

EMPREENDEDORISMO ÉTNICO DE IMIGRANTES VENEZUELANOS

ETHNIC ENTREPRENEURSHIP OF VENEZUELAN IMMIGRANTS

MILENA DA SILVA MARQUES ALBUQUERQUE
UFRR - UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA

LUIS EDUARDO BRANDÃO PAIVA
UNINOVE – UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO

FRANCISCO CARLOS DA COSTA FILHO
UFRR - UNIVERSIDADE FEDERAL DE RORAIMA

DIEGO DE QUEIROZ MACHADO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE DA UFC

Agradecimento à órgão de fomento:
Agradecemos ao CNPq pelo incentivo e apoio à pesquisa.

EMPREENDEDORISMO ÉTNICO DE IMIGRANTES VENEZUELANOS

Objetivo do estudo

A pesquisa tem como objetivo identificar os desafios, limitações e potencialidades do empreendedorismo venezuelano na fronteira entre Brasil e Venezuela.

Relevância/originalidade

O estudo amplia compreensões sobre desafios e potencialidades de empreendedores venezuelanos na fronteira, com insights sobre barreiras e oportunidades. Essa análise é crucial para entender dinâmica empreendedora única e guiar apoio estratégico, enriquecendo conhecimento sobre empreendedorismo étnico e migração, com implicações práticas.

Metodologia/abordagem

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 8 empreendedores, abrangendo 13 perguntas divididas em 4 categorias. A amostragem snowball sampling foi empregada, resultando em 4 horas e 22 minutos de gravação. Após transcrição e tradução para o português, as entrevistas foram analisadas qualitativamente.

Principais resultados

Os resultados mostram que, na idealização, empreendedores citam experiência prévia e influência familiar. Pandemia é vista como momento oportuno para empreender. Desafios legislativos e financeiros são salientados. Ademais, expressam satisfação, reconhecimento e persistência ligada a bem-estar familiar.

Contribuições teóricas/metodológicas

Esta pesquisa amplia a compreensão do empreendedorismo na principal fronteira entre Brasil e Venezuela, um campo de conhecimento ainda pouco explorado, sobretudo em estudos científicos nacionais. Isso pode suscitar novas pesquisas com foco nos imigrantes venezuelanos.

Contribuições sociais/para a gestão

A pesquisa amplia o entendimento do empreendedorismo étnico em Roraima, especialmente na origem de negócios liderados por refugiados. Isso estimula mais pesquisas sobre aspectos culturais. Essa compreensão aprimorada beneficia a gestão, impulsionando abordagens inovadoras e adaptáveis em diversos contextos culturais.

Palavras-chave: Ciclo Migratório, Etnicidade, Venezuela

ETHNIC ENTREPRENEURSHIP OF VENEZUELAN IMMIGRANTS

Study purpose

The research aims to identify the challenges, limitations, and potentialities of Venezuelan entrepreneurship at the border between Brazil and Venezuela.

Relevance / originality

The study broadens understandings of challenges and potentialities among Venezuelan entrepreneurs at the border, providing insights into barriers and opportunities. This analysis is vital to grasp unique entrepreneurial dynamics and guide strategic support, enriching knowledge on ethnic entrepreneurship and migration.

Methodology / approach

Semi-structured interviews were conducted with 8 entrepreneurs, covering 13 questions divided into 4 categories. Snowball sampling was employed, resulting in 4 hours and 22 minutes of recording. After transcription and translation into Portuguese, the interviews were analyzed qualitatively.

Main results

The results show that, in the idealization, entrepreneurs cite previous experience and family influence. Pandemic is seen as an opportune time to undertake. Legislative and financial challenges are highlighted. In addition, they express satisfaction, recognition and persistence linked to family well-being.

Theoretical / methodological contributions

This research expands the understanding of entrepreneurship on the main border between Brazil and Venezuela, a field of knowledge still little explored, especially in national scientific studies. This may give rise to new research focusing on Venezuelan immigrants.

Social / management contributions

The research expands the understanding of ethnic entrepreneurship in Roraima, especially in the origin of businesses led by refugees. This encourages more research on cultural aspects. This enhanced understanding benefits management by driving innovative and adaptable approaches across diverse cultural contexts.

Keywords: Migration Cycle, ethnicity, Venezuela

EMPREENDEDORISMO ÉTNICO DE IMIGRANTES VENEZUELANOS

1 Introdução

O fluxo migratório é um fenômeno que vem acontecendo há longos anos e tem se intensificado nas últimas décadas. Assim, os países vêm discutindo sobre suas consequências, pois essa alteração territorial causa impacto sociais e econômicos (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2020). Estudos relatam que desde início do século XX, o Brasil é reconhecido por receber imigrantes oriundos de todos os lugares mundo (Amaral, Costa, & Allgayer, 2017). Segundo dados da Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), o Brasil recebe muitos refugiados, contabilizando cerca de 61.731 pessoas até junho de 2022, todavia o número de pedidos de refúgio é muito maior. A ACNUR, divulgou que, até 2021, 89,3 milhões de pessoas em todo o mundo foram deslocadas à força, muitas deixaram suas casas e suas famílias, levando consigo somente a roupa do corpo. Entre eles estão quase 27,1 milhões de refugiados, aproximadamente metade destes tem menos de 18 anos.

As pessoas são obrigadas a buscar refúgio em outros lugares devido a problemas sociais, políticos, econômicos ou desastres naturais em seus países de origem. Segundo Fregetto (2004), fatores como discriminação, desconhecimento da cultura local e pobreza implicam na mobilidade social. Inicialmente, os imigrantes se inserem como mão de obra temporária em empregos de baixa qualificação (Waldinger, Aldrich, & Ward, 1990). No entanto, muitos imigrantes fazem o possível para alcançar seus objetivos de viver em outro país e, devido à falta de oportunidades, acabam recorrendo a suas heranças culturais e identitárias, o que leva ao surgimento de empreendimentos de imigrantes, especialmente em áreas com alta demografia migratória (Rahman, Alshawi, & Hasan, 2021; Zhou, 2004).

Com a crise econômica e social na Venezuela, cidadãos venezuelanos estão migrando para o Brasil através da fronteira no município de Pacaraima, no norte do estado de Roraima. Nos últimos anos, mais de 750 mil venezuelanos chegaram ao país, dos quais aproximadamente 350 mil permaneceram. Para lidar com esse grande fluxo de pessoas, foram estabelecidos abrigos tanto em Pacaraima quanto na capital, Boa Vista. O Governo Federal adotou medidas em resposta à migração venezuelana, como a disponibilização de casas temporárias, o processo de interiorização, a integração dos imigrantes no mercado de trabalho e o apoio àqueles que optaram por retornar ao seu país de origem.

Portanto, Roraima desempenha um papel fundamental como porta de entrada para a maioria dessas pessoas que chegam ao país, e é lá que muitos começam a empreender. As atividades empresariais surgem como uma estratégia de sobrevivência e estão ligadas aos laços de solidariedade existentes dentro dos grupos. De acordo com Akbar (2019), o empreendedorismo é uma das alternativas para os imigrantes, pois é visto como uma forma de inclusão nas sociedades receptoras e de crescimento econômico pessoal.

Gomes e Bourlegat (2020) ressaltam que o interesse pelo tema do empreendedorismo étnico e de imigrantes tem crescido, mas ainda há diversos campos a serem explorados, tanto em termos de contextos quanto de etnias. A literatura acadêmica nacional aborda principalmente as etnias asiáticas, latino-americanas, europeias e estadunidenses. Portanto, ainda existem muitos temas essenciais a serem pesquisados no campo empreendedor, que podem contribuir para o desenvolvimento dessa área. Apesar da escassez de estudos sobre o empreendedorismo étnico, acredita-se que ele possa ter uma influência significativa no crescimento das empresas abertas no Brasil, apesar da crise vivenciada nos últimos anos.

