



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Ciências Sociais e Humanas

EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE EM PORTUGAL
Um estudo de caso com empreendedores brasileiros no
Concelho da Covilhã

Bruna Cristina Cé

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Empreendedorismo e Criação de Empresas
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof. Doutora Maria José Madeira

Covilhã, Outubro de 2018

“Recomeça...

Se puderes
Sem angústia
E sem pressa.

E os passos que deres,
Nesse caminho duro
Do futuro

Dá-os em liberdade.
Enquanto não alcances
Não descanses.

De nenhum fruto queiras só metade.

E, nunca saciado,
Vai colhendo ilusões sucessivas no pomar.

Sempre a sonhar e vendo
O logro da aventura.

És homem, não te esqueças!

Só é tua a loucura

Onde, com lucidez, te reconheças...”

(Miguel Torga)

Agradecimentos

Mais uma etapa de minha vida concluída, e a isto só tenho a agradecer. Agradeço todos os dias pela oportunidade que tive em poder estudar fora de meu país e poder conhecer a linda cultura portuguesa. Agradeço aos pilares de minha vida, que sem o incentivo, apoio, paciência dedicação e carinho nada seria possível, Alberto Cé, Marisa B. Cé e Juliana Cé, muito obrigada minha família por sonharem junto comigo!

Aos meus amigos, que não só do Brasil, mas também de outras partes do mundo, me apoiam e incentivam todos os dias com lindas mensagens e carinho, em especial Franciele Ahmann e Fernanda Alves, que foram as maiores incentivadoras desta minha jornada.

Aos amigos que a Covilhã me presenteou e que aos poucos se tornaram minha família, com eles vivi os melhores momentos desta cidade tão linda, estarão para sempre em meu coração e mesmo com as idas e vindas que a vida nos proporciona, espero reencontra-los sempre que possível por esse mundo lindo! Renan Vianna, Romara Chaves e Rafael Domingos vocês tornaram esta caminhada mais fácil e tranquila, obrigada pelos conselhos, risadas, as melhores viagens e os melhores “almojantas” da Covilhã. Aos meus colegas do Mestrado, em especial ao Rudson, que foi minha dupla em diversos trabalhos e muito me ajudou.

Aos empreendedores brasileiros que dispuseram de seu tempo para a entrevista.

Agradeço à querida Professora Maria José Madeira pelo apoio na realização deste trabalho, pelo carinho e cuidado que sempre teve por mim, pelo exemplo de pessoa e profissional que desejo seguir. Muito obrigada, Professora! Com você aprendi muito além da sala de aula.

E para finalizar, na segunda etapa deste maravilhoso intercâmbio na Itália, conheci pessoas incríveis. Claudete Primon, muito obrigada por me receber e tornar-se uma pessoa muito especial em minha vida. Nicola Cavallo, muito obrigada por me incentivar a ser uma pessoa cada vez melhor, por acreditar em meus sonhos malucos, me mostrar e me ensinar sobre a maravilhosa cultura italiana e principalmente pelo carinho, cuidado e amor que tem por mim!

A todos, muito obrigada! Sem o carinho de vocês nada seria possível.

Resumo

A comunidade brasileira é a maior comunidade estrangeira residente em Portugal, e para compreender melhor o fenômeno do empreendedorismo imigrante, com ênfase nos brasileiros, o presente estudo tem como objetivo conhecer os determinantes na criação de empresas por empreendedores brasileiros em Portugal. Os empreendimentos de imigrantes são importantes fontes de vitalidade e desenvolvimento urbano nas cidades modernas, isto porque há uma grande participação das PME, é uma forma de integração entre a população imigrante e o país de acolhimento ao mesmo tempo em que cria dinamismo na economia do país. Para dar respostas aos objetivos traçados, foi delimitada uma investigação de natureza qualitativa enquadrada na metodologia de estudo de caso exploratório, elaborou-se um guião de entrevista, flexíveis e abertas, do qual faz parte um conjunto de questões, fundamentadas na teoria do estudo, com a finalidade de dar cumprimento aos objetivos do estudo, a entrevista é composta por 29 questões. As variáveis explicativas consideradas para o estudo são – necessidade de realização, autoeficácia, propensão a assumir risco, locus de controle, e medidas de apoio ao empreendedorismo para assim obter a variável resultado que é a criação de empresas. Foram entrevistadas três empresas de imigrantes brasileiros situadas no Concelho da Covilhã. Para a análise qualitativa das entrevistas recorreu-se ao software WebQDA. Ainda que existam diversos estudos que abordam os fatores cognitivos do empreendedor e as medidas de apoio ao empreendedorismo, existe uma lacuna a ser preenchida tanto na literatura como na parte empírica a respeito do empreendedorismo brasileiro em Portugal. A escolha deste estudo é devido à importância que vem sendo dada tanto ao empreendedorismo quanto ao número de brasileiros que estão imigrando para Portugal. Como resultado, identifica-se que os fatores cognitivos, necessidade de realização, autoeficácia, propensão a assumir risco, locus de controle, afetam de forma positiva a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal, também se constatou que as medidas de apoio ao empreendedorismo são de conhecimento dos mesmos, no entanto pouco utilizadas. Concluiu-se, também, que na opinião dos empreendedores brasileiros as medidas de apoio fazem muita diferença para a criação de empresas.

Palavras-chave

Empreendedorismo, Empreendedorismo Imigrante, Fatores Cognitivos, Criação de Empresas, Medidas de apoio

Abstract

The Brazilian community is the largest foreign community resident in Portugal, and to better understand the phenomenon of immigrant entrepreneurship, with emphasis on Brazilians, the present study aims to know the determinants in the creation of companies by Brazilian entrepreneurs in Portugal. Immigrant enterprises are important sources of vitality and urban development in modern cities. This is because there's a large participation of SMEs, it's a form of integration between the immigrant population and the host country while creating dynamism in the country's economy. In order to give answers to the objectives outlined, a research of a qualitative nature was framed in the methodology of an exploratory case study, a flexible and open interview script was elaborated, which includes a set of questions, based on the theory of the study, with the purpose of accomplishing the objectives of the study, the interview is composed of 29 questions. The explanatory variables considered for the study are – need for achievement, self-efficacy, propensity to take risk, locus of control, and measures to support entrepreneurship in order to obtain the variable result that's the new ventures. Three Brazilian immigrant companies were interviewed in Covilhã. For the qualitative analysis of the interviews WebQDA software was used. Although there are several studies that address the cognitive factors of the entrepreneur and the measures to support entrepreneurship, there is a gap to be filled both in the literature and in the empirical part regarding Brazilian entrepreneurship in Portugal. The choices of this study is due to the importance given to both entrepreneurship and the number of Brazilians who are immigrating to Portugal. As a result, identify that cognitive factors, need for achievement, self-efficacy, propensity to take risk, locus of control, positively affect the creation of companies by Brazilian immigrants in Portugal, it was also that the measures of support to entrepreneurship are known, however little used. It was also concluded that in the opinion of the Brazilian entrepreneurs the support measures make a lot of difference for the creation of companies.

Keywords

Entrepreneurship, Immigrant Entrepreneurship, Cognitive Factors, New Venture, Support Measures

Índice

Capítulo 1	1
Introdução.....	1
2 Enquadramento teórico e Proposições.....	3
2.1 Empreendedorismo	3
2.2 Criação de empresas	4
2.3 Empreendedorismo imigrante	5
2.4 Fatores influenciadores do empreendedorismo imigrante.....	7
2.4.1 Fatores Cognitivos.....	8
2.4.2 Medidas de apoio: não financeiras e financeiras	16
3 Metodologia da Investigação.....	20
3.1 Estudo de caso.....	20
3.2 Método de recolha de dados	21
3.3 Variáveis consideradas	22
3.4 Método de Tratamento dos dados.....	26
4 Análise e discussão dos resultados	28
4.1 Caracterização dos entrevistados	28
4.2 Análise dos resultados.....	30
4.2.1 Fatores Cognitivos.....	30
4.2.2 Medidas de Apoio	35
5 Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação.....	38
Referências	40
ANEXOS	47

Lista de Figuras

Figura 1 - Influência das variáveis explicativas na variável resposta.....	23
--	----

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Medidas de apoio não financeiras e financeiras	18
Tabela 2 - Síntese das Proposições e Variáveis Associadas	26
Tabela 3 - Número de entrevistados	28
Tabela 4 - Gênero.....	28
Tabela 5 - Grupo etário.....	29
Tabela 6 - Nível de escolaridade.....	29
Tabela 7 - Motivos da escolha por Portugal	29
Tabela 8 - Tempo de residência em Portugal.....	30
Tabela 9 - Análise dos fatores cognitivos.....	30
Tabela 10 - Análise das medidas de apoio.....	35

Lista de Acrónimos

AICEP	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal
CE	Comissão Europeia
CIDTFF	Centro de Investigação Didática e Tecnológica na Formação de Formadores
IEFP	Instituto do Emprego e Formação Profissional
PME	Pequenas e Médias Empresas
RIFA	Relatório de Imigração Fronteiras e Asilo
SEF	Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
EU	União Europeia
WebQDA	Web Qualitative Data Analysis

Capítulo 1

Introdução

O empreendedorismo assume-se, muitas vezes, como uma forma de integração entre a população imigrante do país de acolhimento. O empreendedorismo imigrante não é só uma forma de aproveitar os recursos e competências, mas também cria dinamismo na economia dos países que os acolhem. Isto acarreta maiores acordos sociais entre países, fomentando as trocas comerciais e a internacionalização das empresas (Marinha, Silva, Carreto, Terrível & Costa, 2015).

Para Portugal esta natureza de empreendedorismo é de extrema importância, pois é ele que melhora da integração dos imigrantes com a população, dinamiza a economia portuguesa, novos postos de trabalho são criados e isto ajuda no combate ao desemprego e traz novas ideias e projetos ao panorama empresarial português, resultando em mais inovação (Marinha, Silva, Carreto, Terrível & Costa, 2015).

Segundo o site da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP Portugal Global, 2017), Portugal evoluiu nos setores económico e turístico nos últimos anos, desta forma consolidou o país como um dos melhores destinos para investimentos, em razão das diversas vantagens competitivas. De acordo com o relatório Doing Business de 2013, publicado pelo Banco Mundial, Portugal está no topo mundial no indicador de facilidade para as relações de comércio internacional.

Conforme o Relatório de Imigração Fronteiras e Asilo de 2016 (RIFA 2016) publicado pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) a estrutura das dez nacionalidades mais representativas em Portugal alterou-se com a entrada da França, cuja comunidade registrou um aumento superior a 33% face a 2015, e a consequente saída de São Tomé e Príncipe da lista em apreço, com uma redução de 6,1%. De salientar ainda que o Reino Unido, em 2016, passou a ser a sexta nacionalidade mais relevante (19.384), com um crescimento de 12,5%, excedendo Angola (16.994).

No entanto a nacionalidade brasileira, com um total de 81.251 cidadãos, ainda se mantém como a principal comunidade estrangeira residente, embora haja uma redução comparada ao ano anterior (-1.338 cidadãos). Esta diminuição do número de residentes brasileiros teve início em 2011, entre o período de 2010-2016, houve um decréscimo de 38.111 cidadãos de nacionalidade brasileira a residir em Portugal (-31,9%). Este facto deve-se, em grande parte, à aquisição de

nacionalidade portuguesa por parte destes cidadãos, fator a ter em conta para a diminuição e alteração da estrutura das principais nacionalidades residentes em território nacional (RIFA, 2016).

De acordo com o relatório RIFA no final de 2016 foram emitidos 1.172 primeiros títulos de residência a investidores em Portugal, deste total 142 são de nacionalidade brasileira, ou seja, 13%. Um aumento significativo se comparado ao ano anterior, dos 791 primeiros títulos de residência a investidores emitidos em 2015, apenas 4,9% foram emitidos para brasileiros (RIFA, 2015).

Segundo o jornal brasileiro O Estado de S. Paulo, página de Economia e Negócios, as principais razões pela qual os brasileiros estão imigrando e empreendendo em Portugal não é somente pelos atrativos turísticos, mas também por ter custo de vida adequado, segurança, tranquilidade e por ser uma “porta de entrada” para empreender nos demais países europeus.

Para compreender melhor este fenômeno de empreendedorismo imigrante, de cidadãos brasileiros que imigraram para Portugal, o presente estudo tem como objetivo principal conhecer os determinantes na criação de empresas por empreendedores brasileiros em Portugal e como objetivos específicos de investigação:

- (i) identificar os fatores que dificultam e facilitam o processo de criação de empresas dos brasileiros em Portugal, dando especial enfoque necessidade de realização, autoeficácia, propensão para assumir riscos e locus controle;
- (ii) identificar as medidas de apoio financeiras e/ou não financeiras mais utilizadas dos empreendedores imigrantes brasileiros em Portugal;

Embora existam estudos que abordam os fatores cognitivos do empreendedor e as medidas de apoio ao empreendedorismo, existe uma lacuna a ser preenchida na literatura a respeito do empreendedorismo brasileiro em Portugal. O estudo foi estruturado de maneira qualitativa, estudo de caso, com a finalidade de responder todos os objetivos propostos, três entrevistas semiestruturadas a empreendedores brasileiros que vieram para Portugal. Assim, inicia-se com uma abordagem teórica acerca do empreendedorismo, o empreendedorismo de imigrantes e estreitando para os fatores cognitivos e as medidas de apoio que influenciam o empreendedorismo de imigrantes. Posteriormente, serão expostas as análises das entrevistas realizadas a empreendedores brasileiros em Portugal e a discussão do estudo. Como etapa final, tendo como base toda a investigação, as considerações finais e futuras linhas de investigação serão discorridas.

2 Enquadramento teórico e Proposições

O empreendedorismo é um tema que ganhou forças nos últimos anos, empreender significa ter uma boa ideia, encontrar uma oportunidade e assumir o risco de colocá-la em prática com a criação de algo com valor. Uma vez que o mercado mudou drasticamente e vêm a deixar muitos na situação de desemprego ou pelo fato de muitas áreas novas serem lançadas no mercado e faltam soluções, isto encoraja as pessoas a arriscarem. A temática abordada neste estudo visa compreender melhor o fenômeno do empreendedorismo da imigração a Portugal, os fatores que os levam a empreender no país. Esse capítulo propôs-se a apresentar o que é o empreendedorismo e a criação de empresas; o empreendedorismo de imigrantes e os fatores influenciadores do empreendedorismo de imigrantes.

2.1 Empreendedorismo

Derivada do francês, a palavra *entrepreneur* significa aquele que assume riscos e começa algo novo (Chiavenato, 2007).

Richard Cantillon, economista francês do século XVIII, foi a primeira pessoa a referir-se ao conceito de empreendedorismo. Cantillon em 1755 descreve o empreendedor como “uma pessoa que paga um determinado preço por um produto para vender a um preço incerto, tomando decisões sobre como obter e usar recursos assumindo o risco empresarial”. Um ano depois Adam Smith define os empreendedores como sendo “pessoas que reagem às alterações das economias, funcionando como agentes económicos que transformam a procura em oferta” (Sarkar, 2014, p. 27).

Para Sarkar (2014) a definição mais próxima que existe do conceito de empreendedor é definida por Schumpeter “aquele que aplica a inovação no contexto dos negócios”.

Empreender é o processo de criar algo com valor e com tempo e esforços necessários, para isso é preciso acompanhar as atividades financeiras, psíquicas, os riscos sociais e as incertezas do negócio, e assim, receber os benefícios resultantes da satisfação monetária e pessoal (Hisrich, Peters & Shepherd, 2010).

Os autores, Hisrich, Peters & Shepherd (2010), seguem afirmando que o empreendedorismo é um processo dinâmico de criação de riqueza. Esta é criada por indivíduos que assumem os principais riscos em termos de igualdade, tempo e/ou compromisso de carreira, de modo a fornecer valor para produtos ou serviços. É possível que estes não sejam novo ou exclusivo, no entanto é o empreendedor que deve, de alguma forma, criar valor.

Segundo a Comissão Europeia (2003), o empreendedorismo é uma atitude que reflete a motivação e capacidade de identificar uma oportunidade e buscá-la para produzir novo com valor ou sucesso econômico.

2.2 Criação de empresas

Segundo Schøtt, Kew & Cheraghi (2015), o empreendedorismo engloba a criação de novos negócios e/ou o desenvolvimento de novas oportunidades de negócios nas organizações existentes. Por isso que o empreendedorismo está no centro das políticas econômicas regionais e nacionais, pois contribui para a criação de uma cultura empresarial inovadora e dinâmica. É verdadeiro afirmar que, o empreendedorismo é considerado um mecanismo importante para o desenvolvimento econômico através da criação de empregos, inovação e seu efeito bem-estar.

Pena (2002) argumenta que, apesar das empresas iniciantes criarem um impacto econômico substancial em quase todas as economias, a taxa de insucesso das novas empresas permanece alta, isto porque, poucos estudos analisaram a influência da gestão do capital intelectual no desempenho dos negócios e, quando examinada, o foco era em empresas grandes, maduras e públicas. O estudo do autor analisou até que ponto os ativos de capital intelectual estão associados à sobrevivência e crescimento de novas empresas. Como resultado, o autor descobriu que, o capital humano do empreendedor (educação, experiência profissional e nível de motivação), o capital organizacional (capacidade firme de se adaptar rapidamente às mudanças e capacidade de implementar estratégias bem-sucedidas) e capital relacional (redes de negócios produtivas e um acesso imediato a partes interessadas críticas) são ativos intangíveis importantes, que parecem estar relacionados positivamente com o desempenho do empreendimento.

Para Zahra, Neubaum & El-Hagrassey (2002), a análise competitiva eficaz é importante para o sucesso das empresas no mercado atual, principalmente para os novos empreendimentos que podem não ter experiências em suas indústrias e conhecimento de seus concorrentes. Os autores analisaram 228 novas empresas e concluíram que a formalidade, a abrangência e a orientação que o usuário possui para as atividades da análise competitiva estão positivamente associadas ao desempenho de novos empreendimentos. Também concluíram que, a incerteza estratégica e a origem do empreendimento moderam significativamente a relação entre a análise competitiva e o desempenho de novos empreendimentos.

Com o objetivo de construir posições de mercado lucrativos, os novos empreendimentos precisam lidar com múltiplos desafios em diversas frentes, por isso tais empreendimentos podem competir de forma simples e focada ou podem aplicar maneiras variadas de competir. Assim sendo, a probabilidade de as novas empresas permanecerem competitivas dependem da capacidade de criar novidades em seus produtos e operações, uma atividade que requer a infusão de conhecimento em suas operações. À vista disso que, a maioria dos novos

empreendimentos possuem bases de conhecimento e o alcance de suas conexões externas limitados, fator que os leva a explorar diferentes fontes externas em suas áreas locais. O estudo analisou 140 novos empreendimentos em sete agrupamentos regionais da Espanha, os autores concluíram que os novos empreendimentos podem enriquecer a variedade de seu repertório estratégico acessando diversas fontes de conhecimento externo e sendo expostos a novos conhecimentos externos, enquanto a capacidade de absorção modera essa relação. O grau de desenvolvimento social desses grupos também tem um impacto positivo na variedade estratégica de novos empreendimentos (Larrañeta, Zahra & González, 2012).

