

CONTRIBUIÇÃO DAS DIÁSPORAS
AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
E INTERNACIONALIZAÇÃO
DE EMPRESAS BRASILEIRAS

GOVERNO FEDERAL

Presidente da República
Dilma Rousseff

Ministro de Estado do Desenvolvimento,
Indústria e Comércio Exterior - MDIC
Armando Monteiro Neto

Secretário de Comércio e Serviços
Marcelo Maia

Diretora do Departamento de Políticas
de Comércio e Serviços
Edna de Souza Cesetti

Coordenadora-Geral de Mercado Externo
Renata Alves de Oliveira Carvalho

EQUIPE TÉCNICA

Fernanda Lobato Miguel
Francisco de Assis Campos Silva
Gabriel Lucena de Azevedo Marques
Gabriela Daou Verenhitch
Rachel Oliveira Correa da Motta

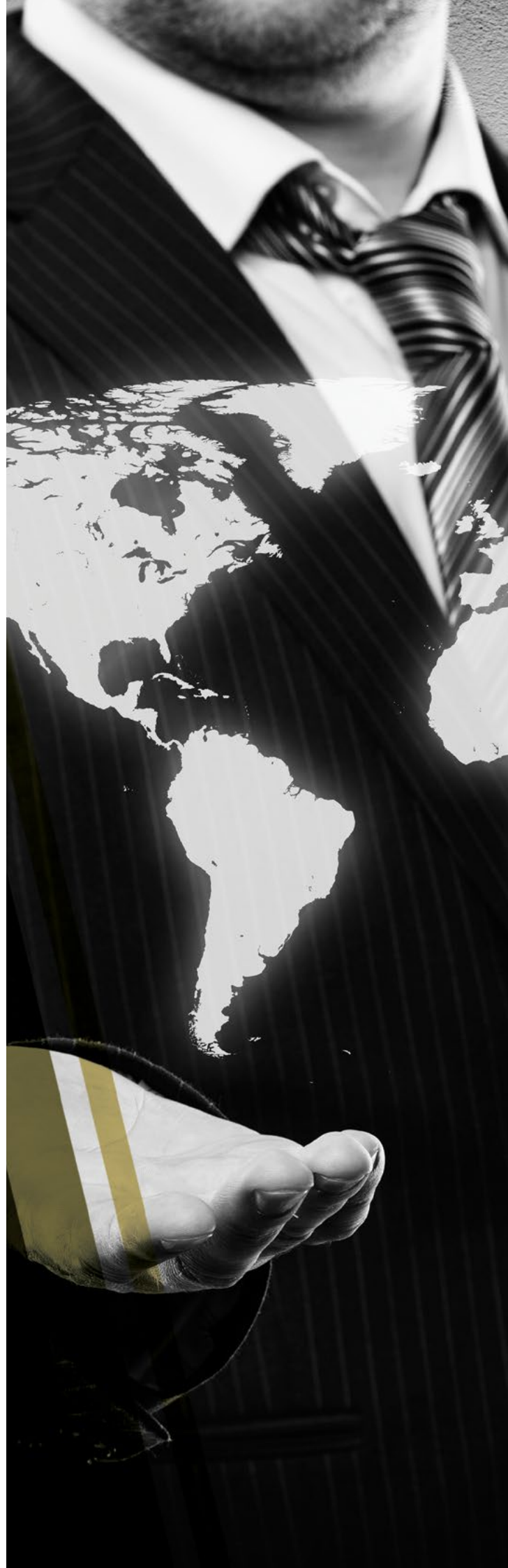
Projeto Apoio aos Diálogos Setoriais
União Europeia - Brasil

Direção Nacional do Projeto

CONTATOS

Ministério do Desenvolvimento,
Indústria e Comércio Exterior
Secretaria de Comércio e Serviços
+ 55 61 2027.7977/7337
decos.scs@mdic.gov.br / scs@mdic.gov.br
www.mdic.gov.br

Direção Nacional do Projeto
+ 55 61 2020.8527/1823/1704/1712
dialogos.setoriais@planejamento.gov.br
www.dialogossetoriais.org



CONTRIBUIÇÃO DAS DIÁSPORAS AO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS BRASILEIRAS

Arij Chabrawi
Carl James

Março de 2015
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	07
2. SUMÁRIO EXECUTIVO	09
3. METODOLOGIA	13
4. ESCOPO DAS DIÁSPORAS	17
4.1. CONCEITUALIZAÇÃO	19
4.2. OBJETIVOS	20
4.3. BENEFÍCIOS E VANTAGENS	24
4.4. PRINCIPAIS DESAFIOS	25
4.5. PÚBLICO-ALVO	25
4.6. PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO DE REDES DE DIÁSPORA COM FOCO NO EMPREENDEDORISMO	26
5. PROGRAMAS EXISTENTES NO BRASIL	27
5.1. REDE DIÁSPORA BRASIL	27
5.1.1. Objetivos	28
5.1.2. Público-alvo	28
5.1.3. Principais atividades e gestão	28
5.1.4. Principais resultados alcançados	29
6. DIÁSPORAS EUROPEIAS E INDIANA	31
6.1. IRLANDA	33
6.2. ITÁLIA	44
6.3. OUTRAS EXPERIÊNCIAS EUROPEIAS	49
6.3.1. Alemanha	49

6.3.2. Reino Unido	50
6.4. ÍNDIA.....	53
7. RECOMENDAÇÕES.....	67
7.1. TRANSPONDO ERROS	68
7.2. SUGESTÕES SEGUNDO O ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO DA DIÁSPORA.....	69
7.3. LIGAÇÃO COM OUTRAS DIÁSPORAS	71
7.4. INDICADORES DE SUCESSO.....	71
8. CONCLUSÃO.....	73
9. REFERÊNCIAS.....	79
ANEXO 1 - ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS QUE LIDAM COM A DIÁSPORA	83
ANEXO 2 – PROGRAMAS CULTURAIS INDIANOS	85



1. APRESENTAÇÃO

O Relatório “Contribuição das Diásporas ao Desenvolvimento Econômico e Internacionalização de Empresas Brasileiras” compõe a Ação “Apoio à Internacionalização de Jovens Empreendedores” (“*Supporting Young Entrepreneurship in Internationalization*”) - PMEE - 0001, desenvolvida sob responsabilidade da Secretaria de Comércio e Serviços do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (SCS/MDIC) no âmbito do **Projeto Apoio aos Diálogos Setoriais União Europeia-Brasil**.

O Governo brasileiro, em parceria com o setor privado e outras partes interessadas, vem se empenhando na atualização das políticas públicas focadas na promoção do empreendedorismo. Desde 2012, o Projeto Apoio aos Diálogos Setoriais União Europeia-Brasil tem sido muito útil a esse propósito, inicialmente com a Ação “Empreendedorismo e a Competitividade das MPE” (PME-03). A Ação “Apoio à Internacionalização de Jovens Empreendedores” é entendida como continuidade e particularização da PME-03, no contexto da 7ª Convocatória do Projeto.

Com foco no aprofundamento do conhecimento mútuo de políticas, programas e outros instrumentos de governança, o Relatório foi desenvolvido por consultores independentes com o objetivo de identificar boas práticas para o aproveitamento dos membros da diáspora enquanto *coaches* e mentores de empreendedores em seus países de origem, e sugerir ações que possam ser replicadas no Brasil, levando-se em conta a realidade nacional e o desenvolvimento do tema no País.

Realizada com o apoio da Secretaria de Inovação (SI/MDIC), da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), da Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (SMPE) e da Confederação Nacional dos Jovens Empresários (CONAJE), a Ação foi desenvolvida a partir de intenso trabalho de pesquisas pelo Perito Sênior Externo, sr. Carl James, e a Perita Sênior Local, sra. Arij Chabrawi, além do diálogo entre esses consultores.

O Perito Sênior Externo foi responsável por mapear, nos países analisados, modelos em curso sobre redes e/ou iniciativas para troca de informações e experiências por meio de talentos provenientes de diásporas com empreendedores de seus países de origem. A partir do *benchmark* desenvolvido, a Perita Sênior Local incumbiu-se de levantar iniciativas possivelmente existentes no Brasil para o intercâmbio de informações e experiências entre empreendedores da diáspora e os nacionais; e customizar as boas práticas mapeadas ao ecossistema empreendedor nacional, com base nos estudos realizados sobre o Brasil.

O Projeto Apoio aos Diálogos Setoriais, por meio da Direção Nacional do Projeto (Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão), e da Direção-Geral Empresas e Indústria (Comissão Europeia), ao acolher esta ação, possibilitou a troca de informações sobre boas práticas nos processos de formulação e implementação de políticas voltadas ao tema existentes no Brasil e na Europa, com foco no aprofundamento do conhecimento mútuo de políticas, programas e outros instrumentos de governança. O mapeamento realizado pelos consultores e a análise do tema a partir da realidade brasileira delineou subsídios para o adensamento de políticas e programas de governo com vistas a estimular a internacionalização de empresas e o desenvolvimento do País.

O Relatório ora disponibilizado é resultado do trabalho de pesquisa dos Consultores¹ e suas análises sobre o tema. O texto final, inclusive as conclusões e recomendações, não são de autoria desta Secretaria de Comércio e Serviços e não refletem necessariamente entendimentos e posicionamentos deste Órgão.