De acordo com dados da Junta Comercial do Estado de Roraima, apesar da crise provocada pela pandemia da Covid-19, houve um quase o dobro no número de empresas abertas em 2022 em comparação com o ano anterior. Além disso, com a chegada de imigrantes no

Brasil, houve um considerável aumento no número de pequenos negócios. Segundo o Ministério da Economia, Roraima registrou o maior crescimento percentual de empresas abertas em 2022. No entanto, durante a pandemia, os empreendedores enfrentaram desafios em compreender como ela afetaria seus negócios e quais medidas poderiam ser implementadas, gerando preocupações adicionais.

Com base nas discussões abordadas, esta pesquisa tem como objetivo identificar os desafios, limitações e potencialidades do empreendedorismo venezuelano na fronteira entre Brasil e Venezuela. O estudo é realizado com refugiados venezuelanos que possuem empreendimentos e residem na cidade de Boa Vista, Roraima. Ao analisar essa realidade, busca-se compreender os obstáculos enfrentados pelos empreendedores venezuelanos, assim como as oportunidades e recursos que podem impulsionar o seu sucesso empresarial. Além disso, a pesquisa visa fornecer insights e recomendações para o fortalecimento do empreendedorismo venezuelano nessa região de fronteira, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico dos refugiados e para a integração desses empreendedores na sociedade receptora.

Espera-se, portanto, que os resultados deste trabalho possam contribuir para a compreensão da dinâmica do empreendedorismo étnico em Roraima, com foco especial na criação de negócios por pessoas refugiadas. É importante ressaltar que este estudo é um dos primeiros a abordar a realidade do empreendedorismo étnico no estado de Roraima, o que pode incentivar outros estudos a explorar mais a fundo esse tema, bem como outros assuntos relacionados à cultura e estilo de vida tanto dos roraimenses quanto dos estrangeiros que vivem no estado. Essa iniciativa tem o potencial de enriquecer a compreensão sobre a diversidade empresarial e cultural em Roraima, além de destacar a importância do empreendedorismo étnico como uma força motriz para o desenvolvimento econômico e social da região.

2 Revisão da Literatura

Neste tópico, são abordados assuntos essenciais para compreender o empreendedorismo em um contexto social, geográfico e econômico específico. Os próximos tópicos discutem o empreendedorismo étnico, o impacto da pandemia nos refugiados e os desafios, limitações e potencialidades para promover o empreendedorismo entre refugiados e migrantes venezuelanos. Apesar da limitação das fontes disponíveis sobre o assunto, foram examinados estudos recentes e relevantes relacionados ao tema.

2.1 Empreendedorismo Étnico

Nos últimos anos, houve um aumento no interesse acadêmico pelo tema do empreendedorismo étnico, especialmente impulsionado por crises e conflitos como os ocorridos na Ucrânia e na África (Dabić et al., 2020). Na Ucrânia, a crise surge de questões políticas, socioeconômicas e geopolíticas em evolução (Dias & Martens, 2016), enquanto na África as crises são resultado de disputas territoriais, negligência política e necessidades humanitárias. Como resultado, muitas pessoas buscam melhores condições de vida em outros países, e ao se estabelecerem nesses países, suas raízes culturais e identidades começam a se manifestar.

De acordo com Waldinger, Aldrich e Ward (1990), o empreendedorismo étnico envolve conexões entre pessoas que compartilham experiências, seja a nível nacional ou como migrantes, permitindo a troca de culturas e mantendo vínculos com sua origem em outro país. Wessendorf e Farrer (2021) destacam que imigrantes frequentemente iniciam negócios gastronômicos, o que facilita a interação entre diferentes grupos étnicos. Embora os pratos sejam autênticos das origens dos proprietários, eles também se esforçam para adaptar seus

negócios às preferências locais, buscando fazer com que os clientes se sintam confortáveis e familiarizados com os novos produtos.

Para Borjas (2017), muitos imigrantes desejam uma vida melhor e a oportunidade de reconstruir suas vidas. Nesse sentido, a legalidade no país, o acesso a serviços básicos de saúde e assistência social são fundamentais para sua permanência e início de uma nova vida. O empreendedorismo surge como uma opção de emprego para refugiados e migrantes, devido às barreiras estruturais que dificultam outras oportunidades de trabalho (Portes & Zhou, 1992).

Assim, o empreendedorismo étnico se torna uma forma de expressão para aqueles que se deslocam para outros países, permitindo que eles desempenhem suas atividades e contribuam para o desenvolvimento econômico das cidades receptoras (Cruz & Falcão, 2017). Ao oferecerem seus serviços e produtos, esses empreendedores trazem consigo toda a sua herança cultural e personalidade, resultando no surgimento de empreendimentos étnicos (Rahman et al., 2021; Zhou, 2004). No entanto, é importante destacar que nem todo empreendedor imigrante é necessariamente um empreendedor étnico (Zhou, 2004).

No entanto, Julien (2017) argumenta que os empreendedores não dependem apenas de suas habilidades pessoais, pois em contextos em que as oportunidades de empreendimento são escassas, os empreendedores não surgirão. Eles também dependem das oportunidades e limitações oferecidas pelo ambiente em termos de recursos, sejam eles materiais ou imateriais. Portanto, é importante ressaltar que tanto os recursos do ambiente em que estão inseridos quanto a cultura empreendedora desse ambiente são essenciais para incentivar o empreendedorismo.

Estudos mostram que empreendedores étnicos tendem a manter relacionamentos com pessoas da mesma etnia, permitindo que levem sua cultura para outros lugares do mundo. De acordo com Rahman et al. (2021), manter uma carteira de clientes composta por pessoas do mesmo país de origem pode trazer inovação, além de oferecer suporte para lidar com a escassez e a falta de reconhecimento social de seus empreendimentos (Idriss, 2022). Por outro lado, há empreendedores que optam por oferecer produtos inéditos no mercado, direcionados a pessoas que ainda não conhecem esses produtos (Zhou, 2004).

Desta forma, observa-se que as estratégias de empreendedorismo dos imigrantes são diversas, abrangendo tanto o mercado étnico quanto o não étnico, dependendo das características econômicas, sociais e políticas. Aldrich e Waldinger (1990), por exemplo, destacam que os empreendedores étnicos demonstram flexibilidade em relação ao ambiente em que estão inseridos, adaptando seus negócios de acordo com as demandas do mercado local.

Diante dessa realidade, a falta de oportunidades enfrentada pelos imigrantes ao deixarem seus países de origem em busca de novas perspectivas já instiga práticas empreendedoras. No entanto, ao chegarem aos países de destino, deparam-se com barreiras culturais e frequentemente enfrentam dificuldades em obter as credenciais necessárias para iniciar um novo empreendimento étnico. De acordo com Halter (2007), devido às dificuldades em encontrar emprego, os imigrantes tendem a buscar nichos de mercado nos quais possam atuar com alguma vantagem competitiva.

No entanto, além dos desafios relacionados à língua, culinária, cultura e costumes, outros fatores imprevisíveis podem impactar diretamente os negócios, como é o caso da pandemia. Estudos demonstram que imigrantes e refugiados são mais afetados por pandemias em comparação às pessoas locais (Kabir et al., 2020). Portanto, além das dificuldades já existentes, eles também enfrentam os desafios adicionais impostos por eventos inesperados, o que requer adaptação e resiliência para manterem seus empreendimentos.

