

Roberto Carneiro

Coordenador do Observatório da Imigração

A representação social dos imigrantes que ainda prevalece na maioria dos países europeus associa-os a trabalho assalariado de baixo valor acrescentado, mediante a ocupação de empregos que não atraem a população activa autóctone.

Ainda que essa imagem corresponda à realidade de uma maioria dos trabalhadores imigrantes, a verdade é que o estereótipo vem sofrendo uma rápida transformação. Por um lado, vêm adquirindo importância crescente os fluxos de imigração altamente qualificada enquanto, por outro, se verificam fenómenos de empreendedorismo imigrante que criam riqueza, acrescentam valor e proporcionam empregos no seio das economias de acolhimento.

E não se julgue que estas iniciativas empresariais se confinam a restritos mercados de bens ou serviços “étnicos”. Não pondo em questão a relevância dos restaurantes chineses ou de escolas de yoga, a análise da realidade económica nas nossas sociedades vem pondo em destaque a emergência de novos fenómenos – e potentes – empresariais nos mais diversos sectores de actividade que envolvem directa ou indirectamente uma forte presença de imigrantes.

Quanto mais abertas são as economias e quanto mais as sociedades fomentam a igualdade de oportunidades, maior é a probabilidade de que o terreno de jogo seja nivelado para todos aqueles que nele querem assumir o risco de iniciar ou de diversificar um negócio.

Dito de outro modo, para os imigrantes empreendedores o Mundo é Plano ou, pelo menos, propende a apresentar-se menos desnivelado do que no passado próximo. E mais: as economias da inovação e as indústrias da criatividade apelam crescentemente ao cruzamento de culturas e ao encontro de diversidades para as sustentar.

O número 3 da Revista *Migrações* dedica ao tema a merecida atenção e merece ser lido, e meditado, por todos os que se interessam pela problemática dos movimentos de população.

Desde logo, porque a coordenação do número foi assegurada por dois investigadores no tema e especialistas consumados no estudo da economia da imigração: Catarina Reis Oliveira e Jan Rath.

Depois, pela simples razão de que aceitou colaborar na feitura deste número uma plêiade de investigadores dos mais variados ângulos de abordagem, mas irmanados no rigor e na qualidade da reflexão.

A Revista *Migrações* cumpre, assim, o desígnio principal para que foi criada: o de proporcionar um forum para a publicação de investigação original sobre temáticas seminais, estimulando a comunidade científica a abrir novas fronteiras de reflexão e de pesquisa sistemática.

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 podese-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's, 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,¹ 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).² 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%).³

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 encastramento 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.