



Talvez você tenha encontrado este artigo no Google e, nesse caso, você deve agradecer a um imigrante, Sergey Brin, cofundador do mecanismo de busca. Ou talvez alguém lhe tenha enviado o link no [WhatsApp](#) - uma empresa criada por outro imigrante, Jan Koum. Talvez você esteja lendo em um laptop equipado com processador Intel; nesse caso, você pode agradecer a outro imigrante, Andrew Grove. Ou possivelmente está no seu iPhone, caso em que o crédito é devido a Steve Jobs, cujo pai emigrou da Síria para os Estados Unidos.

Os exemplos das contribuições que os imigrantes de primeira e segunda geração deram ao mundo são inúmeros. Mas o que é realmente interessante, para além das histórias de sucesso individuais que chegam às manchetes, são as estatísticas que mostram que os imigrantes geralmente não só têm mais probabilidades de serem empreendedores, mas também mais probabilidades de serem bem sucedidos e de construírem uma empresa que dure em comparação com os seus pares nativos.

Considere estas estatísticas do último relatório do Conselho Americano de Imigração: Embora apenas cerca de 28% dos americanos sejam imigrantes de primeira ou segunda geração, 46% das empresas da Fortune 500 foram fundadas por imigrantes ou pelos seus filhos. Em 2023, essas empresas geraram receitas de mais de 8,6 bilhões de dólares, mais do que o PIB de todos os países, exceto os EUA e a [China](#). E quatro em cada cinco startups de mil milhões de dólares têm fundadores ou executivos importantes que nasceram no estrangeiro ou têm [país](#) imigrantes.

Como ex-criança refugiada e imigrante por três vezes, considero estas estatísticas inspiradoras e desafiadoras. Porque é que os imigrantes são tão hábeis na construção de negócios duradouros?



A maior parte da investigação centra-se naquilo que falta aos imigrantes – como recursos ou ligações locais – que os empurra para o empreendedorismo. Mas eu queria explorar o que os imigrantes *trazer* isso os torna tão bem-sucedidos.

Para encontrar respostas, estudei os principais empreendedores imigrantes de todos os setores, do chá ao tecnológico. Embora a experiência dos imigrantes seja incrivelmente diversificada, descobri temas recorrentes nas suas histórias. Aqui estão três lições fundamentais – enraizadas no passado, presente e futuro – que todos podemos aprender com estes empreendedores extraordinários.

O que você vai ler:



- [Inspirando-se no passado](#)
- [Agindo no presente](#)
- [Mudando o futuro](#)

Inspirando-se no passado

Os relatos da experiência dos imigrantes centram-se frequentemente nas crises de identidade criadas pela vivência em diferentes culturas. Mas a minha investigação mostra que os empreendedores imigrantes transformam essa crise aparente numa crise positiva, aproveitando a riqueza das suas experiências passadas para criar negócios de sucesso que estabelecem pontes entre culturas. A profunda familiaridade com outra cultura ajuda os imigrantes a identificar oportunidades extremamente lucrativas que outros simplesmente não conseguem ver, e a capacidade de construir pontes interculturais torna-se um dos seus superpoderes empresariais.

Por exemplo, Hamdi Ulukaya cresceu numa comunidade nómada de pastores curdos numa parte remota do nordeste da Turquia. Depois de emigrar para Nova York, Ulukaya ficou surpreso ao descobrir que não conseguia iogurte com a qualidade de que gostava em seu país. Aproveitando o conhecimento de sua infância na Turquia, Ulukaya criou a Chobani em 2005. A empresa agora fatura mais de US\$ 2 bilhões todos os anos.

A posição ortodoxa sobre o empreendedorismo é que os novos empreendedores devem olhar para o mundo exterior para identificar uma lacuna no mercado que possam preencher com lucro. Mas muitos empreendedores imigrantes começam olhando para dentro, aproveitando suas identidades multiculturais complexas para criar um negócio que realmente seja importante para eles.

“Os empreendedores precisam primeiro seguir o seu coração, a sua visão e a sua paixão e depois ver o que está lá fora, e não o contrário”, diz Reem Hassani, uma iraquiana-



americana que foi cofundadora da Numi Organic Tea, a maior empresa de comércio justo do mundo. empresa de chá em sua abordagem para iniciar um negócio.

Outro exemplo é Jan Koum. Crescendo na União Soviética durante os anos finais do comunismo, Jan sentiu o medo generalizado de ser monitorado durante conversas telefônicas. Depois de se mudar para os EUA no início da década de 1990, ele enfrentou novos desafios, incluindo o alto custo das ligações para casa e o barulho avassalador da publicidade constante na cultura americana.

Jan baseou-se nessas diversas experiências de duas culturas diferentes - o medo do monitoramento, o custo das ligações e o incômodo da publicidade - para criar um negócio que oferecesse uma forma de comunicação totalmente criptografada, de uso gratuito e livre de anúncios. : WhatsApp.

Você não precisa ser um imigrante para aprender com essas abordagens de construção de negócios. Qualquer pessoa pode olhar para dentro e identificar a paixão pessoal que pode transformar num empreendimento lucrativo. E a ponte intercultural também não exige imigração. Qualquer pessoa pode aprender profundamente sobre outra cultura através de viagens e aproveitando oportunidades para viver e trabalhar internacionalmente.

Essa exposição também pode ajudá-lo a identificar tendências em outras partes do mundo que estão prontas para exportação para novos mercados, uma habilidade que o empresário imigrante Hernan Lopez, fundador da rede de podcast Wondery, chama de “ler hoje o jornal de amanhã”.