2.2 Período de pandemia para os refugiados e seus empreendimentos

A pandemia da Covid-19 afetou o mundo de maneira significativa, desestabilizando diferentes contextos em escala global. Os impactos dessa crise ainda estão sendo completamente compreendidos, mas já se evidencia sua influência em diversos aspectos da sociedade. No entanto, existem ainda poucos estudos que abordam especificamente a gestão de crises no contexto do empreendedorismo. As pesquisas mais recentes se concentram em avaliar as ações tomadas para minimizar as consequências negativas da crise pandêmica (Doern, Williams, & Vorley, 2019). É evidente que os danos causados por essa crise são significativos, tanto para a saúde humana quanto para o bem-estar econômico, o que reforça a importância de analisar e compreender as medidas adotadas para enfrentar essa situação desafiadora.

Neste cenário desafiador, os empreendedores e seus negócios foram impactados de maneira significativa, especialmente as micro e pequenas empresas, que são mais suscetíveis às flutuações do mercado e enfrentam maior fragilidade econômica, ficando expostas a diversos riscos. Conforme dados do Sebrae, cerca de 10,1 milhões de empreendimentos foram afetados negativamente pela pandemia, muitos deles precisando fechar temporariamente suas portas. Poucas empresas escaparam dos impactos causados por essa crise. Diante dessa realidade, foi necessário criar processos, produtos e serviços que se adaptassem à nova realidade de vida.

É importante mencionar que Nassif, Corrêa e Rossetto (2020) evidenciam que a capacidade de adaptação e inovação no novo mercado foram fatores essenciais que os empreendedores tiveram que desenvolver durante a pandemia. Eles enfrentaram riscos, adaptaram estratégias de atendimento ao público e inovaram seus ambientes de negócio para serem reconhecidos e continuarem ativos no mercado.

De acordo com Barbosa et al. (2020), a cadeia de suprimentos foi uma das áreas mais impactadas pela pandemia, enfrentando aumento nos custos de frete, na aquisição de produtos e na busca por fornecedores, além da instabilidade na demanda. Além das limitações de natureza econômica, as empresas também enfrentaram desafios sociais, exigindo resiliência diante do aumento dos níveis de ansiedade e estresse, uma vez que o medo se intensifica em tempos de crise (Ramírez-Ortiz et al., 2020). Segundo o Ministério da Saúde, cerca de 29,33% dos brasileiros buscaram atendimento psicológico e psiquiátrico em 2020, evidenciando que a crise desencadeou diversos efeitos na vida da sociedade, levando muitas pessoas a buscar apoio tanto para a saúde de suas empresas quanto para sua saúde pessoal.

Ademais, a crise teve efeito na vida de muitos indivíduos, através do alto número de desemprego, consequentemente, redução do poder de compra e incerteza de novas oportunidades de trabalho (Barbosa et al., 2020; Ramírez-Ortiz et al., 2020). Apesar das dificuldades e limites enfrentados pelos empresários e pela sociedade em geral, houve investimento e apoio de órgãos públicos para orientar e ajudar as empresas a se movimentarem em uma tentativa de minimizar esses e outros impactos provocados pela crise.

2.3 Desafios, limites e potencialidades para promover o empreendedorismo de refugiados e migrantes venezuelanos

De acordo com informações do ACNUR (2019), a diáspora na Venezuela tem se intensificado desde 2016, e em 2020, o número de imigrantes já ultrapassava a marca de quatro milhões. Com esse fluxo significativo de pessoas em busca de novos países para viver, alguns países receptores têm recebido muitos imigrantes. No Brasil, por exemplo, dados do Observatório das Migrações Internacionais mostram que 70% das carteiras de trabalho emitidas para refugiados foram destinadas a venezuelanos (Simões et al., 2019), demonstrando que a maioria dos migrantes vem do país vizinho.

No entanto, essa mudança na paisagem demográfica dos estados tem sido associada a um problema e uma ameaça social (Comini, Barki, & Aguiar, 2012). Os imigrantes são frequentemente vistos como uma causa de aumento do desemprego em um país com problemas sociais consideráveis. Entretanto, é importante destacar que a imigração também pode ter impactos positivos nos âmbitos econômico, social e político, sendo um elemento ativo para o desenvolvimento do país (Comini et al., 2012). Portanto, é necessário desconstruir essa visão comum que associa os fluxos migratórios a problemas sociais, a fim de construir uma perspectiva mais positiva em relação à migração.

Dentre os desafios enfrentados ao chegar a um novo país, destacam-se a escassez de recursos financeiros, a falta de oportunidades de emprego e o amparo social limitado, devido a barreiras estruturais para estrangeiros (Rahman et al., 2021; Waldinger, Aldrich & Ward, 1990). No Brasil, durante a jornada, os imigrantes também enfrentam obstáculos como a falta de transporte, alimentos e condições básicas de higiene, especialmente ao cruzarem a fronteira na cidade de Pacaraima. Essa experiência de privação e vulnerabilidade social motiva muitos refugiados e migrantes a empreenderem.

No entanto, destaca-se que nem todos os empreendimentos têm sucesso inicialmente e muitos acabam fechando suas portas. No entanto, estudos sobre empreendedorismo sugerem que o fracasso pode ser uma oportunidade de aprendizado e desenvolvimento de habilidades para futuros projetos (Cope, 2011; Politis, 2008). Essa visão do insucesso como parte do crescimento empresarial engloba fases de experimentação, tentativa e erro, que permitem a criação de estratégias para alcançar o sucesso desejado (Sarasvathy, 2001).

Dessa forma, para auxiliar os empreendedores na busca por novas habilidades, existem instituições públicas em Roraima que oferecem suporte ao desenvolvimento de micro e pequenas empresas, como a ONU Mulheres, o Projeto Nona Anonamo e o Projeto Mujeres, entre outras. Essas ações de incentivo visam desenvolver o mercado local e oferecer oportunidades para que os imigrantes possam empreender, por meio de capacitações, mentorias em negócios, orientações sobre estudo de mercado, plano de negócios e marketing de vendas.

Além disso, as oportunidades criadas para a integração social e econômica também impulsionam o empreendedorismo étnico em Roraima. Um exemplo disso foi o evento Inspira Boa Vista, promovido em 2019 pelo Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável, que contou com a participação de cerca de 80 instituições voltadas ao empreendedorismo e à educação financeira. O objetivo desse projeto foi estimular o crescimento de novos negócios.

No estado de Roraima, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma referência para a comunidade local, contribuindo para o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos por meio da oferta de cursos, oficinas, palestras e outros serviços. O SEBRAE incentiva os empreendedores a buscarem eficiência e lucratividade em seus negócios. Além disso, o apoio familiar desempenha um papel fundamental no crescimento e na sustentação dos negócios, pois muitos empreendedores contam com apoio financeiro e hospedagem. As redes de apoio entre pessoas refugiadas também são importantes para compartilhar culturas, costumes e manter um espaço social dentro de comunidades distintas.

2.4 Estudos Anteriores

Nos últimos anos, os estudos sobre imigração têm ganhado destaque devido ao impacto positivo do empreendedorismo na geração de renda e mobilidade social. A literatura internacional enfatiza exemplos como os dominicanos em Nova York e os refugiados cubanos em Miami, entre outros deslocamentos que evidenciam a importância e atualidade do tema (Portes & Zhou, 1992; Zhou, 2004).

No entanto, a literatura nacional ainda carece de estudos e textos sobre o empreendedorismo imigrante. Martes e Rodriguez (2004) ressaltam a importância de pesquisas associadas às comunidades brasileiras no exterior e aos imigrantes estrangeiros que residem no Brasil. Fialho et al. (2018) realizaram um estudo sobre empreendedorismo em tempos de crise, com o objetivo de compreender a motivação dos empreendedores na criação de seus negócios. Entrevistaram quatro empreendedores na cidade de Santa Maria/RS. Entre os principais resultados, observou-se que os motivos que levaram esses empreendedores a abrir seus negócios foram a motivação pessoal, o gosto pela inovação, o desejo de ter autonomia com um empreendimento próprio e a influência familiar. Além disso, eles acreditavam em suas habilidades empreendedoras, buscando desafios e soluções para possíveis problemas.

