

EMPREENDEDORISMO TRANSNACIONAL DE IMIGRANTES E REDES SOCIAIS NA PERSPECTIVA DA TEORIA DE IMERSÃO MISTA - ENSAIO TEÓRICO

TRANSNATIONAL ENTREPRENEURSHIP OF IMMIGRANTS AND SOCIAL NETWORKS IN THE PERSPECTIVE OF MIXED IMMERSION THEORY - THEORETICAL ESSAY

Gislene Cordeiro da Silva Diniz ¹[0000-0002-7509-8263]

Liliane de Oliveira Guimarães ¹[0000-0002-3346-2207]

¹ Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas)
gislenecordeirodiniz@gmail.com, lilianepuc@facile.com.br

Resumo. A partir da revisão da literatura sobre o empreendedorismo imigrante transnacional, redes sociais, capital social e cultura; este ensaio teórico tem como objetivo, analisar como as redes sociais transnacionais, à luz da teoria de imersão mista, são utilizadas para a criação e para o desenvolvimento do empreendedorismo transnacional de imigrantes brasileiros. Ao longo da revisão são apresentados os principais conceitos e teorias que permeiam a temática do empreendedorismo transnacional de imigrantes. A partir da literatura discutida, ao final do ensaio é apresentado um modelo teórico que se propõe a servir de referência para explicar como ocorre o processo empreendedor imigrante transnacional.

Palavras-chave: Empreendedorismo imigrante, empreendedorismo transnacional, redes sociais, redes sociais transnacionais, imersão mista

Abstract. From the literature review on transnational immigrant entrepreneurship, social networks, social capital and culture; This theoretical essay aims to analyze how transnational social networks, in the light of the theory of mixed immersion, are used for the creation and development of transnational entrepreneurship of Brazilian immigrants. Throughout the review, the main concepts and theories that permeate the theme of transnational entrepreneurship of immigrants are presented. Based on the literature discussed, at the end of the essay, a theoretical model is presented that aims to serve as a reference to explain how the transnational immigrant entrepreneurial process occurs.

Keywords: Immigrant entrepreneurship, transnational entrepreneurship, social networks, transnational social networks, mixed immersion

1 Introdução

A crise migratória global a que temos assistido tem produzido efeitos de diversas ordens, com os problemas humanitários afetando diretamente a economia de países centrais e de países em desenvolvimento, onde governantes de várias partes do mundo

têm sido premidos a se posicionarem frente a essa crescente mobilidade humana causada, muitas vezes, por guerras, perseguições políticas e/ou religiosas, crises econômicas entre outros Versiani et al. (2021). De acordo com dados divulgados em novembro de 2019 pela Organização das Nações Unidas (ONU), a população migrante mundial atingiu o patamar de 272 milhões de pessoas - 51 milhões a mais que em 2010. Um dos grandes desafios que cercam a temática migratória diz respeito à inserção econômica e social desses imigrantes na sociedade de destino, tendo a literatura da área apontado que o empreendedorismo tem se constituído uma das principais formas de inclusão no país receptor (Diniz et al., 2019). Iniciativas empreendedoras realizadas por imigrantes têm sido objeto de estudo de diversos pesquisadores que buscam compreender como o empreendedorismo imigrante afeta as relações sociais, bem como a economia local e global. Entretanto, mesmo com o aumento do volume de migrações internacionais, estudos sobre empreendedorismo de imigrantes têm sido pequenos no campo da administração e ainda existem áreas inexploradas (Solano, Vacca, Gaglioglio & Jacobs, 2020). Uma pesquisa publicada em 2020, intitulada *Immigrant entrepreneurship: A review and research agenda* (Dabić, Vlačić, Dana, Sahasranamam, e Glinka, 2020), continua confirmando a escassez de estudos sobre tema. Os autores revisaram cerca de 514 artigos publicados entre 1991 e 2018 em periódicos de alto impacto, em que foram apresentados os principais temas relacionados ao empreendedorismo de imigrantes e uma lista de lacunas para pesquisas futuras e, entre elas, encontra-se a necessidade de estudos sobre o empreendedorismo de imigrantes em mercados emergentes - especialmente no hemisfério sul - e a necessidade de pesquisas baseadas na teoria de imersão mista apresentada por Kloosterman (2010).

As pesquisas de Kloosterman (2010), e You & Zhou (2019) articularam um modelo mais avançado e mais moderno, que busca compreender o empreendedorismo imigrante transnacional a partir da teoria da imersão mista criada por Kloosterman (2010). A teoria considera os empreendedores individuais dentro de três esferas: nível micro, nível meso e nível macro. No nível micro, são analisadas as redes sociais dos empreendedores individuais, considerando as estruturas de oportunidades e o potencial crescimento dos mercados. No nível meso, as pesquisas analisam a interação entre a estrutura de oportunidade e o acesso a recursos disponibilizados pelas redes e as estratégias empresariais disponíveis. No nível macro, identificam a estrutura político-institucional que pode afetar a estrutura de oportunidades. Diante de todo o exposto, estabeleceu-se como questão norteadora para este ensaio: Como, à luz da teoria de imersão mista, as redes sociais transnacionais são utilizadas para a criação e para o desenvolvimento do empreendedorismo transnacional de imigrantes brasileiros?

Sendo assim, a relevância deste ensaio pode ser justificada pela escassez de estudos sobre o empreendedorismo imigrante transnacional em países emergentes do hemisfério sul - especialmente envolvendo brasileiros - e pelo caráter social e econômico que a temática migratória suscita mundialmente. Utilizando a metodologia de revisão de literatura, esta pesquisa buscará contribuir com a comunidade acadêmica no entendimento de como as redes sociais transnacionais são usadas, moldadas e sustentadas, não apenas no país de destino, mas também no país de origem. A partir dessa interação, esta pesquisa pretende contribuir para compreender o impacto no empreendedorismo transnacional de imigrantes na economia local e global. Após essa introdução, serão apresentados, na seção 2, a fundamentação teórica e os construtos que envolvem o empreendedorismo imigrante transnacional; na seção 3, será apresentado uma proposta de modelo teórico que se propõe a servir de referência para explicar como ocorre o processo empreendedor imigrante transnacional sob a luz da teoria da imersão mista.

2 Referencial teórico

2.1 Empreendedorismo imigrante transnacional

O empreendedorismo transnacional é considerado uma das vertentes do empreendedorismo de imigrantes. Estudiosos tradicionais do tema, tais como Light (1972), Portes & Zhou (2012), Zhou (2004), Portes & Fernandez-Kelly (2015), Cruz, Falcão & Barreto (2017), Diniz et al. (2019), Pruthi e Wright (2019), entre outros, descrevem as principais abordagens, conceitos e peculiaridades que envolvem a atividade empresarial exercida por imigrantes no país de destino, também denominada de empreendedorismo imigrante e empreendedorismo étnico.

De acordo com pesquisa realizada por Cruz et al. (2017), temos dois principais tipos de empreendedorismo imigrante, aqueles que são socialmente identificados com sua comunidade étnica, e que fazem opção por negócios ligados à sua herança cultural. Normalmente, os empreendedores étnicos são facilmente encontrados em enclaves étnicos - devido ao fato de que esse tipo de empreendedor busca manter laços entre coétnicos -, verificando-se grande volume de solidariedade limitada Zhou (2004), o que, por sua vez, favorece a atividade empreendedora. Já os empreendedores imigrantes que não se identificam com sua comunidade étnica, são aqueles que fazem a opção por tipos de negócios facilmente encontrados na economia *mainstream*. Além dessa opção, uma das principais características deste empreendedor imigrante é o fato de sempre buscar dissociar-se de seus compatriotas, evitando qualquer tipo de laço.