Além disso, de acordo com Larrañeta, Zahra & González (2014), embora os novos empreendimentos em geral ganhem com a variedade estratégica em indústrias altamente dinâmicas, os empreendimentos de propriedade independente alcançam taxas de crescimento mais altas do que suas contrapartes corporativas.

2.3 Empreendedorismo imigrante

Na economia atual, aberta e globalizada, caracterizada pelo crescente grau de urbanização, cidades modernas e cosmopolitas atraem os imigrantes, pois são ímãs de crescimento econômico, em que as pequenas e médias empresas (PME) são fonte de novos empregos, dinâmicas empresariais e inovação (Audretsch, 2002).

Um significativo número de estudos apoia a associação entre imigração e empreendedorismo, tal como a importante influência do empreendedorismo sobre a integração econômica e social dos imigrantes (Kloosterman & Rath, 2002). Empreendedorismo imigrante é descrito como o processo pelo qual um imigrante estabelece uma empresa num país de acolhimento (ou país de colonização) que não é o país de origem do imigrante (Dalhammar, 2004).

Seus negócios são importantes fontes para a vitalidade e desenvolvimento urbano nas cidades modernas, devido à grande participação das PME. É uma correlação positiva e significativa entre o empreendedorismo imigrante e o desempenho econômico, que tem sido percebida em termos de crescimento, sobrevivência da empresa, inovação, criação de emprego, mudança tecnológica, aumento de produtividade e exportação (Audretsch, 2002).

Kloosterman, Van Der Leun e Rath (1999) avaliam que os empreendedores imigrantes afetam cidades em inúmeras maneiras (muitas vezes inesperadas), como, por exemplo, ao revitalizar ruas comerciais abandonadas, quando introduzem novos produtos e novas estratégias de marketing, promovem o surgimento de novas formas de coesão social, abrem laços comerciais entre áreas distantes até então desconectadas através das chamadas comunidades transnacionais, e por apresentar desafios para o quadro regulatório existente através do

envolvimento em atividades econômicas informais. Os autores ainda referem que, quanto a este último, existem estudos sociológicos econômicos contemporâneos que sugerem que os imigrantes e especialmente os empreendedores imigrantes desempenham um papel central nessas atividades econômicas informais.

Conforme Zhou (1992), o empreendedorismo representa um caminho significativo para progresso das minorias imigrantes. Estudos existentes diferem entre dois tipos principais de empresários étnicos: (1) empresários do enclave étnico e (2) empreendedores de minoria intermediária (Zhou, 2008).

Para o autor, o primeiro refere-se aos empresários que são delimitados a uma etnia, estrutura social de uma comunidade étnica e por uma localização geográfica. Estes empreendedores gerem empresas em bairros de imigrantes onde seu próprio grupo étnico domina e todos são conectados em um sistema de redes sociais dentro de um enclave étnico autossustentável. Yinger (1985), sugere que quando o empreendedor imigrante está ligado ao grupo, os membros têm a consciência da participação neste, da origem comum e da cultura.

O segundo, refere-se a grupos minoritários que desempenham um papel intermediário dos produtores do grupo dominante e clientes minoritários em diferentes sociedades, ou seja, estes negociam entre a elite e a massa de uma sociedade (Zhou, 2008).

Baycan-Levent e Nijkamp (2009) abordam que através da identificação do sucesso crítico ou do desempenho de condições dos empresários imigrantes é possível identificar as barreiras e as oportunidades ao empreendedorismo étnico. Fatores estruturais: exclusão social e discriminação, dificuldade no acesso à mercados e elevado desemprego. Fatores culturais: valores específicos, habilidades e características culturais, solidariedade interna e lealdade, flexibilidade, motivação pessoal, ética do trabalho forte, rede informal de contatos com pessoas do mesmo grupo étnico e financiamento. Ou a combinação dos dois fatores.

Borjas (1986) e Fairlie e Meyer (1996) demonstraram em seus estudos que a intenção ou capacidade de se tornarem empreendedores difere entre povos nativos e imigrantes. De modo geral, os imigrantes têm mais predisposição a serem autônomos que os trabalhadores nativos com mesma qualificação, por este motivo que as taxas de autoemprego de imigrantes excedem os de trabalhadores nativos em muitos países. Os autores afirmam que a assimilação do novo país, o nível de educação e o tempo desde a imigração são importantes determinantes do trabalho autônomo.

Este modo de trabalho entre os grupos de imigrantes teve início na década de 80 na Europa, e deste então teve um aumento significativo o que torna o empreendedorismo imigrante um importante tópico no continente. Visto que a economia na Europa está em expansão e há

oportunidades em diversos nichos de mercado, o que leva a um novo grupo de empresários imigrantes (Baycan-Levent & Nijkamp, 2009).

Estas comunidades imigrantes contemporâneas geram empreendedores que são capazes contribuir cada vez mais para o crescimento econômico e o bem-estar do país hospedeiro. Por isso que, as diferentes ramificações migratórias, incluindo os aspectos culturais e características socioeconômicas dos grupos de imigrantes e as circunstâncias sociopolíticas nos países de acolhimento causaram uma variedade no empreendedorismo imigrante recente devido as experiências de diferentes países (Baycan-Levent & Nijkamp, 2009).

Para Morgan, Sui & Baum (2018), os empreendedores imigrantes possuem um valioso capital humano e social do qual as PME podem obter vantagens ao se internacionalizarem. Nesta perspectiva, baseada em recursos, tais vantagens podem manifestar-se na maior capacidade das PME detidas por imigrantes para identificar, avaliar, desenvolver e explorar oportunidades nos mercados internacionais. No entanto, uma perspectiva cognitiva oferece uma visão oposta: na medida em que os proprietários de imigrantes são mais propensos ao excesso de confiança do que suas contrapartes não imigrantes quando tomam decisões de internacionalização, as PME de imigrantes podem colher menos recompensas financeiras de mercados internacionais potencialmente de alto risco.

Os autores, Morgan, Sui & Baum (2018), avaliaram uma amostra representativa de 9977 PME canadenses, e descobriram que a presença de empreendedores imigrantes impacta positivamente a intensidade das exportações, mas modera negativamente a relação entre intensidade de exportação e desempenho financeiro.

2.4 Fatores influenciadores do empreendedorismo imigrante

Investigações sobre o trabalho imigrante por conta própria identificam o papel dos gestores e suas habilidades individuais como fatores determinantes para o envolvimento empreendedor (Skandalis & Ghazzawi, 2014).

Pioneiro nos estudos McClelland (1961), investiga a existência de certas características de personalidade ou traços que podem ser associados com a atividade empreendedora, tais características podem ser compartilhadas entre empreendedores imigrantes e não-imigrantes.

Os resultados de seus estudos indicam que os indivíduos que possuem forte necessidade de realização são os mais propensos a se envolver em atividades e tarefas com alto grau de responsabilidade individual, pois exige habilidade e esforço pessoal, e isto inclui feedback sobre o desempenho. Mas, também, algumas pessoas optam por se tornar empreendedores como forma de independência e melhora psicológica (McClelland, 1961; Skandalis & Ghazzawi, 2014).

Os autores complementam que esta independência está ligada com a responsabilidade de assumir os riscos pela própria vida ao invés de trabalhar para outros. Os imigrantes não são diferentes, eles têm o desejo da independência, a necessidade do status pessoal e seus valores e personalidade podem leva-los a ter o desejo de agarrar oportunidades empreendedoras.

Shane, Locke & Collins (2003) argumentam que o empreendedorismo envolve a atividade humana, isto porque, as pessoas agem de forma diferente em busca de oportunidade. Estas diferem em sua disposição e na capacidade de agir às oportunidades, pois são diferentes umas das outras. Por isso, a variação entre as pessoas em suas vontades e capacidades têm efeitos importantes no processo empreendedor.

Quanto a atividade empreendedora, Farmer, Yao & Kung-Mcintyre (2011) explicam que existe indivíduos com inclinação para tal, enquanto outros não possuem prontidão ou características e dificilmente se tornarão empreendedores.

Zwan, Thurik, Verheul & Hessels (2016), referem que além da capacidade (percebida) para tornar-se um empreendedor, determinados fatores como: capital humano, capital social e capital financeiro influenciam o processo empreendedor, mas é preciso que os indivíduos tenham disposição para se tornarem autônomos. Douglas (2005); Forbes (2005) expressam a importância de entender o que influencia o processo decisório de um indivíduo.

Criar, implementar e desenvolver um negócio é um processo de longo prazo, árduo e complicado, que é acompanhado por muitos obstáculos e, portanto, requer condições prévias e atributos pessoais apropriados. Por tanto, o empreendedor deve ser resistente à incerteza através de um alto nível de automotivação, livre tomada de decisão e iniciativa para superar o medo e a apreensão do futuro (Ilouga, Mouloungni, Sahut, 2014). Estabilidade emocional e autocontrole interno que ajudam a confiar em suas decisões (Caliendo, Fossen, Kritikos, 2014).

2.4.1 Fatores Cognitivos

Aspectos específicos relacionados ao estilo cognitivo e à personalidade de um indivíduo têm um efeito importante no processo de tomada de decisão que leva à criação de empresas. Quando é entendido o motivo que algumas pessoas decidem se envolver em atividades empreendedoras e porquê outros não, é um assunto de interesse para o desenvolvimento da economia global (Angel Ferrero & Bessièrè, 2016).

Identificar os fatores individuais que têm papel determinante no processo de tomada de decisão dos empreendedores é o primeiro passo para encontrar as ferramentas certas e formas de incentivar a atividade empreendedora (Hopp e Stephan, 2012)

Estudos neste âmbito ajudam a identificar traços de personalidade e características que podem determinar a propensão de se tornar empreendedor, fatores cognitivos tem um grande impacto na inovação (Angel Ferrero & Bessièrre, 2016).

Na área do empreendedorismo, reconhecer oportunidades é um tópico central e pode ser definido como o processo ou processos cognitivos através do qual indivíduos identificam oportunidades. Há uma grande área de investigação baseada nas habilidades cognitivas dos empreendedores (Baron, 2006).

Estudos de Baron & Ensley (2006), dentro da perspectiva cognitiva, identificaram que os empreendedores possuem distintas capacidades cognitivas e de reconhecimento de padrões. Novas oportunidades de negócios são identificadas quando empreendedores, ao utilizar de estruturas cognitivas relevantes, entendem da lógica entre eventos ou tendências aparentemente não relacionados e, então, detectam padrões nessas conexões que sugerem novos produtos ou serviços.

Gaglio (2004) apresentou que o pensamento contrafactual e os processos cognitivos das simulações mentais são mecanismos pelos quais proporcionam aos empreendedores o pensamento criativo e, assim, desenvolvem habilidades de reconhecimento de oportunidades. Isso ocorre, pois, indivíduos com maiores habilidades cognitivas aprendem mais rápido, se beneficiam das experiências e o conhecimento é adquirido mais rápido e profundamente (Jensen, 1998).

LaMattina (2013) estudou os fatores sociais, psicológicos e cognitivos centrais para o indivíduo empreendedor, e ao realizar entrevistas com 15 empreendedores na região oeste de Nova York descobriu que tais fatores estão diretamente relacionados ao seu papel na incorporação da inovação em suas criações de risco. Inúmeras vertentes também surgiram, entre elas, a crescente presença de uma ampla rede social, a crença unânime de que eram criativos, a percepção de apoio tanto à criatividade quanto às atividades empreendedoras e o forte desenvolvimento de habilidades relevantes para o domínio de uma nova criação empreendedora.

Bacq, Ofstein, Kickul & Gundry (2017) examinaram os fatores que influenciam a intenção empreendedora por meio da interação dos fatores cognitivos e a munificência ambiental percebida. Os autores descobriram que tal interação introduz e demonstra que o efeito da capacidade percebida de se tornar um empreendedor e a intenção de se envolver em tal comportamento depende da percepção de um ambiente rico em munificência empreendedora, neste estudo, dentro de um cenário de incubadora. A generosidade empreendedora percebida também ajuda a fortalecer a relação entre a propensão ao risco e a autoeficácia empreendedora.

Zane & Kline (2017) argumentam que a velocidade e a intensidade com as quais os empreendedores conduzem atividades competitivas dependem tanto de suas percepções do ambiente quanto de seu nível de certos fatores cognitivos.

De acordo com Beugelsdijk & Noorderhaven (2005), os empreendedores diferem-se da população em geral e de funcionários pagos em muitas características. Eles são mais orientados individualmente, isto é, têm uma maior responsabilidade individual e esforço. Omerzel & Kušce (2013), indicam que a propensão para assumir riscos, a autoeficácia e a necessidade de independência são os fatores importantes que afetam o desempenho pessoal do empresário.

Após a revisão de literatura, apresenta-se de seguida os principais fatores: (i) necessidade de realização; (ii) autoeficácia; (iii) propensão a assumir riscos e (iv) locus de controle.

(i) Necessidade de realização

A necessidade de realização, é um atributo motivacional humano único e pode ser explicado como um desejo de sucesso ou alcançar algo brilhante (Chatterjee & Das, 2015). McClelland (1961), define esta necessidade como uma inclinação para empreender, de forma a continuar qualquer atividade que tenha um forte alcance de sucesso ou uma satisfação de realização pessoal. São as expectativas que acarretam o indivíduo a fazer algo melhor ou mais rapidamente do que qualquer outra pessoa ou melhor do que as realizações anteriores já alcançadas por ele mesmo (McClelland, 1990).

Collins, Hanges & Locke (2004) e Hansemark (2003), encontraram significativas associações entre a necessidade de realização e a escolha de uma carreira empreendedora. Por isso que a necessidade de realização está altamente relacionada ao desenvolvimento do empreendedorismo e as atitudes empreendedoras, assim sendo um fator muito importante que influencia o empreendedorismo (Collins, Hanges & Locke, 2004).

De acordo com Sahin, Nijkamp & Rietdijk (2009) pessoas que possuem altos níveis deste fator estabelecem metas desafiadoras e esforçam-se a alcançar. Por esta razão, acredita-se que os indivíduos com grande necessidade de realização apresentam o forte desejo de ser bem-sucedido e, por consequência, são mais propensos a comportar-se de maneira mais empreendedora.

Indivíduos que possuem alto nível de necessidade de realização escolhem por situações empreendedoras caracterizadas por (a) responsabilidade individual, (b) risco moderado em função de suas habilidades, (c) conhecimento dos resultados de suas decisões, (d) procuram novas atividades instrumentais e, (e) antecipam as possibilidades futuras (Lumpkin & Erdogan, 2004). Na mesma linha de estudo, Indarti & Rostiani (2008), defendem que pessoas com tal característica de personalidade é motivada ao empreendedorismo, por isso existem três atributos ligados aos indivíduos com alta necessidade de realização, que são (a) escolher a

responsabilidade pessoal na tomada de decisões, (b) ousar correr riscos de acordo com suas habilidades, e (c) ter interesse em sempre aprender com as decisões tomadas.

Sabiu, Abdullah, Amin & Tahir (2018), estudaram a correlação entre a necessidade de realização e a persistência empreendedora de empreendedores de Bumiputra na Malásia, os investigadores descobriram uma relação fortemente positiva entre estas, devido a iniciativas do Governo em estimular um clima empresarial robusto, melhor distribuição de renda e o crescimento econômico da cidade.

Scanipello (1989), salienta que pessoas com alto nível de necessidade de realização têm menos probabilidade de aceitar o fracasso do que as com baixo nível de necessidade, ou seja, a necessidade de realização afeta o sucesso ou falha, então a necessidade de realização tem uma grande influência na taxa de sucesso de um empreendedor. Além disso, o autor ainda afirma que, a necessidade de realização também pode encorajar a capacidade da pessoa de tomar decisões e a coragem de assumir riscos como empreendedor. Quanto maior a necessidade de realização de uma pessoa, mais e mais decisões apropriadas serão tomadas.

Com base na fundamentação relativa à necessidade de realização é formulada a primeira proposição:

P1: A necessidade de realização influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

(ii) Autoeficácia

O grau de autoeficácia, teoria apresentada por Bandura (1997), é a referência aos julgamentos que uma pessoa tem em relação à sua capacidade de executar alguma tarefa. É uma forte crença de sua capacidade e competência para realizar um trabalho específico e atingir o objetivo.

Segundo Schunk (1990), a satisfação em alcançar uma meta dobra a crença de autoeficácia e, em tal caso, objetivos mais desafiadores são alcançados, e este processo aumenta os ganhos pessoais. O autor observou que indivíduos com autoeficácia têm como qualidade iniciar uma tarefa por acreditar que são capazes de realizar e não desistir, por consequência dedicam total esforço na tarefa a ser iniciada.

Pessoas com alta autoeficácia são propensas a mostrar mais interesse interno em tarefas e estão dispostas a fazer maior esforço e agir de forma mais persistente diante de obstáculos e dificuldades do que aqueles com baixa autoeficácia (Wu, Matthews, & Dagher, 2007). Estudos constataram que é um dos preditores mais fortes de se estabelecer, persistir e atingir metas desafiadoras (Stajkovic & Luthans, 1998).

Chen, Greene, & Crick (1998), utilizaram uma amostra de gerentes e empreendedores, estudantes de MBA, para analisar nomeadamente o conceito de autoeficácia empresarial relacionado à percepção individual de realizar atividades empreendedoras. O resultado foi de que, os indivíduos com maior nível de autoeficácia empresarial eram mais propensos a se envolverem em comportamentos empreendedores.

Bandura (1997) analisa através de quatro antecedentes ou fontes as percepções de autoeficácia (a) experiências de domínio, (b) experiências vicárias, (c) persuasão social e (d) bem-estar fisiológico e psicológico. O primeiro é o mais forte preditor de autoeficácia, pois são as performances passadas que fornecem sucessos incrementais em um domínio particular. O segundo, experiências vicárias, diz respeito a aprender observando outras pessoas executarem tarefas iguais ou semelhantes, como modelos. A persuasão social está relacionada com mensagens positivas ou negativas que o indivíduo recebe de outras pessoas sobre a sua capacidade de realizar tarefas. E por fim, o bem-estar fisiológico e psicológico, este antecedente pode afetar as percepções da capacidade do indivíduo, os sentimentos, a saúde e a excitação psicofísica podem aumentar a atuação de sucesso quando essa excitação é percebida como construtiva ou como excitação.

Para Chatterjee & Das (2015) indivíduos com altos níveis de autoeficácia empresarial exibem intenções de carreira empreendedora. Existem três aspectos que, segundo Lent, Brown & Hackett (1994), definem o desenvolvimento de carreira através da autoeficácia (a) medidas relacionadas aos interesses ocupacionais, (b) escolha ocupacional e intenções, e (c) desempenho ocupacional. Para Ho & Koh (1992) a autoeficácia é uma importante característica cognitiva que auxilia na compreensão da orientação empreendedora de um indivíduo.

Fuller, Liu, Bajaba, Marler & Pratt (2018), utilizaram uma visão ampliada da viabilidade empreendedora e levantaram a hipótese de um modelo no qual as intenções empreendedoras são fomentadas pela personalidade proativa e pelas características competitivas. Isto possibilitou o estudo expandir o conceito de viabilidade empresarial com o objetivo de incluir o pensamento pró-ativo e uma visão generativa da autoeficácia empreendedora, a investigação considerou formas mais amplas de autoeficácia que pessoas proativas e competitivas possam desenvolver – criativa e de aprendizagem.