Gomes e Bourlegat (2020) conduziram uma análise dos conceitos de empreendedorismo, com foco no empreendedorismo de autoemprego étnico observado entre populações de imigrantes. O estudo revelou que a falta de condições de trabalho e subsistência influencia a forma como os imigrantes se adaptam, uma vez que se sentem despreparados para enfrentar o mercado de trabalho convencional, sendo necessário buscar outras alternativas, como empreender, mesmo com recursos limitados.

Por outro lado, Castro et al. (2021) realizaram uma pesquisa com o objetivo de identificar estratégias e impactos da crise da Covid-19 nos empreendimentos da cidade de Santa Maria. Os resultados destacaram os impactos pessoais e profissionais sofridos pelos empreendedores, com ênfase especial na esfera financeira. No entanto, também foram identificadas novas estratégias de divulgação de produtos e serviços, contribuindo para o crescimento profissional, adoção de novas formas de trabalho e busca por aperfeiçoamento.

Por fim, Alborno-Arias e Santafé-Rojas (2023) realizaram um estudo com o objetivo de analisar os atributos dos migrantes venezuelanos instalados em Gramalote, na Colômbia. Os resultados indicaram que a adaptação dos empreendedores ao ambiente econômico do país anfitrião é facilitada, permitindo que ganhem credibilidade e confiança da comunidade em um mercado até então desconhecido. Por meio de seus trabalhos e serviços prestados à comunidade, é possível conquistar clientes, tanto da mesma origem étnica quanto de outras.

3 Procedimento Metodológicos

Foi realizado um estudo de abordagem qualitativa, utilizando uma amostra composta por indivíduos e suas criações. De acordo com Minayo (2017), esses participantes da pesquisa devem ser considerados como atores sociais, levando em conta suas crenças, opiniões e valores. É importante destacar que a coleta de informações deve considerar que as falas dos participantes revelam condições estruturais, sistemas de valores, normas e símbolos.

Além disso, o estudo utilizou a técnica conhecida como *snowball sampling* ou amostragem em bola de neve. Conforme Baldin e Munhoz (2015), esse método de pesquisa envolve a seleção inicial de participantes pertencentes à população de interesse. Posteriormente, esses participantes indicam outros indivíduos que também se encaixam nos critérios do estudo, formando uma cadeia de indicações. Dessa forma, a equipe de pesquisa vai a campo recrutando os participantes recomendados pelos primeiros entrevistados.

A pesquisa teve início a partir de uma recomendação feita por um amigo, que indicou uma lanchonete especializada em produtos étnicos, destacando os pepitos como principal produto. Como estratégia inicial para a coleta de dados, foi realizada uma visita ao estabelecimento para experimentar os produtos oferecidos. Durante essa visita, foi possível estabelecer uma conversa com a proprietária da lanchonete e obter o consentimento dela para participar do estudo.

No total, foram entrevistados oito empreendedores, incluindo homens e mulheres, todos com formação acadêmica de nível superior ou técnico. Suas idades variaram entre 28 e 42 anos, com uma média de idade de 35 anos. As entrevistas foram gravadas por meio de um aparelho celular, com a autorização dos participantes, e durante esse processo, também foi obtido o consentimento para o uso de seus primeiros nomes. As entrevistas foram realizadas no período de 9 a 19 de maio de 2023, totalizando 4 horas e 22 minutos de gravação.

Tabela 1 - Perfil dos entrevistados

Empreendedor	Sexo	Idade	Escolaridade	Tempo de entrevista
Goretti	Feminino	42	Superior Completo	35 minutos
Karina	Feminino	38	Nível Técnico	19 minutos
Irene	Feminino	29	Superior Completo	28 minutos
Wilmerly	Masculino	31	Superior Completo	32 minutos
Miguel	Masculino	39	Superior Completo	43 minutos
Renny	Masculino	42	Nível Técnico	27 minutos
Khaterine	Feminino	28	Superior Completo	42 minutos
Greslitz	Feminino	30	Superior Completo	36 minutos

Fonte: Dados da pesquisa.

As entrevistas foram conduzidas no local de trabalho dos empreendedores, sendo realizadas na língua de preferência de cada um, seja em português ou espanhol. Após a conclusão das entrevistas, os registros foram transcritos e traduzidos utilizando ferramentas disponíveis no Word. Durante as entrevistas, ocorreram algumas pausas devido ao atendimento aos clientes e outras demandas dos entrevistados.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, que proporcionaram uma compreensão mais aprofundada das dificuldades, desafios e expectativas futuras de cada entrevistado, permitindo que suas realidades como refugiados e migrantes fossem devidamente exploradas. Na Tabela 2, apresentam-se as perguntas adotadas no questionário, que abordaram tópicos como a concepção dos empreendimentos, as dificuldades enfrentadas, o desenvolvimento ao longo do tempo e as perspectivas futuras.

Tabela 2 - Categorias de análise, unidades de contexto, perguntas e fontes

Categorias de Análise	Unidades de Contexto	Perguntas	Fontes
Idealização	Empresa	Como surgiu a vontade de ser empreendedor?	Lopes Filho, Paiva e Lima (2019)
		Você possui outras pessoas na família que tenham criados projetos empreendedores? Sente que isso influenciou de alguma forma a sua vontade de prosseguir com um projeto próprio?	
		Sempre teve expectativas de ter o seu próprio empreendimento? Foi algo planejado?	
Dificuldades	Pandemia	Como seu empreendimento foi afetado pela crise financeira da COVID-19?	Melo et al. (2023)
		Houve influência nos preços dos serviços prestados pela empresa, em razão da pandemia?	
Desenvolvimento	Desafios	Quais as maiores dificuldades encontradas, os momentos mais difíceis na fase inicial do empreendimento, momentos em que tudo poderia acabar?	Gaio, Botelho e Dalcol (2007) Lopes Filho, Paiva e Lima (2019)

		Estava preparado para enfrentar essas dificuldades? Caso não, e se hoje soubesse que iria enfrentar essas dificuldades, avançaria com o projeto da mesma forma?	
	Limites	Você considera que dispunha de todos os contatos (rede de relacionamento) e de reconhecimento necessários para lançar a empresa sozinho?	Gaio, Botelho e Dalcol (2007)
	Potencialidades	Sente que o fato de ter a sua própria empresa lhe confere um reconhecimento que não teria anteriormente? Esta também foi uma motivação para criar este projeto? E hoje em dia serve como fator motivador?	Lopes Filho, Paiva e Lima (2019)
		Buscou apoio de instituições que podiam ajudar no crescimento do negócio?	Leite (2000)
		Identifica-se e mantém relacionamento com coétnicos, define estratégias de negócios voltadas para público da mesma etnia?	Silva Diniz, Guimarães e Fernandes (2019)
Perspectivas futuras	Persistência	As motivações que teve para criar o seu projeto são as mesmas hoje em dia ou se alteraram?	Silva Diniz, Guimarães e Fernandes (2019)
		Sente-se uma pessoa bem-sucedida?	

Fonte: Elaborada pelos autores.

4 Análise e Discussão dos Resultados

Esta seção está estruturada com base nas categorias de análise da pesquisa: idealização, dificuldades, desenvolvimento e perspectivas futuras. Na subseção idealização, são analisadas as motivações que levaram ao início dos empreendimentos. Na subseção dificuldades, são examinados os principais desafios enfrentados pelos empreendimentos, com destaque para as dificuldades relacionadas à pandemia. No item desenvolvimento, são identificados os desafios, limitações e potencialidades enfrentados pelos empreendimentos étnicos ao longo do tempo. Por fim, na subseção perspectivas futuras, são observados os fatores que contribuem para a persistência e crescimento dos negócios.