Oriundo dos estudos sobre atividades econômicas exercidas por imigrantes, como o empreendedorismo imigrante e o empreendedorismo étnico, o campo do empreendedorismo transnacional é uma área de estudo ainda embrionária. O estudo de Zapata & Rezaei (2019) argumenta que a prática transnacional possui caráter multidisciplinar e só pode ser entendida ao se acessar outros campos de estudos tais como empreendedorismo étnico, migração de retorno, diásporas, mobilidade circular, entre outros. Autores seminais do tema, Drori et al. (2009) definem o empreendedor transnacional como o imigrante que mantém relações de negócios com seu país de origem. Como exemplo podemos citar o caso relatado por Drori (2009) acerca de imigrantes chineses localizados na Irlanda do Norte, os quais abriram uma empresa de turismo especializada em turistas chineses. Os pacotes de viagens e passeios são vendidos na China e na Irlanda, e os turistas são atendidos por guias chineses fluentes em mandarim. Ainda segundo os autores, esses atores atuam em duas arenas sociais, buscando oportunidade de negócios, envolvendo-se em diversificadas estratégias com a finalidade de promover suas atividades empreendedoras. Nesse cenário, as transações comerciais regulares ocorrem por meio dos relacionamentos entre atores no país de origem, bem como entre atores no país de acolhimento, e podem ocorrer física ou virtualmente.

Bagwell (2018) relata o caso de empreendedores imigrantes chineses e sul asiáticos no Reino Unido que recorrem à sua rede de contatos - por meio de amigos e de familiares no país de origem - para importar variados produtos alimentícios. Essa prática possibilitou a esses empreendedores estabelecer supermercados de sucesso no ramo alimentício étnico na cidade de Birmingham no Reino Unido. Essa categoria de empreendedorismo desenvolveu-se com o advento das novas tecnologias, em que a agilidade nos transportes, na comunicação e na internet trouxe facilidades nas transações comerciais além das fronteiras, diminuindo as distâncias.

De acordo com Brzozowski, J., Cucculelli, M. e Surdej, A. (2017), o empreendedor transnacional é uma nova classe de imigrantes que realizam atividades transfronteiriças regularmente e são agentes capazes de colher benefícios em ambos os ambientes de negócios. Da mesma forma, mas com outras palavras, Zapata & Rezaei (2019)

consideram o empreendedor transnacional como aquele que está envolvido em atividades comerciais que incluem o país de origem e o país de destino. Os autores ainda mencionam o empreendedorismo transnacional como um atributo específico do processo de globalização que por meio dos avanços tecnológicos de fácil acesso e de baixo custo permite aos empreendedores maior influência e trânsito entre ambos os países, sendo um campo fértil de pesquisa. Nazareno et al. (2018) também concordam que empreendedores transnacionais são aqueles que desenvolvem e mantêm múltiplas relações entre fronteiras e se tornam agentes da globalização. Segundo Portes, Guarnizo e Haller (2002), o empreendedor transnacional é o proprietário de empresa que viaja ao exterior por, pelo menos, duas vezes por ano para fins de negócios, cujo sucesso empresarial depende do regular contato entre atividades no país estrangeiro e no seu país de origem, tal como o caso de empresárias vietnamitas nos Estados Unidos mencionado por Nazareno et al. (2018). Os autores relatam que esses imigrantes mantêm contato regular com o Vietnã para adquirir produtos e mão de obra especializada em salão de beleza voltada para o mercado de manicure.

As vietnamitas desenvolveram técnica própria para confecção de unhas profissionais com produtos fabricados no Vietnã e mão de obra vietnamita. Além disso, abriram uma escola especializada para capacitar outras imigrantes vietnamitas para trabalharem na rede de salões. O sucesso foi tamanho que, atualmente, a rede de salões também está atuando no mercado de beleza na Europa, na cidade de Londres. Com um preço acessível, a rede de salões se tornou conhecida como um tipo de “McNails”. Como afirmado por Harima & Baron (2020) e Zapata & Rezaei (2019), empreendedores transnacionais contribuem para o desenvolvimento da economia do país de origem e do país de destino, como descrito no caso das vietnamitas que movimentam a economia nos Estados Unidos, Vietnã e também em Londres. A pesquisa empírica realizada por Lima & Castro (2017), com mais de 3.000 empreendedores no Brasil e 700 na cidade de Boston, mostrou que as relações dos brasileiros mantidas com o país de origem são diversas, não somente pelas remessas de dinheiro enviadas, mas também pelas remessas sociais que contribuem para a formação de valores, de comportamentos e de novas ideias, transpondo fronteiras culturais e físicas. A atividade empreendedora transnacional envolve, estruturalmente, suas conexões com o país de origem por meio da circulação de produtos, de dinheiro, de serviços e de ideias, a qual é facilitada pelo uso de ferramentas como as mídias sociais e pela acessibilidade aos meios de transporte (Lima & Castro, 2017).

Os estudiosos têm mostrado, cada vez mais, que um contexto transnacional mais amplo - independentemente se os negócios estão alojados na economia local do país de destino ou no país de origem - nos fornece dados para melhor compreensão das causas e dos resultados do empreendedorismo transnacional (Zhou, 2004; Portes et al., 2002). Nazareno et al., (2018) mencionam que muitos dos negócios étnicos transnacionais representam a forma de o empreendedor imigrante recriar suas identidades étnicas, criando um espaço transnacional para sua comunidade de coétnicos e para os membros da comunidade nativa. O estudo realizado por Diniz et al. (2019) identificou que imigrantes sírios que empreenderam no Brasil no ramo da culinária árabe enviam remessas de dinheiro para coétnicos em seu país de origem para sustentar e desenvolver atividades de produção de azeite de oliva, o qual é revendido na região de Aleppo e na Turquia. Essa atividade reforça a identidade étnica do empreendedor imigrante, gerando sentimento de pertencimento e o alargamento das fronteiras, caracterizando-se como empreendedorismo transnacional ao movimentar a economia de ambos os países. Nazareno et al. (2018) denominam os empreendedores transnacionais como os novos

“Argonautas”¹. Comumente, caracterizam-se por serem tecnicamente qualificados e estarem navegando em dois países simultaneamente, enquanto suas próprias empresas se tornam uma forte força econômica para o desenvolvimento.

Numa perspectiva diferente, a pesquisa de Brzozowski e Surdej (2017), realizadas na Itália, em que os autores analisaram dados de quatrocentas e onze empresas de imigrantes que atuam no mercado transnacional no setor de tecnologia, revelou que alguns empreendedores imigrantes, mesmo que mantenham relações comerciais transnacionais com seu país de origem, podem não colher benefícios econômicos diretos desses vínculos. Tal situação pode ocorrer por várias razões. Uma delas é que os imigrantes que se dedicam ao empreendedorismo transnacional podem não necessariamente ser motivados por fatores puramente econômicos, mas por fatores emocionais e por expectativas de *status* social. Por meio dos vínculos transfronteiriços, buscam aceitação social e reconhecimento na comunidade de seu país de origem. Portanto, de acordo com Brzozowski et al. (2017), tornar-se um empreendedor imigrante transnacional pode ser uma decisão que decorre de condições morais, emocionais e sociais, relegando fatores econômicos ao segundo plano.