Agindo no presente

Olhar para dentro, construir pontes interculturais e ler hoje o jornal de amanhã ajudam os empreendedores a identificar oportunidades. Mas como transformar uma grande ideia em um grande negócio? Os empreendedores imigrantes fazem isso de uma forma muito interessante: priorizando a comunidade acima de tudo.

Muitos imigrantes vêm de países onde o coletivo é mais valorizado do que o individual. Com a imigração, eles também perdem muitos dos seus vínculos e, quando começam a reconstruí-los, valorizam e apreciam a força extra que cada nova ligação traz.

Quando a minha família fugiu da perseguição na Bulgária comunista para uma nova vida na Turquia, a nossa saída do campo de refugiados foi através de uma parente há muito perdida que o meu pai localizou em Istambul, que abriu a sua casa não só para nós, mas também para outras cinco famílias. . Hoje, o filho dela é nosso gerente de fábrica e a filha é nossa contadora. E nutrimos o nosso negócio há mais de 25 anos, continuando a recorrer às nossas comunidades e a retribuir: contratando refugiados, mulheres e jovens oriundos de meios desfavorecidos, implementando programas de participação nos lucros e reinvestindo os lucros na Bulgária e em Istambul.



A literatura acadêmica chama essas conexões de “laços homofílicos”, uma frase que basicamente se refere à ideia de que “pássaros da mesma pena voam juntos”. É mais provável que as pessoas façam negócios e trabalhem com outras pessoas que sejam como elas, o que, no caso dos imigrantes, muitas vezes significa pessoas dos seus países ou culturas de origem.

No entanto, os empreendedores imigrantes mais bem-sucedidos são muitas vezes especialistas em construir comunidades e ligações, mesmo com pessoas que não vêm da mesma cultura. Fazem-no concentrando-se em experiências comuns e valores partilhados que transcendem as culturas individuais. Um grande exemplo disso vem da história de Saeju Jeong e Artem Petakov, que se uniram pela experiência comum de serem imigrantes e pelo compromisso comum de melhorar a saúde, o que os levou a fundar o Noom, o aplicativo de perda de peso que atualmente é valorizado em mais de US\$ 3 bilhões.

Como mostra essa história, as conexões entre culturas podem ser tão fortes quanto aquelas dentro delas. E todos os novos empreendedores, sejam eles imigrantes ou não, podem concentrar-se em valores partilhados e outros pontos em comum para construir o tipo de ligações poderosas que caracterizam empresas fortes. Todos temos muito mais em comum do que aquilo que nos divide.

Mudando o futuro

Muito do que aprendi com os empreendedores imigrantes contradiz a sabedoria convencional sobre a construção de um negócio. Eles olham para dentro em busca de ideias, em vez de olharem para o mercado; eles priorizam a comunidade em detrimento do ganho pessoal. Mas talvez a característica mais marcante dos empreendedores imigrantes mais bem-sucedidos seja a profundidade do seu compromisso com o propósito em detrimento do lucro. Muitas vezes motivados pelas suas próprias experiências de dificuldades, os empreendedores imigrantes constroem empresas que estão empenhadas em concretizar visões de um futuro melhor para todos.

Um exemplo poderoso disso vem da história de Luis von Ahn, que cresceu na Guatemala na década de 1980, enquanto o país era devastado pela guerra civil. Vir de um lugar onde uma educação de qualidade é um privilégio e não um direito deu a von Ahn uma profunda apreciação do poder transformador da aprendizagem. Tendo feito fortuna ao projetar o sistema CAPTCHA usado por sites em todo o mundo, von Ahn desistiu de um contrato altamente lucrativo com o Google para se concentrar na criação de uma plataforma que democratizasse o aprendizado para todos.

Sua visão de um aprendizado de idiomas gratuito e aprimorado se materializou no Duolingo - o aplicativo educacional mais baixado do mundo. E embora o dinheiro nunca tenha sido o seu motivador, a empresa tem atualmente um património líquido de pouco mais de 10 mil milhões de dólares. Foi capaz de derrubar seus principais concorrentes no aprendizado de idiomas porque mais de 800 milhões de downloads gratuitos criaram uma vasta base de



usuários que comercializa o aplicativo e o torna atraente para os anunciantes, cujo dinheiro mantém o Duolingo gratuito para 97% de seus usuários.

A história de Luis von Ahn ilustra poderosamente um dos principais ensinamentos dos empreendedores imigrantes sobre a construção de um negócio de sucesso. O verdadeiro sucesso não vem do dinheiro que você ganha, mas da diferença que você faz. Focar em fazer a diferença significa criar uma empresa que aborda os problemas reais que as pessoas enfrentam. E fazer isso dá ao seu negócio o combustível necessário para decolar e seguir para a estratosfera.

se você deseja seguir os passos de alguns dos empreendedores mais bem-sucedidos do mundo e criar um negócio com impacto duradouro, aqui estão quatro coisas que você pode fazer. Primeiro, olhe para dentro para se inspirar em suas próprias paixões. Em segundo lugar, aprenda o que puder de outras culturas para informar suas ideias de negócios. Terceiro, construa uma comunidade baseada em laços comuns e valores compartilhados que trabalhará ao seu lado para tornar o seu sonho realidade. E, por fim, mantenha o foco no propósito e não no lucro para construir um negócio e criar um legado duradouro.