4.1 Idealização

Essa categoria de análise abrange as motivações para iniciar o empreendimento, considerando o histórico familiar e as expectativas de abrir o próprio negócio. A maioria dos entrevistados relatou ter experiência prévia em empreender, o que os levou a chegar ao Brasil e iniciar seus próprios negócios devido à falta de oportunidades de trabalho no mercado local. Quatro dos entrevistados já haviam empreendido na Venezuela, enquanto outros quatro estão empreendendo pela primeira vez no Brasil. Alguns depoimentos exemplificam essa situação: "Nós éramos empreendedores na Venezuela, então é o que sabemos fazer realmente, sempre foi nossa forma de trabalho" (Goretti). Outro entrevistado relata: "Na Venezuela, quando eu estava me formando, tinha um empreendimento" (Ireni). Portanto, para muitos refugiados, manter sua atividade empreendedora em um território desconhecido foi uma das poucas alternativas encontradas (Cruz & Falcão, 2017).

Em relação à influência familiar, constatou-se que em cinco casos a família exerceu forte influência na decisão do entrevistado de abrir o próprio negócio. Por exemplo: "Toda

minha família trabalha por conta própria. Eu sempre vi a opção de empreender, ser dona do meu próprio negócio, e minha mãe sempre nos incentivou a sermos nossos próprios chefes" (Gresliz). A cultura também desempenhou um papel determinante, aliado ao incentivo familiar: "Minha família tem uma doceria na Venezuela e todos gostam de empreender. E sim, isso influenciou, minha família é uma mistura de italianos com árabes, eles já têm essa cultura de cozinhar e criar seu próprio negócio" (Renny). Em um caso específico, o entrevistado influenciou a tia a abrir um negócio no Brasil: "Eu comecei a empreender primeiro e minha tia se motivou através de mim" (Miguel).

Esses resultados são semelhantes aos de Fialho et al. (2018), que afirmam que a presença de familiares empreendedores adiciona motivação inicial ao empreendedorismo. Dos oito entrevistados, seis afirmaram ter o plano de abrir um negócio, revelando o desejo de continuar seguindo o que faziam na Venezuela, enquanto outros já vieram sabendo que iriam empreender. A partir desses relatos, percebe-se a vontade de ser empreendedor: "Na verdade, foi algo planejado sim, sempre quisemos ter algo próprio para sair do emprego que tínhamos" (Gresliz).

Alguns mencionaram que sempre tiveram o plano de empreender na Venezuela, mas que os planos mudaram ao longo do caminho: "Tudo estava planejado na Venezuela, eu queria abrir uma loja, mas nunca pensei em vir para o Brasil" (Miguel). "Antes de todos nós virmos para cá, meu irmão já tinha vindo primeiro, ele sempre gostou da cidade e sempre falava que um dia viria morar aqui, mas sem imaginar que na Venezuela aconteceria o que está acontecendo" (Karina). Segundo Krueger, Reilly e Carsrud (2000), pessoas que migram com a intenção de empreender precisam de mais tempo para planejar e executar suas estratégias de negócio, aumentando assim a probabilidade de sucesso.

4.2 Dificuldades

A segunda categoria de análise, de acordo com o objetivo do estudo, abordou as dificuldades enfrentadas durante a crise pandêmica que afetou todo o mundo. A maioria dos entrevistados afirmou não ter sofrido com a crise e, na verdade, considerou o período como um dos melhores anos financeiramente, contribuindo para o crescimento e o reconhecimento de suas empresas no mercado. Alguns adotaram estratégias para aumentar as vendas e atrair mais clientes: "Meu melhor ano foi o ano da Covid. Todas as minhas estratégias foram muito boas, depois da Covid as coisas ficaram mais difíceis" (Miguel). Alguns empreendedores implementaram estratégias de venda, como o serviço de entrega, por exemplo: "Foi muito bom porque durante a Covid tudo que era bom e tudo que estava no delivery era muito solicitado, aproveitamos muito isso..." (Gresliz). Algumas empresas enfrentaram dificuldades durante a pandemia, como no caso da empresa de Renny: "Tive que fechar as portas durante esse período, meu telefone quebrou, então não pude nem atender pedidos de entrega, fiquei sem trabalhar. Minha esposa vendia máscaras, então isso nos ajudou". Essa situação está em linha com o que Gomes e Bourlegat (2020) abordaram, mostrando que alguns setores enfrentaram desafios devido à COVID-19, mas nem todas as empresas foram afetadas financeiramente.

Segundo Siddiquei e Khan (2020), muitos empreendimentos foram afetados pela pandemia, resultando em alterações nos preços de seus produtos devido aos impactos negativos na produção, na cadeia de suprimentos e na economia global. No entanto, quando questionados sobre essa questão, os entrevistados relataram que durante a pandemia os preços se mantiveram estáveis, mas que após a pandemia não houve mais estabilidade nos preços. Um dos entrevistados expressou essa perspectiva da seguinte maneira: "Muitos preços mudaram e houve escassez de muitos produtos, e isso ainda está acontecendo. Eu acredito que depois da pandemia não há mais estabilidade nos preços" (Goretti). Além da pandemia, outro fator mencionado em relação às mudanças de preços foi a inflação: "Nossos preços não mudaram

por causa da pandemia. As mudanças nos preços estão relacionadas à inflação nos custos de matéria-prima (...), mas acredito que isso não ocorreu apenas por causa da pandemia" (Gresliz).

4.3 Desafios

A terceira categoria de análise abordou os aspectos que podem representar desafios, limitações ou potencialidades para o desenvolvimento de um empreendimento étnico. Ao serem questionados sobre as dificuldades enfrentadas na fase inicial do negócio, as respostas foram bastante diversas. Por exemplo: "Uma das partes mais difíceis foi lidar com as contratações e aprender sobre as leis, controles contábeis e questões governamentais aqui no Brasil" (Goretti). Além das questões legais, houve também o desafio de familiarizar os brasileiros com os produtos venezuelanos: "Foi um pouco difícil porque os brasileiros não estavam familiarizados com nossos produtos, mas eles foram se acostumando, experimentando e passaram a apreciar" (Karina). A questão financeira também teve influência nessa etapa inicial: "Não tínhamos dinheiro suficiente para iniciar o negócio e tivemos que crescer juntamente com ele, investindo parte dos nossos salários" (Gresliz). Diante disso, Masurel, Nijkamp e Vindigni (2004) sugerem que os imigrantes, diante das dificuldades enfrentadas no país de destino, adotam certos comportamentos, como dedicação ao trabalho, senso de pertencimento, aceitação de riscos e respeito aos seus valores. Para Fregetto (2004), esses comportamentos representam um recurso étnico que capacita os imigrantes a desenvolverem habilidades empreendedoras.

Apesar de todos terem enfrentado várias dificuldades ao longo de suas jornadas como empreendedores, alguns relataram que não estavam preparados para lidar com elas, corroborando os resultados encontrados por Gomes e Bourlegat (2020). No entanto, todos concordaram que, mesmo diante dos desafios, seguiriam adiante com seus projetos da mesma maneira. Em algumas passagens, podemos observar que alguns entrevistados fariam escolhas diferentes, mas continuariam empreendendo: "Quando chegamos aqui, não sabíamos muito sobre como vender e o nosso departamento de marketing foi um dos aspectos mais difíceis para nós. No entanto, seguiria em frente sim, mas faria algumas coisas de forma diferente" (Goretti).