O empreendedorismo transnacional como campo emergente ainda apresenta características peculiares que necessitam ser esclarecidas para além da relação entre o país de origem e o país de destino. Harima & Baron (2020) realizaram revisão de artigos sobre o tema, explorando criticamente os conceitos relevantes encontrados na literatura acerca do empreendedorismo transnacional e as premissas subjacentes ao tema. A tabela 1 apresenta as principais terminologias relacionadas ao tema do empreendedorismo transnacional, suas características e os principais autores que contemplaram, em suas pesquisas, esses temas.

Tabela 1 – Principais terminologias relacionadas ao Empreendedorismo Transnacional

Termo	Características	Principais Autores
Empreendedorismo Imigrante e Étnico	Há dois tipos de empreendedores imigrantes, aqueles indivíduos optam por negócios ligados à sua etnia e cultura, definindo estratégias de negócios voltados para coétnicos e membros do enclave. Identifica-se e mantém relacionamento entre coétnicos. E aqueles que Normalmente, não mantém contato com sua comunidade étnica. Optam por tipos de negócios facilmente encontrados na economia <i>mainstream</i> , e buscam se dissociar de seus compatriotas.	Zhou, 2004; Nazareno et al., 2018; Cruz et al. 2017; Diniz et al., (2019)
Empreendedorismo de Retornados	Indivíduos que viveram fora do país de origem e retornaram para estabelecer negócios, aproveitando o capital financeiro, o capital humano e social adquirido no período migratório.	Drori et al., 2009; Harima & Baron, 2020;

¹ Argonautas: navegadores gregos que, na mitologia grega, eram tripulantes da nau Argo que, segundo a lenda grega, foi até a Cólquida (atual Geórgia) em busca do Tosão de ouro (ou Velocino de ouro). Extraído de <https://pt.wikipedia.org/wiki/Argonautas> Acesso em: 09 mar. 2020.

Termo	Características	Principais Autores
Empreendedorismo Transnacional	Imigrantes mantêm transações comerciais regulares por meio dos relacionamentos no país de origem e no país de destino, que podem ocorrer física ou virtualmente. Atuam em campos sociais duais, buscando oportunidades de negócios, envolvendo-se em diversificadas estratégias com a finalidade de promover suas atividades empreendedoras.	Drori et al., 2009; Harima & Baron, 2020; Dabic et al., 2020; Portes et al. 2002; Nazareno et al., 2018;

Fonte: Elaborado pela autora.

As pesquisas relativas ao empreendedorismo de imigrantes investigaram, principalmente, as questões concernentes ao comportamento do empreendedor imigrante, levando em consideração seu histórico migratório. Os estudos sobre empreendedorismo étnico ativeram-se especialmente no que tange aos assuntos ligados à etnia e aos laços étnicos no contexto empreendedor. Os autores também explanam sobre o conceito de empreendedorismo de retornados, como aquele exercido por indivíduos que viveram fora do país de origem por determinado período de tempo e que retornaram para estabelecer negócios, aproveitando o capital financeiro, o capital humano e social adquirido com a experiência no exterior.

2.2 Redes sociais e capital social

Mark Granovetter (2005), um dos precursores no estudo das redes sociais, discorre sobre como elas representam um mecanismo importante para promover a mobilidade social e como as relações econômicas estão imbricadas nas relações sociais. O autor menciona dois tipos de laços diádicos presentes nas interações entre indivíduos, denominados laços fracos e laços fortes. Cada um dos tipos de laços exerce poder e influência nas relações sociais dos indivíduos, e a força exercida por eles pode ser definida de acordo com a combinação de tempo, intensidade, intimidade e reciprocidade existente entre os atores. Granovetter (2005) defende que laços criados por interações sociais influenciam o processo empreendedor. Diante disso, o autor esclarece que os laços fortes são aqueles verificados nas relações mantidas entre indivíduos de maior similaridade e constância de interação. Esse tipo de relacionamento é comumente encontrado entre indivíduos da mesma estrutura social, entre familiares e amigos próximos.

Nas relações entre laços fortes, é percebido alto nível de confiança e de credibilidade entre os atores, e estes exercem grande influência entre si. Os resultados apontados pela pesquisa de Correa, Vale & Pinto (2018) complementam dizendo que os laços fortes representam importante fonte de recursos para o empreendedorismo. No entanto, esse tipo de laço limita os atores, fazendo com que as informações que circulam entre eles sejam redundantes, dificultando o acesso a novas informações relevantes e, por mais que proporcione acesso a recursos, não é capaz de oferecer o sustento necessário ao empreendedorismo dos atores envolvidos na rede (Correa et al., 2018)

Sobre os laços fracos, Granovetter (2005) esclarece que são aqueles estabelecidos entre pessoas de menor proximidade e com interação mais difusa, como colegas e conhecidos. Entretanto, nas relações mais esporádicas - laços fracos – circula um grande volume de informações novas e relevantes, gerando conhecimentos que podem oferecer vantagens para os atores (Correa et al. 2018; Granovetter, 2005; Diniz et al., 2019). Nesse sentido, Granovetter (2005) identificou a força dos laços fracos, haja vista que estes ampliam a capacidade dos membros de se conectarem com diversos grupos criando oportunidades, bem como gerando senso de comunidade aos indivíduos pertencentes à

rede. Esses benefícios são possíveis dada a amplitude da rede e o maior número de conexões que esta permite. Na visão do autor, os indivíduos com poucos laços fracos são privados de novas informações, ficando restritos às notícias do ambiente local e de amigos próximos.

Além dos tipos de laços, Granovetter (2005) ainda menciona os tipos de redes que são formadas a partir dos laços. Elas podem ser formadas por membros escolhidos ao acaso, de forma desconexa, ou por membros que possuem maior interação e proximidade, que tendem a se relacionar ou conhecer uns aos outros. Essas redes são denominadas redes densas e redes estendidas. As redes densas são aquelas formadas, em sua maioria, por laços fortes, sendo que seus membros se relacionam com maior frequência e maior intensidade formando, assim, grupos coesos. Como relatado por Correa et al. (2018) e Diniz et al. (2019), esse tipo de rede é facilmente percebido entre grupos de convivências similares, como mesma etnia, grupos profissionais, indivíduos que compartilhem ideias ideológicas comuns, entre outros. As redes estendidas são aquelas em que os membros têm menor convivência; são mais fragmentadas, comumente encontradas entre os laços fracos. No entanto, podem gerar maiores benefícios, maiores oportunidades e maior acesso a informações relevantes se comparadas às redes densas.

Ao se discutir o empreendedorismo transnacional e redes sociais, percebe-se como as relações sociais estão imersas nas relações econômicas, conforme apontado por Granovetter (2005). De acordo com o estudo realizado por Urban (2011), as redes sociais podem ser consideradas como ativos para proprietários de pequenas empresas que lutam para sobreviver em mercados competitivos. A pesquisa do autor revelou que a atividade empreendedora não ocorre ao acaso, mas está imersa em contextos culturais e sociais, especialmente dentro de redes, uma vez que estas permitem aos empreendedores uma visão ampliada das oportunidades e o acesso a recursos, ajudando a superar as dificuldades encontradas no mundo dos negócios. A pesquisa de Sandberg et al. (2019), que analisou empresários refugiados que iniciaram atividade com características transnacionais na Suécia, corrobora com essa perspectiva: os resultados indicaram que as redes sociais são fundamentais na mobilização de recursos, de ideias e de conhecimentos e têm se mostrado essenciais para o sucesso de pequenas empresas que realizam negócios por meio das fronteiras nacionais.

