particular para imigrantes pouco qualificados oriundos de contextos económicos com regulações menos complexas do que as do país de acolhimento. Deste modo, a regulação pode ser um obstáculo para alguns grupos de imigrantes definirem o seu próprio negócio. Por outro lado, a regulação nem sempre restringe a criação de negócios, podendo mesmo incentivar o contexto empresarial. Esse incentivo pode manifestar-se de diferentes formas, variando desde a tolerância em relação a práticas ilícitas até a acções positivas e a programas de apoio à criação de negócios.

Em suma, a análise do empreendedorismo imigrante em vários países de acolhimento (Austrália, Canadá, Inglaterra, França, Grécia e Portugal) realizada neste número temático, tanto para a investigação como para a definição de políticas públicas, tem em consideração a influência dos recursos étnicos e individuais e a estrutura de oportunidades – contextos económico, social, político e regulador. Como se apresenta adiante, cada artigo fornece uma caracterização das especificidades da estrutura de oportunidades, recursos étnicos, género, programas de apoio à criação de negócios e outros elementos que contribuem para identificar os factores explicativos para o aparecimento e o sucesso – ou vice-versa – do empreendedorismo imigrante.

### **Conteúdos do Número Temático**

Com o intuito de disponibilizar uma análise consistente dos impactos das diversas políticas de diferentes países de recepção nas iniciativas empresariais de

imigrantes, este número temático apresenta alguns exemplos: Canadá, Austrália, Inglaterra, Grécia e França (secção I). Os estudos de caso seleccionados são particularmente interessantes atendendo a que permitem comparar países que optaram por desenvolver políticas que promovem a iniciativa empresarial e/ou a entrada de empresários imigrantes no país – como é o caso da Austrália e do Canadá –, países que têm um regime regulador relativamente liberal combinado com uma intervenção bastante expressiva do terceiro sector – caso da Inglaterra – e outros países que apresentam regulações que inibem o empreendedorismo imigrante – caso da Grécia e França.

No artigo de Hiebert acerca da imigração de empresários e investidores – imigrantes da “Business Class” – para o Canadá torna-se claro que o regime regulador que explicitamente atrai e promove a entrada de empresários imigrantes não conseguiu promover o empreendedorismo imigrante em si, atendendo a que se baseia na premissa falsa de que “o sucesso num contexto político-económico-institucional” garante o sucesso noutro. Neste contexto vemos que, conforme é analisado à frente, os empresários imigrantes sentem dificuldades em adaptarem-se ao contexto regulador e de impostos. À semelhança do Canadá, o “Business Migration programme” da Austrália focou-se na promoção do empreendedorismo imigrante, provando que, como demonstra Collins no seu artigo, uma medida não se aplica a todos por igual, atendendo a que as trajectórias empresariais dos imigrantes são diferentes em função da etnicidade, sector de negócio, género e outros factores, como mencionado anteriormente em relação às estratégias empresariais. Neste âmbito, o autor sugere diferentes direcções para as políticas, de forma a melhorar a situação, que passam por reduzir os encargos administrativos e de regulação, melhorar as estratégias de comunicação, definir uma abordagem governamental transversal e promover a economia étnica e o turismo étnico urbano.

No contexto europeu, o Reino Unido é caracterizado por um nível relativamente baixo de regulação e por um número crescente de iniciativas de apoio. Como Ram e Jones observam, mais de um quarto de milhão dos negócios de minorias étnicas no Reino Unido enfrentam dificuldades em saírem de sectores de pouco valor acrescentado – a existência marginal identificada na literatura anteriormente referida –, questionando a percepção do trabalho por conta própria como uma forma de mobilidade ascendente. Em contraste, como Hatziprokopiou demonstra, a Grécia apresenta regras e estruturas restritivas, confinando muitos imigrantes ao emprego assalariado. Contudo, ao considerar tanto os contextos socioeconómico como o institucional, o autor identifica diversos tipos de empresários no sector empresarial imigrante nascente:

empresários sobreviventes em desvantagem; empresários de valor; empresários étnicos; e a “diáspora comercial” chinesa, recomendando a redução da burocracia e da discriminação como benéfica para todos. Finalmente, concluindo a secção I, Dinh e Ma Mung disponibilizam uma análise dos efeitos da política do empreendedorismo imigrante em França, focando particularmente a legislação e a discriminação sentida no mercado de trabalho como uma motivação para o trabalho por conta própria, apesar de a opção empresarial estar apenas acessível a residentes de longa duração e a nacionais franceses.