Por outro lado, há aqueles que estavam preparados para enfrentar as dificuldades: "Mentalmente, eu não estava preparada, pois a separação da minha família me afetou muito. Mas em relação ao trabalho, eu estava preparada, pois na Venezuela também não era fácil" (Ireni). Diante das dificuldades que já havia enfrentado em seu país de origem, recomeçar e enfrentar novos desafios não seria um problema: "Sim, eu estava preparada, porque quando saí da Venezuela, já sabia que não seria fácil. Então, eu vim ciente de que poderia ganhar ou perder, e decidi arriscar minha sorte" (Renny). Segundo Jones e McEvoy (1986), as dificuldades enfrentadas inicialmente pelos imigrantes trazem à tona a identidade cultural de cada um, conferindo vantagens que sua própria cultura pode oferecer em um novo contexto.

4.4 Limites

Ao serem questionados sobre a existência de uma rede de contatos e reconhecimento necessária para lançar a empresa no mercado, todos os entrevistados relataram que não possuíam relacionamentos prévios antes de abrir seus empreendimentos. "Começamos do zero e, ao longo do tempo, fomos crescendo e construindo nossa rede de contatos" (Goretti). Alguns entrevistados mencionaram que, ao chegarem ao Brasil, foram buscando informações e, somente após estabelecerem seus negócios, começaram a conquistar contatos e conexões: "Não conhecia ninguém, eram pessoas conhecidas, mas não amigos. Depois que cheguei aqui, conheci outras pessoas e todos se ajudam. Minha rede de relacionamentos foi sendo formada cerca de dois anos após minha chegada" (Irene).

Dessa forma, a falta de relacionamentos prévios antes de se tornarem empreendedores difere do conceito teórico do empreendedorismo, que enfatiza a importância de se inserir em uma rede de relações, contatos e participação em organizações. Nesse contexto, o empreendedorismo pode ser limitado ou facilitado por meio de conexões que oferecem oportunidades e recursos (Klyver, Hindle & Meyer, 2008).

4.5 Potencialidades

Todos os entrevistados demonstraram satisfação ao abordar o tema do reconhecimento. Eles percebem essa valorização como uma motivação para iniciar e manter seus projetos empreendedores. Em todas as passagens das entrevistas, é possível notar esse sentimento de contentamento. Por exemplo, Goretti afirma: "Eu sinto que aqui somos reconhecidos como empresários, nunca sofri xenofobia (...) isso me motiva, porque os brasileiros acolhem os venezuelanos de braços abertos". Esse reconhecimento também é mencionado por Wilmary: "As pessoas já estão me reconhecendo como empresário, então isso gera um sentimento de reconhecimento, pois algo que começou pequeno agora cresceu e está melhorando".

Além do reconhecimento por parte dos clientes e da população em geral, alguns entrevistados mencionaram que jornais, revistas e Organizações Não Governamentais (ONGs) convidaram-nos para participar de eventos: "Eu me sinto muito reconhecido, minha loja foi convidada para participar de um filme com crianças imigrantes e sou convidado para várias entrevistas..." (Miguel). Resultados semelhantes foram observados no estudo de Alborno-Arias e Santafé-Rojas (2023) com imigrantes colombianos, destacando que o reconhecimento é um fator determinante para motivar o empreendedor, pois ele busca essa aceitação para obter status e aprovação para seu negócio.

Quanto ao apoio de instituições públicas, a maioria dos entrevistados relatou ter utilizado esses recursos, embora alguns tenham buscado apoio somente após iniciar seus empreendimentos, seja por falta de conhecimento sobre os serviços disponíveis ou por hábito de resolver as coisas por conta própria. Por exemplo, Miguel menciona: "Foi só depois de um ano que eu já tinha minha empresa que fiquei sabendo sobre o SEBRAE. Eu costumava ser fechado para essas coisas e não buscava informações, sempre tentava resolver os problemas por conta própria. Mas depois comecei a participar de várias palestras do SEBRAE e de ONGs sobre empreendedorismo". Em outro caso, após algum tempo, eles procuraram consultoria e cursos na área de atuação: "Nós buscamos o SEBRAE no início e estamos usando novamente agora. Em 2021, o SEBRAE nos ofereceu um curso sobre manipulação de alimentos, e agora vamos ter uma assessoria interna mais abrangente, que começará em maio" (Goretti).

Ao serem questionados sobre o relacionamento com pessoas da mesma etnia e se possuíam estratégias de vendas voltadas para esse grupo específico, alguns entrevistados mencionaram que só produzem alimentos étnicos, enquanto outros atendem a todos os públicos. Por exemplo, Goretti afirma: "Agora nosso público é principalmente venezuelano, e inclusive ampliamos nosso cardápio com produtos típicos da Venezuela". Por outro lado, Miguel menciona como estratégia para atrair clientes: "A maioria do meu público é brasileiro, mas quando abri minha loja, coloquei na fachada 'arepas e pastéis', porque os venezuelanos consomem muita arepa (...) e percebi que os brasileiros gostam de pastel, então tentei atrair esse público com a minha fachada". Esses relatos estão em consonância com os estudos de Rahman et al. (2021), que afirmam que empreendedores étnicos preferem manter relacionamentos com grupos étnicos semelhantes. No entanto, em alguns casos, eles também buscam se destacar oferecendo produtos diferenciados para atender ao público local (Zhou, 2004).

4.6 Persistência

A respeito das motivações para continuar empreendendo, foi perceptível nas entrevistas o desejo de buscar o bem-estar da família como um dos principais fatores. Karina afirma: "Minha motivação sempre foi seguir em frente com minha família. Hoje, todos nós trabalhamos juntos, e isso me motiva a continuar." Outro entrevistado relata: "Ajudar minha família, garantir o nosso bem-estar e ajudar os outros. A cada ano, esse desejo se fortalece ainda mais." Portanto, fica evidente que os laços familiares servem como um apoio e uma motivação para continuar empreendendo (Sennett, 2012).

Além disso, outros entrevistados mencionaram que a ideia inicial era algo mais simples, mas agora têm planos de expandir o negócio. Goretti afirma: "Inicialmente, nosso objetivo era ter uma fonte de renda para sustentar nossa família, mas agora temos uma visão mais ampla. Queremos melhorar nossa empresa, padronizar nossos produtos e serviços, e se tudo correr bem, começaremos a abrir novos restaurantes." Essa perspectiva é compartilhada por Gresliz, que menciona que, no início, acreditava que seria algo mais simples, mas à medida que as metas mudaram, eles tiveram que assumir mais responsabilidades. Volery (2007) destaca que o sucesso nos empreendimentos depende dos recursos étnicos, da aceitação social e das relações estabelecidas ao longo do tempo.

Muitos empreendedores expressaram gratidão ao Brasil por terem sido acolhidos em suas trajetórias empreendedoras e sentirem-se abençoados e bem-sucedidos. Além disso, estabeleceram laços e melhoraram suas condições de vida, fortalecendo o sentimento de pertencimento e o sucesso de suas empresas. Outros enfatizaram as conquistas alcançadas no Brasil em comparação às dificuldades enfrentadas em seus países de origem devido a políticas desfavoráveis. Esses resultados estão em consonância com o estudo de Castro et al. (2020) sobre imigrantes no Rio Grande do Sul, sugerindo que esse sentimento vai além das características culturais da região.

A Figura 1 resume os principais resultados da pesquisa.