Nesse contexto, há de se mencionar a importância do *embeddedness* (imersão). Granovetter (2005) observa que os indivíduos estão imersos em estruturas sociais (redes) que influenciam e condicionam o comportamento e a estratégia dos indivíduos. Na visão de Granovetter (2005), indivíduos buscam realizar interesses próprios de diversas ordens, incluindo os econômicos. Por estarem imersos em uma determinada estrutura social, as interações podem produzir laços de amizade e de confiança. Esses laços sociais podem ocorrer inicialmente apenas como amizades; porém, podem evoluir para laços econômicos. A discussão sobre a imersão enfatiza o papel das relações sociais baseadas em confiança e solidariedade, mostrando que, em certa medida, esse processo desestimula ações oportunistas e de má-fé. Nessa perspectiva, o indivíduo tende a preservar sua reputação perante os membros da rede de forma a não ser excluído do grupo e das atividades econômicas. Entretanto, como afirmado por Granovetter (2005), Correa et al. (2018), Diniz et al. (2019) e Uzzi (1997), é necessário que se mantenha equilíbrio nessa imersão. A pesquisa realizada por Uzzi (1997) com empresários do ramo de vestuário em Nova Iorque revelou que a forte imersão – *overembeddedness* - em apenas um grupo social pode limitar o desenvolvimento dos indivíduos e das organizações, restringindo o acesso a informações e a recursos.

Toda essa discussão sobre a importância dos laços e das redes para determinar atividades econômicas se mostram relevantes ao se analisar o empreendedorismo transnacional. De acordo com Nazareno et al. (2018), Portes & Fernandez-Kelly (2015)

e Zhou (2004), é necessário formular uma nova perspectiva sobre o empreendedorismo transnacional que leve em conta uma série de condições do país de origem, como políticas, níveis de desenvolvimento econômico, atividades econômicas transnacionais e benefícios econômicos e não econômicos derivados de redes sociais nos países de origem, haja vista que se acredita que o empreendedor imigrante pode alavancar seus negócios utilizando variados tipos de capitais disponibilizados pelas redes, tais como capital social, cultural e econômico (Rodgers et al., 2018). A pesquisa de Brzozowski et al. (2017) também apontou que as redes sociais transnacionais exercem efeitos benéficos sobre o negócio de empreendedores imigrantes transnacionais desde o período inicial até sua evolução, auxiliando o processo de transpor barreiras e obstáculos demandados pelo crescimento empresarial. Além disso, os autores descobriram que o acesso às redes transnacionais facilita o recrutamento de trabalhadores qualificados a custos mais baixos e a criação de parcerias para o desenvolvimento de novos projetos.

Nesse contexto, é importante considerar a abordagem de Coleman (1988) e Burt (2001) sobre o capital social, conceito que os autores definem como sendo um tipo de recurso disponível na estrutura social (rede). Coleman (1988) entende que o capital social é uma combinação de variáveis com dois elementos comuns: as questões concernentes à estrutura social e os facilitadores de certas ações dos atores dentro da estrutura. Em outras palavras, o capital social permite a realização de certos objetivos que não poderiam ser alcançados na sua ausência. Para o autor, o capital social não está presente no indivíduo isoladamente, tampouco nos meios físicos de produção, mas representa um recurso das e para as pessoas. Coleman (1988) ainda descreve as estruturas sociais – redes – como um tipo de recurso em que estão disponíveis variados tipos de capitais, sendo a informação um tipo de capital social valioso, visto que ela é o alicerce para a ação. Para o autor, por meio da interação social entre os indivíduos, são produzidas informações de diversas ordens que podem ser relevantes para identificar e viabilizar oportunidades de negócios, entre outros.

Diferentemente de Coleman (1988), Bourdieu (2002) aborda o capital social sob outro aspecto. Esclarece que o capital social é um bem que pertence aos indivíduos e que traz benefícios a estes por meio de sua participação em grupos. O autor acredita que é por meio dos grupos ou das redes que se pode ter acesso aos recursos e desfrutar dos benefícios materiais e simbólicos que circulam entre membros desses agrupamentos. Diante disso, indivíduos que possuam um número mais amplo de membros em sua rede social terão maiores probabilidades de acessarem recursos, sejam eles econômicos ou humanos, que podem contribuir para o processo empreendedor ou para a obtenção de outros objetivos. De maneira complementar, a pesquisa de Burt (2001) faz uma reflexão sobre estruturas de redes que geram capital social, sendo elas as redes fechadas ou enclausuradas e os buracos estruturais. De acordo com o autor, as redes fechadas (enclausuradas) geram capital social por meio da interconexão dos indivíduos, de forma que aqueles que possuem melhores e maiores conexões podem obter mais vantagens conforme sua posição relativa à rede, ou seja, de maior ou menor centralidade. Já os buracos estruturais podem ser entendidos como possíveis oportunidades que podem surgir a partir de ligações mais fracas entre dois grupos, causando buracos na estrutura social. Esses buracos são capazes de conectar pessoas, intermediar o fluxo de informações, criar vantagens competitivas para o indivíduo, funcionar como ponte que gera capital social pela intermediação dos atores com poucas conexões, mas pertencentes à rede. Esses intermediários também são chamados de *brokers*.

Burt (2001) ainda esclarece que o capital social representa um complemento ao capital humano. Este é melhor explicado pela desigualdade entre o desempenho das pessoas. Os atributos de algumas pessoas – como o fato de serem mais inteligentes, atraentes, articuladas, habilidosas – podem significar uma vantagem competitiva na

estrutura da rede, compondo seu capital humano. No entanto, Bourdieu (2002) defende que a estrutura na qual as pessoas estão e a posição relativa dessas pessoas nessas redes podem ser mais importantes do que os atributos pessoais em si. Coleman (1990) defende também que o capital social é função da estrutura social na qual as pessoas estão inseridas e essas, por sua vez, geram vantagens para determinados indivíduos. A ideia central de Burt (2001) sobre o capital social gerado a partir dos buracos estruturais desenvolve-se pelas interconexões entre os indivíduos. A partir das interações, irão fluir conteúdos como informações, bens, capital, influências e demais recursos que podem ser importantes para os membros da rede. Sendo assim, o capital social decorrente dos buracos estruturais irá surgir pela capacidade de participar e de controlar o fluxo da informação, proporcionando aos atores dessa estrutura a capacidade de se beneficiar pela negociação e pela intermediação desse fluxo de informações, e ainda possibilitar novos relacionamentos a partir dos buracos estruturais. Já o capital social gerado pelas redes fechadas ou enclausuradas é fortalecido pela participação em redes em que os atores estejam bem conectados e integrados. A tabela 2 apresenta termos, conceitos e principais autores de interesse para se compreender o papel das redes na discussão sobre empreendedorismo transnacional.