Atendendo a que Portugal está a viver inúmeras mudanças na política nesta área – presentes, por exemplo, na nova Lei de Imigração de 2007, que prevê um estatuto legal especial para empresários imigrantes, e no *Plano para a Integração dos Imigrantes 2007-2009*, que contempla várias medidas de apoio ao empreendedorismo imigrante –, é também particularmente relevante dar ênfase a este tema. Na secção II deste número temático, é realizada uma análise do empreendedorismo imigrante em Portugal, tendo presente o contexto legal e institucional das últimas décadas e as características das próprias populações imigrantes. O artigo de Oliveira reflecte a mudança da política portuguesa em anos recentes, de um contexto regulador que inibia o empreendedorismo imigrante durante algumas décadas (associado à Lei do Trabalho e às sucessivas Leis de Imigração) para um desenvolvimento legislativo que procura estimular o empreendedorismo imigrante como parte da política geral de integração, onde o empreendedorismo imigrante é visto como uma forma de melhorar a inserção económica no mercado de trabalho e combater a exclusão social. Oliveira caracteriza ainda os impactos do contexto regulador anterior nas iniciativas empresariais dos diferentes grupos imigrantes, argumentando que em períodos de regulação restrita os recursos étnicos e pessoais adquiriram um papel mais relevante para o sucesso dos negócios.

Nesta secção são ainda considerados os impactos do empreendedorismo imigrante a dois níveis distintos e complementares: por um lado, enquanto incentivador das trocas entre as economias dos países de origem e de acolhimento; e, por outro, pelo seu potencial quanto ao florescimento de estratégias criativas nos contextos locais ou nas cidades de destino. No artigo de Malheiros, acerca de empresários imigrantes de origem indiana na Área Metropolitana de Lisboa, é claramente demonstrado como a comunidade contribui para a revitalização de áreas degradadas e para a introdução de novos produtos e referências nas paisagens urbanas. O autor conclui que, apesar das estratégias destes empresários incorporarem inovação e referências criativas, não correspondem totalmente a estratégias sociais criativas.

Passando para a perspectiva dos países de origem, Santos Neves e Rocha-Trindade exploram no seu artigo os impactos dos empresários imigrantes chineses enquanto membros de uma diáspora que opera na sociedade global de informação. Os autores realçam este papel multifacetado dos empresários enquanto importadores de produtos chineses, promotores do investimento estrangeiro na China, fontes de informação de negócios e mercados, e agentes de paradiplomacia regional chinesa. Estes empresários representam, assim, um instrumento informal para o “soft power” da China. Uma estratégia semelhante para a diáspora portuguesa é, conseqüentemente, recomendada.

Adicionalmente, e reconhecendo que a investigação frequentemente ignorou o empreendedorismo das mulheres imigrantes, Padilla contribuiu com uma análise das iniciativas das empresárias brasileiras em Portugal. A autora demonstra como o género pode interagir com a discriminação e com o racismo na definição da estrutura de oportunidades da sociedade receptora, apresentando obstáculos associados a dificuldades de reconhecimento de qualificações e a obrigações familiares. Ainda assim, as brasileiras parecem ter identificado e capitalizado um nicho étnico de produtos brasileiros. Atendendo a que as experiências identificadas variam entre estratégias empresariais de sobrevivência e estratégias empresariais de mobilidade – ou ainda de perda de estatuto de empresário durante o processo migratório –, mais investigação e políticas de apoio são recomendadas.

Tendo em consideração que o empreendedorismo imigrante é também o resultado da existência de vários programas e iniciativas de apoio, tanto governamentais como da sociedade civil, a secção III desta revista apresenta ainda alguns exemplos na vertente do incentivo das iniciativas empresariais entre imigrantes no Reino Unido, Espanha e Portugal. Esses exemplos variam desde programas de apoio financeiro dirigido - como é o caso do Fundo Phoenix do Reino Unido -, passando por programas de formação e aconselhamento - como é o caso dos serviços do Bolton City Council ou da Lanzadera no Reino Unido e em Espanha, respectivamente -, até ao Prémio Empreendedor Imigrante do Ano em Portugal. Outras iniciativas baseiam-se no conceito do microcrédito e no financiamento das iniciativas empresariais em Portugal, como é o caso da Associação Nacional do Direito ao Crédito e do Serviço Jesuíta aos Refugiados; enquanto, por seu lado, duas outras ONGs activas no contexto português dão exemplos de formas distintas de apoio ao empreendedorismo imigrante - K’CIDADE e o projecto *Factores Preditores de Empregabilidade de Migrantes* da ASI.

Finalmente, a secção IV da revista contempla dois artigos de opinião onde os autores apresentam reflexões críticas acerca do tema, identificando as principais oportuni-



des e os obstáculos associados ao empreendedorismo imigrante na União Europeia, em geral, e em Portugal, em particular, avançando algumas recomendações para ultrapassar essas dificuldades. Estas recomendações incluem: analisar as necessidades individuais e as necessidades dos empresários imigrantes em geral; sensibilizar os empresários imigrantes para os programas de apoio disponíveis e/ou melhorar as linhas de comunicação; e criar condições para a criatividade e para o sucesso dos empresários, encaminhando em simultâneo parte desse sucesso para outros segmentos da população de forma a beneficiar as economias e as sociedades em geral.

## Notas

<sup>1</sup> Em grande medida, estes primeiros fluxos migratórios surgiram no contexto do “sistema de trabalhador convidado” e de relações coloniais.

