

OS RESULTADOS EMPRESARIAIS DOS PROCESSOS EMPREENDEDORES DE BRASILEIRAS IMIGRANTES NA ALEMANHA E NA SUÉCIA

THE FIRM-ORIENTED OUTCOMES OF BRAZILIAN IMMIGRANT WOMEN'S ENTREPRENEURIAL PROCESSES IN GERMANY AND SWEDEN

Victoria Barboza de Castro Cunha ¹
Thiago Cavalcante Nascimento ¹[0000-0002-5452-8965]
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão ²[0000-0002-8125-0938]
Eduardo Picanço Cruz ³[0000-0003-4484-3256]

¹ Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)

² Universidade do Grande Rio Professor José de Souza Herdy (UNIGRANRIO)

³ Universidade Federal Fluminense (UFF)

victoriacunha@alunos.utfpr.edu.br, thiagoc@utfpr.edu.br,
robertopqfalcao@gmail.com, epicanco@id.uff.br

Resumo. O estudo do empreendedorismo feminino tem-se disseminado nas últimas três décadas; todavia, pouca atenção tem sido dada às mulheres que iniciam e desenvolvem seus negócios em um país estrangeiro, sem mencionar nos resultados de seus processos empreendedores no exterior. Este artigo examina, portanto, os resultados ao nível da firma advindos dos processos empreendedores de sessenta mulheres brasileiras que emigraram para duas nações da Europa Ocidental. Alemanha e Suécia foram escolhidas para compor esta pesquisa por serem destinos reconhecidamente incomuns para a diáspora brasileira. Os dados referentes às características sociodemográficas, perfis de negócios e trajetórias empresariais das brasileiras imigrantes foram coletados por meio de entrevistas híbridas semiestruturadas. Este estudo de caso múltiplo positivista de natureza explicativa seguiu a técnica de análise qualitativa indutiva de Gioia et al. (2013). Os achados indicam que os resultados orientados para a firma das empresárias imigrantes constituem: (i) contratação de mulheres coétnicas; (ii) contratação de outros grupos sub-representados; (iii) conformidade tributária; (iv) internacionalização de negócios; e (v) amadorismo empresarial.

Palavras-chave: Diáspora brasileira. Empreendedorismo feminino. Mulheres empreendedoras. Resultados de negócios. Processo empreendedor.

Abstract. The study of female entrepreneurship has become pervasive in the last three decades; nevertheless, little attention has been given to females who start and develop their businesses in a foreign country, not to mention the outcomes of their entrepreneurial processes abroad. This paper then examines the firm-oriented outcomes deriving from the entrepreneurial processes of sixty Brazilian women who emigrated to two Western Europe nations. Germany and Sweden have been chosen in this research for these are admittedly unusual destinations for the Brazilian diaspora. Data regarding the sociodemographic traits, business profiles, and entrepreneurial trajectories of these Brazilian immigrant women have been collected through hybrid semi-structured interviews. This positivistic explanatory multiple case study followed Gioia's et al. (2013) inductive qualitative analysis

technique. Findings indicate migrant women entrepreneurs' firm-oriented outcomes comprise (i) employment of co-ethnic women; (ii) employment of other underrepresented groups; (iii) tax compliance; (iv) business internationalization; and (v) entrepreneurial amateurism.

Keywords: Brazilian diaspora. Female entrepreneurship. Women entrepreneurs. Business Outcomes. Entrepreneurial Process.

Introdução

Estudos sobre empreendedorismo feminino imigrante são escassos e, acima de tudo, a maioria enfoca a criação de negócios por muçulmanas, africanas e indianas (CHREIM et al., 2018). Essa tendência na literatura ignora que há um movimento migratório significativo de brasileiros para nações desenvolvidas, o qual favoreceu o surgimento do termo "diáspora brasileira" (PADILLA, 2011). Não obstante o reconhecimento desse movimento migratório esteja ganhando força, verifica-se uma lacuna na literatura sobre empreendedorismo internacional a respeito dos dados demográficos e empresariais que contribuem para os resultados da atividade empreendedora de brasileiras vivendo na Europa. Assim, esta pesquisa examina os resultados ao nível da firma dos processos empreendedores de brasileiras residindo na Alemanha e na Suécia. A escolha desses países deveu-se a dois motivos preponderantes.