Como resultado, os autores indicam que as crenças de autoeficácia múltipla são responsáveis por cognições empreendedoras antecipadas e que a relação entre a autoeficácia empreendedora e as intenções empreendedoras são totalmente medidas por cognições. Portanto, a autoeficácia criativa e de aprendizagem moldam a autoeficácia empreendedora e a personalidade proativa prediz a autoeficácia criativa e de aprendizagem.

A partir dos estudos sobre autoeficácia, formula-se a segunda proposição:

P2: A autoeficácia influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

(iii) Propensão a assumir riscos

Segundo Brockhaus (1982), a propensão a assumir riscos é definida como a probabilidade percebida de receber recompensas que é diretamente associada ao sucesso de uma situação, a qual é exigida pelo indivíduo antes de sujeitar-se às consequências associadas ao fracasso. Como uma forma de alternativa ao fracasso, é tal situação proporcionar menos recompensa ou então consequências menos severas.

Para Sahin, Nijkamp & Rietdijk (2009), a propensão de assumir riscos do empreendedor está relacionado ao nível de risco da empresa. Pois quando o empresário tem a capacidade de influenciar as ações da organização com suas características e decisões pessoais, estas podem se refletir nas ações da organização e, como resultado, a organização pode assumir mais riscos.

Tang & Tang (2007) enfatizam que o risco é um fator vital do empreendedorismo, isso porque, na escolha do produto o empreendedor não tem a certeza se o produto escolhido pode ser formado, se as necessidades dos consumidores serão atendidas, ou ainda, se os lucros serão gerados antes de um novo produto ou serviço ser apresentado.

Littunen (2000), argumentam que a propensão em assumir riscos é um excelente método de orientação individual, de maneira a aproveitar todas as situações de tomada de decisão. Locke & Latham (1994) discorrem que, indivíduos que acreditam fielmente que possuem o controle sobre seu destino percebem os riscos de forma diferente das outras pessoas, portanto, são mais inclinados a assumir riscos.

Herdjiono, Puspa & Maulany (2017) acreditam que a vontade e capacidade em assumir riscos é um dos principais pontos do empreendedorismo. Para os autores o empreendedor que não gosta de risco terá dificuldade em iniciar uma empresa e/ou projeto, pois ao avaliar o tamanho do risco o empreendedor não tem medo de arriscar. Assumir riscos está relacionado à autoconfiança, isso significa que o quanto maior a crença da pessoa em sua habilidade, maior a crença da pessoa em sua competência para influenciar o resultado e a decisão.

Para Kvjetok (2013) a decisão em assumir o risco do negócio é sintomática em um certo tipo de pessoa. Uma parte significativa da motivação para assumir riscos nos negócios decorre da motivação para o sucesso. Para atingir as metas estabelecidas, as pessoas bem-sucedidas estão dispostas a assumir riscos razoáveis associados ao feedback sobre o nível de resultados alcançados.

A investigação de Bezzina (2010) concluiu que a propensão em assumir o risco ou a disposição a arriscar em relação ao risco gera impacto positivo e significativo na intenção de empreender,

pois o empreendedor assumirá risco somente após analisar a situação com cuidado e ao desenvolver uma estratégia para minimizar o efeito do risco. Por isso que, o empreendedor possui aversão ao risco e aversão à perda. Aversão ao risco significa a intenção de evitar riscos, enquanto a aversão à perda significa a falta de disposição para assumir o risco.

Ao criarem empresas os empreendedores assumem diferentes tipos de risco, como psicológico, social e financeiro (Hisrich & Peters, 1998), por isso as predisposições individuais em relação ao risco afetam de forma significativa as decisões mais arriscadas (Bromiley & Curley, 1992). A propensão em assumir o risco é uma característica cognitiva pouco estável, por essa razão mudam dependendo da situação (Antoncic, 2003), então, estudos de Kihlstrom & Laffont (1979), sugerem que que pessoas menos avessas ao risco se tornam empreendedoras e que indivíduos mais avessos ao risco possuem propensão a serem empregados.

Chipeta & Surujlal (2017) em seus estudos sobre as intenções no âmbito do empreendedorismo social, investigaram a influência da atitude, da propensão ao risco e da personalidade proativa nas intenções de empreendedorismo social entre 294 estudantes universitários na província de Gauteng, na África do Sul. Os resultados da investigação mostraram que, a propensão ao risco representou a contribuição mais singular para as intenções sociais empreendedoras seguidas pela atitude. Já a personalidade proativa não fez uma contribuição única. Os autores concluíram que as intenções empreendedoras sociais dos estudantes universitários são impulsionadas por sua atitude e disposição para assumir riscos.

Estudo de Lopera & Marchand (2018) avaliaram como as interações sociais influenciam nas decisões de risco dos empreendedores, os experimentos por eles feitos mostram que as pessoas avaliadas tenderam a realizar escolhas mais ou menos arriscadas de acordo com a construção de relacionamento feita com seus colegas de interação. A investigação sugeriu que, mesmo as interações de curto prazo afetam as decisões em assumir riscos.

No entanto, ao realizar revisão da literatura sobre a propensão em assumir risco do empreendedor, Tipu (2017), avaliou que esta fornece uma visão holística sobre o assunto que encapsula diferentes dimensões do risco empreendedor, porém produz resultados amplamente inconsistentes em termos de risco e gênero, propensão ao risco dos empreendedores com os não empreendedores, e os resultados do risco empreendedor.

O autor explica que, antecedentes organizacionais, medidas não financeiras e consequências éticas e relacionadas a saúde do risco empresarial são pouco exploradas. Por isso, a inconclusiva literatura implica que o risco pode não ser um fator distinto ou importante para empreender. Logo, é preciso investigar de forma mais concisa os fatores críticos que os empreendedores consideram (ou não) ao entrar no processo empreendedor.

Após fundamentar a propensão em assumir riscos, formula-se a seguinte proposição:

P3: A propensão a assumir riscos influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

(iv) Locus de controle

O locus de controle é uma característica cognitiva que pretende explicar o sucesso de uma pessoa como empreendedor, e assim, poder diferenciá-lo de empresários e outras pessoas (Aldrich & Zimmer, 1986).

Rotter (1966), define o conceito de locus de controle como a crença generalizada que um indivíduo tem sobre o controle de seu próprio destino. É a percepção deste sobre o controle de eventos da vida (Findley & Cooper, 1983).

Landström, Crijns, Laveren & Smallbone (2008) define locus de controle como um traço fundamental no empreendedorismo, pois determina a extensão em que os indivíduos atribuem o controle sobre os eventos a si mesmos (internos) ou a outros fatores fora de si mesmo (externos).

Os estudos de Boone, De Brabander e Van Witteloostuun (1996) analisaram gestores de pequenas empresas, e descobriram que os que obtiveram altos níveis de locus de controle interno tiveram mais sucesso daqueles os com nível de locus de controle externo. Os autores explicam este resultado devido a capacidade que os gerentes, com nível de locus de controle interno, têm em superar contratemplos e maiores habilidades na implementação de estratégias de sucesso.

Luthans, Avey, Avolio, Norman & Combs (2006) complementam ao dizer que, indivíduos com locus de controle interno têm propensão a enfrentar desafios e obstáculos de maneira positiva, ao resolver problemas e buscar soluções construtivas. Estas possuem maior motivação de realização, e, portanto, estão mais dispostas a aprender e aprimorar suas capacidades e conhecimentos nos desafios, diferente das pessoas com locus externo de controle.

As análises de Caliendo, Cobb-Clark & Uhlendorff (2015) evidenciaram que indivíduos com locus de controle interno são aptos a desenvolverem maiores habilidades em pesquisas, e por isso, conseguem melhores empregos e carreiras do que indivíduos que acreditam que seus resultados futuros são determinados por fatores externos, e em razão disto, têm salários mais baixos.

Ergun Özler, Giderler & Baran (2017) avaliaram a influência do locus de controle na intenção empreendedora de 282 alunos do departamento de gestão de negócios que são potenciais candidatos a empreendedores. Como resultado da investigação, descobriram o controle interno influencia positivamente a intenção de empreender.

O objetivo do estudo de Nasip, Amirul, Sondoh & Tanakinjal (2017) foi investigar a relação entre características psicológicas individuais e intenção empreendedora, 676 estudantes de graduação da Universiti Malaysia Sabah responderam ao questionário. O estudo relatou que o locus de controle não está significativamente relacionado à intenção empreendedora.

Com a fundamentação do último fator cognitivo desta investigação, têm-se as seguintes proposições:

P4: O locus de controle influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

2.4.2 Medidas de apoio: não financeiras e financeiras

Segundo a Comissão Europeia (2001) existem duas medidas políticas de apoio as PME. A primeira é melhorar as interações do governo com as empresas em termos de regulamentos, procedimentos administrativos e tributações.

McMullen, Bagby & Palich, (2008), acreditam que para estimular o empreendedorismo, o governo pode adotar diversas medidas de despesas públicas. Tais como: provisão de capital de fundos de risco, incentivos fiscais, programas de compras governamentais, proteção dos direitos de propriedade intelectual e investimento em educação e I&D (Castaño, Méndez & Galindo, 2015).

A segunda medida impacta diretamente as empresas, esta inclui os subsídios diretos, empréstimos subsidiados, garantias de empréstimos e, cada vez mais, iniciativas para tornar o capital de risco mais acessível (Comissão Europeia, 2001).

Além destas, há as medidas de apoio não financeiras que são disponibilizadas através de treinamentos especializados, na prestação de serviços diretos em que oferecem informações e vários tipos de assistência técnica (Comissão Europeia, 2001).

As medidas de apoio visam estimular e apoiar indivíduos na criação (com sucesso) de seus próprios negócios (Henrekson & Stenkula, 2010). A justificativa para sua implementação está ligada a problemas derivados do desequilíbrio de informação (Rigby & Ramlogan, 2013), e diz especificamente respeito às diferentes atitudes de empresários e investidores em relação às ideias de negócio (Audretsch, Grilo, & Thurik 2007). Isso, por sua vez, restringe o acesso de jovens e pequenas empresas para capital e, assim, dificulta o desempenho empresarial (Van Praag, de Wit, & Bosma, 2005).

Arshed, Carter & Mason (2014) concentraram-se na compreensão de como funciona o processo de políticas corporativas, dado que as evidências crescentes sugerem que as políticas voltadas para o empreendedorismo não estão produzindo os resultados esperados pelos governos (Welter, 2011).

Em seu livro Bannock (2004) explica que, se a maioria dos subsídios e programas de assistência fossem abolidos, isso faria uma diferença significativa na forma e prosperidade do setor de PME em qualquer lugar. Blackburn e Smallbone (2011) argumentam que, o desenvolvimento de políticas públicas para as PME pode parecer simples, contudo, na prática o desenvolvimento de um cenário de políticas que sejam propícias às PME, bem como o atendimento das demandas de outras partes interessadas na economia e na sociedade, não é fácil.

Van Hove (2017), analisou a evolução do empreendedorismo imigrante e os objetivos da política empresarial de empreendedorismo da Comissão Europeia (CE) desde o final da década de 1970, e explorou as ferramentas disponíveis a nível da UE para promover o empreendedorismo imigrante e as limitações desta política. Após um estudo de fontes acadêmicas e da UE, a investigação do autor, mostra que a política de empreendedorismo da CE evoluiu de prioritariamente para empresas maiores, para uma política com interesse adicional para as PME e, finalmente para toda a sociedade, inclusive os imigrantes.

Nos estudos de Wren & Storey (2002), os autores descobriram que o aconselhamento empresarial fornecido através de iniciativa de uma empresa do Reino Unido exerceu um efeito global positivo sobre a sobrevivência de empresas e crescimento de vendas, no entanto com diferentes efeitos de acordo tamanho da empresa. De maneira específica, os autores descobriram que a medida não teve impacto sobre a sobrevivência das pequenas empresas, todavia, impactou de forma positiva o crescimento de suas vendas. Para as PME, o efeito positivo se estendeu também à sua sobrevivência.

Ramaciotti, Rizzo & Muscio (2017), analisaram o impacto da associação entre as medidas de apoio não financeiras e financeiras fornecidas aos empreendedores e o desempenho das novas empresas de base tecnológicas subsequentemente constituídas. O estudo avaliou a medida de política regional implementada na região italiana de Emilia-Romagna durante o período 2000-2006. O resultado foi de que as medidas não financeiras estão positivamente relacionadas a uma maior probabilidade de entrar no mercado e a um maior crescimento das vendas.

Na investigação de Antunes (2008), a autora analisou os fatores institucionais formais do meio envolvente que orientam a criação de empresas industriais no Concelho da Covilhã, no estudo ela considerou os organismos, os serviços, os programas e as medidas de apoio à criação de empresas.

Como resultado, Antunes (2008) referiu que do ponto de vista das ofertas de serviços/programas de apoio à criação de empresas, o Concelho da Covilhã oferece muitos (pouco diversificados), principalmente os não financeiros; do ponto de vista da procura, a autora constatou que os

empresários possuem o conhecimento dos organismos, no entanto, não utilizam os programas/serviços oferecidos. Vale ressaltar que os empresários que conhecem os organismos de apoio à criação de empresas e utilizaram-se dos serviços/programas possuem um elevado nível de valorização de tais.

Veciana (2005), classifica tais medidas como medidas gerais e específicas. As medidas gerais referem-se as normas e regulamentos governamentais, ou seja, medidas de apoio financeiras (empréstimos, capital de risco e investimento a fundo perdido). Já as medidas específicas são as de caráter não financeiras (informação/orientação, assessoria/acompanhamento, formação, seguimento, incubação). A tabela a seguir explica tais medidas:

Tabela 1 - Medidas de apoio não financeiras e financeiras

Medidas de apoio não financeiras	
Informação/orientação	Informação e orientação do futuro empresário envolve todas as questões relacionadas com a criação de empresas, tanto jurídica como contabilística e financeira.
Assessoria/acompanhamento	Assessoria e acompanhamento ao futuro empresário envolve desde a elaboração do plano da empresa à procura de financiamento e outras questões relacionadas com o processo de criação de empresa, e quando necessário, após a criação da empresa, como estágios e acesso ao apoio a contratação.
Formação	Este tópico está associado a cursos de formação (contínuos e não contínuos), sessões de esclarecimento, seminários e conferências sobre as temáticas empreendedorismo e criação de empresas.
Seguimento	Seguimento está relacionado com a evolução das empresas que receberam algum tipo de apoio por parte de algum Organismo, no momento do processo de criação.
Incubação	É a oportunidade para que os novos empresários possam se instalar nos chamados Centros de Empresas, Centros Tecnológicos, Parques Tecnológicos e Zonas Industriais, com ambiente propício ao desenvolvimento da empresa, com assessoria empresarial.
Outras medidas não financeiras	Prémios e concursos para fomentar a criação de empresas
Medidas de apoio financeiras	
Empréstimo	Este está relacionado às linhas de crédito cedidas aos novos empresários, é celebrado a partir de acordos, habitualmente, entre instituições públicas ou privadas (bancos) com o cliente.
Capital de risco	É uma modalidade de investimento utilizada para apoiar negócios por meio da compra de uma participação acionária, geralmente minoritária, com objetivo de ter as ações valorizadas para posterior saída da operação.
Investimento a fundo perdido	Refere-se a recursos disponibilizados por um prestador sem perspectivas de reembolso, normalmente, os recursos são cedidos pela administração pública, e tem como objetivo melhorar as condições de existência de determinados setores e regiões.
Apoios a contratação	Apoio financeiro aos empregadores que cumpram contratos de trabalho sem termo ou a termo certo, por prazo igual ou superior a 12 meses, com desempregados e/ou do sexo sub-representado em determinada profissão, inscritos no IEFP (IEFP, 2018).

Fonte: adaptado de Antunes (2008)

Com a revisão da literatura acerca das medidas de apoio ao empreendedorismo, têm-se as seguintes proposições:

P5: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio não financeiros disponíveis em Portugal.

P6: Os empreendedores imigrantes brasileiros utilizam as medidas de apoio não financeiras disponibilizadas pelo governo português.

P7: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio financeiros disponíveis em Portugal.

P8: As medidas de apoio não financeiras e financeiras afetam positivamente o empreendedorismo imigrante em Portugal.

3 Metodologia da Investigação

Após a revisão da literatura acerca do tema, pretende-se recolher dados de modo a poder comprovar a validade ou não dos questionamentos que é recomendado analisar. Para dar respostas aos objetivos traçados, foi delineada uma investigação de natureza qualitativa enquadrada na metodologia de estudo de caso exploratório, pois trata-se de um problema pouco conhecido e definiu-se proposições para futuras investigações (Yin, 1993), por esse motivo considerou-se a forma mais adequada ao desenvolvimento deste estudo. Assim, as fontes de dados foram obtidas no ambiente natural das empresas.

Este tópico também tem como objetivo responder duas questões fundamentais para o desenvolvimento da investigação:

- Qual o método da recolha de dados utilizado?
- Qual foi o tratamento de dados utilizado às informações obtidas?

A primeira pergunta responde ao método utilizado, que se refere às fontes de recolha específicas dos dados, enquanto que a segunda valida as proposições do estudo através do software para o tratamento dos dados.

3.1 Estudo de caso

Goode & Hatt (1969) definem o estudo de caso como uma técnica específica, pois é um meio de organizar dados sociais de maneira a preservar o carácter unitário do objetivo social do estudo. Por outro lado, Tull & Hawkins (1976) diz que, o estudo de caso refere-se a análise intensiva de uma situação em particular, e Bonoma (1985) assegura que este método é uma descrição de uma situação gerencial.

O estudo de caso é um muito utilizado em muitos campos, normalmente é utilizado quando as perguntas centrais são o “como” e o “porque” (Yin, 1989) e quando o conhecimento existente sobre o fenómeno é pequeno (Halinen e Tornroos, 2005). De modo a dar ao investigador acesso a informações que não teria em outros métodos. Tais evidencias são úteis para prover informações adicionais em relação à investigação (Yin, 1989).

Pardal & Soares Lopes (2011) referem-se ao estudo de caso como uma viabilidade minuciosa do conhecimento de uma situação, os métodos quantitativos e qualitativos permitem compreender a particular complexidade daquela. Simultaneamente em que abre caminho, limitado, a algumas generalizações empíricas, de validade transitória. Os autores resumem o estudo de caso como sendo uma investigação empírica, que investiga um fenómeno contemporâneo em

um contexto da vida real, principalmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

O estudo de caso é explicado por Yin (2010), como sendo a base das características do fenômeno em estudo e a base no conjunto de características associadas ao processo de recolha de dados e às estratégias de análise dos mesmos.

Portanto, de forma a dar cumprimento ao propósito deste estudo, isto é, conhecer os determinantes na criação de empresas por empreendedores brasileiros em Portugal, decidiu-se avaliar empiricamente o modelo conceptual formulado através do estudo de caso, para isso os empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã foram escolhidos como objeto de estudo.

3.2 Método de recolha de dados

Há várias aplicações para o estudo de caso, por isso esse método é apropriado para investigadores individuais, pois garante oportunidade para que aspectos de um problema seja estudado em profundidade, em um período limitado. Também é apropriado para estudos de fenômenos com grande variedade de fatores (Ventura, 2007).