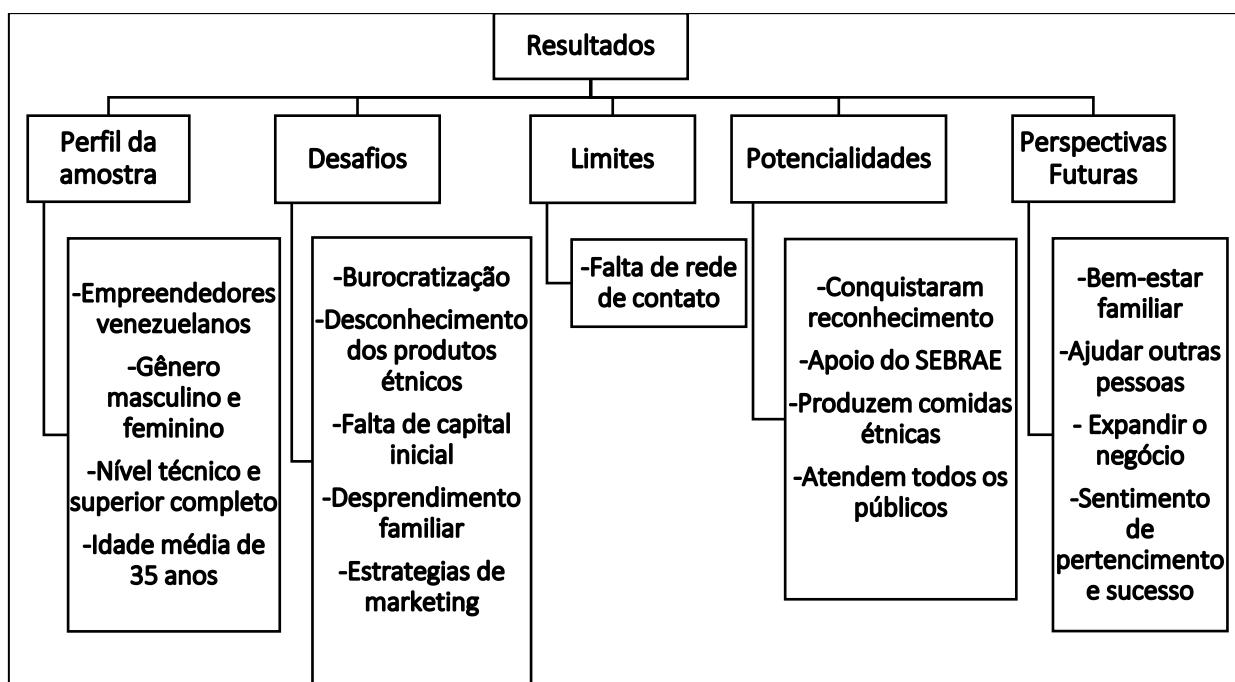


Figura 1. Síntese dos resultados da pesquisa

Fonte: Elaboração própria.

5 Conclusões

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os desafios, limitações e potencialidades do empreendedorismo venezuelano na fronteira entre Brasil e Venezuela, incluindo as implicações da pandemia nos empreendimentos étnicos. Foram entrevistados oito imigrantes com negócios em Boa Vista-RR. Os resultados foram analisados em seis categorias: idealização, dificuldades, desafios, limites, potencialidades e persistência.

O empreendedorismo étnico protagonizado por refugiados em Boa Vista oferece uma diversidade cultural e costumes autênticos da Venezuela, contribuindo para o crescimento do mercado local. A busca por novas oportunidades resultou na formação de uma sociedade multicultural, composta por diferentes etnias em virtude do processo migratório. Dessa forma, a experiência dos empreendedores estrangeiros em Roraima envolve vários elementos, como a falta de emprego formal, experiência prévia e influência familiar, entre outros.

Dessa forma, seis empreendedores destacaram a importância da experiência adquirida na Venezuela, fortalecendo sua abordagem empreendedora. A família é um dos principais motivos que os impulsionam a continuar no projeto, fornecendo novas perspectivas. Nesse contexto, o estudo revela que ter trabalhado em outras áreas não foi um obstáculo para empreender no Brasil, demonstrando uma visão estratégica das oportunidades de mercado, com a família como principal fonte de motivação.

Quanto à crise da Covid-19, embora tenha sido um desafio global, esses empreendedores enxergaram um momento de crescimento para seus negócios, alcançando um público maior e expandindo financeiramente. No entanto, eles afirmam que a pandemia não foi o fator que impulsionou o aumento dos preços dos insumos, pois esse aumento ocorreu apenas após a crise. Além disso, as dificuldades foram encaradas como parte do processo empreendedor, já que os desafios sempre existirão, seja no Brasil ou na Venezuela. Todos os entrevistados demonstraram disposição para enfrentar riscos e uma forte convicção em continuar com seus projetos, mesmo diante de obstáculos. Portanto, esses aspectos, caracterizados como dificuldades e desafios, não foram fatores que influenciaram negativamente seus negócios, mas impulsionaram o crescimento e a visão empreendedora.

Portanto, a expansão dos negócios trouxe a necessidade de estabelecer redes de contatos, mesmo que tenham sido desenvolvidas após o início do projeto. Essas redes foram fundamentais para aumentar a visibilidade dos produtos. Além disso, o reconhecimento recebido pelos empreendedores impulsionou melhorias em seus negócios, atraindo novos públicos e abrindo novas oportunidades. Nesse sentido, a busca por conhecimento se tornou mais precisa, com o apoio do SEBRAE, que se tornou uma referência para os empreendedores em Roraima. É importante destacar que a maioria dos empreendedores não direciona seus produtos exclusivamente para o mesmo grupo étnico, atendendo a todos sem distinção. Esses fatores não limitaram suas ações empreendedoras, mas contribuíram para seu sucesso.

Portanto, é evidente que os empreendedores étnicos enfrentam diversos desafios, mas, diante das dificuldades e limitações encontradas, muitos deles conseguem criar empreendimentos inovadores que ganham destaque no mercado local, utilizando elementos culturais para impulsionar seus negócios. Assim, apesar das adversidades enfrentadas, seja relacionada com as condições financeiras, relações familiares, redes de contatos ou contexto social, todos os empreendedores utilizaram todos os recursos disponíveis para alcançar seus objetivos.

Assim, a partir deste estudo, é possível observar que existem várias influências que podem afetar a condição dos imigrantes em um país estrangeiro, porém esses fatores podem variar dependendo do local em que se encontram. Essas mudanças podem ser parcialmente explicadas pelas políticas de imigração, influência ambiental ou o ambiente institucional do

país receptor, conforme demonstrado por estudos realizados nos Estados Unidos e Austrália (Cruz et al., 2020). Portanto, os resultados desta pesquisa fornecem uma visão mais abrangente das mudanças e desafios que os imigrantes podem enfrentar em outro país, permitindo que eles se preparem antecipadamente para novos desafios.

Por fim, durante o desenvolvimento deste estudo, observou-se que nenhum dos entrevistados pretende retornar à Venezuela para residir, pois encontraram oportunidades e conquistaram um espaço no Brasil que, em sua visão, não teriam alcançado se tivessem permanecido em seu país de origem. Além disso, foi constatado que a maioria dos empreendimentos étnicos em Boa Vista está no ramo alimentício, o que motivou a investigação dessas informações. Dessa forma, surgem como questões para futuras pesquisas a compreensão da integração do empreendedor étnico no mercado, bem como os fatores que motivam sua permanência na localidade e a escolha do setor de atuação.