Tabela 2 – Principais terminologias relacionadas a redes sociais e capital social

Termos	Conceitos	Principais Autores
Laços Fracos	Encontrados entre pessoas de menor proximidade. Produzem grande volume de informações relevantes que exibem alto nível de propagação de novas informações e conhecimentos, que podem oferecer vantagens.	Granovetter (2005); Correa et al., (2018)
Laços Fortes	Verificados nas relações mantidas entre indivíduos de maior similaridade e interação. Alto nível de solidariedade e confiança.	Granovetter (2005; Correa et al., (2018)
<i>Embeddedness/</i> Imersão	Enraizamento, arraigo em determinadas estruturas sociais (redes) que podem produzir confiança e solidariedade, em decorrência da preocupação com a reputação dos membros. Alto índice de imersão pode acarretar limitações no desenvolvimento dos indivíduos e no acesso a recursos e a informações.	Granovetter (1985,2005); Correa et al., (2018), Uzzi (1997)
Redes Sociais	Relações e interações sociais entre indivíduos interconectados dentro de determinado grupo ou sistema social.	Granovetter (2005), Burt (2001); Urban (2011), Rodgers et al., (2018); Sandberg et al. (2019); Correa et al., (2018), Uzzi (1997)
Capital Social	Recursos materiais e simbólicos disponíveis dentro das estruturas sociais.	Coleman (1988); Burt (2001), Bourdieu (2002); Pruthi & Wright, (2019)

Fonte: Elaborado pela autora

O estudo de Pruthi & Wright (2019), realizado com quinze empreendedores transnacionais do Reino Unido, identificou que os laços sociais são importantes na

superação das restrições de recursos, no acesso a novas ideias, na transferência de habilidades e conhecimentos, especialmente pelo fato de o negócio se realizar em ambientes empresariais distintos. Além disso, os pesquisadores concluíram que as redes sociais e o capital social proporcionam o aumento do capital humano do empreendedor e este pode favorecer a atividade empreendedora transnacional. De acordo com Pruthi & Wright (2019), os laços sociais podem ser úteis na adaptação no país de destino e podem disponibilizar o acesso ao capital social, aumentando as oportunidades, além de contribuir para diminuir incertezas e auxiliar na superação das restrições institucionais na criação de negócios.

2.3 Cultura e empreendedorismo transnacional

No estudo seminal de Drori et al. (2009), são mencionadas algumas dimensões/construtos relevantes para análise e compreensão do fenômeno do empreendedorismo transnacional, sendo o contexto cultural uma delas. Nesse contexto, as pesquisas empíricas de Vershinina, Beta & Murithi (2018), Belchior et al. (2019), entre outras, constataram que a cultura pode influenciar positiva ou negativamente o empreendedorismo, bem como a percepção de oportunidades empreendedoras. No que diz respeito à influência da cultura no empreendedorismo imigrante, pesquisas realizadas por Charoensukmongkol (2015), Xu et al. (2019) e Abodohoui et al. (2020) revelaram que, em qualquer contexto, os empreendedores imigrantes precisam desenvolver capacidades culturais - conjunto de habilidades relacionadas à adaptação psicológica e sociocultural de imigrantes empreendedores - e empresariais para obterem sucesso no processo empreendedor. O trabalho de Charoensukmongkol (2015) com pequenos empreendedores no setor manufatureiro na Tailândia descobriu que as capacidades culturais são essenciais no desenvolvimento de negócios em mercados estrangeiros.

O autor descobriu que a inteligência cultural de empreendedores é um fator crucial nos relacionamentos entre clientes, fornecedores e concorrentes, além de contribuir para o desenvolvimento de redes estrangeiras que podem ser consideradas como fator chave de sucesso na condução de negócios na esfera transnacional. De acordo com o autor, a inteligência cultural pode ser conceituada como um conjunto de habilidades inter-relacionadas que auxiliam as pessoas a se adaptarem em situações culturalmente diversas. Como resultado, a inteligência cultural contribui para o efetivo aprendizado sobre culturas estrangeiras e sobre como se comportar e se relacionar no país estrangeiro, de modo a estreitar relacionamentos e a criar confiança.

Nesse contexto, Earley, Murnieks & Mosakowski (2007), Van Dyne et al. (2010), Charoensukmongkol (2015), Chen et al. (2012) e Xu et al. (2019) sugerem quatro capacidades da inteligência cultural que estão inter-relacionadas e são compreendidas em: inteligência cognitiva, inteligência metacognitiva, inteligência motivacional e inteligência comportamental. A inteligência cognitiva está relacionada ao nível de conhecimento que se possui sobre culturas estrangeiras e, nesse sentido, quanto mais conhecimento, maior será a identificação de semelhanças e de diferenças entre as culturas nacionais. Por meio dessa inteligência, o indivíduo pode reconhecer e compreender as diferenças culturais existentes em diversos ambientes e países, como por exemplo entre seus valores e normas. Esse reconhecimento favorece ao indivíduo moldar estratégias de negócios e interagir com pessoas em diferentes contextos culturais.

A inteligência cultural metacognitiva pode ser considerada como a capacidade de o indivíduo estabelecer estratégias transculturais, desenvolvidas a partir da conscientização de si e do outro. Essa conscientização exige que o indivíduo esteja em sintonia com o contexto cultural, o que favorecerá o planejamento de estratégias, os processos e a absorção de conhecimentos transculturais (Van Dyne et al., 2010). A inteligência cultural metacognitiva auxilia na avaliação e na aplicação dos

conhecimentos prévios culturais antes e durante as interações culturais. Pelo fato de estar lidando com uma cultura estrangeira desconhecida, Charoensukmongkol (2015), afirma que é necessário que o indivíduo utilize o raciocínio indutivo no processo de aprendizado e no julgamento sobre os comportamentos, especialmente aqueles ligados ao mundo dos negócios

A inteligência cultural motivacional está relacionada ao nível de motivação que o indivíduo possui ao se relacionar com as pessoas no país de destino e deve refletir sua capacidade de resiliência ao enfrentar dificuldades na aprendizagem ou na interação cultural. A inteligência cultural comportamental diz respeito à habilidade do indivíduo de se adaptar aos comportamentos da nova cultura, sejam eles verbais ou não verbais. A maneira de se comunicar transmite as sutilezas da cultura, e a linguagem se torna uma importante estratégia para se obter resultados positivos e se praticar um comportamento culturalmente apropriado, o que favorece o empreendedorismo transnacional. Van Dyne et al. (2010) e Xu et al. (2019) complementam que as inteligências comportamental e motivacional dizem respeito à habilidade de se adaptar aos padrões da nova cultura, com confiança e perseverança na superação dos desafios transculturais.

Xu et al. (2019) e Abodohou et al. (2020) também relatam que os recursos relativos à cultura podem ser úteis aos empreendedores transnacionais no alívio do estresse aculturativo causado pela adaptação a uma nova cultura, especialmente o ligado ao mundo dos negócios transnacionais. A interação entre duas culturas pode ser desafiadora para as atividades transnacionais. Na pesquisa realizada por Charoensukmongkol (2015), Xu et al. (2019) e Abodohou et al. (2020), os autores trabalham com o conceito de capacidades transculturais para buscar compreender como a cultura pode alavancar os resultados dos negócios nos países de origem e destino. Na tabela 3, são apresentadas as principais categorias culturais elaboradas por autores da área.

Os estudos de Xu et al. (2019), de Abodohou et al. (2020) e de Charoensukmongkol (2015) chamaram de capacidades transculturais o conjunto de habilidades relacionadas à adaptação psicológica e sociocultural de imigrantes empreendedores. Os autores afirmam que a capacidade de adaptação transcultural é benéfica para o processo empreendedor, pois contribui para integrar o imigrante à cultura local, produzindo relacionamentos pautados no respeito, que podem ser bastante úteis a longo prazo. A pesquisa realizada por Nkongolo-Bakenda & Chrysostome (2013) acrescenta que a familiaridade com diferentes culturas pode reduzir os custos de transação, aumentando a possibilidade de sucesso nos negócios. Essa capacidade de adaptação cultural, de se compreender as regras e os valores do local para agir em conformidade, auxilia os empreendedores imigrantes a descobrirem novas formas de realizarem negócios nesses contextos culturais distintos (Xu et al., 2019; Abodohou et al., 2020).