Segundo Bonoma (1985) e Yin (2010), as fontes de recolha de dados no estudo de caso compreendem: (1) análise documental; (2) registros de arquivo; (3) entrevista; e (4) observação. Fragoso (2004) argumenta que o investigador deve assegurar que os métodos e técnicas de recolha de dados utilizados são suficientes e pertinentes. Para que isso ocorra, é preciso recolher e organizar as informações de múltiplas fontes e de forma sistemática (Dooley, 2002).

Para Yin (2005) a vantagem da utilização de múltiplas fontes de dados é o desenvolvimento de linhas semelhantes de investigação, por isso, a descoberta ou a conclusão de qualquer estudo de caso será muito mais convincente e precisa se baseada em diferentes fontes de informação.

Assim, com o âmbito do estudo e os objetivos traçados no primeiro capítulo, foi definido para esta investigação a recolha de dados por meio da entrevista e a validação dos resultados serão tratados pelo software de análise de dados qualitativos webQDA.

Entrevistas

Yin (2005) explica que a entrevista é uma das fontes de informação mais importantes e essenciais para o estudo de caso. Na tentativa de compreender outros seres humanos, a entrevista é a ferramenta mais comum e poderosa (Fontana & Frey, 1994). Por isso, a entrevista

é um ótimo instrumento para compreender a diversidade de descrições e interpretações que os indivíduos têm sobre a realidade.

Segundo Flick (2004), as entrevistas semi-estruturadas geram bastante interesse e são utilizadas com bastante frequência, pois os entrevistados expressam seus pontos de vista numa situação de entrevista desenhada de forma relativamente aberta do que em entrevistas padronizadas ou em um questionário.

Deste modo, com base no modelo teórico elaborado para o estudo em conhecer os determinantes na criação de empresas por empreendedores brasileiros em Portugal e das proposições apresentados no ponto 2.4 da investigação, elaborou-se um guião de entrevista, flexíveis e abertas, do qual faz parte um conjunto de questões, fundamentadas na teoria do estudo, com a finalidade de dar cumprimento aos objetivos do estudo, também já enumerados no capítulo 1.

A entrevista é composta por 29 questões, sendo subdivididas em 6 grupos – o primeiro é a caracterização do entrevistado, o segundo sobre a necessidade de realização, o terceiro sobre autoeficácia, o quarto sobre propensão a assumir risco, o quinto sobre locus de controle e o sexto sobre as medidas de apoio ao empreendedorismo.

As entrevistas foram realizadas na empresa de cada um dos entrevistados, individualmente, pois, procurou-se evitar interferências e constrangimentos, e primar por um clima de confiança e ambiente tranquilo. Desta forma, foi possível contribuir para que as informações recolhidas fossem autênticas e fiáveis.

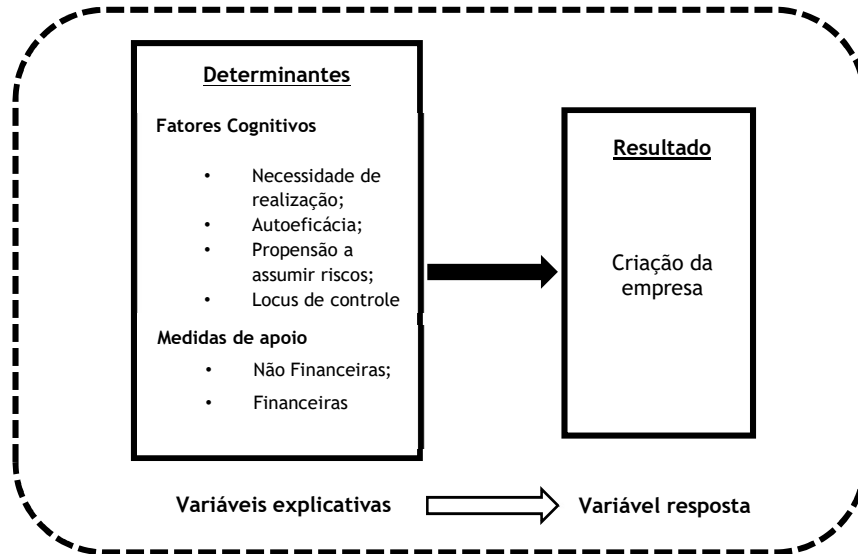
As entrevistas foram gravadas em áudio com o consentimento dos empreendedores e posteriormente transcritas (Anexos II, III e IV). A escolha pela gravação em áudio permitiu maior concentração e disponibilidade para a continuidade do diálogo entre o entrevistado e o entrevistador, e assim, obter todas as informações necessárias e relevantes.

Por existir poucas empresas geridas por brasileiros no Concelho da Covilhã, estas foram escolhidas de forma não aleatória e por indicação, os contatos para a realização das entrevistas foram feitos através de e-mail e contato telefônico. As entrevistas decorram durante o mês de junho de 2018, nos dias 18 e 28.

3.3 Variáveis consideradas

A seguir, Figura 1, são apresentadas as variáveis explicativas deste estudo, que são evidenciadas através do quadro “determinantes”, e a seta demonstra a sua influência na variável resposta, explicada no quadro “resultado”.

Figura 1 - Influência das variáveis explicativas na variável resposta



Fonte: Elaboração Própria

Continuamente serão elucidadas as variáveis analisadas nesta investigação, nomeadamente: variáveis explicativas e variável resposta. Sendo estas, respectivamente, fatores cognitivos, medidas de apoio e criação de empresas.

(i) Variável resposta

De acordo com Reis (2010, p. 72), a variável dependente, aqui tratada como resposta, “é aquela que o investigador está interessado em compreender, explicar ou rever; é a causa presumida de um fenómeno”. A variável resposta utilizada nesse estudo é a “criação de empresas” dos imigrantes brasileiros a empreender no Concelho da Covilhã. Então, a investigação pretende analisar a dependência dessa variável com relação a algumas características empreendedoras encontradas nos imigrantes brasileiros.

Outras investigações utilizaram como variável resposta a “criação de empresas”. Para Barreiro Ribeiro, Gonçalves Fernandes, Alves Cabo & Vieira Matos (2017), o empreendedorismo engloba a criação de novas empresas e o desenvolvimento de novas oportunidades de negócios nas organizações existentes. O objetivo do estudo dos autores foi de compreender as percepções e atitudes de estudantes portugueses de uma instituição pública de ensino superior relativamente à criação de novos negócios. Utilizando-se de uma amostra de 336 alunos, eles descobriram que estes acreditam que o empreendedorismo contribui para a criação e o crescimento do emprego, que um empreendedor é alguém que tem uma ideia radicalmente nova para criar um negócio. Dos entrevistados, 46% imaginam-se a criar seu próprio negócio e cerca de 49% estão interessados em criar uma empresa a partir de uma ideia, principalmente porque permite a independência pessoal

Os estudos de Braga, Queirós, Correia & Braga (2018), teve como objetivo descrever e explicar os níveis de empreendedorismo, especialmente para entender o que leva os indivíduos de determinados países a exibirem níveis mais altos de iniciativa para gerenciar ou criar um negócio de alto crescimento. A amostra foi composta por 1852 especialistas em empreendedorismo nacionais e regionais selecionados com base em suas reputações e experiências. Os autores concluíram que, os indivíduos que reagem rapidamente a oportunidades parecem exibir melhores habilidades de gerenciamento de tempo e estão mais dispostos a iniciar um negócio.

(ii) Variáveis explicativas

Consoante Lakatos & Marconi (2003, p. 189), a variável independente, neste estudo dita como variável explicativa, é “aquela que influencia, determina ou afeta outra variável; é o fator determinante, condição ou causa para determinado resultado, efeito ou consequência; é o fator utilizado (geralmente) pelo investigador, na sua tentativa de assegurar a relação do fator com um fenômeno observado ou a ser descoberto, para ver que influência exerce sobre um possível resultado”.

Nesta investigação tem-se como objetivo conhecer como a criação de empresas, dos imigrantes brasileiros do Concelho da Covilhã, é afetada pelos fatores determinantes do empreendedorismo. Para isso, torna-se relevante analisar esses mesmos fatores, que influenciaram a criação de um novo negócio. Para que haja um entendimento mais claro, relativamente à busca desse objetivo, serão apresentadas as variáveis independentes consideradas e analisadas nesta investigação. Essas variáveis são: (1) necessidade de realização; (2) autoeficácia; (3) propensão a assumir riscos; (4) locus de controle e (5) medidas de apoio: financeiras e não financeiras.

A “necessidade de realização” permitirá analisar se esta variável influenciou os imigrantes brasileiros a empreender no Concelho da Covilhã e se está associada ao desejo de sucesso. Chatterjee & Das (2015) entendem a necessidade de realização como um atributo motivacional humano e é explicado como o desejo de sucesso. McClelland (1961), acredita que esta variável está relacionada com a inclinação para empreender, o indivíduo irá continuar qualquer atividade que tenha um forte alcance de sucesso ou uma satisfação de realização pessoal. Esta variável, “necessidade de realização”, foi testada, utilizando o grupo de perguntas de número 2 do guião da entrevista (Anexo I), as questões são aplicadas através de respostas abertas.

A “autoeficácia” analisará se os empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã acreditavam possuir a capacidade e competência ao criarem suas empresas. A autoeficácia refere-se ao julgamento que o indivíduo tem em relação à sua capacidade de executar alguma tarefa, ou seja, é a forte crença em sua capacidade e competência em realizar um trabalho e atingir o objetivo (Bandura, 1997). Então, para testar a autoeficácia dos empreendedores

brasileiros do Concelho da Covilhã, utilizou-se do grupo de perguntas número 3 do guião da entrevista (Anexo I), as questões são aplicadas através de respostas abertas.

A “propensão a assumir risco” é a variável que pretende analisar de que forma os empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã enfrentaram o risco da abertura de uma empresa, e se as recompensas relacionadas ao sucesso do empreendimento influenciaram este risco. Para Herdjiono, Puspa & Maulany (2017), assumir risco está diretamente relacionado à autoconfiança, isto é, quanto mais o indivíduo acredita em suas habilidades, maior será a crença em sua competência e isto influencia o resultado e a decisão. Para avaliar a variável “propensão a assumir risco” dos empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã, utilizou-se do grupo de perguntas número 4 do guião da entrevista (Anexo I), as questões são aplicadas através de respostas abertas.

A variável “locus de controle” tem como pretensão avaliar se este fator influenciou o sucesso dos brasileiros do Concelho da Covilhã como empreendedores. O locus de controle é a crença que o indivíduo possui sobre o controle de seu próprio destino, é a percepção que este tem sobre o controle dos eventos em sua vida (Rotter, 1966 e Findley & Cooper, 1983). Testa-se a variável “locus de controle” dos empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã, utilizando-se do grupo de perguntas número 5 do guião da entrevista (Anexo I), as questões são aplicadas através de respostas abertas.

E por último, as “medidas de apoio”, o estudo pretende investigar de que forma as medidas de apoio influenciaram a criação de empresas dos brasileiros do Concelho da Covilhã. Para Henrekson & Stenkula (2010), as medidas de apoio têm como objetivo estimular e apoiar indivíduos à criação de suas próprias empresas (com sucesso). As medidas de apoio financeiras impactam as empresas por meio de medidas do governo, através de empréstimos, incentivos fiscais, entre outros. As medidas de apoio não financeiras estão relacionadas a implementação de programas governamentais voltados ao aconselhamento, informação e a prêmios e concursos para fomentar o empreendedorismo. A variável “medidas de apoio” dos empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã, é testada através do grupo de perguntas número 6 do guião da entrevista (Anexo I), as questões são aplicadas através de respostas abertas.

Para melhor compreensão é elaborado a síntese das proposições, Tabela 2, as quais são resultado das variáveis contemplada pelo estudo, que tem por objetivo conhecer a influência que estas exercem sobre cada determinante da criação de empresas.

Tabela 2 - Síntese das Proposições e Variáveis Associadas

Proposições	Variáveis explicativas	Variável resposta
P1: A necessidade de realização influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.	Necessidade de realização	Criação da empresa
P2: A autoeficácia influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.	Autoeficácia	
P3: A propensão a assumir riscos influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.	Propensão a assumir riscos	
P4: O locus de controle influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.	Locus de controle	
P5: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio não financeiros disponíveis em Portugal.	Medidas de apoio não financeiras e financeiras	
P6: Os empreendedores imigrantes brasileiros utilizam as medidas de apoio não financeiras disponibilizadas pelo governo português.		
P7: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio financeiros disponíveis em Portugal.		
P8: As medidas de apoio não financeiras e financeiras afetam positivamente o empreendedorismo imigrante em Portugal		

Fonte: elaboração própria

O resultado da investigação que em seguida se desenvolve consiste na validação ou não das proposições apresentadas.

3.4 Método de Tratamento dos dados

Em seguida da recolha de dados, através do recurso anteriormente descrito, é preciso realizar a sua análise e tratamento, que, segundo Yin (2003), revela-se particularmente difícil em um estudo de caso.

No estudo qualitativo o processo de tratamento de dados é demasiadamente demorado, pois além da recolha das informações, há a necessidade de transcrever, analisar e categorizar estas. Por isso, o recurso a um software específico e adequado viabiliza com maior confiabilidade e fiabilidade as categorias em análise.

Então, para a análise qualitativa das entrevistas recorreu-se ao software WebQDA (Web Qualitative Data Analysis), concebido e desenvolvido pela Universidade de Aveiro - Departamento de Educação - Centro de Investigação Didática e Tecnologia na Formação de Formadores (CIDTFF) e Esfera Crítica.

Neri de Souza, Costa, & Moreira (2011) perceberam que a subjetividade da análise de dados qualitativos não é um antagonista, mas sim um fator de diversificação e riqueza de informações que necessita a compreensão e a contextualização. O ponto é que, a compreensão dos contextos em torno dos dados qualitativos é complexa e de difícil delimitação.

O WebQDA é um software de apoio à análise de dados qualitativos num ambiente colaborativo e distribuído com base na internet. Este instrumento de análise proporciona inúmeras vantagens para o tratamento dos dados qualitativos não-numéricos e não-estruturados, destinado, especialmente, para investigações em ciências sociais e humanas (Neri de Souza et al., 2011).

4 Análise e discussão dos resultados

Nessa fase do estudo, identifica-se quais são as variáveis e fatores que influenciam a criação de empresas dos imigrantes brasileiros no Concelho da Covilhã. O modelo proposto é testado a partir do software WebQDA e pretende-se descobrir qual é o impacto de cada variável na criação de um novo empreendimento.

Antes da análise de dados e discussão dos mesmos, faz-se a caracterização dos entrevistados com o objetivo de termos uma visão mais ampla de informações importantes.

4.1 Caracterização dos entrevistados

Neste trabalho, os entrevistados para a análise dos resultados foram de um total de cinco pessoas, sendo que elas se dividem em três empresas de imigrantes brasileiros no Concelho da Covilhã (Tabela 3). Efetua-se a caracterização dos entrevistados com o intuito de auxiliar na análise desta investigação, para esse propósito, a caracterização foi feita a partir do gênero, idade, escolaridade, o motivo que escolheu Portugal para empreender e a quanto tempo está no país.

Tabela 3 - Número de entrevistados

Entrevistas	nº de entrevistados
Caso 1	2
Caso 2	1
Caso 3	2

Fonte: elaboração própria

A análise do gênero permite observar como a criação de empresas difere-se em relação ao sexo dos entrevistados, é possível perceber de forma clara a superioridade do gênero masculino, como pode ser observado na tabela 4.

Tabela 4 - Gênero

Gênero	
Masculino	4
Feminino	1

Fonte: elaboração própria

A caracterização dos entrevistados, em relação a idade, é feita através da divisão por grupos etários, subdivididos em quatro grupos, sendo estes, (1) Menos de 25, (2) Entre 25 - 35, (3)

Entre 36 - 45 e (4) Mais de 45. Os resultados obtidos podem ser observados na seguinte tabela, Tabela 5, sendo a maioria dos inquiridos, de idades compreendidas entre os 25 e os 35 anos.

Tabela 5 - Grupo etário

Idade	
Menos de 25	0
Entre 25 - 35	3
Entre 36 - 45	1
Mais de 45	1

Fonte: elaboração própria

Outro aspecto a ser observado é o nível de escolaridade dos empreendedores brasileiros no Concelho da Covilhã, a caracterização dos entrevistados é analisada na Tabela 6, divididas em cinco categorias de (1) Liceu completo (2) Licenciatura, (3) Pós-Graduação, (4) Mestrado, (5) Doutoramento.

Tabela 6 - Nível de escolaridade

Nível escolar	
Liceu completo	2
Licenciatura	2
Pós-Graduação	1
Mestrado	0
Doutoramento	0

Fonte: elaboração própria

Relativamente aos motivos que os entrevistados escolheram Portugal para empreender, assentam-se essencialmente em quatro, sendo eles, qualidade de vida, estudos, família e trabalho. É válido salientar que os entrevistados escolheram mais de uma resposta para esta questão.

Tabela 7 - Motivos da escolha por Portugal

Motivos da escolha por Portugal	
Qualidade de vida	1
Estudos	1
Trabalho	3
Família	3

Fonte: elaboração própria

Referente ao tempo que os entrevistados residem em Portugal, a caracterização é analisada na tabela 8, agrupada em quatro (1) menos de 1 ano (2) de 1 a 4 anos (3) de 5 a 10 anos (4) mais de 10 anos.

Tabela 8 - Tempo de residência em Portugal

Tempo de residência em Portugal	
Menos de 1 ano	3
De 1 a 4 anos	1
De 5 a 10 anos	0
Mais de 10 anos	1

Fonte: elaboração própria

4.2 Análise dos resultados

Após a elaboração da caracterização dos entrevistados, onde é possível ter uma imagem de algumas características dos inquiridos analisados neste trabalho, apresenta-se abaixo a análise e discussão dos resultados obtidos. Deseja-se no final constatar se os aspetos apresentados inicialmente com o modelo de análise são comprovados pelos resultados apresentados.

4.2.1 Fatores Cognitivos

A Tabela 9 resume os fatores cognitivos das três entrevistas aos empreendedores brasileiros no Concelho da Covilhã, estas analisadas conforme o número de vezes que cada entrevistado fez referência às variáveis estudadas.

Tabela 9 - Análise dos fatores cognitivos

Fatores Cognitivos	
Necessidade de realização	8
Autoeficácia	11
Propensão a assumir riscos	10
Locus de controle	7

Fonte: Software WebQDA

(i) *Necessidade de Realização*

Essa variável foi medida através do grupo 2 do questionário (ANEXO I), que se subdividiu em 4 perguntas, analisadas pelo software WebQDA, com o objetivo de responder a primeira proposição do estudo. Com base nas respostas dos entrevistados e na fundamentação teórica é possível responder a primeira proposição do estudo.

P1: A necessidade de realização influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

Ao realizar a análise da primeira variável, pode-se constatar que a necessidade de realização afeta positivamente a tomada de decisão em criar um negócio por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal, aceitando a proposição um. A aceitação desta proposição vai de acordo com a revisão da teoria realizada no estudo.