1. O presente relatório foi concluído pelos Consultores em Outubro de 2014.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

As diásporas podem estimular o empreendedorismo no país de origem, desde que sejam escolhidas adequadamente e o engajamento com elas seja desenvolvido levando em consideração suas necessidades e aquelas do país de origem. Esse engajamento precisa abranger uma série de etapas e o governo do país de origem pode desempenhar um papel decisivo em estimular e apoiar os processos e atividades posteriores.

As atividades das diásporas podem ser amplas. No entanto, para efeitos de desenvolvimento empresarial, quatro são relevantes:

- >> rede de contatos para terceirização e outras atividades;
- >> melhoria dos recursos humanos por meio de treinamento e mentoria;
- >> transferência de conhecimento, abrangendo tecnologia e outros aspectos da inovação, incluindo a circulação de empreendedores;
- >> investimento em empresas.

O engajamento com redes de diáspora pode auxiliar as empresas a superar alguns obstáculos de desenvolvimento impostos à internacionalização, trazendo uma percepção clara sobre a cultura dos povos e a forma de lidar com a burocracia, a tecnologia e a transferência de conhecimentos, estreitando laços entre os contatos e desenvolvendo habilidades, o que tem efeitos sobre a economia como um todo.

Se, por um lado, há uma crescente literatura sobre o envolvimento econômico com diásporas, por

outro lado há uma carência de dados confiáveis e as boas práticas ainda estão apenas no processo de serem estabelecidas. Os principais países que atuam nesse campo são, ao que tudo indica, Israel, China e Índia. Tanto as instituições governamentais quanto instituições privadas estão envolvidas no processo de engajamento com as diásporas, atividade que ainda mantém um caráter predominantemente informal.

Os países europeus raramente intervieram no desenvolvimento das relações com suas diásporas de forma estratégica, limitando-se a interferências culturais. Contudo, neste último aspecto, eles já têm uma presença significativa, o que facilita as conexões mais informais, trazendo benefícios para os negócios. Alemanha, Itália e Reino Unido operam principalmente dessa maneira. Alemanha e Itália desenvolveram redes de câmaras de comércio no exterior bem-sucedidas, que funcionam como câmaras bilaterais e se inter-relacionam com as empresas com origem na diáspora e se valem de especialistas oriundos da diáspora para auxiliar no comércio originado e destinado aos seus países de origem. São ofertados treinamento, consultoria e informações. A Escócia, por meio da iniciativa *Global Scot*, começou um envolvimento ativo com a sua diáspora em 2001 e a rede continua a funcionar na estrutura da *Scottish Enterprise*, um órgão governamental. A *Global Scot* fornece contato e serviços de orientação a empresas escocesas – muitas delas recém-estabelecidas –, e apresenta uma série de ações bem sucedidas no processo de internacionalização.

A Irlanda iniciou uma intervenção mais significativa com sua diáspora, seguindo, de forma consciente, os exemplos e práticas da Índia e de Israel a este respeito.

A Irlanda mantém duas redes de conhecimento relacionadas à diáspora, ambas especificamente

centradas em alta tecnologia: o *Irish Technology Leadership Group* – ITLG – Grupo Irlandês de Liderança em Tecnologia –, no Vale do Silício, e a *Biolink*, em vários locais nos Estados Unidos (EUA). Essas redes têm atuado há algum tempo no direcionamento para a Irlanda de operações terceirizadas intensivas em conhecimento, mobilizando financiamento de risco, levando estagiários aos EUA e treinando as *start-ups* irlandesas. O ITLG continua a funcionar de forma altamente independente; a *Biolink*, no entanto, aparenta estar em declínio.

Criada em 2010, a Rede Global Irlandesa – *Global Irish Network* – almeja expandir essas atividades para outros locais e outros setores. Ao longo desses anos, tem desenvolvido contatos com as organizações da diáspora irlandesa em todo o mundo, tendo realizado uma série de eventos internacionais de alto nível com esse objetivo. No exterior, cada embaixada desenvolve sua própria estratégia junto à diáspora local, enquanto o governo investe menos em atividades de relacionamento e mais em treinamento. A *Irish Unit Abroad* gerencia os engajamentos, mas o objetivo central desse órgão é a disseminação e a facilitação dos desdobramentos, em vez de administrá-los.

Foram realizadas três reuniões de alto nível do *Global Irish Economic Forum* com a participação de membros da diáspora e de altos funcionários do governo, tendo produzido uma série de recomendações em termos de políticas. Entretanto, o relacionamento entre diáspora com as empresas irlandesas está apenas começando e carece de uma presença eficaz na internet para efetivamente desenvolvê-la.²

2. O estabelecimento de uma rede global permanente foi resultado do primeiro *Global Irish Economic Forum*, realizado em 2009. A Rede é coordenada por uma secretária da *Irish Abroad Unit* do Departamento de Assuntos Estrangeiros e Comércio da Irlanda (<https://www.globalirishforum.ie/GloballIrishNetwork.aspx>).

A Índia criou o *Overseas Indian Facilitation Centre* (OIFC) em 2007 para desenvolver relações comerciais e obter benefícios econômicos a partir de sua diáspora. A organização se expandiu através do desenvolvimento de memorandos de entendimento com as organizações da diáspora, organizando reuniões e usando um portal para fornecer e responder a pedidos de informações. Antes do OIFC, duas redes de diáspora indianas foram estabelecidas com êxito. A *The Indus Entrepreneurs* (TIE) foi fundada em 1992 por profissionais de tecnologia da informação e comunicação (TIC) na Califórnia. Atualmente possui 54 filiais em 13 países, atuando, predominantemente, nos EUA e na Índia. Essa instituição executa todas as atividades desde treinamento à aplicação de capital de risco e continua a expandir-se como um grupo de empreendedorismo global. A TIE estimula o empreendedorismo jovem por meio de mentoria, treinamento, construção de redes de relacionamentos e uma competição internacional de plano de negócios. Na Alemanha, a diáspora indiana desenvolveu seu próprio conjunto de instituições ao longo do tempo, mas foi impulsionada em 2000 com a chegada de especialistas em TIC. Atualmente, essa diáspora forma redes de relacionamento e fornece assistência e contatos de negócios em uma escala menor do que nos EUA. Embora o OIFC tenha realizado uma série de eventos relacionados à diáspora indiana em todo o mundo, e opere um *website* claro e funcional, com informações e contatos para indianos no exterior, a presença na *web*, ponto nuclear no engajamento com as pequenas empresas e jovens empreendedores, tem funcionado de forma intermitente.

Dos cinco países analisados neste estudo, apenas os governos da Irlanda e da Índia estão buscando o engajamento com suas respectivas diásporas

para a obtenção de retornos econômicos. No Reino Unido, a Escócia tem feito o mesmo com relação a seus nacionais no exterior. TIE, ITLG e *Global Scot* têm presenças eficazes na *web*, permitindo o engajamento de empresas pequenas e jovens empreendedores, o que não foi feito ou não está funcionando para as iniciativas nacionais da Irlanda e da Índia, embora ambas reconheçam a sua necessidade. Irlanda e Escócia têm buscado a identificação e o engajamento das diásporas de forma eficaz e dão seu apoio por meio de suas embaixadas e do envio de missões comerciais. A Índia organiza encontros, para construção de redes de relacionamentos, culturais e econômicos, com alto índice de comparecimento por parte de sua diáspora em todo o mundo.

As lições a serem tiradas a partir da revisão das relações dos diferentes países com suas diásporas são no sentido de que, para se obter benefícios de forma contínua, algumas condições devem ser atendidas:

- >> as diásporas envolvidas devem ser capazes de proporcionar benefícios e de recebê-los. Elas devem oferecer um nível mínimo de empreendedorismo guiado pelas oportunidades;
- >> os benefícios podem ser maiores se os membros tiverem cargos de liderança em empresas de alto valor agregado. Dessa forma, eles podem tomar decisões gerenciais no tocante à terceirização, investimento, treinamento e mentoria. É fundamental envolver os principais membros da diáspora, que possuem força em suas sociedades e estão comprometidos com o engajamento; e
- >> no desenvolvimento de relações em rede, devem existir benefícios para ambos os lados.

A intervenção pública pode propagar e ajudar a manter a rede, principalmente através do custeio de visitas e treinamento. No entanto, a liderança deve ser da diáspora e o financiamento deve provir de ambas as comunidades de negócios. Caso contrário, não se desenvolverá de forma eficiente. O desenvolvimento de relações com as diásporas envolve um certo grau de risco, e, por isso, de forma geral, algumas tentativas podem não prosperar. No entanto, esse cenário exige uma estratégia coerente de desenvolvimento ao longo de muitos anos. Uma unidade central com bons recursos, apoiada por pessoas em embaixadas ou missões comerciais, é necessária para identificar e mobilizar a diáspora. Os convites ao engajamento feitos por autoridades do mais alto nível podem fornecer um incentivo adicional à participação.

As tecnologias de informação e comunicação são vitais no apoio às conexões entre as diásporas, e o relacionamento entre grupos em diferentes países é benéfico. No entanto, apenas as TICs não são suficientes. É preciso haver atividades complementares, que incluam missões, palestras, treinamento e reuniões de negócios. A gestão do portal precisa ser ativa, e isso envolve a disponibilidade de recursos.