Primeiramente, ambos têm investido massivamente em políticas para promoção do empreendedorismo feminino de um modo geral (FOSS et al., 2019). Em segundo lugar, Alemanha e Suécia não figuram como destinos tão atraentes para brasileiros, principalmente pela dificuldade da língua e do clima, embora se verifique um crescente número de empreendedores dessa nacionalidade em ambos os países (CRUZ; FALCÃO; LEITE, 2022; CRUZ; FALCÃO; SANTOS, 2022).

Consequentemente, esta pesquisa contribui para que o fenômeno do empreendedorismo feminino brasileiro seja mais bem compreendido em contextos peculiares de realocação para esse grupo étnico.

Material e Métodos

Para tanto, este trabalho fundamenta-se num paradigma epistemológico positivista (LEPPÄHO et al., 2015), que tem como desenho o estudo de caso comparativo qualitativo de natureza explicativa (YIN, 2018) e uma perspectiva temporal transversal, porém de orientação longitudinal. Utilizou-se de dados primários coletados entre 2021 e 2023, por meio de entrevistas semiestruturadas com empresárias imigrantes brasileiras residindo na Alemanha e na Suécia. A seleção das empreendedoras baseou-se em critérios de amostragem não probabilística do tipo bola de neve. As entrevistas foram realizadas em um formato híbrido: algumas aconteceram in loco, durante as observações de campo, e outras remotamente, por meio da plataforma Google Meet. Depois disso, aplicou-se o protocolo indutivo de Gioia et al. (2013), pelo qual a análise qualitativa é realizada em três etapas: (i) análise de primeira ordem, ou seja, uma busca de termos-chave oriundos da fala das informantes; (ii) análise de segunda ordem, que visa fundir as primeiras categorias à luz da literatura de base; (iii) análise de terceira ordem, ou seja, estabelecimento de rótulos ou descritores frasais para geração de dimensões agregadas (GIOIA et al., 2013).

Resultados

Dentre essas dimensões, apontam-se a (i) contratação de mulheres coétnicas; (ii) contratação de outros grupos sub-representados; (iii) conformidade tributária; (iv) internacionalização de negócios; e (v) o amadorismo empresarial. Nas duas primeiras categorias, redes voltadas ao empreendedorismo feminino são criadas em resposta às barreiras de entrada no mercado de trabalho estrangeiro às mulheres imigrantes oriundas de países em desenvolvimento (VITA; MARI; POGGESI, 2014).

Como alternativa, elas buscam apoiar a contratação de grupos étnicos igualmente sub-representados, voltando-se muitas vezes para outras mulheres latinas ou falantes de língua portuguesa residentes nesses países. Já na terceira categoria, as empreendedoras apresentaram alta moral tributária e conformidade fiscal, ainda que em meio às dificuldades nos estágios iniciais do negócio, que muitas vezes conduzem as mulheres à informalidade. Tal dimensão ressoa com os achados entre a população brasileira investigados por Martinez e Coelho (2019), visto que as próprias empreendedoras estabelecem mecanismos de seleção para ingresso em seu networking, a depender da conduta individual das demais empresárias em torno do registro do negócio e do pagamento de impostos.

No que tange à quarta dimensão, de internacionalização de negócios, observou-se que esta é favorecida pela ampliação das redes transnacionais, principalmente devido à necessidade de aquisição de insumos de difícil acesso no país estrangeiro (por exemplo, no caso de venda de produtos brasileiros no exterior) (CHEN; TAN, 2009). Igualmente, muitas empreendedoras contratam mão de obra freelancer do Brasil, em virtude de a mão de obra brasileira ser mais barata para contratar do que a estrangeira no país de residência (DUAN; KOTÉY; SANDHU, 2021).

Na quinta e última dimensão, o amadorismo empresarial foi apontado como um resultado negativo do processo empreendedor feminino imigrante na Alemanha, diante da falta de conhecimento empresarial que algumas brasileiras testemunham contra outras. Nessas situações, equipara-se o empreendedorismo feminino imigrante ao empreendedorismo informal por necessidade visto no Brasil, em que as mulheres não apresentam uma postura profissional, nem conhecimento do mercado, ou planejamento financeiro, e muitas vezes colocam as demandas familiares acima da sobrevivência e do crescimento do negócio (AYATAKSHI-ENDOW; STEELE, 2021).

