

# UMA INVESTIGAÇÃO MULTI-MÉTODOS A RESPEITO DO EMPREENDEDORISMO DE BRASILEIROS EM PORTUGAL

## A MULTI-METHODS INVESTIGATION OF BRAZILIAN ENTREPRENEURSHIP IN PORTUGAL

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão<sup>1</sup>[0000-0002-8125-0938]

Eduardo Picanço Cruz<sup>1</sup>[0000-0003-4484-3256]

Marcelo Ferreira da Costa<sup>2</sup>[0009-0008-5038-4053]

<sup>1</sup> UFF/Unigranrio

<sup>2</sup> Comissão Nacional de Energia Nuclear

robertopqfalcao@gmail.com, epicanco@id.uff.br,

mfcostarj@gmail.com

**Resumo.** Este estudo investigou o empreendedorismo de brasileiros em Portugal por meio de uma abordagem multimétodos, com o objetivo de compreender as trajetórias, motivações e desafios enfrentados por imigrantes na criação e consolidação de seus negócios. Diante do aumento expressivo de empreendedores brasileiros no país e das lacunas identificadas na literatura, a pesquisa articulou dados quantitativos e qualitativos para oferecer uma análise abrangente e contextualizada. Entre julho de 2024 e março de 2025, foram realizados surveys com 600 imigrantes e 60 entrevistas em profundidade, complementadas por observações de campo e dados secundários obtidos em redes sociais, consulados e associações. A análise quantitativa utilizou estatísticas descritivas para traçar o perfil sociodemográfico dos participantes, enquanto os dados qualitativos foram processados no software MaxQDA e interpretados pelo método Gioia, permitindo identificar temas recorrentes nas narrativas. Os resultados apontaram dois perfis principais de empreendedores: os motivados por oportunidade, que planejaram suas jornadas migratórias e empresariais, e os motivados por necessidade, que empreenderam de forma mais espontânea como alternativa econômica. As entrevistas revelaram ainda aspectos subjetivos das trajetórias, como adaptação, redes de apoio e enfrentamento de barreiras burocráticas e culturais. A triangulação metodológica conferiu maior robustez à análise, e os achados oferecem importantes contribuições teóricas, empíricas e práticas, tanto para a formulação de políticas públicas quanto para o fortalecimento de iniciativas voltadas ao apoio de empreendedores imigrantes brasileiros em Portugal.

**Palavras-chave:** Empreendedores imigrantes brasileiros. Portugal. Pesquisa multimétodos. Motivação empreendedora. Integração.

**Abstract.** This study investigated Brazilian entrepreneurship in Portugal using a multimethod approach, aiming to understand the trajectories, motivations, and challenges faced by immigrants in the process of creating and consolidating their businesses. In light of the significant increase in Brazilian entrepreneurs in the country and the gaps identified in the literature, the research combined quantitative and qualitative data to provide a comprehensive and contextualized analysis. Between July 2024 and March 2025, surveys were conducted with 600 immigrants alongside 60 in-depth interviews, complemented by field observations and secondary data gathered from social media, consulates, and associations. Quantitative analysis employed descriptive statistics to outline the sociodemographic profile of participants, while qualitative data were processed using MaxQDA and interpreted through the Gioia methodology, allowing for the identification of recurring themes in the narratives. The results revealed two main profiles of entrepreneurs: those motivated by opportunity, who planned their migration and business ventures, and those driven by necessity, who engaged in entrepreneurship more spontaneously as a means of economic survival. The interviews also uncovered subjective elements of the

entrepreneurial journeys, such as adaptation processes, support networks, and bureaucratic and cultural barriers. The methodological triangulation strengthened the analytical robustness, and the findings offer valuable theoretical, empirical, and practical contributions—supporting public policy development and initiatives aimed at assisting Brazilian immigrant entrepreneurs in Portugal.

**Keywords:** Brazilian immigrant entrepreneurs. Portugal. Multimethod research. Entrepreneurial motivation. Integration.

## 1. Introdução

Nas últimas décadas, o fenômeno do empreendedorismo migrante tem ganhado crescente atenção acadêmica, refletindo o papel cada vez mais relevante que imigrantes desempenham na dinâmica econômica de países de acolhimento (Rath & Schutjens, 2016; Solano, 2020). Em Portugal, observa-se um aumento expressivo do número de brasileiros que optam por empreender como estratégia de inserção socioprofissional, impulsionados por fatores que vão desde a busca por melhores condições de vida até a dificuldade de acesso ao mercado de trabalho formal (Baganha, 2009; Malheiros, 2021). Esse movimento se insere em um contexto mais amplo de globalização, intensificação das mobilidades internacionais e transformação nas formas de trabalho e carreira (De Haas, Castles & Miller, 2019; Inkson, Gunz, Ganesh & Roper, 2015).