As redes de conhecimento, ou “circulação de cérebros”, podem trazer benefícios significativos. Essas redes exigem que as condições básicas acima sejam cumpridas, mas também que uma grande quantidade de pessoas com conhecimento do assunto esteja envolvida. Essas pessoas precisam ter a sua locomoção facilitada, inclusive de retorno ao país de origem.

O desenvolvimento de uma marca nacional é muito útil para apoiar o conjunto de atividades e fortalecer a identificação da diáspora com o país de origem. Elementos culturais desempenham um importante papel nas relações com as diásporas do Reino Unido, Índia, Itália e China.

3. METODOLOGIA

A proposta do presente estudo consiste em elaborar diretrizes para a construção de modelos de *networking*, *coaching* e demais possibilidades de interação benéfica entre empresários nacionais e aqueles provenientes da diáspora. Para tanto, foram mapeadas as iniciativas de promoção de redes de diáspora de conhecimento e desenvolvimento econômico na Índia e em países selecionados da União Europeia (UE). O objetivo foi determinar boas práticas em seus modelos de gestão, coordenação e mapeamento dos atores das diásporas, práticas adotadas, benefícios e impactos alcançados. Por outro lado, foram identificadas, no Brasil, as instituições e suas respectivas políticas, programas e/ou ações que possuem iniciativas similares em curso, com o objetivo de estabelecer uma análise comparativa dos esforços empreendidos no país, suas principais lacunas e identificação de melhores práticas a serem adotadas para alavancar a formação de recursos humanos aptos a acompanharem as intensas mudanças impostas pela competitividade, inovação e globalização das economias mundiais.

Diversas escolas e organizações internacionais renomadas com foco na promoção do empreendedorismo investiram no mapeamento dos principais condicionantes do ambiente condutor de empreendedorismo. As diferenças entre cada esquema encontram-se mais na apresentação e no enfoque dado a determinados aspectos do que no conteúdo. Além disso, as fontes consultadas são unânimes em identificar a cultura, a educação e a formação como fatores determinantes da composição do ambiente de negócios e empreendedorismo.

A *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), identificou seis áreas prioritárias para a elaboração de políticas que podem impactar diretamente a atividade empresarial (UNCTAD, 2012). São elas, como ilustra a Figura 1:

>> Formulação de estratégia nacional de empreendedorismo;

>> Otimização do ambiente regulatório;

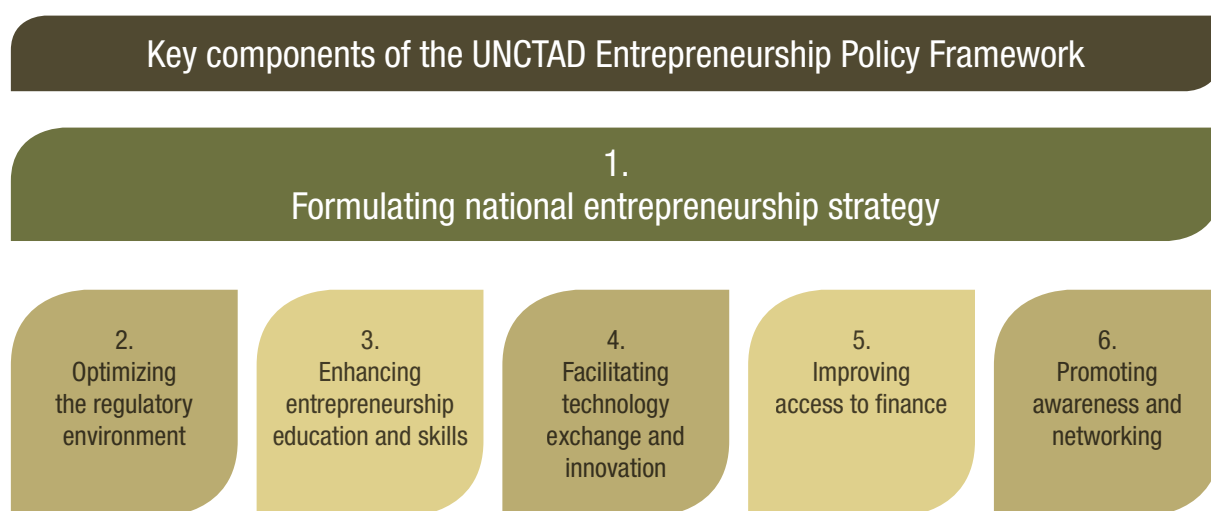
>> Melhoria da educação e das habilidades empreendedoras;

>> Facilitação de transferência de tecnologia e inovação;

>> Melhoria do acesso ao financiamento;

>> Promoção da conscientização e *networking*.

Figura 1: UNCTAD – Componentes-chave da Estratégia da UNCTAD para o Empreendedorismo



Fonte: Entrepreneurship Policy Framework and Implementation Guidance, 2012, p. 10.

Com relação à formação de recursos humanos, a publicação da UNCTAD afirma que é possível diferenciar as competências empresariais em competências técnicas ou comportamentais. As últimas podem ser ilustradas como a persistência, o trabalho em rede e a autoconfiança e demais características inerentes ao indivíduo. Já as técnicas, conhecidas como “habilidades duras”, podem ser mais facilmente adquiridas e incluem o conhecimento, planejamento de negócios, educação financeira e habilidades gerenciais. O documento enfatiza também a importância

das políticas e programas de educação voltados ao estímulo do empreendedorismo no desenvolvimento dos perfis de competências e habilidades empreendedoras, promovendo não apenas benefícios em nível individual, mas beneficiando o desenvolvimento de uma cultura empreendedora na sociedade. Na mesma medida, ao desenvolver competências e habilidades para a inserção de empresas no mercado global, estar-se-á promovendo a cultura da internacionalização e o sucesso do desempenho exportador.

Outro importante estudo de referência é a matriz de determinantes elaborada pela OCDE/EUROSTAT (AHMAD & HOFFMAN, 2007), em que os principais aspectos são detalhados em termos de dimensões e determinantes à promoção do ambiente de negócios (figura 2). Por ser mais abrangente e permitir uma melhor análise comparada com outros cenários econômicos e políticas públicas mundiais, será utilizada essa proposta

metodológica no presente trabalho para analisar e comparar os diferentes ambientes de promoção de políticas voltadas ao aproveitamento dos benefícios provenientes das diásporas no que tange ao desenvolvimento econômico e internacionalização de empresas. Além disso, essa abordagem foi sugerida pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), em reunião técnica no início do desenvolvimento desta Ação.

Figura 2: Tabulação OCDE/EUROSTAT dos Indicadores de Empreendedorismo

DETERMINANTES					
Marco Regulatório	Mercado	Financiamento/ Crédito	Tecnologia e Inovação	Capacidades Empreendedoras	Cultura
Encargos Adm. de Entrada	Monopólios/ Oligopólios/carteis	Crédito (curto prazo)	Investimento P&D (Público/Privado)	Capacitação/ Treinamento Empreendedores	Aversão ao Risco
Encargos Adm. de Crescimento	Concorrência (Saturação de Mercados)	Anjos (Angel Investors)	Nexo Universidade/empresas/ governo (APLs)	Ensino Negócios/ Empreendedorismo	Receptividade ao Empreendedorismo
Encargos Adm. de Saída/Falência	Acesso ao Mercado Doméstico	Capital de Risco (Venture Capital)	Cooperação Tecnológica entre Empresas	Infraestrutura Institucional Empreendedorismo	Desejo por ser dono de Negócio
Encargos Segurança, Saúde Pública, Ambiental	Acesso a Mercados Estrangeiros	Mercado Acionário	Difusão Tecnológica	Imigração	Educação Empreendedora (mentalidade)
Enc. Qualidade de Bens e Serviços	Intervenção Governamental	Outras fontes de F/C	Acesso à Banda Larga e outras TICs	Desempenho Empreendedor	Impacto
Custos Trabalhistas	Compras Públicas		Padrões/Normas/ Propriedade Industrial	Empresas	Geração de Emprego
Solução Litígios Judiciário/ Extrajudiciário				Emprego	Crescimento Econômico
Custos Seguridade Social				Riqueza	Redução da pobreza
Tributação sobre Renda/Transferência Propr.					Redução da informalidade
Tributação sobre Empresas/Capital					

Fonte: AHMAD & HOFFMAN (2007, p. 18).

Dentre as dimensões prioritariamente alcançadas pelos dos benefícios das redes de diásporas, destacamos as “capacidades empreendedoras” e “cultura”. A primeira refere-se à formação e treinamento em nível individual, enquanto a segunda diz respeito ao nível macro de como é experienciado o ambiente de negócios a partir de valores, crenças e comportamentos compartilhados coletivamente. O estudo focará nos determinantes referentes às capacidades empreendedoras. Não obstante, reconhece-se que os resultados exitosos provenientes do investimento em capacitação, formação e treinamento tangenciarão beneficemente a dimensão Cultura, Mercado, Financiamento e crédito e Tecnologia e Inovação, e seus respectivos determinantes.

4. ESCOPO DA DIÁSPORAS

São diversas as motivações que acarretam na emigração de um indivíduo de seu país a outro, podendo ser políticas, econômicas e sociais; guerras; oportunidades de mercado e emprego; ou outras vantagens específicas de uma localidade com relação a outra. Sobre todas as possibilidades de emigração, a saída de profissionais qualificados e especializados em áreas temáticas de conhecimento destaca-se como uma perda de capital humano que agregaria valor e potencializaria o desenvolvimento científico econômico e social de um país.