Conclusões

Dado que o objetivo deste trabalho era examinar os resultados dos processos empreendedores de brasileiras imigrantes na Alemanha e na Suécia, foram destacadas cinco dimensões ao nível da firma que ora colocam as brasileiras residentes nesses países em contexto de privilégio (a exemplo da internacionalização dos negócios), ora ratificam relações de subalternidade marcadas pela exclusão do mercado de trabalho no país de destino (a exemplo do amadorismo empresarial). Isso faz com que as empreendedoras elaborem estratégias para a manutenção de seu negócio no exterior que, por sua vez, tornam-se legitimadas pela rede coétnica feminina e ampliam os resultados individuais da firma para os resultados empresariais do campo institucional do qual fazem parte (a exemplo da conformidade fiscal e da contratação de outras mulheres brasileiras ou de origem latina). Assim sendo, contribui-se para o entendimento de que as redes de networking criadas pelas próprias brasileiras empreendedoras imigrantes possuem

mecanismos de regulação de entrada e saída que concorrem para a institucionalização de seus processos empreendedores em solo estrangeiro, de maneira a evidenciar o potencial de agência que esse público detém para a valorização da figura da mulher imigrante e, principalmente, para a contraposição da imagem estereotipada do brasileiro no exterior como um profissional do “terceiro mundo”, com baixa qualificação e comportamento amador.

REFERÊNCIAS

1. AYATAKSHI-ENDOW, Sukanya; STEELE, Jiselle. Striving for balance: women entrepreneurs in Brazil, their multiple gendered roles and Covid-19. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, [s. l.], v. 13, n. 2, p. 121-141, 2021.
2. CHEN, Wenhong; TAN, Justin. Understanding transnational entrepreneurship through a network lens: theoretical and methodological considerations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, [s. l.], v. 33, p. 1079-1091, 2009.
3. CHREIM, Samia et al. Review of female immigrant entrepreneurship research: Past findings, gaps and ways forward. *European Management Journal*, [s. l.], v. 36, p. 210-222, 2018.
4. CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; LEITE, José Geraldo Lamas. Mixed Embeddedness de Brasileiros na Alemanha: Evidências Empíricas e Elementos para o Debate. *Revista Organizações em Contexto*, [s. l.], v. 18, n. 36, p. 129-160, 2022.
5. CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; SANTOS, Aurélio José dos. Brasileiros na Alemanha: motivações, perfil dos imigrantes e questões para debate. *População e Sociedade*, [s. l.], v. 38, p. 118-141, 2022.
6. DUAN, Carson; KOTEY, Bernice; SANDHU, Kamaljeet. Transnational immigrant entrepreneurship: effects of home-country entrepreneurial ecosystem factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, [s. l.], v. 27, p. 711-729, 2021.
7. FOSS, Lene et al. Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence. *Small Business Economics*, [s. l.], v. 53, p. 409-429, 2019.
8. GIOIA, Dennis A; CORLEY, Kevin G; HAMILTON, Aimee L. Seeking qualitative rigor in inductive research: notes on the Gioia methodology. *Organizational Research Methods*, [s. l.], v. 16, p. 15- 31, 2013.
9. LEPPÄÄHO, Tanja; PLAKOYIANNAKI, Emmanuella; DIMITRATOS, Pavlos. The Case Study in Family Business. *Family Business Review*, [s. l.], v. 29, n. 2, p. 159-173, 2015.
10. MARTINEZ, Antonio Lopo; COELHO, Marcelo Lopes Bello. Tax morals and the Brazilian citizen: an empirical study. *Cadernos EBAPE.BR*, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 607-622, 2019.
11. PADILLA, Beatriz. Engagement policies and practices: expanding the citizenship of the Brazilian diaspora. *International Migration*, [s. l.], v. 49, p. 10-29, 2011.
12. VITA, Luísa De; MARI, Michela; POGGESI, Sara. Women entrepreneurs in and from developing countries: Evidences from the literature. *European Management Journal*, [s. l.], v. 32, p. 451-460, 2014.
13. YIN, Robert K. Case study research and applications: Design and methods. 6. ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2018.