<sup>2</sup> Ver o artigo de opinião de Thomas Jaegers da Comissão Europeia - DG Enterprise and Industry - neste número temático.

<sup>3</sup> Ainda que possa ser discutido que a conhecida propensão americana para o empreendedorismo não se reflecta em taxas efectivas de trabalhadores por conta própria, mas apenas em declarações nos inquéritos atitudinais. Em termos de taxas, os americanos dificilmente diferem das registadas em alguns países europeus.

## Referências Bibliográficas

- Aldrich, H. e Waldinger, R. (1990), “Ethnicity and Entrepreneurship”, *Annual Review of Sociology*, n.º 16, pp. 111-35.
- Barrett, G.A., Jones, T.P. e McEvoy, D. (1996), “Ethnic Minority Business: Theoretical Discourse in Britain and North America”, *Urban Studies*, n.º 33, pp. 783-809.
- Boissevan, J. (1984), “Small entrepreneurs in contemporary Europe” in Ward, R. e Jenkins, R. (orgs.), *Ethnic communities in business. Strategies for economic survival*, Londres: Cambridge University Press, pp. 20-38.
- Castles, S. e Miller, M.J. (1998), *The Age of Migration. International Population Movements in the Modern World*, Londres: MacMillan.
- Engelen, E. (2001), “‘Breaking in’ and ‘breaking out’: a Weberian approach to entrepreneurial opportunities”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 27, n.º 2, Abril, pp. 203-23.
- Jones, T., Barrett, G. e McEvoy, D. (2000), “Market Potential as a Decisive Influence on the Performance of Ethnic Minority Business” in Rath, J. (org.), *Immigrant businesses. The economic, political and social environment*, Londres: Macmillan, pp. 37-53.
- Kloosterman, R. e Rath, J. (2001) “Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 27, n.º 2, pp. 189-202.
- Kloosterman, R. e Rath, J. (orgs.) (2003), *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalisation*, Nova Iorque: New York University Press, e Oxford: Berg Publishing, pp. 61-78.

- Light, I. (1972), *Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese and Blacks*, Berkeley: University of California Press.
- Light, I. e Rosenstein, C. (1995), *Race ethnicity and entrepreneurship in Urban America*, Nova Iorque: Aldine de Gruyter.
- Mars, G. e Ward, R. (1984), "Ethnic business development in Britain: opportunities and resources" in Ward, R. e Jenkins, R. (orgs.), *Ethnic communities in business. Strategies for economic survival*, Londres: Cambridge University Press, pp.1-19.
- Metcalf, H., Modood, T. e Virdee, S. (1996), *Asian Self-Employment: The Interaction of Culture and Economics in England*, Londres: Policy Studies Institute.
- Oliveira, C. R. (2005), *Empresários de Origem Imigrantes: estratégias de inserção económica em Portugal*, Lisboa: ACIME.
- Oliveira, C. R. (2007), "Understanding the diversity of immigrant entrepreneurial strategies" in Dana, L. P. (org.), *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship*, Cheltenham (Reino Unido) e Northampton (EUA): Edward Elgar, pp. 61-82.
- Portes, A. (org.) (1995), *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, Nova Iorque: Russell Sage Foundation.
- Portes, A. e Sensenbrenner, J. (1993), "Embeddedness and Immigration: Notes on the Social Determinants of Economic Action", *American Journal of Sociology*, vol. 98, n.º 6, Maio, pp.1320-50.
- Rath, J. (2000), "Introduction: Immigrant Business and their Economic, Politico-Institutional and Social Environment" in Rath, J. (org.), *Immigrant Businesses. The Economic, Political and Social Environment*, Londres: MacMillan, pp. 1-19.
- Rath, J. (2002), "Needle Games: A discussion of Mixed Embeddedness" in Rath, J. (org.), *Unravelling the Rag Trade. Immigrant Entrepreneurs in seven World Cities*, Oxford e Nova Iorque: Berg, pp.1-27.
- Rath, J. (org.) (2007), *Tourism, Ethnic Diversity and the City*, Nova Iorque: Routledge.
- Sassen, S. (1991), *The global city. New York, London, Tokyo*, Princeton: Princeton University Press.
- Van Niekerk, Rath et al. (2008), *Examination and evaluation of Good Practices in the Promotion of Ethnic Minority Entrepreneurs*, Bruxelas: European Commission – DG Enterprise and Industry.
- Waldinger, R. (1996), *Still the promised city? African-Americans and new immigrants in postindustrial New York*, Londres: Harvard University Press.
- Waldinger, R., Aldrich, H. e Ward, R. (1990), "Opportunities, Group characteristics and strategies" in Waldinger, R., Aldrich, H., Ward, R. e Associados (orgs.), *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Newbury Park California: Sage.
- Werbner, P. (1984), "Business on Trust: Pakistani Entrepreneurship in the Manchester Garment Trade" in Ward, R. e Jenkins, R. (orgs.), *Ethnic Communities in Business: Strategies for Economic Survival*, Cambridge: Cambridge University Press.