As diásporas geralmente envolvem formações sociopolíticas criadas como resultado de movimentos migratórios voluntários ou forçados. No entanto, o conceito de diáspora abrange múltiplas realidades que diferem de país para país: pessoas que se estabelecem de forma permanente, trabalhadores migrantes que permanecem no exterior por um período de tempo, cidadãos de dupla nacionalidade, diásporas étnicas, e a segunda geração de migrantes. Portanto, os membros da diáspora em um determinado país não são necessariamente os migrantes (RODRIGUEZ-MONTEMAYOR, 2012).

Aproximadamente 215 milhões de pessoas vivem fora do seu país de origem e uma parcela relevante está prosperando no exterior (RODRIGUEZ-MONTEMAYOR, 2012). Segundo dados do Banco Mundial (2007), de cada dez adultos diplomados no ensino superior e nascidos em países em desenvolvimento (PEDs), um reside em países desenvolvidos (PDs). Além disso, de 30 a 50% dos profissionais oriundos dos PEDs são de áreas relativas à ciência e tecnologia e também residem em PDs.

O movimento de evasão de profissionais altamente qualificados de um país a outro em busca de oportunidades profissionais, condições econômicas e/ou políticas favoráveis, melhores salários e condições de vida ficou conhecido como *brain drain* – evasão ou fuga de cérebros. Inicialmente este termo fora cunhado pela Sociedade Real de Londres aos cientistas tecnólogos que emigraram da Europa à América do Norte. Atualmente, os termos *brain gain* – ganho de cérebros – e *brain circulation* – circulação de cérebros – têm tomado o lugar da visão negativa da perda talentos, identificando vantagens na atração e/ou imigração de cérebros, bem como no aproveitamento inteligente de cérebros que emigraram outrora, respectivamente.

Nesse sentido, e segundo a Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial,

“Ao se tratar do papel estratégico das diásporas, percebe-se claramente a configuração de novo modelo baseado no ganho para os países de origem da utilização sistemática de seus talentos expatriados, ou seja, conectando-se com seus cérebros na diáspora para o desenvolvimento do país de origem. A nova abordagem transforma o fenômeno do ‘brain drain’ em ‘brain gain’ e ‘brain circulation’.” (ABDI, 2013, p. 94).

Os grupos de diáspora organizam-se, via de regra, de forma natural e orgânica sem a demanda de um animador externo, devido à necessidade de se manter relações sociais com pessoas da mesma identidade cultural. Em seguida, podem evoluir para um formato mais avançado em que são incorporadas motivações pelas quais migraram, como aspectos laborais, realização de negócios, investimentos, parcerias em ciência e tecnologia. Essas iniciativas iniciais evoluíram para formatos de

“redes de diáspora” e ganharam proporções antes não imaginadas, conferindo diversos benefícios aos expatriados e seus países de origem. Cada país experiencia a diáspora de seus talentos de acordo com as especificidades e características do contexto. Não obstante, todas acabam por beneficiar o desenvolvimento do país de origem a partir dos talentos expatriados, de diversos modos.

Em termos financeiros, o documento técnico elaborado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), “*Diaspora Direct Investment: Policy Options for Development*” (RODRIGUEZ-MONTEMAYOR, 2012), aponta importantes indicadores que ressaltam a importância e as vantagens econômicas aos países de origem das diásporas. Definem-se como Investimento Direto da Diáspora as remessas ligadas às atividades produtivas de diásporas, podendo ser provenientes da influência gerencial e do *know-how* técnico de executivos para que as empresas nas quais trabalhem invistam em seu país de origem e, também, dos próprios gestores ou proprietários de empresas cujas filiais estão nos países de origem para ajudá-las a desenvolverem e financiarem projetos comercialmente viáveis.

Em 2009, os PEDs presenciaram um aumento de remessas três vezes maior do que o valor total das doações oficiais e praticamente a mesma quantia do fluxo de investimento direto estrangeiro (IDE) para as economias em desenvolvimento. Já em 2012, os fluxos de remessas para os PEDs chegaram a US\$ 401 bilhões, sendo 5,3% maior que no ano anterior. Ainda, a estimativa é de que as remessas para os países de origem devam crescer a uma taxa anual de 8,8% (entre 2013 e 2015), e alcançar o valor de US\$ 515 bilhões em 2015 (RODRIGUES-MONTEMAYOR, 2012).

Contudo, o reconhecimento dos benefícios das diásporas organizadas, e com foco em

desenvolvimento, não se limita às remessas e investimentos. Abarca igualmente novas oportunidades de migração e repatriamento – *brain gain* –; transferência de competências, conhecimentos e tecnologias; envolvimento nas comunidades transnacionais; influência positiva em mudanças políticas locais e nos países de origem.

Nesse sentido, governos de todo o mundo têm reconhecido as vantagens da diáspora em suas várias modalidades, e têm buscado criar e/ou fortalecer vínculos entre os expatriados e pessoas de destaque em contexto nacional por meio de estímulos pontuais, ou mesmo políticas públicas consolidadas e duradouras. Conforme identificado pela ABDI (2013), o mecanismo de atuação em rede colaborativa pode ser criado e estimulado pontualmente e pode se tornar sistemático, denso, exponencial e produtivo.

No contexto mundial das diásporas, existem redes com um enfoque abrangente abordando aspectos culturais, linguísticos ou filantrópicos. Neste estudo, será dada atenção às redes colaborativas de conhecimento e desenvolvimento econômico, podendo elas divergir em relação ao tamanho, escopo, objetivos, estrutura e atividades.

Nesse cenário, o Brasil também possui capital humano expatriado singular e com altíssimo potencial a ser explorado em torno das redes colaborativas, constituindo-se uma grande vantagem competitiva para seu desenvolvimento econômico, científico e social. A iniciativa de aperfeiçoar e oportunizar a criação de conexões das diásporas por meio da mobilização dos expatriados para atuação colaborativa em rede é ainda recente no Brasil.

Com o objetivo de avançar a passos mais largos neste caminho, o presente trabalho contemplará a perspectiva das diásporas com foco em

conhecimento e desenvolvimento econômico para a propulsão da competitividade, inovação e, principalmente, na internacionalização das empresas brasileiras.

4.1. CONCEITUALIZAÇÃO

Em seu guia *Developing a Road Map for Engaging Diasporas in Development: A Handbook for Policymakers and Practitioners in Home and Host Countries*, a Organização Internacional para as Migrações (OIM) (AGUNIAS e NEWLAND, 2012) fornece uma definição ampla das diásporas como “membros de comunidades étnicas e nacionais, que deixaram, mas mantêm, ligações com sua terra natal”. Com isso, transmite a ideia de populações transnacionais que vivem em uma localidade, mas mantêm a identidade e relações com o país de origem, podendo coexistir em ambos locais.

Tal como propõe Rodriguez-Montemayor (2012), as normas de reciprocidade e confiança que caracterizam os grupos de pessoas, tais como as pertencentes às diásporas, criam um tipo de capital social, ou seja, redes e contatos que podem ser tão cruciais quanto o capital financeiro para o desenvolvimento econômico de um país. O capital social, combinado com o capital humano (habilidades e conhecimentos), preenche os espaços sociais transnacionais na formação de relações sociais duráveis.

Neste bojo, as redes de diáspora são compostas por valiosos e estratégicos recursos humanos para o mundo globalizado por unir profissionais que, porventura, migraram após sua qualificação e especialização, ou completaram seus estudos e engajaram em atividades laborais no exterior, ou estudaram em instituições estrangeiras, desenvolvendo habilidades e adquirindo experiências culturais, acadêmicas e/ou

profissionais em ambientes de referência, bem como proficiência em idiomas.

Na diáspora, há aqueles que constituíram suas bases pessoais e profissionais e desejam permanecer fora do país; porém, não deixaram de manter a origem cultural e familiar, além da nostalgia que enlaça o vínculo com o país de origem, mantendo sempre o olhar para a terra natal. Do mesmo modo, há expatriados que buscam adquirir renda e experiências fora de seu país para regressar e investir seus recursos financeiros e/ou humanos no país de origem.

O foco deste trabalho não consiste em criar estratégias para quando do retorno dos recursos humanos ao Brasil. Também não pretende atrair demais talentos de outras localidades do mundo, mas em concentrar esforços para aproveitar a *brain circulation*, a partir do reconhecimento de que esses talentos não precisam retornar para atuarem como insumos estratégicos ao desenvolvimento econômico e social do Brasil.