Quando os autores sugerem que a necessidade de realização, é um atributo motivacional humano único e pode ser explicado como um desejo de sucesso ou alcançar algo brilhante (Chatterjee & Das, 2015). McClelland (1961), define esta necessidade como uma inclinação para empreender, de forma a continuar qualquer atividade que tenha um forte alcance de sucesso ou uma satisfação de realização pessoal. Scanipello (1989) afirma que, a necessidade de realização também pode encorajar a capacidade da pessoa de tomar decisões e a coragem de assumir riscos como empreendedor. Quanto maior a necessidade de realização de uma pessoa, mais e mais decisões apropriadas serão tomadas.

Essa informação pode ser observada na Tabela 9 e nos relatos dos entrevistados.

“(...) A gente tem que acreditar sempre naquilo que a gente acha que é capaz, aprendendo todos os dias. (...) Mas a gente tem que ter muito mais responsabilidade e muito mais dinamismo, eu abri mão de muitas coisas em troca disso, muitas coisas da minha vida. Mas é uma coisa que está no sangue, né, uns nascem pra uma coisa e outros pra outra” (Entrevistado 3 - Caso 2)

“(...) você tem que ir de acordo com o seu pensamento, se não, se você se deixar influenciar você não faz nada né. Então, você tem que fazer uma pesquisa de mercado e ver se seu negócio é viável e tocar para frente.” (Entrevistado 4 - Caso 3)

“A nossa principal meta era investir o mínimo possível, essa era principal meta, só que assim, nós também éramos muito exigentes com a questão de decoração, esse era um grande desafio, como que a gente vai montar uma loja, fazer um ambiente agradável e um bom produto com pouco dinheiro.” (Entrevistado 1 - Caso 1)

(ii) Autoeficácia

A autoeficácia é medida através do grupo 3 de perguntas (ANEXO I), também dividida em 4 e analisadas pelo software WebQDA. Então, com base nas respostas dos entrevistados responde-se a segunda proposição do estudo.

P2: A autoeficácia influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

Apesar de haver uma resposta negativa quanto a autoeficácia por parte do primeiro entrevistado (Caso 1) – “(...) *sem know-how, know-how nenhum!, nunca fiz pizza cone na minha vida (risos), aprendi aqui (...)*” – ainda assim, após a análise dos dados, é possível afirmar que a autoeficácia influencia positivamente os imigrantes brasileiros que empreenderam em Portugal, então aceita-se a segunda proposição. Ao aceitar essa proposição, o estudo empírico está em conformidade com a teoria quando Schunk (1990) diz que indivíduos com autoeficácia têm como qualidade iniciar uma tarefa por acreditar que são capazes de realizar e não desistir, por consequência dedicam total esforço na tarefa a ser iniciada. Pessoas com alta autoeficácia são propensas a mostrar mais interesse interno em tarefas e estão dispostas a fazer maior esforço e agir de forma mais persistente diante de obstáculos e dificuldades do que aqueles com baixa autoeficácia (Wu, Matthews, & Dagher, 2007). Para Chatterjee & Das (2015) indivíduos com altos níveis de autoeficácia empresarial exibem intenções de carreira empreendedora.

A seguir os relatos que afirmam a autoeficácia nos empreendedores:

“Sim, a proatividade sim, com certeza. Se eu não tivesse, inicialmente, a Juliana também, se a gente não tivesse vontade, e essa coisa de não ficar só pensando e planejando e ir lá e botar a mão e fazer, se a gente não tivesse esse tipo de característica, a gente não teria isso aqui. Porque a gente não tinha condições de injetar cinquenta mil euros aqui, não tínhamos esse dinheiro, né, então só conseguiríamos empreender se colocássemos a mão na massa e fazer as coisas”. (Entrevistado 1 - Caso 1)

“Sim! Nos momentos difíceis já pensei, mas não me arrependo de não ter desistido. Pelo contrário, são nestes momentos que a gente vê se é ou não capaz, são os momentos mais desafiadores que requer mesmo que a gente tenha força de vontade e dedicação para vencer os obstáculos que as crises e os momentos que a gente atravessa no país, que a gente atravessou, já tive momentos muito difíceis, mesmo tentar ir embora, mas não desisti e estou aqui até hoje.” (Entrevistado 3 - Caso 2)

“De empreender? Nunca, né! (risos). Porque o empreendedor sempre faz por onde para ter sucesso. E pode ter ou não. O empreendedorismo é um risco.” (Entrevistado 4 - Caso 3)

(iii) *Propensão a assumir riscos*

A propensão a assumir riscos é avaliada através do grupo 4 de perguntas (ANEXO I), subdividida em 5 e analisadas pelo software WebQDA. Então, com base nas respostas dos entrevistados responde-se a terceira proposição do estudo.

P3: A propensão a assumir riscos influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

Ainda que haja uma negativa por parte do primeiro entrevistado (Caso 1) a respeito da análise do risco do negócio referente a propensão a assumir riscos – *“Não, sinceramente não fizemos (risos). Nesses mínimos detalhes não, a gente assim, superficialmente a gente faz, a gente viu que aqui estava necessitado, tinha a Universidade e é um mercado muito bom a ser explorado, são uns x mil alunos, cinco/seis mil alunos, não sei, e aqui na cidade não tem muita opção, nessa região não tem opção pra alimentação, mas assim, bem superficialmente, a gente não fez nenhuma pesquisa, nada de muito detalhe.”* –

Todavia, após a análise dos dados, é possível aceitar a terceira proposição e afirma-se que a propensão em assumir riscos influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal. Esta afirmação sustenta a teoria do estudo – a propensão a assumir riscos é definida como a probabilidade percebida de receber recompensas que é diretamente associada ao sucesso de uma situação, a qual é exigida pelo indivíduo antes de sujeitar-se às consequências associadas ao fracasso. Como uma forma de alternativa ao fracasso, é tal situação proporcionar menos recompensa ou então consequências menos severas (Brockhaus, 1982). Herdjiono, Puspa & Maulany (2017) acreditam que a vontade e capacidade em assumir riscos é um dos principais pontos do empreendedorismo. Para os autores o empreendedor que não gosta de risco terá dificuldade em iniciar uma empresa e/ou projeto, pois ao avaliar o tamanho do risco o empreendedor não tem medo de arriscar. Assumir riscos está relacionado à autoconfiança, isso significa que o quanto maior a crença da pessoa em sua habilidade, maior a crença da pessoa em sua competência para influenciar o resultado e a decisão.

É possível observar nos relatos dos entrevistados:

“Sim, como sou dono e nasci trabalhando nesse ramo, quando me foi proposto, é claro que a gente tem nossa linha de trabalho, mas a análise eu fiz é claro, o custo-benefício de um negócio que poderia ou não ter sucesso. E dentro de uma realidade, gente está aqui com nossas contas em dia, com desafios superados e outros superando.” (Entrevistado 3 - Caso 2)

“(...) eu trabalhando em um negócio em que eu fiz uma pesquisa e que eu acredito que vá dar certo com base em certas informações e levantamentos de dados, é uma satisfação imensa trabalhar com o negócio próprio e que você estudou e acredita que vai dar certo.” (Entrevistado 4 - Caso 3)

(iv) *Locus de controle*

O locus de controle é medido através do grupo 5 de perguntas (ANEXO I), subdividida em 4 e analisadas pelo software WebQDA. Portanto, com base nas respostas dos entrevistados responde-se a quarta proposição do trabalho.

P4: O locus de controle influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal.

Após a análise dos dados, é possível aceitar a quarta proposição e afirma-se que locus de controle influencia positivamente a criação de empresas por parte dos imigrantes brasileiros em Portugal. Ao aceitar essa proposição, o estudo empírico está em conformidade com a teoria quando Landström, Crijns, Laveren & Smallbone (2008) definem locus de controle como um traço fundamental no empreendedorismo, pois determina a extensão em que os indivíduos atribuem o controle sobre os eventos a si mesmos (internos) ou a outros fatores fora de si mesmo (externos). Rotter (1966), define o conceito de locus de controle como a crença generalizada que um indivíduo tem sobre o controle de seu próprio destino. É a percepção deste sobre o controle de eventos da vida (Findley & Cooper, 1983).

É possível observar nos relatos dos entrevistados:

“A gente insistiu nisso e a gente foi pesquisando, pesquisando e a gente conseguiu reduzir ao máximo o nosso investimento, tanto é que muita coisa foi eu que fiz na loja, tive que levantar parede, fiz tudo!, o balcão foi eu que fiz, o painel foi eu que fiz, fiz tudo para reduzir o custo de investimento.” (Entrevistado 1 - Caso 1)

“Dentro da realidade do mercado, sim. Você tem que analisar diversos fatores para isso. Mas sempre você acreditando no teu potencial, no teu mercado e no teu produto.” (Entrevistado 3 - Caso 2)

“Olha, engana-se quem pensa que empreender é ser o “patrão”, que a gente conhece no Brasil, né. Eu trabalhei 11 anos no Santander, um exemplo, eu tive N clientes e os que tinham sucesso eram os que estavam presentes no negócio e estavam fazendo gestão, os que tinham um negócio fingindo que tinham um negócio, não tinham sucesso, estavam em casa ou na praia. Então a gente tem que estar ciente de que hoje nós não temos funcionários porque estamos no início, quando tivermos funcionários não será para ficarmos com as pernas para o ar, vai ser para fazer o negócio crescer mais ainda, entendeu, então eu acho que tempo para descanso, qualidade de vida, todos tem que ter. A questão da gestão de tempo, isso é um objetivo meu e dele, obviamente, ninguém quer trabalhar 24h por dia e não ter tempo para a família, enfim, viver! A gente quer viver, e suar a camisa sendo empreendedor para desenvolver o negócio.” (Entrevistado 4 - Caso 3)

4.2.2 Medidas de Apoio

A Tabela 10 resume o conhecimento que os empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã têm das medidas de apoio ao empreendedorismo que Portugal oferece.

Tabela 10 - Análise das medidas de apoio

Medidas de Apoio	
Não conhece Medidas de Apoio não Financeiras	1
Conhece Medidas de Apoio não Financeiras	2
Utilizou Medidas de Apoio não Financeiras	1
Não utilizou Medidas de Apoio não Financeiras	2
Não conhece Medidas de Apoio Financeiras	0
Conhece Medidas de Apoio Financeiras	3
Utilizou Medidas de Apoio Financeiras	1
Não utilizou Medidas de Apoio Financeiras	2

Fonte: software WebQDA

A partir da tabela em análise é possível responder as demais proposições do estudo, referentes ao grupo 6 das perguntas do guião de entrevista (ANEXO I).

P5: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio não financeiros disponíveis em Portugal.

P6: Os empreendedores imigrantes brasileiros utilizam as medidas de apoio não financeiras disponibilizadas pelo governo português.

Com a negação do conhecimento acerca das medidas de apoio não financeiras ao empreendedorismo de apenas uma empresa entrevistada – *“já ouvi falar no programa de estágio, mas nunca pesquisei a respeito. Até um amigo me falou, mas nunca procurei. Parece que o governo financia o salário”* (Entrevistado 1) – aceita-se a quinta proposição do estudo devido ao conhecimento dos demais entrevistados.

No entanto, rejeita-se a sexta proposição, uma vez que somente um dos inquiridos utilizou-se de tais benefícios – *“Sim, uma vez com um funcionário que tinha um problema de reabilitação social. E aí nesse período a gente usou os benefícios que ele tinha, a empresa se utilizou deste benefício, mas no final, hoje creio eu que ele esteja melhor, mas naquela altura que ele aqui teve não deu muito resultado, porque ele recaiu várias vezes durante esta tentativa de reinserção social dele.”* (Entrevistado 3).

A aceitação da proposição 5 e a rejeição da proposição seis vai ao encontro com a investigação de Antunes (2008), que concluiu que apesar o Concelho da Covilhã disponibilizar muitos, porém pouco diversificado, serviços/programas de apoio à criação de empresas, os empresários

possuem o conhecimento dos organismos, no entanto, não utilizam os programas/serviços oferecidos.

P7: Os empreendedores imigrantes brasileiros têm conhecimento dos programas de apoio financeiros disponíveis em Portugal.

A sétima proposição do estudo é aceita, devido ao conhecimento de todos os entrevistados a respeito dos programas de apoio financeiros disponíveis em Portugal, ainda que pouco como afirma o entrevistado 3 (Caso 2). Embora todos tenham o conhecimento de tais programas, somente os empreendedores da empresa do Caso 3 utilizaram a linha de investimento chamada Microcrédito.

“Sim. A princípio a gente iria começar com recursos próprios, mas como surgiu a oportunidade aqui no Serra Shopping, os recursos próprios não seriam suficientes, por questão de recheio, por questão de caução que tem que dar para o shopping e uma série de coisas. Aqui a gente teve que triplicar o investimento, a primeira loja está tomando um terço do total do investimento. Então a gente buscou uma linha de investimento chamada Microcrédito, a gente conseguiu essa informação pesquisando no site do Governo de Portugal, o Portugal2020, que tem uma série de linhas de financiamento e a gente foi até o nosso contador e ele esclareceu mais sobre o crédito (...)” (Entrevistado 4)

P8: As medidas de apoio não financeiras e financeiras afetam positivamente o empreendedorismo imigrante em Portugal.

Posto que um dos entrevistados se absteve de responder sobre se os benefícios que as medidas trazem aos empreendedores, ainda é possível afirmar, com base nas respostas dos entrevistados, que as medidas de apoio oferecidas pelo Governo Português afetam de maneira positiva o empreendedorismo dos imigrantes no país.

“Ajuda, com certeza. Ajuda muito. Se a gente tivesse tido alguma ajuda, principalmente financeiro aqui teria sido muito mais fácil, mais tranquilo. Hoje nós teríamos uma situação financeira mais tranquila, a gente não está passando nenhuma dificuldade, mas teríamos um fundo de maneiio melhor e poderíamos investir melhor na loja.” (Entrevistado 1)

“(...) então o Governo de Portugal não quer ninguém desempregado e dá incentivo ao empreendedor para contratar essa pessoa que está desempregada. Então é realmente muito bom.” (Entrevistado 4)

As afirmações dos entrevistados complementam a teoria estudada neste trabalho, como no estudo de Ramaciotti, Rizzo & Muscio (2017), que analisaram o impacto da associação entre as medidas de apoio não financeiras e financeiras fornecidas aos empreendedores e o desempenho das novas empresas de base tecnológicas subsequentemente constituídas. Eles avaliaram que

as medidas não financeiras estão positivamente relacionadas a uma maior probabilidade de entrar no mercado e a um maior crescimento das vendas. As medidas de apoio visam estimular e apoiar indivíduos na criação (com sucesso) de seus próprios negócios (Henrekson & Stenkula, 2010).

5 Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação

Iniciou-se esse estudo com o objetivo principal de conhecer os determinantes na criação de empresas por empreendedores brasileiros em Portugal. Assim, com base nos objetivos, foi realizado o desenvolvimento do trabalho e escolhidas as variáveis a serem analisadas. Através da revisão da literatura pode-se constatar que as variáveis explicativas (necessidade de realização, autoeficácia, propensão a assumir riscos e locus de controle) poderiam se relacionar com a variável resposta (criação de empresas), que conduziram à formulação das proposições a serem verificadas.

A escolha do tema desse estudo é devido à importância que vem sendo dado tanto ao empreendedorismo quanto ao número de brasileiros que estão imigrando para Portugal. A utilização dos dados secundários apresenta uma vantagem dada a possibilidade de estudar os fatores comportamentais dos brasileiros empreendedores e assim, comparar os resultados com a revisão da literatura. Embora neste trabalho não serem feitas comparações com empreendedores de outras nacionalidades, é de ressaltar a importância da contribuição dos resultados obtidos para futuras comparações com outros imigrantes empreendedores de diferentes nacionalidades.

A revisão da literatura permite também concluir que as características empreendedoras são importantes incentivadoras da criação de empresas, como foi comprovado pelo estudo. No entanto, para futura linhas de investigação, algumas características devem ser estudadas e investigadas mais a fundo, como o locus de controle. É uma importante característica cognitiva empreendedora e a investigação mais aprofundada nos empreendedores imigrantes para ter o conhecimento dos quais possuem locus de controle interno e dos quais possuem locus de controle externo, ajudaria a entender melhor as tomadas de decisões dos empreendedores.

Conclui-se que a utilização de um estudo empírico para analisar as proposições baseadas em teorias é muito importante, pois com essa investigação pode-se notar que existe algumas diferenças entre o que foi estudado em teoria e o que foi encontrado na prática.

Após a revisão da literatura foram formuladas as proposições para analisar empiricamente. Logo, a análise do estudo observou que apenas a proposição seis é rejeitada (os empreendedores imigrantes brasileiros utilizam as medidas de apoio não financeiras disponibilizadas pelo governo português) e todas as outras foram aceitas.

A aceitação das proposições que consideram a relação entre criação de empresas e (i) necessidade de realização (ii) autoeficácia (iii) propensão a assumir riscos e (iv) locus de controle, corroboram com a revisão de literatura efetuada. Com isso é possível perceber que

os empreendedores brasileiros em Portugal, no Concelho da Covilhã, possuem um comportamento esperado ao estudado por diversos autores, fornecendo-se assim uma possibilidade de investigação futura, que é a de estudar os empreendedores brasileiros por região e na totalidade do país.

Os resultados sobre os fatores cognitivos que motivam os empreendedores brasileiros a empreender em Portugal revelam que não há diferença em empreender em um país diferente do país natal de uma pessoa, pois sabe-se que os fatores motivadores para criação de uma empresa sempre foram de grande importância para gerir um negócio de sucesso. Acima de tudo, é importante ressaltar que a crença em suas capacidades de realização e de não desistir de seus negócios, por dedicarem grandes esforços em suas atividades é o fator que corrobora com a ideia do estudo.

Quanto as proposições referentes a relação de criação de empresas com (i) medidas de apoio não financeiras e (ii) medidas de apoio financeiras, os empreendedores brasileiros do Concelho da Covilhã têm pouco conhecimento acerca das medidas de apoio que o governo português oferece aos empreendedores, por isso rejeita-se a proposição seis (os empreendedores imigrantes brasileiros utilizam as medidas de apoio não financeiras disponibilizadas pelo governo português). No entanto acreditam que tais medidas são de muita importância para a criação e o desenvolvimento de novas empresas.

Entre as limitações do estudo, identifica-se o número de empreendedores brasileiros entrevistado, visto que a entrevista foi feita somente no Concelho da Covilhã. Caso o questionário fosse aplicado no Distrito de Castelo Branco, seria possível de se chegar a dados mais conclusivos para a formação de uma análise de resultados mais abrangente.

As sugestões propostas para futuras linhas de investigações visam o desenvolvimento de estudos que complementam este, que visa a continuação do estudo proposto que pode ser a incorporação de outras variáveis aqui não estudadas, e assim engrandecer a perspectiva da análise. Como por exemplo, incluir questões relacionadas com o desejo de independência e o sucesso financeiro, também relacionar as características dos entrevistados com os fatores cognitivos. Além disso, propõem-se a comparação dos resultados obtidos dos empreendedores brasileiros com outro grupo de empreendedores de outras nacionalidades que empreendem em Portugal.