Tabela 3 – Principais terminologias relacionadas à cultura e ao empreendedorismo transnacional

Termos	Conceitos	Principais Autores
Inteligência Cultural Cognitiva	Está relacionada com o nível de conhecimento que se possui sobre culturas estrangeiras: quanto mais conhecimento, maior será a identificação de semelhanças e diferenças entre as culturas nacionais.	Earley, Murnieks & Mosakowski (2007), Van Dyne et al. (2010), Charoensukmongkol (2015), Chen et al. (2012), Xu et al. (2019)

Termos	Conceitos	Principais Autores
Inteligência Cultural Metacognitiva	Capacidade de o indivíduo estabelecer estratégias transculturais, desenvolvidas a partir da conscientização de si e do outro. Essa conscientização exige que o indivíduo esteja em sintonia com o contexto cultural, o que favorecerá planejar a estratégia, os processos e a absorção de conhecimentos transculturais.	Earley, Murnieks & Mosakowski (2007), Van Dyne et al. (2010), Charoensukmongkol (2015), Chen et al. (2012), Xu et al. (2019)
Inteligência Cultural Comportamental	Habilidade do indivíduo de se adaptar aos comportamentos da nova cultura, sejam eles verbais ou não verbais.	Earley, Murnieks & Mosakowski (2007), Van Dyne et al. (2010), Charoensukmongkol (2015), Chen et al. (2012), Xu et al. (2019)
Capacidades transculturais	Conjunto de habilidades relacionadas à adaptação psicológica e sociocultural de imigrantes empreendedores.	Van Dyne et al. (2010); Charoensukmongkol (2015); Xu et al. (2019); Abodohoui et al. (2020).

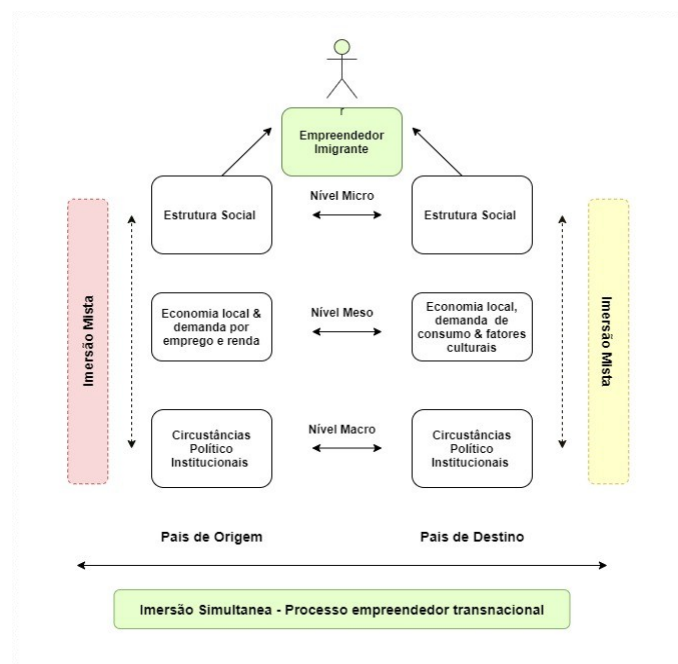
Fonte: Elaborado pela autora.

Os fatores pertinentes à adaptação cultural em conjunto com as redes sociais e o acesso a capital social podem criar vantagens competitivas para a atuação de empreendedores imigrantes transnacionais, essa combinação gera maior autoconfiança, ampliação de oportunidades, redução dos custos de transação e alavancagem dos ativos culturais, que contribuem para melhor condução dos negócios nos países de origem e de destino.

3 Processo empreendedor imigrante transnacional: proposta de um modelo teórico

A literatura discutida anteriormente possibilitou a criação de um modelo teórico que se propõe a servir de referência para explicar como ocorre o processo empreendedor imigrante transnacional, conforme figura abaixo:

Figura 1 – Processo empreendedor imigrante transnacional



Fonte: Adaptado de You & Zhou (2019).

O modelo apresentado na figura 1, adaptado do modelo de imersão simultânea apresentado por You & Zhou (2019), busca representar os principais elementos que compõem o processo empreendedor imigrante transnacional. Como afirmado por Drori et al. (2009), Portes et al. (2002), Brzozowski et al. (2017), Nazareno et al (2018), Zapata & Rezaei (2019), Harima & Baron (2020) e Solano (2020), o empreendedorismo transnacional é uma atividade econômica que nasce das relações comerciais realizadas em campos sociais duais - país de origem e país de destino. A partir da manutenção dos vínculos existentes nos dois países, os empreendedores imigrantes maximizam de maneira criativa e eficiente suas bases de recursos, o que os ajuda a realizar a atividade empreendedora. Nesse contexto, o processo empreendedor transnacional tem seu início quando o empreendedor imigrante se desloca de seu país de origem buscando novas oportunidades no país de destino e se envolve em diversificadas estratégias com a finalidade de promover suas atividades empreendedoras.

A principal estratégia adotada pelo empreendedor transnacional é a manutenção das atividades transfronteiriças entre país de origem e de destino, e estas podem gerar benefícios econômicos para ambos os países. Como mencionado por Lima & Castro (2017), a atividade empreendedora transnacional envolve estruturalmente conexões com o país de origem por meio da circulação de produtos, de dinheiro, de serviços e de ideias, que é facilitada com o uso de ferramentas como mídias sociais, aplicativos em geral e pela acessibilidade aos meios de transporte. Contudo, para compreender o processo empreendedor imigrante transnacional, precisamos de mais do que as explicações relativas ao avanço tecnológico. Parece ser preciso considerar o contexto em que ele ocorre e como os empreendedores transnacionais acessam recursos para atuarem e se manterem no mercado transnacional. Nesse sentido, o modelo apresentado na figura 1 foi baseado na teoria de imersão mista criado por Kloosterman (2010) e no modelo apresentado na pesquisa de You & Zhou (2019). O foco da teoria de imersão mista está

concentrado em três dimensões: a de nível micro (estrutura social), a de nível meso (estrutura de oportunidades) e a de nível macro (aspectos político-institucionais), sendo que a última pode afetar a estrutura de oportunidade em ambos os países.

Diante do exposto, a dimensão de nível micro - estrutura social - considera que, ao deixar seu país de origem, o imigrante se insere em uma nova estrutura social no país de destino. Essa inserção normalmente ocorre por meio das relações sociais mantidas pelo imigrante por meio de suas redes sociais. Como abordado por Granovetter (2005) e Diniz et al. (2019), o empreendedor imigrante, para se estabelecer social e economicamente no país de destino, conta com o apoio e com os recursos disponibilizados por indivíduos inseridos nas mesmas estruturas sociais. Essa estrutura social se organiza por meio de redes de relacionamentos em que, a partir da interação entre os membros, são formados laços sociais e estes, de acordo com Granovetter (2005), Correa et al., (2018) e Diniz et al. (2019), podem funcionar como pontes, fornecendo recursos necessários para a identificação de oportunidades e para a criação e para o desenvolvimento de negócios. A dimensão estrutura social, como afirmado por Sandberg et al. (2019), é fundamental na mobilização de recursos, ideias e conhecimentos, e tem se mostrado essencial para o sucesso de pequenas empresas que realizam negócios por meio das fronteiras nacionais.