4.2. OBJETIVOS

A proposta central da elaboração ou o fortalecimento de redes de diáspora incidem no desenvolvimento de mecanismos para o reengajamento e a dinamização da diáspora, criando diferentes modalidades de interação e benefícios mútuos. Contudo, os objetivos específicos da estruturação de uma rede com foco em conhecimento e desenvolvimento econômico podem ser diversos, possibilitando a formatação de diferentes redes temáticas. Foram evidenciados neste estudo alguns dos principais objetivos e orientações que as redes de diáspora deverão ter para apoiar, em sentido amplo, a internacionalização de empresas e, por conseguinte, o desenvolvimento econômico brasileiro:

>> criar e/ou apoiar a operacionalização de uma rede de profissionais na diáspora para geração de negócios, projetos de tecnologia e de inovação e atração de investimentos;

>> ampliar as oportunidades de negócios e mercado nos respectivos países de destino e de origem;

>> repatriar conhecimentos e valorizar os talentos da diáspora, atuando em áreas intensivas em conhecimento e transferência de tecnologia;

>> ampliar o conhecimento sobre o acesso a linhas de crédito e financiamento em níveis nacional e internacional;

>> incentivar a abertura de mercados nacionais e internacionais, possibilitando a promoção de *softlanding*, para reduzir o distanciamento psíquico, e a definição de uma estratégia de inserção no mercado estrangeiro;

>> dinamizar e promover contatos com os membros por meio de reuniões, eventos ou via plataforma *web*;

>> atender demandas de setores econômicos específicos na internacionalização de empresas;

>> promover novos contatos e parcerias em Ciência e Tecnologia que visem à inovação de processos, bens e serviços para alavancar a competitividade e, por conseguinte, a internacionalização de empresas;

>> apoiar a promoção e formalização de parcerias entre empresários, empreendedores, cientistas, acadêmicos e representantes da sociedade civil, nacionais e internacionais;

>> promover a redução do distanciamento cultural e psíquico de cada país envolvido, a partir de assessorias sobre aspectos culturais

sensíveis ao processo de celebração de negócios e parcerias;

>> promover *mentoring* e *coaching* aos empreendedores por meio da capacitação e treinamento em habilidades empreendedoras relativas à internacionalização;

>> proporcionar o intercâmbio de experiências e informações entre membros da diáspora e empreendedores do país de origem;

>> promover e fortalecer a “marca Brasil” em contexto internacional.

Tendo como base a proposta central deste estudo de apontar modelos benéficos de integração entre a diáspora brasileira e seus empresários a partir de redes, com o objetivo de aprimorar tanto as competências empresariais, quanto a internacionalização de empresas brasileiras, são indicados, na figura 3, os principais desafios à internacionalização de empresas, mapeados a partir do relatório referente às boas práticas de internacionalização de empresas.

A matriz de desempenho exportador (figura 2) identifica os principais aspectos desfavoráveis (em vermelho) à internacionalização de empresas no Brasil. As demais dimensões (verde claro) fazem parte da matriz; porém, não foram descritas na literatura como desafios ao desempenho exportador.

Na tabela 2, baseada em revisão de literatura sobre o assunto, são apontadas as possíveis melhorias do ambiente de negócios e do desempenho exportador, tendo como referência as consequências positivas do êxito das redes de diáspora.

Figura 3: Matriz de Determinantes segundo o desempenho exportador e desafios identificados

DESEMPENHO EXPORTADOR					
AMBIENTE DE NEGÓCIOS					
Marco Jurídico Regulatório	Mercado	Capital, Crédito, Seguros	Tecnologia e Inovação	Recursos Humanos	Cultura Exportadora e Empreendedorismo
Encargos Tributários	Encadeamento Produtivo	Capital de giro	Pesquisa e desenvolvimento	Formação	Ímpeto exportador
Legislação tributária	Saturação de mercados	Capital de risco (<i>venture capital</i>)	Integração universidade/empresa	Treinamento para a exportação	Tecnologia de gestão inovadoras
Legislação comercial e imigratória	Compras públicas	Mercado de títulos (ações debêntures)	Cooperação Tecnológica	Capacitação institucional	Aversão ao Risco
Legislação comercial e empresarial	Informações de mercados	Investimento direto estrangeiro	Difusão Tecnológica	Missões oficiais	
Legislação financeira	Diplomacia comercial	Garantias de crédito	Metrologia		
Legislação de comércio exterior	Barreiras técnicas	Seguros à exportação	Acesso à banda larga e outras TIC's		
Solução de Litígios	Zonas de processamento de exportações		Preferência de consumidores		
Regulamentação ambiental	Distância				

Fonte: elaborado pelo autor

Tabela 1: Melhorias específicas à internacionalização de empresas provenientes de redes de diáspora

DESEMPENHO EXPORTADOR						
AMBIENTE DE NEGÓCIOS						
Atividades	Marco Jurídico/Regulatório	Mercado	Capital/ Crédito/ Seguros	Tecnologia e Inovação	Recursos Humanos	Cultura Exportadora e Empreendedorismo
Rede de contatos, tanto para a terceirização quanto para o comércio	Assistência para lidar com a burocracia do comércio internacional	Ampliação do conhecimento sobre novos mercados e como acessá-los			Estabelecimento de novos negócios	Conscientização de oportunidades internacionais
					Ampliação de contatos	Melhorias no modelo de gestão da empresa
Treinamento e orientação, muitas vezes ligados	Potencial redução de tributação das exportações através de acordos contratuais				Aprimoramento de competências, habilidades e conhecimentos.	Assistência com as diferentes culturas e idioma
Transferência de conhecimento de alto nível, abrangendo tecnologias e outros aspectos da inovação				Aumento do uso de tecnologias, incorporação de conhecimento, aumento da produtividade e inovação.		Modificação da cultura empresarial e ampliação da visão global dos empresários
Investimentos em empresas, incluindo o investimento direto e de capital de risco.			Ampla assistência na aquisição de crédito e investimentos			

4.3. BENEFÍCIOS E VANTAGENS

Como mencionado anteriormente, as redes de diáspora são um importante e estratégico insumo para o desenvolvimento econômico e suporte à internacionalização de empresas. A ABDI, por meio do *Mapa Estratégico das Diásporas e Relação das Diásporas de Referência* (2013) realizou uma ampla revisão do movimento de redes de colaboração de diásporas em todo o mundo. Foram identificadas 172 redes de diáspora de mais de 70 países ou regiões nas quais apenas 61 possuem perfil similar aos objetivos supracitados. A partir desse estudo, foram mapeadas as principais vantagens e benefícios resultantes do estabelecimento de redes de diáspora com foco em conhecimento e desenvolvimento econômico, a saber (p. 9 e 10):

>> conversão do *brain drain* em *brain circulation* e *brain gain*;

>> grupos de expatriados representam grandes plataformas para o aumento da influência do país de origem no exterior, constituindo uma considerável fonte de *soft power*;

>> profissionais expatriados de reconhecido sucesso e destaque internacionais atuando em grandes corporações, organismos internacionais e na mídia contribuem positivamente para a imagem de seu país natal;

>> contribuição à expansão do comércio global e do volume de investimento estrangeiro direto com seus conhecimentos dos mercados de seus países de origem;

>> diásporas representam considerável grupo de recursos humanos, ao se considerar experiências profissionais, conhecimento, empreendedorismo e entusiasmo, que podem

influenciar no crescimento da economia do país de origem;

>> intermediação de negociações comerciais e de cooperação nos mais diversos campos;

>> comunidades de diásporas podem constituir ferramenta com poder de lobby internacional na defesa de interesses do país de origem;

>> embaixadores culturais e difusores de valores e de informações do país de origem;

>> redes de diásporas podem atuar como verdadeiras redes de pesquisa para o desenvolvimento da indústria de seus países de origem e apoiar na criação de redes globais de conhecimento para o desenvolvimento de empresas locais;

>> oferecimento de *expertise* profissional acumulada internacionalmente;

>> acesso a redes internacionais de negócios, pesquisa e inovação;

>> identificação, no país hospedeiro, de oportunidades de negócios, de investimentos e de participação em projetos ao envolver empresas do país de origem;

>> atuação como aceleradores de talentos para as empresas e profissionais do país de origem por meio de *mentoring*, *coaching*, treinamentos, oferecimento de bolsas de estudos e de estágios, formando novos líderes e empreendedores e estimulando a internacionalização de empresas;

>> contribuição para o progresso econômico do país de origem por meio de mecanismos financeiros da própria diáspora ou mecanismos identificados no país hospedeiro.

4.4. PRINCIPAIS DESAFIOS

Dúvidas e ceticismo são recorrentes devido à novidade do fenômeno das redes de diáspora e à falta de lastro histórico para avaliar sua experiência e resultados. As críticas se baseiam essencialmente em dois aspectos: a consistência e a eficiência das redes. Mais precisamente, a sua sustentabilidade é severamente questionada, bem como o impacto real sobre o seu desenvolvimento nos países de origem.

Em pesquisa realizada na internet, Meyer e Wattiaux (2006) identificaram, em 1999, 158 redes de diáspora com foco no conhecimento científico e tecnológico, e mais da metade ainda estavam ativas em 2006. Eles afirmam que não há uma erosão lenta de um pequeno estoque destas redes, mas sim uma floresta viva de redes suportada por organismos às vezes precários, às vezes duráveis. De toda sorte, a referida taxa de mortalidade das redes deve ser compreendida à luz da realidade dos empreendimentos de alta tecnologia. Nos EUA, por exemplo, em média três de cada cinco novas *start-ups* vão à falência nos primeiros cinco anos.

Aine O'Neill (2009) identificou que há desafios para a criação de redes de diáspora eficazes. São eles:

- >> a obtenção do equilíbrio na medida exata do envolvimento do Estado;
- >> o cultivo de diásporas que culminam em redes;
- >> a obtenção de massa crítica;
- >> a tendência para a manutenção do foco contínuo em pesquisa e desenvolvimento (P&D) entre alguns membros da rede, devendo existir uma aplicabilidade econômica prática

para a tecnologia e conhecimento produzido;

>> o papel do capital de risco é muitas vezes mal definido e incerto;

>> a forma de reintegrar trabalhadores altamente qualificados a um contexto ainda problemático.