Apesar da visibilidade crescente dos empreendedores brasileiros em Portugal, ainda são escassos os estudos que abordam suas experiências de forma aprofundada, articulando dimensões econômicas, sociais e subjetivas. A literatura tende a se concentrar em análises descritivas ou comparativas entre grupos migrantes, deixando em segundo plano as trajetórias individuais, os processos de tomada de decisão e as estratégias adotadas para enfrentar os desafios do contexto português (Oliveira & Rath, 2008; Batista & Caramelo, 2022).

Neste cenário, o presente estudo buscou preencher essa lacuna ao investigar o empreendedorismo de brasileiros em Portugal por meio de uma abordagem multimétodos, combinando dados quantitativos e qualitativos para oferecer uma compreensão mais densa e contextualizada das motivações, obstáculos e dinâmicas envolvidas na criação e consolidação de negócios migrantes. A pesquisa foi conduzida entre julho de 2024 e março de 2025 e envolveu a aplicação de surveys com 600 imigrantes brasileiros, 60 entrevistas em profundidade, observações de campo e análise de dados secundários provenientes de redes sociais, consulados e associações.

Ao adotar essa triangulação metodológica, o estudo não apenas traça o perfil sociodemográfico dos participantes, mas também ilumina dimensões subjetivas e contextuais que moldam suas jornadas empreendedoras. Os resultados oferecem subsídios teóricos, empíricos e práticos relevantes tanto para a formulação de políticas públicas quanto para o fortalecimento de iniciativas voltadas ao apoio de empreendedores imigrantes no contexto luso-brasileiro.

## 2. Resultados

Os resultados da pesquisa revelaram dois perfis predominantes entre os empreendedores brasileiros em Portugal: os motivados por oportunidade e os motivados por necessidade. Os primeiros caracterizam-se por um planejamento prévio da jornada migratória e empresarial, geralmente associados a níveis mais elevados de escolaridade, experiência profissional e acesso a recursos financeiros. Já os empreendedores por necessidade tenderam a adotar o empreendedorismo como uma resposta às limitações do mercado de trabalho formal, demonstrando trajetórias mais espontâneas e reativas (Reynolds et al., 2005; Wagner, 2007). Essa distinção reforça a literatura que diferencia

o empreendedorismo orientado por oportunidade daquele impulsionado por condições adversas, como desemprego e marginalização econômica (Bacq & Eddleston, 2018).

As entrevistas qualitativas aprofundaram a compreensão dos aspectos subjetivos dessas trajetórias, evidenciando elementos como os desafios de adaptação cultural, a importância das redes de apoio – especialmente de conterrâneos e familiares – e o enfrentamento de barreiras burocráticas no processo de formalização dos negócios. A utilização de uma abordagem metodológica mista, por meio da triangulação entre entrevistas em profundidade, análise documental e survey, conferiu maior robustez e confiabilidade aos achados (Creswell & Plano Clark, 2018). As contribuições do estudo são significativas tanto no plano teórico – ao aprofundar a compreensão sobre o empreendedorismo migrante – quanto no empírico e prático, subsidiando políticas públicas de acolhimento e integração e fortalecendo iniciativas institucionais voltadas ao apoio de empreendedores imigrantes no contexto português (Vershinina, Rodgers & McAdam, 2019).

## Referências

1. Baganha, M. I. (2009). Imigração e mercado de trabalho em Portugal. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 84, 57–79.
2. Bacq, S., & Eddleston, K. A. (2018). A resource-based view of social entrepreneurship: How stewardship culture benefits scale of social impact. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 589–611.
3. Batista, P., & Caramelo, J. (2022). Empreendedorismo migrante e políticas de integração em Portugal. *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, 44, 71–93.
4. Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
5. De Haas, H., Castles, S., & Miller, M. J. (2019). *The age of migration: International population movements in the modern world* (6th ed.). Red Globe Press.
6. Inkson, K., Gunz, H., Ganesh, S., & Roper, J. (2015). Boundaryless careers: Bringing back boundaries. *Organization Studies*, 36(4), 573–592.
7. Malheiros, J. (2021). Migrações brasileiras e reconfigurações urbanas em Portugal. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, 23, e202108.
8. Oliveira, C. R., & Rath, J. (2008). Migrações, empreendedorismo e mercados étnicos em Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 56, 133–154.
9. Rath, J., & Schutjens, V. (2016). Migrant entrepreneurship: Alternative economic spaces in contemporary cities. *Urban Studies*, 53(14), 2965–2979.
10. Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., ... & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205–231.
11. Solano, G. (2020). Migrant entrepreneurship and transnationalism: Beyond individual-level theories. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(7–8), 655–673.
12. Vershinina, N., Rodgers, P., & McAdam, M. (2019). Comparative analysis of migrant entrepreneurial strategies: Towards a typology of transnational entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 37(2), 129–151.
13. Wagner, J. (2007). What a difference a Y makes: Female and male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1–21.