De forma complementar, os recursos existentes dentro da dimensão da estrutura social (redes) só podem ser acessados por meio do capital social existente dentro de tal estrutura, haja vista que, como relatado por Coleman (1988), Burt (2001), Uzzi (1997), Bourdieu (2002) e Sandberg et al. (2019), o capital social pode ser considerado um facilitador das ações dos indivíduos dentro da estrutura social (redes), proporcionando certos objetivos que não poderiam ser alcançados na sua ausência. Sendo assim, ele é considerado o alicerce para a ação. Como exposto por Bourdieu (2002), o capital social é um bem pertencente aos indivíduos e produz benefícios aos mesmos por meio de sua participação em grupos (redes sociais). É por intermédio desses grupos ou redes que se pode ter acesso aos recursos e desfrutar dos benefícios materiais e simbólicos que circulam entre membros do grupo ou da rede. Essa discussão sobre a estrutura social dual – país de origem e país de destino – capital social e capital cultural, levou ao estabelecimento as seguintes proposições:

Proposição1: A estrutura social do país de origem, bem como a do país de destino, é fundamental para viabilizar o empreendedorismo transnacional de imigrantes;

Proposição 2: O empreendedorismo transnacional de imigrantes é viabilizado pela estrutura social dual, bem como facilitado pela compreensão da cultura dos países de destino e de origem.

Vale ressaltar que, ainda que o imigrante não se encontre fisicamente em seu país de origem, a manutenção dos vínculos da estrutura social deixados e mantidos no país de origem são importantes para viabilizar os negócios. You & Zhou (2019) argumentam que a eficácia na exploração das redes sociais transnacionais deixadas no país de origem afeta o desempenho dos negócios no país de destino, tendo em vista que as redes sociais localizadas no país de origem também são abundantes em capital social, em informações entre outros, que são fontes de recursos e de apoio para a atividade transnacional. De igual modo, os fatores culturais exercem influência direta e indireta no nível meso - estrutura de oportunidades - que envolve o processo empreendedor imigrante transnacional. A atuação da estrutura social e do capital social ocorrem sob um contexto permeado por normas, valores, crenças e comportamentos incorporados de forma consciente e inconsciente pelos indivíduos e que são compartilhados nos níveis individuais e coletivos (Xu et al., 2019). Esses fatores culturais podem influenciar a escolha pelo tipo de negócio, a maneira de conduzir as transações econômicas, o comportamento perante clientes e fornecedores, bem como pode influenciar o processo decisório do empreendimento.

Cada um desses fatores está relacionado aos países de destino e de origem e, como já abordado pela literatura e por autores seminais do tema, influenciam o processo empreendedor migrante transnacional. Como relatado por Portes (2002) e Drori et al. (2009), o sucesso do empreendedorismo transnacional depende do regular contato do país de destino com seu país de origem, exigindo do empreendedor a manutenção de suas redes sociais nos dois ambientes, de maneira que elas se tornem uma rede social transnacional única, que possa ser acessada a qualquer tempo, sempre contribuindo na superação das restrições de recursos, no acesso a produtos e serviços, na obtenção de novas ideias, no acesso a informações relevantes e na transferência de habilidades e de conhecimentos.

A manutenção das redes sociais transnacionais permite o acesso ao capital social e a recursos materiais e simbólicos existentes no interior da rede, tornando-as essenciais para o sucesso empreendedor transnacional, pois, como mencionado por Brzozowski et al. (2017), exercem efeitos benéficos sobre o negócio de empreendedores transnacionais desde o ciclo de vida inicial até sua evolução, auxiliando o processo de transpor barreiras e obstáculos demandados pelo crescimento empresarial, além de facilitarem o recrutamento de trabalhadores qualificados a custos mais baixos e a criação de parcerias para o desenvolvimento de novos projetos. Essa discussão permitiu elaborar a seguinte proposição:

Proposição 3: Para que a atividade empreendedora transnacional se realize e obtenha sucesso, é necessária a manutenção das redes sociais transnacionais nas duas estruturas sociais.

No entanto, além da manutenção das redes sociais transnacionais e do capital social presentes no nível micro, o empreendedor migrante transnacional precisa estar atento às condições e às variáveis presentes no nível meso – estrutura de oportunidades. Conforme argumentado por You & Zhou (2019), a estrutura de oportunidades leva em consideração os fatores econômicos dos países de origem e de destino, onde mudanças sociais e econômicas podem afetar a demanda de consumo, influenciar no desempenho dos negócios, dificultar o acesso à mão de obra e inibir a inovação empresarial. Kloosterman (2010) ainda esclarece que, para haver oportunidades para empreendedores, deverá existir uma demanda de consumo ainda que latente, pois sem demanda o empreendedor migrante não conseguirá prosperar em seu negócio. Para além, outro fator importante a ser considerado no nível meso é o volume de capital humano e de capital financeiro pertencentes ao migrante, pois o conjunto de oportunidades disponíveis poderá estar diretamente ligado aos níveis de capital humano e financeiro, o que permite gerar a quarta proposição a ser avaliada

Proposição 4: As oportunidades empreendedoras no país de destino estão relacionadas à existência de capital humano e financeiro do empreendedor migrante.

Além da demanda de consumo, do capital humano e financeiro, é preciso levar em consideração os fatores biculturais que envolvem o nível meso do processo empreendedor migrante transnacional. Conforme indicam as pesquisas de Xu et al. (2019), Abodohou et al. (2020), culturas têm grande potencial de influência no empreendedorismo, dado o fato de que estas valorizam e recompensam comportamentos que demonstrem refletir e reforçar os valores e crenças incorporados naquela sociedade. Além disso, para que o processo empreendedor transnacional se realize, o empreendedor precisa buscar desenvolver suas capacidades transculturais, uma vez que estas podem auxiliar no alívio do estresse aculturativo causado pela adaptação a uma nova cultura.

Como relatado por Xu et al. (2019), capacidades transculturais são benéficas para o processo empreendedor e contribuem para moldar o migrante de acordo com a cultura local, produzindo relacionamentos pautados no respeito e que podem ser bastante úteis a longo prazo. Nkongolo-Bakenda & Chrysostome (2013) acrescentam que a

familiaridade com diferentes culturas pode reduzir os custos de transação, aumentando a taxa de sucesso nos negócios. Ao interagir com diferentes normas sociais e diferentes práticas comerciais, o empreendedor transnacional terá a oportunidade de conquistar respeito e admiração das pessoas na sociedade de destino pelo simples fato de respeitar a cultura local. Como afirmado por Xu et al. (2019), ao respeitar a diversidade cultural, o empreendedor imigrante estimula a reciprocidade cultural, favorecendo a longevidade das relações comerciais entre clientes e fornecedores. A discussão sobre a importância do desenvolvimento de capacidade transculturais permitiu a elaboração da seguinte proposição:

Proposição 5: O desenvolvimento das capacidades transculturais aumenta a percepção de oportunidade de negócios nos países de origem e destino.

No nível macro – circunstâncias político-institucionais –, o foco se volta para as arenas política e institucional, especialmente pelo fato de esses elementos poderem representar barreiras impeditivas ao empreendedorismo de imigrantes. Conforme Kloosterman (2010), elas podem surgir na forma de regras e de regulamentos formais e informais que podem impedir e excluir legalmente a criação de empresas por imigrantes documentados e indocumentados e a participação destes empreendedores em associações empresariais. Por todo o exposto, pressupõe-se que a influência mútua das dimensões contidas no nível micro, meso e macro em contextos transnacionais exige do empreendedor imigrante um alto nível de imersão simultânea nas estruturas sociais dos países de origem e de destino, conforme posto abaixo.

Proposição 6: A compreensão das estruturas políticas e institucionais do país de destino e do país de origem é necessária para a realização do empreendedorismo transnacional.