4.5. PÚBLICO-ALVO

Como proposta dos objetivos delineados neste trabalho, define-se como público-alvo a ser alcançado nas ações em curso de redes de diáspora, bem como nas iniciativas vindouras que abarquem este modelo, os empreendedores dos setores de bens e serviços inseridos em empresas de quaisquer portes, podendo ser grande, média, pequena ou microempresa e que almejem revitalizar sua empresa com características competitivas e globalizadas e, principalmente, inseri-la no mercado mundial.

Cabe destacar que o entendimento de internacionalização adotado neste documento abrange a exportação de produtos, investimento brasileiro no exterior, investimento direto estrangeiro e as variadas modalidades de alianças com empresas estrangeiras. Além disso, incluem-se neste segmento os acadêmicos e profissionais envolvidos com empresas que possuam foco em inovação e/ou alto potencial inovador e competitivo para geração de negócios e projetos em áreas tecnológicas e com alto valor agregado de conhecimento.

4.6. PROCESSOS DE DESENVOLVIMENTO DE REDES DE DIÁSPORA COM FOCO NO EMPREENDEDORISMO

Daniel Isenberg (ISENBERG, 2012) estabeleceu uma série de etapas para o desenvolvimento de redes de diáspora com foco no empreendedorismo, explanadas abaixo:

1. Mapeamento da rede de diáspora: mapa informal indicando onde os membros estão concentrados, podendo ser realizado através da identificação de fontes de informação, muitas vezes organizadas pelos órgãos representativos do país de origem e por instituições informais que envolvem a diáspora no país de destino;
2. Identificação das organizações formais: muitos países têm escritórios cuja finalidade é facilitar o comércio e os investimentos entre os países. Geralmente, são uma fonte de informações sobre as redes de diáspora incluindo os atores envolvidos, empresas ou organizações informais menos visíveis, clubes ou agrupamentos. Além disso, os funcionários de tais organizações são frequentemente muito experientes, possuem bons contatos locais e a sua posição atual pode ser vista como um trampolim para a inserção no setor privado;
3. Inserção em organizações informais: organizações informais de empresários de uma mesma origem e de outros empresários são mais frequentemente encontradas em comunidades onde há uma concentração de profissionais imigrantes que vivem e trabalham;

4. Identificação dos membros influentes da rede: desenvolver contatos com os membros confiáveis e influentes. Poder dispor de um instrutor confiante, um conselheiro ou membro de um conselho que é reconhecido e respeitado por ambos os “lados” é um recurso humano muito escasso e valioso;

5. Certificação de que ambos os lados são beneficiados: a credibilidade, cuidadosamente criada, será útil para outras pessoas e aumentará ainda mais a própria credibilidade, a estatura e a capacidade de liderança em ambos os “lados” da rede de diáspora.

Esse processo não é necessariamente criado e gerido por órgãos públicos. Muitas diásporas operam em uma base informal, ou por meio de uma rede integrada a outros organismos oficiais. Esse modelo de funcionamento ocorre há um longo tempo e vem ditando práticas para os atuais modelos de redes.

5. PROGRAMAS EXISTENTES NO BRASIL

Apesar de vários países de todos os continentes terem iniciado há algumas décadas um movimento no sentido de repatriar as habilidades, conhecimentos e competências de suas diásporas por meio de redes com diferentes funcionalidades, ainda é recente a iniciativa brasileira nessa seara.

Como apontado pela ABDI (2013), as redes de diáspora brasileiras foram organizadas informalmente nos EUA, partindo da necessidade de estabelecer contatos e trocas de informações, entre outros. Além disso, diversas ações são realizadas por instituições brasileiras para aprimorar o perfil das habilidades e competências técnicas e comportamentais dos empresários quanto ao desempenho exportador. Contudo, o primeiro registro de uma iniciativa formal para promover, coordenar e monitorar uma rede de diáspora é fruto do olhar inovador da ABDI, tendo sido iniciada em 2013.

5.1. REDE DIÁSPORA BRASIL

A Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) foi criada pelo governo federal como agência executora da política industrial. É ligada ao MDIC e atua como elo entre os setores público e privado, contribuindo para o desenvolvimento da competitividade da indústria e para o desenvolvimento sustentável brasileiro.

A ABDI fornece apoio técnico sistemático às instâncias de articulação e gerenciamento da política industrial (Plano Brasil Maior), e com a oferta de estudos conjunturais, estratégicos e tecnológicos para diferentes setores da indústria. Além disso, contribui para a construção de agendas de ação setoriais e para os avanços no ambiente institucional, regulatório e de inovação no Brasil.

A Agência desenvolve o programa *Rede Diáspora Brasil*, que é uma das frentes do projeto “*Agenda 3 Internacional de Inovação*” de sua Gerência Internacional. A Rede possui a função de mapear, abordar e conectar agentes estratégicos tanto nacional quanto internacionalmente para promover conexões entre profissionais expatriados e o Brasil. Promove a estruturação de atividades colaborativas entre profissionais brasileiros para a geração de negócios e de projetos em áreas intensivas em conhecimento e tecnologia diretamente ligados a ações estratégicas voltadas ao desenvolvimento nacional para mapear oportunidades de transferência de conhecimentos, de tecnologias e de *know-how*.

Em seu processo de constituição como rede de diáspora com foco em empreendedorismo, a Rede desenvolveu todas as etapas descritas por Isenberg (2012). Durante a fase de planejamento, foram mapeados os principais atores da diáspora e foram identificados os membros mais influentes – com o apoio do Ministério de Relações Exteriores – como também demais membros potencialmente participantes da Rede. Ainda, a ABDI procedeu ao mapeamento das principais redes de diáspora de países e das redes continentais, com a finalidade de realizar um *benchmarking* estratégico e uma modelagem da rede brasileira; à identificação de organizações formais e informais, e à certificação de que ambos os lados da rede poderão ser beneficiados. As fases seguintes ao planejamento compreenderam a formalização, execução e entrega dos produtos.

5.1.1. OBJETIVOS

Os principais objetivos da Rede Diáspora Brasil são:

- >> estimular a geração de negócios/projetos em áreas intensivas em conhecimento e tecnologia;
- >> apoiar a internacionalização de empresas em setores de alto conteúdo tecnológico;
- >> conectar a diáspora com programas estratégicos brasileiros;
- >> provocar, estimular, promover e disseminar novas formas e possibilidades de inovação para a competitividade;
- >> dar subsídios à formulação de políticas públicas.

5.1.2. PÚBLICO-ALVO

O público-alvo é composto por executivos, empreendedores, acadêmicos, profissionais das áreas de inovação científica e tecnológica, assim como formadores de opinião, brasileiros no exterior e profissionais estrangeiros com afinidades e proximidades com o Brasil.

5.1.3. PRINCIPAIS ATIVIDADES E GESTÃO

No que se refere à execução, a Rede conta com a “Gestão de Relacionamento e Comunicação”, caracterizada por um canal de comunicação com utilização de uma plataforma *web* que propicia a conexão dos membros da diáspora com agentes estratégicos nacionais para geração de negócios/projetos em áreas intensivas em conhecimento e tecnologia. Além disso, a plataforma é responsável por criar um bolsão de ideias, cruzar dados informacionais e cadastrais, compartilhar experiências, promover debates em temas

relevantes para o Brasil e acelerar processos por meio de *coaching* e *mentoring*.

Em um primeiro momento, a Rede concentrou-se na realização de um piloto da diáspora no qual foi estruturado um plano de abordagem para cada um dos setores da atividade selecionados: TIC em 2013; complexo da saúde em 2014.

O plano contou com um conjunto de atividades compostas por *networking* e envolvimento dos atores da Rede; realização de oficinas de trabalho para cada setor econômico, sendo a primeira realizada no Brasil e a segunda no exterior; e promoção de Laboratórios de Aprendizagem em Inovação – LAB (*Innovation Learning Lab*). Ao final da operação anual da diáspora são realizados workshops para apresentação dos resultados e discussões como forma de contribuir para formulação de políticas públicas.

5.1.4. PRINCIPAIS RESULTADOS ALCANÇADOS

Em pouco mais de um ano de planejamento, implementação e execução, a Rede Diáspora Brasil já possui êxitos significativos que demonstram que esta é uma modalidade de trabalho colaborativo altamente promissor e que possui forte adesão na cultura e competências dos brasileiros da diáspora e dos que se encontram no país. Os principais resultados alcançados em termos quantitativos e qualitativos estão descritos a seguir:

- >> mais de 500 brasileiros mapeados e conectados em CT&I e empreendedorismo, principalmente nos EUA;
- >> atividades de *networking* e de *benchmarking*;
- >> incentivo à promoção de tecnologias disruptivas, inovação radical e novas moléculas;

- >> oferta de oportunidades de parcerias, novos negócios e projetos tecnológicos;
- >> interação entre universidades, centros de pesquisa e indústria nos EUA e no Brasil;
- >> conexão entre a indústria farmacêutica brasileira e a americana;
- >> conhecimento das linhas de pesquisa para identificação de sinergias, oportunidades e possibilidades de parceria;
- >> modelos de negócios de instituições americanas;
- >> boas práticas de licenciamento e *tech transfer*;
- >> modelos de financiamento nos EUA para parcerias com desenvolvimento conjunto;
- >> oferta de cursos e capacitações de recursos humanos;
- >> modelos de parceria das instituições de ensino americanas com instituições estrangeiras.