Referências

- AICEP. (10 de outubro de 2016). *FecomercioSP reúne empresários e autoridades portuguesas em evento sobre investimentos*. Acesso em 20 de outubro de 2017, disponível em AICEP Portugal Global: <http://www.portugalglobal.pt/PT/PortugalNews/Paginas/NewDetail.aspx?newId=%7BF6D20A74-5162-41F8-8ECB-44C649B6F62D%7D>
- Aldrich , H. E., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. Em D. L. Sexton , & R. W. Wilson, *The art and science of entrepreneurship*. (pp. 154-167). Cambridge, MA: Ballinger.
- Angel Ferrero, M. C., & Bessière, V. (2016). From Lab to Venture: Cognitive Factors Influencing Researchers' Decision to Start a Venture. *Journal Of Enterprising Culture*, 24(2), 101-131. doi:10.1142/S0218495816500059
- Antonicic, B. (2003). Risk taking in intrapreneurship: Translating the individual level risk aversion into the organizational risk taking . *Journal of Enterprising Culture*, 11(1), 1-23.
- Antunes, R. M. (2008). A criação de empresas industriais: organismos de apoio à atividade empreendedora no Concelho da Covilhã (Tese de mestrado não publicada). *Universidade da Beira Interior, PT*.
- Arshed, N., Carter, S., & Mason, C. (2014). The ineffectiveness of entrepreneurship policy: is policy formulation to blame? *Small Business Economics*, 43(3), 639-659.
- Audretsch , D. B., Grilo, I., & Thurik, A. R. (2007). (2007). *Handbook of research on entrepreneurship policy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Audretsch, D. (2002). Entrepreneurship: a survey of the literature. *Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General*.
- Bacq, S., Ofstein, L. F., Kickul, J. R., & Gundry, L. K. (2017). Perceived entrepreneurial munificence and entrepreneurial intentions: A social cognitive perspective . *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35(5), 639-659. doi:10.1177/0266242616658943
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Macmillan publisher.
- Bannock, G. (2004). The economics and management of small business: an international perspective. *Routledge*.
- Baron , R. A., & Ensley, M. D. (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management science*, 52(9), 1331-1344.
- Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *The Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- Barreiro Ribeiro, M. I., Gonçalves Fernandes, A. J., Alves Cabo, P. S., & Vieira Matos, A. M. (2017). Entrepreneurship and Creation of New Business: Perceptions, Behaviours and

Attitudes of Students of a Portuguese Higher Education Institution. *Problemy Zarzadzania*, 129-150.

- Baycan-Levent, T., & Nijkamp, P. (2009). Characteristics of migrant entrepreneurship in Europe. *Entrepreneurship and regional development*, 21(4), 375-397.
- Beugelsdijk, S., & Noorderhaven, N. (2005). Personality characteristics of self-employed; An empirical study. *Small Business Economics*, 24(2), 159-167. doi:10.1007/s11187-003-3806-3
- Bezzina, F. (2010). Characteristic of the Maltese Entrepreneur. *International journal of Arts and*, 3(7), 292-312.
- Blackburn, R., & Smallbone, D. (2011). Policy support for SMEs. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 29(4), 571-576.
- Bonoma, T. V. (1985). Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and Process. *Journal of Marketing Research*, 199-208.
- Boone, C., De Brabander, B., & Van Witteloostuun, A. (1996). CEO locus of control and small firm performance: An integrative framework and epifocal test. *Journal of Management Studies*, 667-700.
- Borelli, B. (13 de outubro de 2017). *Portugal está sendo redescoberto por brasileiros, diz economista*. Acesso em 17 de outubro de 2017, disponível em O Estado de S.Paulo: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,portugal-esta-sendo-redescoberto-por-brasileiros-diz-economista,70002041803>
- Borjas, G. J. (1986). The self-employment experience of immigrants. *The Journal of Human Resources*, 21, 485-506.
- Braga, V., Queirós, M., Correia, A., & Braga, A. (2018). High-Growth Business Creation and Management: a Multivariate Quantitative Approach Using GEM Data. *Journal Of The Knowledge Economy*, 9(2), 424-445.
- Brockhaus, R. H. (1982). *The psychology of the entrepreneur*.
- Bromiley, P., & Curley, S. P. (1992). Individual differences in risk taking. Em Y. F. J, *Wiley series in human performance and cognition. Risk-taking behavior* (pp. 87-132). Oxford, England: John Wiley & Sons.
- Caliendo, M., Cobb-Clark, D. A., & Uhlenhorff, A. (2015). Locus of control and job search strategies. *Review of Economics and Statistics*, 97(1), 88-103.
- Caliendo, M., Fossen, F., & Kritikos, A. S. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42, 787-814.
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (s.d.). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), 1496-1500.
- Chatterjee, N., & Das, N. (2015). Key psychological factors as predictors of entrepreneurial success: A conceptual framework. *Academy Of Entrepreneurship Journal*, 21(1), 102-114.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Chiavenato, I. (2007). *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. Empreendedorismo e viabilidade de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio*. (2 ed.). São Paulo: Saraiva.

- Chipeta, E., & Surujlal, J. (2017). Influence of attitude, risk taking propensity and proactive personality on social entrepreneurship intentions. *Polish Journal Of Management Studies*, 15(2), 27-36. doi:10.17512/pjms.2017.15.2.03
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95-117.
- Dalhammar, T. (2004). Voices of entrepreneurship and small business: immigrant enterprises in Kista, Stockholm (Doctoral dissertation, Kungliga Tekniska högskolan).
- Doing Business 2013: Regamentos Inteligentes para Pequenas e Médias Empresas*. (2013). Acesso em 17 de novembro de 2017, disponível em Doing Business: <http://portugues.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2013>
- Dooley, L. M. (2002). Case study research and theory building. *Advances in Developing Human Resources*, 4(3), 335-354.
- Douglas, D. (2005). The human complexities of entrepreneurial decision making: A grounded case considered. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 11(6), 422-435.
- European Commission . (2001). Creating Top-Class Business Support Services. *SEC (2001) 1937*.
- European Commission. (2003). *Green Paper Entrepreneurship in Europe*. Enterprise Directorate-General, Brussels.
- Fairlie, R. W., & Meyer, D. B. (1996). Ethnic and racial self-employment differences and possible explanations. *The Journal of Human Resources*, 31, 757-793.
- Farmer, S. M., Yao, X., & Kung-Mcintyre, K. (2011). The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 245-273.
- Findley, M. J., & Cooper, H. M. (1983). Locus of control and academic achievement: a literature review. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(2), 419-427.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (1994). Interviewing: the art of science. Em N. D. Lincoln, *Handbook of qualitative research* (pp. 361-376). Newsbury Park: Sage.
- Forbes, D. P. (2005). The effects of strategic decision making on entrepreneurial self-efficacy. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(5), 599-626.
- Fragoso, A. (2004). El estudio de casos en la investigación de educación de personas adultas. Em Lucio-Villegas, *Investigación y Práctica en la Educación de Personas Adultas* (pp. 41-60). Valencia: Nau Llibres.
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, L. E., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognitions of potential entrepreneurs shape their entrepreneurial intentions 125120. *Personality And Individual Differences*, 125, 120-125. doi:10.1016/j.paid.2018.01.005
- Gaglio, C. M. (2004). The role of mental simulations and counterfactual thinking in the opportunity identification process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 533-552.
- Goode, W. J., & Hatt, P. K. (1969). *Métodos em Pesquisa Social* (3ª ed.). São Paulo: Cia Editora Nacional.

- Halinen, A., & Törnroos, J. Â. (2005). Using case methods in the study of contemporary business networks. *Journal of business research*, 58(9), 1285-1297.
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement: locus of control and the prediction of business start-ups: a longitudinal study. *Journal of economic Psychology*, 24(3), 301-319.
- Henrekson, M., & Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship and public policy. Em *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 595-637). New York: Springer.
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., Maulany, G., & Aldy, B. E. (2017). The Factors Affecting Entrepreneurship Intention. *International Journal Of Entrepreneurial Knowledge*, 5(2), 5-15.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2010). *Entrepreneurship* (8^a ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Venture*.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2010). *Entrepreneurship* (8 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ho, T. S., & Koh, H. C. (1992). Differences in psychological characteristics between entrepreneurially inclined and non-entrepreneurially inclined accounting graduates in Singapore. *Entrepreneurship, Innovation and Change: an international journal*, 1(11), 243-254.
- Hopp, C., & Stephan, U. (2012). The influence of socio-cultural environments on the performance of nascent entrepreneurs: Community culture, motivation, self-efficacy and start-up success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10), 917-945.
- IEFP - Instituto do Emprego e Formação Profissional. (3 de maio de 2018). Fonte: Apoios à contratação: <https://www.iefp.pt/apoios-a-contratacao>
- Ilouga, S. N., Mouloungni, A. C., & Sahut, J. M. (2014). Entrepreneurial intention and career choices: the role of volition. *Small Business Economics*, 42(4), 717-728.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: Studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 23(4), 369-384.
- Jensen, A. R. (1998). *The g factor: The science of mental ability* (Vol. 648). Westport, CT: Praeger.
- Kihlstrom, R. E., & Laffont, J. J. (1979). A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87(4), 719-748.
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2002). Working on the fringes. Immigrant businesses, economic integration and informal practices. *Marginalisering eller Integration, NUTEK, Stockholm*, 177-88.
- Kloosterman, R., Van Der Leun, J., & Rath, J. (1999). Mixed embeddedness:(in) formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. *International journal of urban and regional research*, 23(2), 252-266.
- Kvietok, A. (2013). *Psychological profile of the entrepreneur*. Retrieved March 24, 2014.
- Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2003). *Metodologia científica: ciência e conhecimento científico; métodos científicos; teoria, hipóteses e variáveis* (5^a ed.). São Paulo: Atlas.

- LaMattina, L. M. (2013). *What are the social, psychological, and cognitive factors that drive individuals to entrepreneurship?* (Doctoral dissertation, D'Youville College).
- Landström, H., Crijns, H., Laveren, E., & Smallbone, D. (2008). *Entrepreneurship, sustainable growth and performance: Frontiers in European entrepreneurship research*. Edward Elgar Publishing.
- Larrañeta, B., Zahra, S. A., & Galán González, J. L. (2014). Strategic repertoire variety and new venture growth: The moderating effects of origin and industry dynamism. *Strategic Management Journal*, 35(5), 761-772.
- Larrañeta, B., Zahra, S. A., & González, J. G. (2012). Enriching strategic variety in new ventures through external knowledge. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 401-413.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-310.
- Locke, E., & Latham, G. (1994). Goal-setting theory. Em *Organizational Behavior 1: Essential Theories of Motivation and Leadership* (pp. 159-183).
- Lopera, M. A., & Marchand, S. (2018). Peer effects and risk-taking among entrepreneurs: Lab-in-the-field evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 150, 182-201.
- Lumpkin, G. T., & Erdogan, B. (2004). If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? A pilot study. *The ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, 1(1), 21-33.
- Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., Norman, S. M., & Combs, G. M. (2006). Psychological capital development: Toward a micro-intervention. *Journal of Organizational Behavior*, 27(3), 387-393. doi:10.1002/job.373
- M, Z. (2008). Non-economic effects of ethnic entrepreneurship . Em D. L. P, *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship* (pp. 289-290). Publisher: Edward Elgar Publishing.
- MARINHA, C., SILVA, L., CARRETO, M., TERRÍVEL, P., & COSTA, T. (fevereiro de 2015). Empreendedorismo nas comunidades imigrantes: um olhar sobre Portugal. *IFDEP - Instituto para o Fomento e Desenvolvimento do Empreendedorismo em Portugal*, 1-98.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. London: The Free Press.
- McClelland, D. C. (1990). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 32(5), 875-895.
- Morgan, H. M., Sui, S., & Baum, M. (2018). Are SMEs with immigrant owners exceptional exporters? *Journal Of Business Venturing*, 33(3), 241-260. doi:10.1016/j.jbusvent.2017.12.003
- Nasip, S., Amirul, S. R., Sondoh, S. J., & Tanakinjal, G. H. (2017). Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A Study among University Students in North Borneo, Malaysia. *Education & Training*, 59(7), 825-840.

- Neri de Souza, F., Costa, A. P., & Moreira, A. (2011). Questionamento no processo de análise de dados qualitativos com apoio do software webQDA., 3. *Revista de Educação Eduser*, 3.
- Omerzel, G. D., & Kušce, I. (2013). The influence of personal and environmental factors on entrepreneurs' performance. *Kybernetes*, 42(6), 906-927.
- Özler, N. D., Giderler, C., & Baran, H. (2017). ÖZ YETERLİLİK VE KONTROL ODAĞININ BİREYLERİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA. *International Journal Of Management Economics & Business*, 13, 736-747.
- Pardal, L., & Soares Lopes, E. (2011). *Métodos e técnicas de investigação Social*. Areal Editores.
- Pena, I. (2002). Intellectual capital and business start-up success. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 180-198.
- Ramaciotti, L., Rizzo, U., & Muscio, A. (2017). The impact of hard and soft policy measures on new technology-based firms. *Regional Studies*, 51(4), 629-642.
- Reis, F. L. (2010). *Como elaborar uma dissertação de mestrado segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor.
- Relatório de Imigração, Fronteira e Asilo 2016*. (2016). Acesso em 17 de novembro de 2017, disponível em Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF): <https://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa2016.pdf>
- Relatório de Imigração, Fronteira e Asilo 2015*. (2015). Acesso em 17 de novembro de 2017, disponível em Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF): <https://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa2015.pdf>
- Rigby, J., & Ramlogan, R. (2013). *The impact and effectiveness of entrepreneurship policy (NESTA Working Paper No. 13/01)*. London: National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA).
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1), 1.
- Sabiu, I. T., Abdullah, A., Amin, A., & Tahir, I. (2018). An empirical analysis of the need for achievement motivation in predicting entrepreneurial persistence in Bumiputra entrepreneurs in Terengganu, Malaysia. *International Journal of Business and Globalisation*, 20(2), 190-202.
- Sahin, M., Nijkamp, P., & Rietdijk, M. (2009). Cultural diversity and urban innovativeness: personal and business characteristics of urban migrant entrepreneurs. *Innovation: The European Journal Of Social Sciences*, 22(3), 251-281.
- Sarkar, S. (2014). *Empreendedorismo e inovação* (3 ed.). Lisboa: Escolar Editora.
- Scanipello, K. F. (1989). Enhancing differences in the achievement attributions of high and low motivation groups. *Journal of Social Psychology*, 129(3), 357-363.
- Schøtt, T., Kew, P., & Cheraghi, M. (2015). *Future Potential: A GEM Perspective on Youth Entrepreneurship 2015*. London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Schunk, D. H. (1990). Goal setting and self-efficacy during self-regulated learning. *Educational Psychologist*, 25(1), 71-86.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.

- Skandalis, K. S., & Ghazzawi, I. A. (2014). Immigration and entrepreneurship in greece: factors influencing and shaping entrepreneurship establishments by immigrants. *International Journal Of Entrepreneurship*, 18, 77-100.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 124(2), 240.
- Tang, J., & Tang, Z. (2007). The relationship of achievement motivation and risk-taking propensity to new venture performance: a test of the moderating effect of entrepreneurial munificence. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(4), 450-472.
- Tipu, S. A. (2017). Entrepreneurial risk taking: themes from the literature and pointers for future research. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(3), 432-455.
- Tull, D. S., & Hawkins, D. I. (1976). *Marketing Research, Meaning, Measurement and Method*. London: Macmillan Publishing Co., Inc.
- Van Hove, K. (2017). The emergence and scope of migrant entrepreneurship promotion at the EU-level. *International Journal Of Management Economics & Business / Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 1001-1010.
- Van Praag, M., de Wit, G., & Bosma, N. (2005). Initial capital constraints hinder entrepreneurial venture performance. *Journal of Private Equity*, 9(1), 36-44.
- Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque gerencial. 33.
- Ventura, M. M. (2007). O estudo de caso como modalidade de pesquisa. *Revista SoCERJ*, 20(5), 383-386.
- Welter, F. (2011). Contextualizing entrepreneurship—conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- Wren, C., & Storey, D. J. (2002). Evaluating the effect of soft business support upon small firm performance. *Oxford Economic Papers*, 54(2), 334-365.
- Wu, S., Matthews, L., & Dagher, G. K. (2007). Need for achievement, business goals, and entrepreneurial persistence. *Management Research News*, 30, 928-941.
- Yin, R. K. (1989). *Case Study Research - Design and Methods*. . USA: Sage Publications Inc.
- Yin, R. K. (2003). *Designing case studies*.
- Yin, R. K. (2005). *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- Yin, R. K. (2010). *Estudo de caso: planejamento e métodos (4ª ed.)*. (A. Thorell, Trad.) Porto Alegre: Bookman.
- Yinger, J. M. (1985). Ethnicity. *Annual Review of Sociology*, 11, 151-180.
- Zahra, S. A., Neubaum, D. O., & El-Hagrassey, G. M. (2002). Competitive Analysis and New Venture Performance: Understanding the Impact of Strategic Uncertainty and Venture Origin. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 27(1), 1-28.
- Zane, L. J., & Kline, W. (2017). Competitive Moves: The Influence of Industry Context and Individual Cognitive Factors. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(1).
- Zhou, M. (1992). *New York's Chinatown: The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave*. . Philadelphia, PA: Temple University Press.
- Zwan, P., Thurik, R., Verheul, I., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295.

ANEXOS

Anexo I - Guião de Entrevista

Hora de início:

Data:

1. Caracterização do entrevistado

Nome:

Idade:

Gênero:

Escolaridade:

Cidade/Estado de origem no Brasil:

Há quanto tempo reside em Portugal:

Por que escolheu Portugal:

Nome da empresa:

2. Necessidade de realização

- 2.1 Acreditou em sua ideia de negócio, independente do que as outras pessoas pensassem ou dissessem? *(Por quê?)*
- 2.2 A oportunidade em empreender em uma ideia na qual acreditasse foi mais importante do que a segurança no emprego? *(Por quê?)*
- 2.3 Ao escolher sua atividade empreendedora estabeleceu metas desafiadoras para alcançar? *(Quais?)*
- 2.4 Acredita que o sucesso de sua empresa está relacionado com sua satisfação pessoal? *(Por quê?)*

3. Autoeficácia

- 3.1 Antes da atual atividade já havia empreendido? *(Em qual ramo de atividade?)*
- 3.2 Por que escolheu esta atividade? *(Escolheu sua atividade empreendedora de acordo com suas habilidades?)*
- 3.3 Diante de obstáculos, já pensou em desistir?
- 3.4 Considera-se uma pessoa proativa? Isso influenciou na tomada de decisão em empreender?

4. Propensão em assumir risco

- 4.1 Antes de empreender analisou os riscos do negócio?
- 4.2 Ao empreender estava disposto(a) a assumir um risco significativo se as recompensas possíveis fossem altas o suficiente?
- 4.3 Para ser bem-sucedido(a) está disposto(a) a assumir riscos mais altos na empresa?

- 4.4 Assume a responsabilidade das decisões e ideias?
- 4.5 Gosta de tomar decisões em cenários de incerteza e risco?

5. Locus de controle

- 5.1 Para você, empreender significa ser livre para planejar e escolher suas próprias atividades?
- 5.2 Acredita que suas próprias decisões estão atribuídas ao sucesso de sua empresa?
- 5.3 O ambiente a sua volta influencia no planejamento e escolha de suas atividades?
- 5.4 Acredita que o ambiente a sua volta está relacionado com o sucesso de sua empresa?