A partir da imersão simultânea, especialmente nas redes sociais transnacionais, o empreendedor imigrante pode criar vantagens competitivas para a atuação no campo transnacional. Essa imersão simultânea gera maior autoconfiança, ampliação de oportunidades, acesso a informações relevantes, redução dos custos de transação, alavancagem dos ativos culturais, que contribuem para uma melhor condução dos negócios nos países de origem e de destino e para a concretização e sucesso do processo empreendedor imigrante transnacional.

Referências

- Abodohou, A., Fahinde, C., Mayuto, R., & Su, Z. (2020). Efeitos moderadores das redes sobre a relação entre aculturação e desenvolvimento de habilidades empreendedoras: evidências de africanos treinados na China. *International Journal of Cross Cultural Management*, 20 (3), 301-328.
- Belchior, R. F., Sinitsyna, A., Trabskaia, I., Crespo, N. F., and Mets T., (2019). Culture and Perceived Opportunities for Starting a Business - A Cross-National Perspective. A. Riviezzo, M. R. Napolitano, and A. Garofano (Eds.), *Proceedings of the ESU 2019 Conference and Doctoral Program on Entrepreneurship*, pp. 286-304. Naples (Italy). ISBN 979-12-200-5309-9.
- Bourdieu, P. (2002). The forms of capital. Biggart, N. (org). *Readings in economic sociology*. Malden-MA: Blackwell, 280-291.
- Brzozowski, J., Cucculelli, M., & Surdej, A. (2017). Os determinantes do empreendedorismo transnacional e a dinâmica dos laços transnacionais entre os empresários imigrantes no setor de TIC na Itália. *Migração Internacional*, 55 (3), 105-125.
- Burt, R. (2001). Buracos estruturais versus fechamento de rede como capital social. *Capital social: Teoria e pesquisa*, 31-56.

Charoensukmongkol, P. (2015). Cultural intelligence of entrepreneurs and international network ties. *Management Research Review*.

Chen, X.P., Liu, D. and Portnoy, R. (2012), "A multilevel investigation of motivational cultural intelligence, organizational diversity climate, and cultural sales: evidence from US Real estate firms", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 97 No. 1, pp. 93-106

Corrêa, V. S., Vale, G. M. V., & Pinto, M. D. R. (2018). Acoplamento e desacoplamento sociais: Pastores como empreendedores. *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 58(2), 188-200.

Cruz, E. P., Falcão, R. P. D. Q., & Barreto, C. R. (2017). Estudo exploratório do empreendedorismo imigrante brasileiro em Pompano beach e Orlando-eua. *Gestão & Planejamento-G&P*, 18.

Dabić, M., Vlačić, B., Paul, J., Dana, L. P., Sahasranamam, S., & Glinka, B. (2020). Immigrant entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 25-38.

Diniz, G. C. da Silva, de Oliveira Guimarães, L., & Fernandes, D. M. (2019). Empreendedorismo Imigrante E Étnico: O Papel Das Redes Sociais No Processo Empreendedor De Um Imigrante Sírio No Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext*, 14(2), 161-174.

Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001-1022.

Earley, P.C., Murnieks, C. and Mosakowski, E. (2007), "Cultural intelligence and the global mindset", *Advances in International Management*, Vol. 19 No. 1, pp. 75-103

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.

Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50.

Harima, A., & Baron, T. (2020). Is this Transnational Entrepreneurship? Five Cases in Which It Is Hard to Say 'Yes' or 'No'. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 2393957519887561.

Light, I. (1972). *Ethnic enterprise in America: Business and welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. Univ of California Press.

Lima, A. E. C., & Castro, A. L. B. (2017). *Brasileiros nos Estados Unidos: meio século (re)fazendo a América (1960-2010)*. Brasília: Fundação Alexandre Gusmão.

Lundberg, H., & Rehnfors, A. (2018). Transnational entrepreneurship: opportunity identification and venture creation. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2), 150-175.

Nazareno, J., Zhou, M., & You, T. (2018). Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations. *International Journal*.

Nkongolo-Bakenda, J. M., & Chrysostome, E. V. (2013). Engaging diasporas as international entrepreneurs in developing countries: In search of determinants. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(1), 30-64.

Portes, A., Guarnizo, L. E., & Haller, W. J. (2002). Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review*, 278-298.

Portes, A., & Martinez, B. P. (2020). They are not all the same: immigrant enterprises, transnationalism, and development. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(10), 1991-2007.

Portes, A., & Zhou, M. (2012). Transnationalism and development: Mexican and Chinese immigrant organizations in the United States. *Population and Development Review*, 38(2), 191-220.

Pruthi, S., & Wright, M. (2019). Social ties, prior experience, and venture creation by transnational entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 36(1-2), 41-73.

- Rodgers, P., Vershinina, N., Williams, C.C. and Theodorakopoulos, N. (2018), "Leveraging symbolic capital: the use of blat networks across transnational spaces", *Global Networks* (in press).
- Sandberg, S., Immonen, R., & Kok, S. (2019). Refugee entrepreneurship: taking a social network view on immigrants with refugee backgrounds starting transnational businesses in Sweden. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 36(1-2), 216-241.
- Solano, G., Vacca, R., Gagliolo, M., & Jacobs, D. (2020). Transnationalism and Belonging: The Case of Moroccan Entrepreneurs in Amsterdam and Milan. *Social Inclusion*, 8(1), 300-313.
- Urban, B. (2011). Entrepreneurial networking differences: an ethnic in-group and out-group analysis. *SA j. ind. Psychol.*, Cape Town, v. 37, n. 1, p. 01-14, Jan. 2011.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative science quarterly*, 35-67.
- Vale, G. M. V., & Corrêa, V. S. (2015). Estrutura social e criação de empresas. *Revista de Administração (São Paulo)*, 50(4), 432-446.
- Van Dyne, L., Ang, S., e Livermore, D. (2010). Inteligência cultural: um caminho para liderar em um mundo rapidamente globalizado. *Liderando as diferenças*, 131-138.
- Vershinina, N., Beta, K. W., & Murithi, W. (2018). How does national culture enable or constrain entrepreneurship? Exploring the role of Harambee in Kenya. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Versiani, F., & CARVALHO NETO, ANTONIO (2021). Migração Sul-Sul: um estudo sobre refugiados que trabalham em pequenas e médias empresas brasileiras. *Cadernos EBAPE. BR*, 19, 252-264.
- Xu, K., Drennan, J., & Mathews, S. (2019). Immigrant entrepreneurs and their cross-cultural capabilities: A study of Chinese immigrant entrepreneurs in Australia. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(4), 520-557.
- You, T., & Zhou, M. (2019). Simultaneous embeddedness in immigrant entrepreneurship: global forces behind Chinese-owned nail salons in New York City. *American Behavioral Scientist*, 63(2), 166-185.
- Zapata-Barrero, R., & Rezaei, S. (2019). Diaspora governance and transnational entrepreneurship: the rise of an emerging social global pattern in migration studies.
- Zhou, M. (2004), "Revisiting ethnic entrepreneurship: convergencies, controversies, and conceptual advancements", *International Migration Review*, Vol. 38 No. 3, pp. 1040-1074.
- Zhou, M. and Liu, H. (2015), "Transnational entrepreneurship and immigrant integration: New Chinese Immigrants in Singapore and the United States", in Vallejo, J.A. (Ed.), *Immigration and Work. Research in the Sociology of Work*, Vol. 27, Emerald Group Publishing Ltd., Bingley, pp. 169-201.