Referências

- Akbar, M. (2019). Examining the factors that affect the employment status of racialised immigrants: a study of Bangladeshi immigrants in Toronto, Canada. *South Asian Diaspora*, 11(1), 67-87.
- Albornoz-Arias, N., & Santafé-Rojas, A. K. (2023). Atributos empreendedores em migrantes venezuelanos que se estabeleceram na Colômbia. *Revista de Administração de Empresas*, 63, e2021-0297.
- Aldrich, H. E., & Waldinger, R. (1990). Migrantity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135.
- Amaral, A. P. M., Costa, L. R., & Allgayer, C. B. A. (2017). O brasileiro como estrangeiro: A política migratória brasileira para emigrantes. *Cadernos de Direito*, 17(33), 257-285.
- Baldin, N., & Munhoz, E. (2015). Snowball (Bola de Neve): Uma técnica metodológica para pesquisa em Educação Ambiental Comunitária”. *X Educere E I. Bersani, Ana Elisa*.
- Barbosa, L. A., Tonhati, T. M. P., Herrera, M. U., & da Silva, L. C. (2020). Desafios, limites e potencialidades do empreendedorismo de refugiados, solicitantes de refúgio e imigrantes venezuelanos no Brasil. *Anais*, 1-9.
- Borjas, G. (2017). The immigration debate we need. *The New York Times*. Retrieved from. Recuperado em 20 maio, 2023, de: <https://www.nytimes.com/2017/02/27/opinion/the-immigrationdebate-we-need.html>
- Brasil. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) Brasil. Ministério do Desenvolvimento Regional. Imigração Venezuela-Roraima: evolução, impactos e perspectivas (2021). *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea)*. Recuperado em 04 junho, 2023.
- Castro, B. L. G., Pontelli, G. E., Nunes, A. F. P., Kneipp, J. M., & Costa, V. M. F. (2021). Emprendimiento y coronavirus: impactos, estrategias y oportunidades frente a la crisis global. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 49-60.
- Comini, G., Barki, E., & Aguiar, L. T. de. (2012). A three-pronged approach to social business: a Brazilian multi-case analysis social businesses. *Revista de Administração*, 47(3), 385-397.
- Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 604-623.
- Cruz, E. P., & Falcão, R. P. Q. (2017). Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. *Internext*, 11(3), 78-94.

- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., Barbosa, Y. O. F., & Paula, F. de O. (2020). Analysis of prescribing variables of entrepreneurial intention of brazilian immigrants in Portugal. *Revista de Administração Contemporânea*, 24(4), 349-368.
- Dabić, M., Vlačić, B., Paul, J., Dana, L. P., Sahasranamam, S., & Glinka, B. (2020). Immigrant entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Business Research*, 113, 25-38.
- Dias, T. R. F. V., & Martens, C. D. P. (2016). Competências e aprendizagem empreendedora no contexto de insucesso empresarial: proposição de um modelo conceitual. *Desenvolvimento em Questão*, 14(33), 172-202.
- Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5-6), 400-412.
- Fialho, C. B., Wagner, L. C., Nunes, A. D. F. P., & Gai, M. J. P. (2018). Motivação para empreender em cenário de crise econômica: um estudo com novos empreendedores. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 3(1), 148-175
- Fregetto, E. (2004). Immigrant and ethnic entrepreneurship: a US perspective. *Entrepreneurship: The way ahead*, 253-268.
- Gaio, A. P. C., Botelho, A. J. J., & Dalcol, P. R. T. (2017). Encontrando o Empreendedor: diálogo sobre a transição da invenção à inovação.
- Gomes, L. A. S., & Bourlegat, C. A. L. (2020). Empreendedorismo étnico e de autoemprego em um olhar para as comunidades de imigrantes. *Interações (Campo Grande)*, 21, 317-330.
- Halter, M. (2007). Cultura econômica do empreendimento étnico: caminhos da imigração ao empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, 47, 116-123.
- Idriss, S. (2022). The ethnicised hustle: Narratives of enterprise and postfeminism among young migrant women. *European Journal of Cultural Studies*, 25(3),
- Jones, T., & McEvoy, D. (1986). Ethnic enterprise: the popular image. *The survival of the small firm*, 1, 197-219.
- Julien, P. A. (2017). Empreendedorismo regional e economia do conhecimento. *Saraiva Educação SA*.
- Kabir, M., Afzal, M. S., Khan, A., & Ahmed, H. (2020). COVID-19 pandemic and economic cost; impact on forcibly displaced people. *Travel medicine and infectious disease*, 35, 101661.
- Klyver, K., Hindle, K., & Meyer, D. (2008). Influence of social network structure on entrepreneurship participation—A study of 20 national cultures. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 331-347.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Entrepreneurial intentions: A competing models approach. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432.
- Leite, E. O. (2000). Fenômeno do Empreendedorismo, *Criando Riquezas*. 2ª. Edição. Bagaço, Recife.
- Lopes Filho, R. F., Paiva, L. E. B., & de Lima, T. C. B. (2019). Motivações e Perspectivas Futuras de Empreendedores de Startups. *Base Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS*, 16(4), 489-522.
- Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2004). Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. *Revista de Administração Contemporânea*, 8, 117-140.
- Masurel, E., Nijkamp, P., & Vindigni, G. (2004). Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach. *Entrepreneurship & regional development*, 16(1), 77-86.

- Melo, J. V. M., da Costa Filho, F. C., Araujo, R. D. A., & Paiva, L. E. B. (2023). Contabilidade Gerencial: Análise das práticas e benefícios para empresas hoteleiras da Serra do Tepequém. *Revista eletrônica Ciências da Administração e Turismo*, 11(1).
- Minayo, M. C. S. (2017). Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. *Revista pesquisa qualitativa*, 5(7), 1-12.
- Monitor, G. E. (2018). Empreendedorismo no Brasil Curitiba: IBQP, 2011.
- Nassif, V. M. J., Corrêa, V. S., & Rossetto, D. E. (2020). Estão os empreendedores e as pequenas empresas preparadas para as adversidades contextuais? Uma reflexão à luz da pandemia do COVID-19. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 9(2), 1-12.
- Politis, D. (2008) Does prior start-up experience matter for entrepreneurs' learning? A comparison between novice and habitual entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 472-489.
- Portes, A., & Zhou, M. (1992). Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and racial studies*, 15(4), 491-522.
- Rahman, M. M., Alshawi, A. A. H., & Hasan, M. (2021). Entrepreneurship in ethnic enterprises: The making of new immigrant businesses in New York. *Sustainability*, 13(20), 11183.
- Ramírez-Ortiz, J., Castro-Quintero, D., Lerma-Córdoba, C., Yela-Ceballos, F., & Escobar-Córdoba, F. (2020). Mental health consequences of the COVID-19 pandemic associated with social isolation. *Colombian Journal of Anesthesiology*, 48(4).
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243-263.
- Sennett, R. (2012). *A corrosão do caráter: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Bestbolso.
- Siddiquei, M. I. & Khan, W. (2020). Economic implications of coronavirus. *Journal of Public Affairs*, 10(1002), 1-3.
- Silva Diniz, G. C., Guimarães, L. O., & Fernandes, D. M. (2019). Empreendedorismo imigrante e étnico: o papel das redes sociais no processo empreendedor de um imigrante sírio no Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)*, 14(2), 161-174.
- Simões, A., Cavalcanti, L., Pereda, L., Oliveira, T., & Macedo, M. (2019). Movimentação do trabalhador migrante no mercado de trabalho formal. *Imigração e Refúgio no Brasil, Relatório Anual 2019.*, 50-72.
- Volery, T. (2007). Ethnic entrepreneurship: a theoretical framework. *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship*, 1, 30-41.
- Waldinger, R., Aldrich, H., & Ward, R. (1990). [BOOK REVIEW] Ethnic entrepreneurs, immigrant business in industrial societies. *Ethnic and Racial Studies*, 13, 439-441.
- Wessendorf, S., & Farrer, J. (2021). Commonplace and out-of-place diversities in London and Tokyo: migrant-run eateries as intercultural third places. *Comparative Migration Studies*, 9(1), 1-17.
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements 1. *International migration review*, 38(3), 1040-1074.