6. Medidas de apoio ao empreendedorismo

- 6.1 Já utilizou algum programa de apoio financeiro ao empreendedorismo do governo português? *(Empréstimos, capital de risco, investimento a fundo perdido ou apoios a contratação)*
- 6.2 Já utilizou algum programa de apoio não-financeiro ao empreendedorismo do governo português? *(Orientação, assessoria, prêmios/concursos, estágios ou acesso ao apoio a contratação)*
- 6.3 O programa de apoio que utilizou teve impacto positivo na empresa? Quais?
- 6.4 Acredita que os programas de apoio ao empreendedorismo influenciam no sucesso de uma empresa? Dê que forma?
- 6.5 Em caso de não utilização de medidas de apoio, é por desconhecimento ou por que não achou necessária a utilização?

Hora de fim:

Anexo II

Entrevista na Empresa - Caso 1

Entrevistador: Hoje é dia 18 de junho (2018) às 15h. Qual é o nome de vocês?

Entrevistado 1: Meu nome é Alisson Rodrigues

Entrevistado 2: O meu é Juliana Cunha Nunes

Entrevistador: Qual é a idade de vocês?

Entrevistado 1: Eu tenho 31 anos

Entrevistado 2: Eu tenho 31 anos

Entrevistador: Qual é a escolaridade de vocês?

Entrevistado 1: Eu estou cursando mestrado. Sou formado em Gestão, Administração no Brasil, e faço o mestrado em Engenharia de Produção aqui na UBI.

Entrevistado 2: Eu sou formada em Administração no Brasil.

Entrevistador: Qual é o Estado de Origem no Brasil?

Entrevistado 1: Eu nasci no Estado do Rio de Janeiro e morei na cidade do Rio de Janeiro por 30 anos. E agora, antes de vir a Portugal, a gente morou por um período pequeno no Estado de Minas Gerais, onde Juliana nasceu.

Entrevistado 2: Eu sou do Estado de Minas Gerais e depois eu casei e fui pro Estado do Rio de Janeiro, não, eu fui fazer faculdade no Estado do Rio (risos).

Entrevistador: Há quanto tempo estão em Portugal?

Entrevistado 1: Tem 10 meses

Entrevistador: Por que escolheram Portugal para viver?

Entrevistado 1: Na verdade foi meio que um acaso, isso se existe acaso (risos), eu estava insatisfeito em meu emprego, eu trabalhei quase 10 anos em uma empresa no Brasil, na PCA Peugeot-Citroen, e eu estava insatisfeito e eu queria sair de lá. Eu sempre tive um sonho de montar um negócio meu, sempre sonhei com isso, e eu quis experimentar, a minha ideia era a gente montar lá no Brasil. Só que em paralelo eu queria buscar fazer um *upgrade* no meu

currículo, porque se eu precisar por algum motivo me recolocar no mercado eu teria um diferencial no currículo, e eu estava procurando uma pós graduação para fazer no Brasil também. Então, a gente ia montar um negócio e em paralelo eu ia voltar a estudar e surgiu a ideia de tentar estudar fora, surgiu essa ideia, não sei, a gente pensou inicialmente se eu viesse estudar fora, em outro país, a gente adiaría esse sonho de montar um negócio no Brasil, a gente nunca pensou em empreender fora do Brasil, nunca pensei nisso. A ideia era que se eu conseguisse estudar fora, a gente ia tentar se manter com algum recurso, o dinheiro nosso que já tínhamos guardado, e aconteceu que pesquisando no Google eu encontrei a UBI e me candidatei, assim, sem muita esperança e acabei sendo classificado. E chegando aqui a ideia inicial que era? Arranjar emprego, principalmente ela (Juliana), porque não veio para estudar é mais fácil, né, como a minha carteirinha é de estudante é mais difícil de conseguir emprego. Emprego aqui não é fácil, ela (Juliana) até conseguiu um emprego, mas pagava salário mínimo o que já ajudou muito, e a gente viu que assim, aqui em Portugal é muito bom, só que a realidade é um pouco diferente do que muita gente vende no Brasil, bem diferente, né! As pessoas vendem lá que aqui é uma maravilha, tem saúde e educação, beleza, mas paga bastante imposto, a gente tem que se alimentar, pagar aluguel, então não é tão fácil, e a gente viu que estávamos gastando muito dinheiro, ainda mais com a taxa de câmbio, né, trazendo real pra cá a quase cinco reais o euro, a gente gastava muito. E então tivemos a ideia de empreender, vamos tentar reduzir o máximo possível o custo de investimento e tentar montar uma loja, vamos ver no que vai dar. Ao invés de ficar gastando quinhentos, seiscentos ou setecentos euros todo mês, nosso!, dinheiro do Brasil, que dá uns três/quatro mil reais todo mês, que durariam x meses ou x anos, a gente preferiu pegar o dinheiro e investir. Também não foi muito, a gente não tinha muito dinheiro e foi assim. Aí que surgiu essa ideia e a Juliana teve a ideia da Pizza Cone uma coisa que não tem muito aqui, se não me engano tem uma *franchise* em Lisboa e no Porto acho que tem outra, acho que é a mesma inclusive, e ela veio com essa ideia e eu conversei com um colega no Brasil que tem, já trabalha com esse conceito, Marcelo, conversei com ele, ele até me puxou pra trás dizendo que é difícil, complicado, que não iria achar fornecedor pra massa pronta, ele já compra a massa pronta, porque lá no Brasil é fácil achar, equipamentos Entrevistado 2: a gente teve que trazer tudo do Brasil. Entrevistado 1: é, e a gente insistiu nisso e a gente foi pesquisando, pesquisando e a gente conseguiu reduzir ao máximo o nosso investimento, tanto é que muita coisa foi eu que fiz na loja, tive que levantar parede, fiz tudo!, o balcão foi eu que fiz, o painel foi eu que fiz, fiz tudo para reduzir o custo de investimento, porque é muito difícil investir aqui, a não ser que a pessoa tenha muito dinheiro, venha pra cá com dois milhões de reais, ela injeta duzentos mil euros trezentos mil euros e monta uma loja, monta uma empresa, é fácil, mas não era nossa realidade, nós não tínhamos tanto dinheiro assim. Então foi isso, acho que estendi demais, né (risadas). Entrevistador: não, mas já respondeu várias questões (risadas).

Entrevistador: E para você abrirem a empresa, que é a Mr. Cone Pizzaria, estabeleceram metas desafiadoras?

Entrevistado 1: Metas?

Entrevistador: É, para alcançar o sucesso da empresa.

Entrevistado 1: A nossa principal meta era investir o mínimo possível, essa era principal meta, só que assim, nós também éramos muito exigentes com a questão de decoração, esse era um grande desafio, como que a gente vai montar uma loja, fazer um ambiente agradável e um bom produto com pouco dinheiro, sem *know-how*, *know-how* nenhum!, nunca fiz pizza cone na minha vida (risos), aprendi aqui, isso foi um grande desafio, então a principal era reduzir investimento e junto com isso fazer um negócio bom, uma coisa interessante.

Entrevistador: E você acredita que a sua satisfação pessoal em abrir o seu negócio está relacionado ao sucesso da Mr. Cone Pizzaria?

Entrevistado 1: Assim, eu nem considero aqui como sucesso, eu acho que a gente está engatinhando ainda. Entrevistado 2: tem muita coisa para melhorar. Entrevistado 1: tem muita coisa para melhorar. Assim, eu acho que já evoluímos muito em termo de qualidade do produto, em termo de conhecimento, a gente não sabia nada!, agora eu tenho noção de como que é a massa, a gente compra a massa crua e fazemos tudo aqui, então tem que modelar, pré-assar a massa, eu tinha conhecimento zero em relação a isso, e eu vejo que a gente já evoluiu muito, hoje a gente já consegue conhecer a massa, o cheiro, como que eu posso armazenar ela, se eu congelo ou não congelo, isso tudo a gente vai conhecendo, eu acho que a gente já evoluiu muito, mas a gente ainda engatinha. Somos muito recentes ainda e temos muita coisa para melhorar. Mas assim, eu acredito que a gente tem, em relação ao sucesso, pra mim o sucesso não está só ligado a atingir o objetivo, sucesso está ligado a caminhada também. Então assim, em relação a caminhada que a gente está traçando ainda, a gente já tem sucesso, a gente conseguiu abrir a loja, a gente funciona, a gente está conseguindo faturar, claro né, não é das melhores situações, mas a gente tem sucesso, mas claro que tem muito o que caminhar ainda e melhorar.

Entrevistador: E não pensaram em desistir ainda?

Entrevistado 1: Não! (risos). Desistir não, de jeito nenhum. Pelo menos dois, dois anos e meio, até acabar o mestrado, a gente tem que ficar aqui para ver o que vai dar.

Entrevistador: Você considera que a proatividade de vocês ajudou na tomada de decisão de empreender?

Entrevistado 1: Sim, a proatividade sim, com certeza. Se eu não tivesse, inicialmente, a Juliana também, se a gente não tivesse vontade, e essa coisa de não ficar só pensando e planejando e ir lá e botar a mão e fazer, se a gente não tivesse esse tipo de característica, a gente não teria isso aqui. Porque a gente não tinha condições de injetar cinquenta mil euros aqui, não tínhamos

esse dinheiro, né, então só conseguiríamos empreender se colocássemos a mão na massa e fazer as coisas.

Entrevistador: E antes de empreender, vocês analisaram o risco do negócio, fizeram o plano de negócio?

Entrevistado 1: Não, sinceramente não fizemos (risos). Nesses mínimos detalhes não, a gente assim, superficialmente a gente faz, a gente Entrevistado 2: a gente viu que aqui estava necessitado Entrevistado 1: é, a gente viu que aqui estava necessitado, tinha a Universidade e é um mercado muito bom a ser explorado, são uns x mil alunos, cinco/seis mil alunos, não sei, e aqui na cidade não tem muita opção, nessa região não tem opção pra alimentação, mas assim, bem superficialmente, a gente não fez nenhuma pesquisa, nada de muito detalhe.

Entrevistador: Para serem mais bem-sucedidos futuramente, pretendem assumir riscos mais altos?

Entrevistado 1: Sim, a médio e longo prazo, sim. Claro, se a gente ver que aqui deu certo, com certeza iremos correr mais riscos. Pra crescer tem que correr risco, não adianta, empreender é correr risco. Todo dia a gente corre risco, então assim, a gente pensa, mas para médio e longo prazo.

Entrevistador: Vocês gostam de tomar decisões em cenários de incerteza e risco?

Entrevistado 1: Olha! Gostar, a gente não gosta muito (risos), mas tem que tomar. A gente está passando por uma situação agora, por exemplo. Está entrando o verão, muito calor e a gente não tem climatização aqui ainda, porque é caro. E assim, ao mesmo tempo que estamos entrando no verão, estamos entrando em um período de resseção, porque a faculdade esta entrando de férias e hoje, vamos dizer que 70/80% do nosso volume de venda vem dos alunos. Então é um período difícil, é um cenário difícil em que a gente vai reduzir o volume de venda, ou seja, a gente tem que tentar reduzir o custo de alguma forma, reduzir custos operacionais, né Entrevistado 2: as despesas Entrevistado 1: e a gente tem ainda que investir, porque a gente vai ter que colocar um sistema de ar-condicionado, tem que investir, gastar dinheiro e também vamos ter que investir com publicidade pra tentar atingir um outro público que não seja estudante, os turistas por exemplo ou as pessoas da cidade, que a gente não fez ainda. Então é difícil, a gente não gosta de tomar decisão assim (risos), a gente gostaria de ficar meio que tranquilo e funcionando o negócio, mas tem que tomar decisão e não é fácil, a gente não gosta, mas tem que fazer.

Entrevistador: Para você, empreender significa ser livre para planejar e escolher suas próprias atividades?

Entrevistado 1: Acho que não, porque assim, eu sempre sonhei em empreender, em ter o meu negócio, mas eu nunca imaginei que eu venderia pizza cone, nunca imaginei na vida. Assim, eu acho que empreender está mais dentro da pessoa, não está ligado a um nicho específico, assim vamos dizer. Está ligado a vontade da pessoa em trabalhar e produzir pra ela mesma.

Entrevistador: Acredita que suas próprias decisões estão atribuídas ao sucesso de sua empresa?

Entrevistado 1: Sim, com certeza. Totalmente.

Entrevistador: O ambiente a sua volta influencia no planejamento e escolha de suas atividades?

Entrevistado 1: Sim, com certeza. Eu uma coisa que não abriria aqui é um café, aqui em Portugal (risadas). O que mais tem é café. E quando a gente conversava com alguns portugueses sobre abrir um negócio, todos eles perguntavam: vocês irão abrir um café? Não, eu não vou abrir um café, o que mais tem aqui é café (risos). Então assim, o ambiente, a situação do local influencia muito na decisão do que vai vender, né, do serviço ou produto.

Entrevistador: Vocês utilizaram algum apoio financeiro que o governo de Portugal disponibiliza?

Entrevistado 1: Não, nenhum.

Entrevistador: Financeiro ou não financeiro?

Entrevistado 1: Não, nenhum. A gente buscou

Entrevistador: Vocês conhecem os programas?

Entrevistado 1: A gente buscou, mas na ocasião não encontramos nenhum. Alguns estavam fora do prazo de inscrição, outros não a gente não conseguia se encaixar, então nenhum. Eu até brinco, o único financiamento que a gente conseguiu foi um cartão de crédito do banco que temos conta aqui, de mil euros. O único! Que ajudou muito. O único. O resto foi tudo dinheiro nosso e trabalho nosso.

Entrevistador: E os programas não financeiros, como assessoria, orientação e o programa de estágio que também oferecem?

Entrevistado 1: Não, não utilizamos. Já ouvi falar no programa de estágio, mas nunca pesquisei a respeito. Até um amigo me falou, mas nunca procurei. Parece que o governo financia o salário

Entrevistador: Tem redução do imposto

Entrevistado 1: Então, não me informei sobre esse, não.

Entrevistador: E vocês como empreendedores, acreditam que os programas de apoio do governo ajudam na hora de empreender?

Entrevistado 1: Ajuda, com certeza. Ajuda muito. Se a gente tivesse tido alguma ajuda, principalmente financeiro aqui teria sido muito mais fácil, mais tranquilo. Hoje nós teríamos uma situação financeira mais tranquila, a gente não está passando nenhuma dificuldade, mas teríamos um fundo de manuseio melhor e poderíamos investir melhor na loja.

Entrevistador: Obrigada pela disponibilidade da entrevista. Encerramos às 15h20min.

Anexo III

Entrevista na Empresa - Caso 2

Entrevistadora: Vamos dar início a nossa entrevista, hoje é dia 28 de junho de 2018 às 15h23min. Qual o nome do senhor?

Entrevistado 3: Anselmo Augusto Ferreira

Entrevistadora: Idade?

Entrevistado 3: Eu tenho 53 anos

Entrevistadora: escolaridade

Entrevistado 3: 2º grau completo

Entrevistadora: Qual é o estado de origem do Brasil?

Entrevistado 3: Rio de Janeiro

Entrevistadora: Há quanto tempo que os senhor reside em Portugal?

Entrevistado 3: 18 anos

Entrevistadora: E porque é que o senhor escolheu Portugal para viver?

Entrevistado 3: Na verdade não foi uma escolha, foi uma escolha depois que eu aqui cheguei. Primeiro que minha origem é toda portuguesa, meus pais são portugueses, minha mãe e meu pai, e eu tive uma proposta para vir aqui a 18 anos atrás que foi quando aqui cheguei para abrir uma casa no ramo que eu hoje eu hoje trabalho que é a restauração, e pronto vim e fiquei. E as coisas foram acontecendo, e pronto aqui estou eu.

Entrevistadora: Quando o senhor veio, acreditou na sua ideia de negócio independente do que as outras pessoas pensassem ou dissessem?

Entrevistado 3: Isso, sempre. A gente tem que acreditar sempre naquilo que a gente acha que é capaz, aprendendo todos os dias.

Entrevistadora: E a oportunidade de empreender?

Entrevistado 3: Bom! Essa oportunidade apareceu devido ao sucesso, né, da ideia de negócio na altura que eu me sobressai e outras pessoas me convidaram para eu abrir o quê hoje tenho

aqui. O primeiro ano eu trabalhei por conta de outros ainda, então primeiro eu fiquei aqui como empregado, e aí no ano seguinte no segundo ano, aí sim eu tive a oportunidade de montar um negócio meu, convidado por outra pessoa que me deu oportunidade, e pronto, estou aqui até hoje.

Entrevistadora: E o senhor acredita que ter um empreendimento seu é melhor do que a segurança do emprego?

Entrevistado 3: Sempre é. Mas a gente tem que ter muito mais responsabilidade e muito mais dinamismo, eu abri mão de muitas coisas em troca disso, muitas coisas da minha vida. Mas é uma coisa que está no sangue, né, uns nascem pra uma coisa e outros pra outra.

Entrevistadora: E ao escolher essa atividade, o senhor estabeleceu metas desafiadoras para alcançar?

Entrevistado 3: Sim, claro. As metas eram sempre gente conquistar cliente a cliente para que a nossa melhor mensagem fosse passada boca-a-boca e não através de alguma mensagem negativa, ou seja, é o que eu acho melhor: o cliente dizer que é bom e não você dizer que o que você faz é bom.

Entrevistadora: E o senhor acredita que o sucesso do seu estabelecimento está relacionado a sua satisfação pessoal?

Entrevistado 3: Sim, claro. Senão nada funciona.

Entrevistadora: E antes do senhor empreender, já havia empreendido antes?

Entrevistado 3: Sim, já. No Brasil. Eu fui empregado do meu pai e nada além disso, mas sempre tive negócio por conta própria. ***Entrevistadora: e qual era o ramo de atividade?***

Entrevistado: sempre na restauração seguindo os passos do meu pai.

Entrevistadora: E o senhor já pensou em desistir?

Entrevistado 3: Sim! Nos momentos difíceis já pensei, mas não me arrependo de não ter desistido. Pelo contrário, são nestes momentos que a gente vê se é ou não capaz, são os momentos mais desafiadores que requer mesmo que a gente tenha força de vontade e dedicação para vencer os obstáculos que as crises e os momentos que a gente atravessa no país, que a gente atravessou, já tive momentos muito difíceis, mesmo tentar ir embora, mas não desisti e estou aqui até hoje.

Entrevistadora: O senhor acredita que sua proatividade influenciou na tomada de decisão em empreender?

Entrevistado 3: Sim!

Entrevistadora: Antes do senhor abrir seu restaurante, fez o plano de negócio dele e analisou os riscos?

Entrevistado 3: Sim, como sou dono e nasci trabalhando nesse ramo, quando me foi proposto, é claro que a gente tem nossa linha de trabalho, mas a análise eu fiz é claro, o custo-benefício de um negócio que poderia ou não ter sucesso. E dentro de uma realidade, gente está aqui com nossas contas em dia, com desafios superados e outros superando.

Entrevistadora: E o senhor está disposto a assumir riscos mais altos pela empresa para ser mais bem-sucedido?

Entrevistado 3: Sim, Sim! Se houver uma oportunidade para isso, sim. Para esse momento já são necessárias algumas melhorias, né, porque o tempo passa e os desgastes chega, e sim, eu estou disposto a assumir novos compromissos para uma reformulação mesmo que pequena, mas sim estou.