A ABDI também promove no âmbito da Rede o Prêmio Rede Diáspora Brasil, com o objetivo de reconhecer os talentos envolvidos com CT&I e empreendedorismo que contribuem para o fortalecimento da marca Brasil no exterior, bem como promover, em larga escala, a cultura da inovação, competitividade e globalização da economia. A iniciativa é formatada por meio de uma solenidade anual de premiação com o reconhecimento dos agentes de destaque da Rede.

A vinda ao Brasil dos brasileiros de destaque da diáspora é proporcionada pela própria ABDI, sendo eles escolhidos pela comissão de avaliação para participarem e darem seu testemunho da experiência na Rede Diáspora Brasil.



6. DIÁSPORAS EUROPEIAS E INDIANA

As diásporas de origem europeia têm atuado há séculos como agentes econômicos. No entanto, por quase todo esse tempo, elas foram conduzidas por empresas multinacionais e redes informais, bem como estruturas imperiais, algumas das quais persistiram até a segunda metade do século XX. Essas iniciativas foram absorvidas e apoiadas por ações governamentais.

As diásporas europeias são amplas e estão espalhadas ao longo das Américas e da Austrália, juntamente com significativas representações na África e Ásia, sem contar outros países europeus. No entanto, elas são muito menos formalmente desenvolvidas do que as de outras partes do mundo, especialmente as de Israel, Índia e China. Uma análise feita por Gamlin (2006) mostrou que, nesse período, nenhum país europeu mantinha envolvimento formal com sua diáspora para o compartilhamento de conhecimento ou estímulo ao empreendedorismo. Essa análise pode ter sido um pouco superficial, já que a Irlanda estava envolvida com sua diáspora americana para atrair investimento interno e teve iniciativas conjuntas de educação em negócios antes daquela data.

Tabela 2: Tipos de engajamento por diferentes Estados em suas diásporas

Região	País	Tipo de Política de Engajamento com a Diáspora																							
		Constituição de Capacidade								Extensão de Direitos								Extração de Obrigações							
		Construção simbólica de nação				Constituição de instituições				Incorporação política								Direitos civis e sociais		Políticas de investimento e promoção de lobbies					
		Retórica e símbolos inclusivos	Promoção cultura e indução	Influência sobre a mídia e RP	Conferências e convenções	Ação em nível ministerial	Burocracia específica	Esforços de monitoramento	Construção de redes transnacionais	Órgãos consulares e consultivos	Concessões especiais para membros	Dupla nacionalidade (sem voto)	Obrigação de retornar para votar	Voto em embaixada	Voto pelo correio	Voto incondicional, indefinido	Representação parlamentar	Possibilidade de concorrer a cargo público	Serviços de turismo	Sistema de proteção social	Pagamentos obrigatórios	Zonas econômicas especiais	Remessas e captura de IED	Programas de transferência de conhecimento	Promoção de lobby de expatriados
Europa e Ásia Menor	Armênia																								
	Turquia																								
	Chipre Gr.																								
Oriente Médio e África	Marrocos																								
	Eritreia																								
Ásia e área da Índia	Índia																								
	China																								
Ásia do Pacífico	Filipinas																								
	Austrália																								
	N. Zelândia																								
América	México																								
	R. Dominicana																								
	Argentina																								
	Brasil																								
	Haiti																								

Fonte: Gamlen (2006). Tabela 1, p.9.

A recente Conferência sobre a diáspora UE-EUA (julho de 2014), ocorrida em Bruxelas, focou em diásporas de outras partes do mundo, na Europa e Estados Unidos. A Conferência não tratou de diásporas europeias em outras partes do mundo. As diásporas europeias não obtiveram destaque na criação ou na prática de políticas públicas da UE. Há um número de programas apoiados tanto nacionalmente quanto pela UE na França, Alemanha, Países Baixos e Reino Unido, que visam a melhorar as habilidades e contatos de migrantes assentados na Europa e de membros de diásporas de outros continentes, para auxiliar o desenvolvimento de seus países.

A literatura sobre diásporas europeias que tratem de assuntos além dos aspectos sociais, culturais e históricos é escassa. Isto se aplica particularmente ao Reino Unido e à França e, em um grau muito alto, à Alemanha e à Itália. Alguns países europeus menores, tais como os Países Baixos e a Finlândia, também têm pouca literatura ou políticas públicas referentes às suas diásporas nacionais. Não foi possível analisar todos os membros da UE, muito menos os demais países europeus a este respeito, e acredita-se que há maior consciência dos papéis das diásporas no sudeste da Europa. Ao abordarem o tema da transferência do conhecimento, Agunias e Newland (2012) mencionam apenas a Croácia e a Bósnia-Herzegovina como países europeus que buscam se beneficiar de tais atividades. Há muitos exemplos africanos, asiáticos e sul-americanos.

A grande exceção a esta indiferença europeia é a Irlanda.

No entanto, indiferença é provavelmente a palavra errada para se utilizar significando ausência de política pública. Itália, Alemanha e Reino Unido continuam a fazer uso extensivo de suas diásporas, mas isto ocorre de maneira informal e não como uma ação orquestrada dos governos.

6.1. IRLANDA

A Irlanda tem uma longa história de redes de diáspora. O país teve uma alta taxa de emigração, frequentemente em condições muito aflitivas, e as primeiras redes deram apoio social e cultural aos emigrantes. Aspectos econômicos foram desenvolvidos ao longo do tempo. Aine O'Neil (2009) caracterizou o desenvolvimento das redes nos últimos sessenta anos:

- >> Focado na cultura: anos 1950;
- >> Negócios étnicos: anos 1980;
- >> Redes profissionais: anos 1990;
- >> Redes de conhecimento da diáspora (RCD): anos 2000.

Até o colapso bancário e imobiliário de 2007, a política irlandesa, no que se refere à diáspora, concentrou-se no retorno de mão de obra qualificada e investimento interno, este último particularmente oriundo dos EUA. A política mudou para dar maior ênfase a outras políticas da diáspora depois de 2007, embora esta tenha evoluído antes desse tempo. O'Neill caracteriza as duas abordagens abaixo:

OPÇÃO DE RETORNO	>> banco de dados de 375 expatriados atuando na área de ciências biológicas nos EUA - 75% gostariam de retornar >> apresentações internacionais – “ <i>road show</i> ” – para atrair talentos da diáspora >> no período 1998-2008, 150.000 irlandeses retornaram, representando agora 20% da força de trabalho na faixa etária entre 30 e 40 anos
OPÇÃO DA DIÁSPORA	>> redes de conhecimento nas principais áreas estratégicas >> uso da web 2.0 para melhorar a conectividade >> promoção da conscientização em áreas de conhecimento – “O conhecimento é a nossa natureza”. >> incentivo à mobilidade internacional dos investigadores irlandeses – <i>Science Foundation Ireland</i> 2000

Nos últimos 10 anos, o governo irlandês começou a ter interesse em estimular esses grupos relacionados à diáspora. Isto se tornou mais proeminente desde 2007, quando começou a emigração de grande número de pessoas qualificadas. Isto inverteu a tendência dos últimos vinte anos da imigração. Modelos israelenses e indianos foram seguidos de forma intencional.

ATIVIDADES DAS REDES DE DIÁSPORA

O'Neill (2009) identificou 46 Redes de Conhecimento da Diáspora (RCDs) em 27 países.

Essas RCDs foram formadas principalmente no período de 1998 a 2008. De acordo com sua classificação, havia quatro tipos:

- >> profissionais;
- >> de negócios transnacionais;
- >> especialistas;
- >> globais.

O autor apresenta, ainda, um mapeamento da diáspora irlandesa (figura 4), e indica os papéis desempenhados pelo estado nessa diáspora (tabela 3):

Figura 4: A distribuição da diáspora irlandesa



Fonte: O'Neill. (2009)

Tabela 3: Diferentes papéis do estado em diferentes tipos de rede da diáspora irlandesa

Tipo de Rede	Papel do Estado	Recursos de Rede	Exemplos
Profissional	Ausente / semeador	- Especialização profissional - Contatos de negócios - Oportunidades de carreira	- Rede Irlandesa de Nova York - Rede de San Francisco - Rede de Negócios Irlandesa na Alemanha
Transnacional	Semeador / Facilitador / Guardião	- Conhecimento da cultura local e de mercados - Perícia global - Conhecimento de negócios	- Círculo de Negócios Hungria-Irlanda - Fórum de Negócios Irlandês - Xangai
Especialista	Semeador / Facilitador	- Conhecimento de especialista - Experiência Global de Mentores de Negócios	- <i>Biolink</i> - <i>Irish Technology Leadership Group</i> – ITLG
Global	Facilitador	- Capital social - Capital financeiro - Influência política	<i>The Ireland Funds</i>

Fonte: O'Neill, A, 2009

Cabe ressaltar que 80% das importações irlandesas vão para o Reino Unido, os EUA e a UE, enquanto somente 5% das exportações vão para os BRICs (Brasil, Rússia, Índia, China), o que mantém correspondência com a localização da diáspora irlandesa.