Entrevistadora: Nos cenário de incerteza e risco durante a trajetória da empresa, como foram as tomadas de decisão?

Entrevistado 3: Estes cenários preocupam muito, como falei antes. Pois, é uma coisa que é do dia-a-dia, né. Quando a gente teve aqui um elevado aumento de impostos e, claro, que isso sofreu a população em geral, e aí eram dois fatores que eram negativos para o negócio: sendo um, que as pessoas não tinham dinheiro para sair para jantar, para almoçar, enfim, bem menos pessoas frequentavam o restaurante; e, o elevado o cargo fiscal, que o governo implantou a alguns anos atrás. E que tem 2 ou 3 anos que melhorou um pouco, melhor um pouco a nível geral, tanto que as pessoas começaram a sair mais com a carga fiscal, que ainda não é o ideal, mas já se suporta.

Entrevistadora: E para o senhor, empreender, acredita que é ser livre para planejar e escolher suas próprias atividades?

Entrevistado 3: Dentro da realidade do mercado, sim. Você tem que analisar diversos fatores para isso. Mas sempre você acreditando no teu potencial, no teu mercado e no teu produto.

Entrevistadora: E o senhor acredita que o ambiente à sua volta influência no planejamento e nas atividades?

Entrevistado 3: Muito, Muito! O ambiente de trabalho tem que ser o melhor possível senão nada tem sucesso, creio eu que não.

Entrevistadora: e o senhor conhece programas de apoio ao financiamento aqui em Portugal?

Entrevistado 3: Muito pouco. Muito pouco.

Entrevistadora: Não utilizou nenhum que Portugal disponibiliza?

Entrevistado 3: Não, não mesmo porque não, não nunca utilizei.

Entrevistadora: Nem os de apoio não financeiro?

Entrevistado 3: Benefícios trabalhistas?

Entrevistadora: Isso.

Entrevistado 3: Sim, uma vez com um funcionário que tinha um problema de reabilitação social. E aí nesse período a gente usou os benefícios que ele tinha, a empresa se utilizou deste benefício, mas no final, hoje creio eu que ele esteja melhor, mas naquela altura que ele aqui teve não deu muito resultado, porque ele recaiu várias vezes durante esta tentativa de reinserção social dele.

Entrevistadora: E o senhor acredita que as medidas de apoio que o governo toma são benéficas para os empreendedores?

Entrevistado 3: Como eu te falei antes, eu não tenho muito conhecimento, então não posso responder essa pergunta, justamente por isso. Nunca usei de nenhuma delas, a não ser dessa, então não tenho conhecimento não posso opinar nisso.

Entrevistadora: Então é isso, sr. Anselmo. Muito obrigada pela sua disposição.

Entrevistado 3: De nada!

Entrevistadora: Encerramos às 15h32min. Obrigada.

Anexo IV

Entrevista na Empresa - Caso 3

Entrevistadora: Hoje é dia 28 de junho de 2018 às 18h04min. Qual é o nome de vocês?

Entrevistado 4: Saul Magalhães

Entrevistado 5: Boaz Lisboa

Entrevistadora: Idade?

Entrevistado 4: Eu tenho 37 anos

Entrevistado 5: Eu tenho 29 anos

Entrevistadora: Escolaridade?

Entrevistado 4: Eu tenho MBA em Gestão Empresarial

Entrevistado 5: Aqui é o 12º ano, 2º grau no Brasil

Entrevistadora: Qual é a cidade e estado de origem de vocês no Brasil?

Entrevistado 4: Belém no Pará

Entrevistado 5: Eu sou de Brasília

Entrevistadora: Há quanto tempo que vocês estão aqui em Portugal?

Entrevistado 5: Eu tenho três anos e nove meses

Entrevistado 4: Cinco meses

Entrevistadora: Cinco meses? E já abriu sua empresa! (risos) E por que vocês escolheram Portugal para viver?

Entrevistado 4: Bom! Eu já penso a vir pra cá já tem mais de cinco anos, da primeira vez eu não vim devido a crise em Portugal, que na época o Brasil estava ruim, mas estava melhor que Portugal. Acabei não vindo e agora que a situação reverteu foi decisivo, e minha esposa também veio, assim como você ela veio estudar aqui em Portugal, ela está fazendo Doutorado em Eletromecânica, e nós viemos. Temos uma filhinha e começamos a ver que a realidade de hoje em dia, primeiramente a segurança aqui em Portugal está incomparável em relação ao Brasil,

o principal requisito foi esta questão da segurança e a questão do futuro para a nossa filha também, como educação e outras coisas.

Entrevistado 5: E o meu caso é uma longa história, mas eu vou resumir (risos). Eu fui casado com uma portuguesa, eu fui casado durante cinco anos com uma portuguesa, eu casei no Brasil. Vim no ano de 2013 a Portugal passei um ano aqui e depois eu voltei de novo ao Brasil em 2014 e nesse período eu me separei, eu comecei em 2013 a tentar alguma coisa por aqui, mas não no sentido de empresa, mas de estudo mesmo. Comecei a estudar na UBI, mas tive que dar uma pausa para voltar ao Brasil, aí voltei, fiquei um tempo por lá, foi ruim sem ver minha filha, um período um pouco chato pra mim, foi assim um período dolorida da minha vida. Ai assim, depois eu voltei a Portugal, isso foi em abril de 2015 e comecei a trabalhar e fiquei por minha filha, ia voltar a estudar novamente só que aí eu abdiquei do estudo porque eu tive trabalhar e não consegui conciliar estudo e trabalho para me manter aqui. E é por isso que eu estou em Portugal, mais pelo motivo da minha filha em primeira instância, né, e hoje, pronto, eu comecei esse ramo de ter o próprio negócio e conciliei as duas coisas.

Entrevistadora: E vocês se conheceram aqui em Portugal?

Entrevistado 4: Pois é! (risos) Estava fazendo compras no Continente com a minha família, aí por acaso eu gosto de carteiras e coisas assim, e aí, acabei conhecendo o Boaz aqui, conversando né, e ele me ajudou bastante aqui no início dando umas orientações, me ajudando, porque eu não conhecia ninguém aqui, e minha esposa só o orientador dela né. Mas, enfim, a gente ficou conversando, conversando. Quando eu cheguei, no primeiro momento eu não procurei empreender, a primeira atitude que se tem aqui é tentar se estabelecer financeiramente procurando emprego, e aí o Boaz me chamou e teve essa ideia aí da gente montar um negócio juntos no ramo que ele já conhecia, ele trabalha a três anos nesse segmento e me convidou para participar. Ele tinha um recurso e eu também tinha um recurso e a gente decidiu investir.

Entrevistadora: E qual é o ramo de atividade da empresa?

Entrevistado 4: É no ramo de serviços, reparo em calçados, reaproveitamento, trabalhamos com a questão da sustentabilidade de você aproveitar o que já tem e dar vida nova né, e também com chaves, comando de carros de garagem, sinalética gráfica, marroquinaria que é a venda de carteiras em peles e cortiça.

Entrevistado 5: Nós também tentamos aproveitar a cultura daqui com a tecnologia, estamos inovando neste mercado, porque o pessoal aqui preserva o que eles têm, e muitas vezes não querem abdicar.

Entrevistado 4: Além disso, a cutelaria né, nós somos representante de algumas marcas, Victor Inox, Opinel. Somos os únicos da região, essa questão da tecnologia que o Boaz citou, é que somos os únicos da região a fazer cópias de chaves da Mercedes e BMW, então tem um treinamento muito específico para isso, as pessoas passam aqui e não sabem, só quem pergunta fica sabendo. Então vamos colocar aqui uns monitores para divulgar esse serviço e passar uns clips, mas assim nós temos cinco equipamentos só para trabalhar com o comando de carro, para fazer cópia de chaves de carro, enfim, a gente está com um portfólio bem grande para atender desde os mais conservadores até os mais despojados.

Entrevistadora: E para vocês empreenderem aqui, vocês acreditaram nessa ideia de negócio independente do que as outras pessoas pensassem?

Entrevistado 4: Olha! A gente nunca pode generalizar né, mas assim, algumas pessoas são muito resistentes e ao dar um aconselhamento elas são muito conservadoras, então assim, eu já empreendi no Brasil, e os empreendedores aqui de Portugal são um pouquinho conservadores, então, você tem que ir de acordo com o seu pensamento, se não, se você se deixar influenciar você não faz nada né. Então, você tem que fazer uma pesquisa de mercado e ver se seu negócio é viável e tocar para frente, porque assim, se você conversar com alguns contabilistas você vai ter algumas opiniões, algumas pessoas aqui em Portugal tem um certo receio em fazer sociedade, receio em abrir certos tipos de negócio, as vezes até nem conhecem profundamente, mas já tem umas ideias já pré-estabelecidas e a gente teve umas barreirinhas no início, mas como eu já vim pra cá decidido a tocar a vida, viver e fazer negócio, igual como eu já estava fazendo no Brasil, e o Boaz também já conhece do ramo, juntou vontade com o conhecimento, então não teve o que segurasse.

Entrevistadora: E vocês estabeleceram metas antes de abrir o negócio?

Entrevistado 4: Metas, sim, sim, com certeza! Tanto que, a priori, nós íamos abrir no Fundão, no InterMache, o local já está pronto. Só que o ex-proprietário deste espaço aqui, ele fechou as portas e a gente não contava com isso e nós viemos no mesmo dia conversar com a administração do shopping e não perdemos essa oportunidade de jeito nenhum, porque o Boaz trabalhava aqui anteriormente, ele trabalhava aqui há três anos, então ele conhece todo mundo, e eu que sou formado em gestão sei que o atendimento faz toda a diferença. O relacionamento com o cliente faz toda a diferença, então eu disse no mesmo dia 'Boaz vamos agora lá no shopping, não podemos perder essa oportunidade de jeito nenhum.' Porque já é um negócio pronto, já tem todos os clientes e é em frente a uma vitrine que é o Continente, então não podíamos perder. Então a agente veio e a meta estabelecida que a gente conseguiu realizar que foi abrir a loja no prazo de um mês, a gente foi contra o relógio, tivemos problemas com certos fornecedores, a prestação de serviços, porque é uma cidade pequena, então os poucos que tem estão cheios de serviço, então a gente teve que ter um bom jogo de cintura para cumprir essa meta que foi o tempo de abertura da loja e o portfólio é muito grande, temos

mais de 700 itens e estar tudo em sistema, mas enfim, nós conseguimos atingir. E a próxima que é a do Fundão, que seria a primeira loja, será nossa segunda, a nossa meta é de abrir daqui a três meses essa segunda loja, então vamos começar praticamente com duas unidades.

Entrevistadora: E você acredita que para alcançar o sucesso, como é pouco tempo de loja, dependerá da satisfação pessoal de vocês?

Entrevistado 4: Com certeza! (risos) Bruna, assim, eu já trabalhei, se você puder fazer uma pesquisa depois no LinkedIn, você vai ver que eu tenho experiência em diversos segmentos, lá não tem nenhuma experiência como empreendedor, mas se você quiser ligar fique à vontade também. Mas assim, o ponto crucial para você ter sucesso em qualquer coisa na vida é gostar do que faz. Assim, o Boaz já trabalha com isso há três anos e o que eu gosto de fazer é empreender e fazer gestão, então eu trabalhando em um negócio em que eu fiz uma pesquisa e que eu acredito que vá da certo com base em certas informações e levantamentos de dados, é uma satisfação imensa trabalhar com o negócio próprio e que você estudou e acredita que vai dar certo. E o Boaz idem, é o primeiro empreendimento dele, entendeu, ele já conhece sobre o assunto aqui, então com certeza nós dois estamos trabalhando com uma satisfação imensa.

Entrevistadora: E antes você mencionou que no Brasil já havia empreendido, qual era o ramo de sua atividade?

Entrevistado 4: Primeiro eu empreendi em distribuição de alimentos e bebidas, trabalhei com licitação fornecendo para o exército, empreendimento esse que eu tive que encerrar por conta da crise no finalzinho do Governo Dilma, há uns três anos que começou a crise no Brasil né, o estado começou a atrasar pagamentos, coisa de um dois meses, três meses, e eu era obrigado a continuar fornecendo. Então como eu sempre fui assalariado, enfim, eu não tive giro suficiente para manter, fornecer durante três meses, bancar o estado, fornecer e não receber. E depois disso, também, tive a oportunidade de ter uma loja em shopping, no shopping Iguatemi de Fortaleza, trabalhei com roupa, vestuário feminino, e assim, depois disso também, eu e minha esposa iniciamos um curso no Rio de Janeiro, mas enfim, cada um ai tem uma história (risos) mas deu para aprender bastante.

Entrevistadora: E alguma vez você já pensou em desistir?

Entrevistado 4: De empreender? Nunca, né! (risos). Porque o empreendedor sempre faz por onde para ter sucesso. E pode ter ou não. O empreendedorismo é um risco. Eu tenho uns primos que são profissionais autônomos, outros são concursados, uns existe uma certa estabilidade outros não. E empreendedorismo você pode ter sucesso como pode não ter, e para isso tem uma série de variáveis: o mercado, seu conhecimento, sua capacidade, concorrência, clientes, enfim, é um desafio. O empreendedorismo é um desafio, independentemente do lugar que você

esteja no mundo. Brasil ou Portugal, mas como eu disse para você, como é uma satisfação então é sempre gratificante, independente do risco.

Entrevistadora: E você acredita que empreender é estar livre para planejar e escolher suas atividades?

Entrevistado 4: Olha, engana-se quem pensa que empreender é ser o “patrão”, que a gente conhece no Brasil, né. Eu trabalhei 11 anos no Santander, um exemplo, eu tive n clientes e os que tinham sucesso eram os que estavam presentes no negócio e estavam fazendo gestão, os que tinham um negócio fingindo que tinham um negócio, não tinham sucesso, estavam em casa ou na praia. Então a gente tem que estar ciente de que hoje nós não temos funcionários porque estamos no início, quando tivermos funcionários não será para ficarmos com as pernas para o ar, vai ser para fazer o negócio crescer mais ainda, entendeu, então eu acho que tempo para descanso, qualidade de vida, todos tem que ter. A questão da gestão de tempo, isso é um objetivo meu e dele, obviamente, ninguém quer trabalhar 24h por dia e não ter tempo para a família, enfim, viver! A gente quer viver, e suar a camisa sendo empreendedor para desenvolver o negócio.

Entrevistadora: E você acredita que o ambiente a sua volta influência no empreendedorismo? No planejamento, nas decisões?

Entrevistado 4: Como assim você diz o ambiente?

Entrevistadora: Todo o ambiente a sua volta e da empresa.

Entrevistado 4: Eu penso que sim, ninguém vive em uma bolha, né (risos). A gente tem influência o tempo todo de tudo, seja de fornecedor, seja de clientes, seja da família ou seja do ambiente, só que algumas coisas você influencia a mudança desse ambiente e outras não. Então, macroeconômicos e microeconômicos esses tipo de coisas, a gente não tem como influenciar, mas assim, aqui no ambiente nosso de trabalho se a gente não tiver até mesmo uma cadeira confortável para sentar o resultado no final do dia pode não ser o mesmo, um monitor, um teclado de qualidade, a iluminação e a refrigeração, a gente tenta trabalhar um ambiente onde a gente pode modificar. Até questão de fornecedor, já trocamos de fornecedor, em uma semana já trocamos de fornecedor duas vezes para alguns produtos, então isso tudo é para que a gente tenha agilidade e eficiência no trabalho e qualidade na operação.

Entrevistado 5: Até mesmo o ambiente você pode ver que está de um jeito bem diferente, as pessoas quando passam aqui notam. Entrevistado 1: A loja antes era um pouco escura e agora está bem mais clara, assim o cliente percebe um astral diferente. Entrevistado 2: Deixamos mais chamativo, o mais claro possível. Entrevistado 1: Até as ferramentas, estamos buscando ferramentas de qualidade que para agilizar.

Entrevistadora: E antes de vocês empreenderem aqui em Portugal, fizeram alguma pesquisa relacionada a financiamento?

Entrevistado 4: Sim. A princípio a gente iria começar com recursos próprios, mas como surgiu a oportunidade aqui no Serra Shopping, os recursos próprios não seriam suficientes, por questão de recheio, por questão de caução que tem que dar para o shopping e uma série de coisas. Aqui a gente teve que triplicar o investimento, a primeira loja está tomando um terço do total do investimento. Então a gente buscou uma linha de investimento chamada Microcrédito, a gente conseguiu essa informação pesquisando no site do Governo de Portugal, o Portugal2020, que tem uma série de linhas de financiamento e a gente foi até o nosso contador e ele esclareceu mais sobre o crédito, e assim, é um pouquinho burocrático e a gente tá a três meses mais ou menos pleiteando isso e ainda não saiu, mas eu acho que está para sair semana que vem. A gente pensava que iria sair em um prazo menor e o contador falou 30 dias e já está fazendo 3 meses. Não sei se é por conta do contador ou é questão burocrática mesmo, não sei (risos). Mas assim, o que é uma diferença grande daqui de Portugal para o Brasil é a taxa, a taxa de financiamento aqui de Portugal e o incentivo ao empreendedorismo é absurda, porque a taxa de um mês no Brasil você paga em um ano em Portugal. Carência de um ano e financiamento em cinco anos, então para você ter uma noção, o Microcrédito é isso. No Brasil, eu trabalhei em banco, no máximo eu conseguia para um cliente com MEI era 20 mil reais, visitando o negócio dele para ver se ele tinha condições de pagar sem carência e com uma taxa não muito agradável.

Entrevistadora: E em questão de medidas não financeiras, como por exemplo assessoria, vocês pesquisaram a respeito disso? Redução de imposto para funcionário portugueses.

Entrevistado 4: Nós fomos até o IEFP e tem uma série de incentivos também, em relação a estagiário, só que tem algumas limitações, você tem períodos em que pode pleitear esses estagiários, não está aberto o período, parece que é só outubro. E depois que você pleiteia você pode contratar, se você for escolhido só depois de três meses, e isso dá o ano seguinte. Então, existe o incentivo só que ele é um pouco inviável, que a gente sentiu né, para estagiário. Para trabalhador existe um incentivo, pelo menos em alguma coisa, é diferente do Brasil, mas existe um incentivo para contratar empregado diretamente.

Entrevistadora: E você acredita que essas medidas de apoio que Portugal oferece aos empreendedores é boa?

Entrevistado 4: Sim. Eu vim de uma realidade que isso não existe. Então, assim, com certeza, o parâmetro que eu tenho para comparar com o Brasil, aqui pra gente é absurdamente diferente.

Entrevistadora: E você acredita que influencia no sucesso da empresa?

Entrevistado 4: Sim. Inclusive o centro de emprego aqui (o Brasil começou com isso, né. A questão de você receber o seguro desemprego ter que fazer um curso) só que nem se compara com a preparação que tem aqui no IEFP, entendeu. Então é obrigatório assistir uma série de palestras, se você estiver desempregado tem que distribuir um determinado número de currículos semanalmente e eles cobram, então o Governo de Portugal não quer ninguém desempregado e dá incentivo ao empreendedor para contratar essa pessoa que está desempregada. Então é realmente muito bom.

Entrevistadora: É isso, muito obrigada pela disposição.

Entrevistado 4: Espero ter ajudado.

Entrevistadora: Ajudou muito. Encerramos às 18h23min. Obrigada.