IRISH TECHNOLOGY LEADERSHIP GROUP – GRUPO IRLANDÊS DE LIDERANÇA EM TECNOLOGIA DO VALE DO SILÍCIO

O Grupo Irlandês de Liderança em Tecnologia do Vale do Silício (www.itlg.org) foi fundado em 2007 e modelado de acordo com as redes de diáspora israelenses e com a *The Indus Entrepreneurs*. É uma rede pequena com 17 membros de nível sênior e uma equipe principal de 5 pessoas. Ela é ligada a órgãos governamentais. Como a *The Indus Entrepreneurs*, também realiza diversas funções de uma RCD, que incluem:

- >> terceirização de operações intensivas em conhecimento para a Irlanda;
- >> mobilização de capital de risco;
- >> aconselhamento ao governo sobre as novas tendências;
- >> treinamento de *start-ups* irlandesas;
- >> participação no conselho de administração de empresas nativas de tecnologia.

São realizadas as seguintes atividades:

- >> a listagem *Silicon Valley 50* destaca os cinquenta principais executivos irlandeses ou irlandeses-americanos com impacto no Vale do Silício, em seu campo de tecnologia;
- >> eventos de rede de relacionamento, tanto na Irlanda quanto no Vale do Silício, criados para a promoção de alianças entre empresas

irlandesas, líderes empresariais e funcionários do governo e do Vale do Silício;

>> seminários nos quais membros se envolvem em discussões juntamente com líderes da indústria e especialistas em uma variedade de questões relacionadas a campos específicos da tecnologia;

>> o Programa de Mentoria do Vale do Silício oferece uma oportunidade para fornecer orientação e inestimável experiência imediata aos participantes que trabalharem em uma empresa de tecnologia dos EUA por um ano. Há um estágio para estudantes irlandeses de pós-graduação, orientação individual e treinamento feitos pelos executivos de alto nível do grupo. O objetivo do programa é posicionar os participantes para voltarem para a Irlanda com as habilidades e experiências necessárias para iniciar negócios e promover o crescimento e desenvolvimento dos futuros executivos em suas comunidades nativas. Estudantes de disciplinas acadêmicas, incluindo Ciência da Computação, Administração, Gerenciamento de Projetos e Desenvolvimento de *Software*, que têm mostrado interesse em empreendedorismo e gestão de tecnologia, são encorajados a se inscreverem.

BIOLINK

A *Biolink* foi criada no início de 2003 e disseminada pela *Enterprise Ireland*. A rede tem se expandido e inclui cientistas, engenheiros e tecnólogos envolvidos em nanotecnologia e tecnologia limpa. A associação está aberta a todos que apoiem seus objetivos, que são:

- >> apoiar negócios orientados para a biotecnologia, nanotecnologia e tecnologia limpa na Irlanda;

- >> estimular conexões entre comunidades científicas nos EUA e na Irlanda;
- >> fornecer um fórum para membros compartilharem e trocarem informações e ideias.

Os resultados publicados até 2009 foram:

- >> 15 parcerias estratégicas;
- >> 18 milhões de dólares investidos em empresas irlandesas;
- >> 4 indicações de diretores em *start-ups*;
- >> 45 estagiários em instituições americanas.

A *Biolink* está registrada como um grupo do *Linkedin*, mas seu site não estava acessível em setembro de 2014.

GLOBAL IRISH NETWORK (REDE GLOBAL IRLANDESA) – GIN

No início de 2010, a *Rede Global Irlandesa (GIN)* foi lançada, composta por mais de 350 pessoas de nacionalidade irlandesa ligadas a negócios em aproximadamente quarenta países. O governo irlandês salientou o importante papel que a diáspora pode desempenhar na assistência à recuperação econômica da Irlanda, após a crise financeira mundial, na restauração da reputação internacional do país e como uma importante fonte de “*soft power*” em todo o mundo, inclusive nos mercados novos e emergentes. As iniciativas da Rede incluíram:

- >> fóruns de alto nível sobre a temática do Investimento Direto Estrangeiro, como o evento “Investimento na Irlanda”, organizado pelo ex-Presidente dos EUA Bill Clinton, em Nova Iorque, em fevereiro de 2012, e a iniciativa *Connect Ireland*;
- >> oferta de apoio prático para os exportadores

irlandeses, trabalhando com o Ministério de Relações Exteriores e Comércio e a *Enterprise Ireland* no Programa Global de Contatos Irlandeses – *Global Irish Contacts Programme* –, que conecta a diáspora com empresas que buscam expandir internacionalmente;

- >> expansão de seu papel no planejamento e organização de missões comerciais em suas regiões.

Assim como nos dois fóruns anteriores, o Taoiseach (Primeiro Ministro) e o Tánaiste (Vice-primeiro-ministro) compareceram ao 3º Fórum Econômico Global Irlandês, em outubro de 2013. Trezentos dos irlandeses mais influentes, indivíduos conectados à Irlanda no exterior e CEOs de setenta empresas irlandesas compareceram ao evento de engajamento industrial.

O evento foi estruturado de acordo com as prioridades do Plano de Ação para Empregos, de 2013, para alinhar a experiência e *expertise* da Rede com as principais estratégias do governo em áreas como: criação de vantagem competitiva; condução do empreendedorismo e de *start-ups*; auxílio ao crescimento dos negócios de origem doméstica; desenvolvimento e aprofundamento do impacto do investimento direto estrangeiro e promoção dos setores empresariais da economia. Apoiada pelos objetivos do Plano de Ação para Empregos, os grupos de trabalho foram agrupados em torno dos temas tecnologia, educação, serviços financeiros e desemprego juvenil. Cada grupo foi encarregado de produzir propostas concretas para ideias inovadoras ligadas às prioridades do Plano.

O formato do Fórum consistia em uma mistura de sessões plenárias, painéis de discussão e grupos de trabalho. O programa foi desenvolvido após discussões com membros da GIN e de seu Grupo Consultivo e com uma variedade de ministérios e órgãos governamentais.

Além dos Fóruns de 2009, 2011 e 2013, uma série de reuniões da Rede também foram coordenadas por Ministros e missões diplomáticas irlandesas em várias regiões do mundo, com representação até o nível de Vice-Primeiro-Ministro.

A GIN é coordenada por uma Secretaria da *Irish Abroad Unit* (Unidade sobre irlandeses no exterior), do Ministério de Relações Exteriores e Comércio, com embaixadas em contato com os membros em suas respectivas áreas de responsabilidade.

PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO

Até o início deste século, as redes de diáspora irlandesas eram criadas por líderes das comunidades da diáspora, particularmente na América do Norte, Austrália e Reino Unido.

Ainda na década de 1980, as redes concentraram-se em beneficiar os membros da diáspora irlandesa dentro do país de hospedagem. Assim, as redes irlandesas em Nova Iorque e São Francisco tinham como principal atrativo auxiliar as carreiras dos membros e o comércio entre eles.

Em 2002, o foco da política pública irlandesa era o bem-estar dos emigrantes. O relatório do mesmo ano, denominado “Irlanda e Irlandeses no Exterior” (*“Ireland and Irish Abroad”*), direcionado ao Ministro de Relações Exteriores e Comércio, ainda que reconhecesse em alguma medida as habilidades adquiridas pelos irlandeses no exterior, centrou sua análise, fundamentalmente, na assistência ao emigrante pobre e nas questões culturais. Desde então, tem havido um maior engajamento do governo irlandês no desenvolvimento das redes. Essas iniciativas, que começaram por identificar as redes e as pessoas influentes na diáspora irlandesa, são tratadas abaixo.

O Fórum Econômico Global Irlandês trouxe Bill Clinton, ex-presidente dos EUA, que participou de uma discussão intitulada “Irlanda e a Irlanda Global no século XXI — Trabalhando Juntos para Enfrentar os Desafios do Futuro”, além de outras personalidades identificadas pelas embaixadas irlandesas e redes de diáspora. Eles focaram no desenvolvimento do *Irish 1000* — lista de mil pessoas influentes de ascendência irlandesa na diáspora.

No Fórum Econômico Global Irlandês de 2011, uma série de mecanismos reforçaram a Rede Global Irlandesa, incluindo a nomeação de um grupo consultivo para a Rede Global Irlandesa.

Dezenove membros da Rede, de cada uma das principais áreas geográficas representadas no Fórum de 2011, entraram para o grupo consultivo da Rede Global Irlandesa. O grupo é encarregado de rever o progresso, coordenar o trabalho geral do programa e trabalhar com embaixadas para manter a Rede mais amplamente informada sobre novos desenvolvimentos. O grupo reúne-se duas vezes por ano.

ATIVIDADES

Iniciativas específicas surgiram da diáspora, e depois ganharam o apoio do governo irlandês. Além das iniciativas nos EUA, ainda incluíam:

>> A *Irish Network China*, uma organização localizada em Pequim que promove relações culturais, sociais e comerciais entre a Irlanda e a China;

>> *Le Chéile*, Shanghai, um grupo social e educacional para emigrantes irlandeses e para a diáspora irlandesa na China, fundada em 2008.

Iniciativas puramente baseadas e apoiadas pela diáspora surgiram em conjunto com as atividades patrocinadas pelo governo, envolvendo setores artístico, de negócios e acadêmico. A ideia por trás da universidade é alavancar o patrimônio cultural da Irlanda como um impulsionador do desenvolvimento econômico.

O terceiro Fórum Econômico Global Irlandês dividiu-se em grupos, que foram solicitados a produzir de duas a três propostas específicas com ideias inovadoras ligadas aos desafios prioritários no Plano de Ação para Empregos. Esta atividade resultou em 64 recomendações, abrangendo questões culturais e legais, bem como econômicas. 17 recomendações estão sendo implementadas imediatamente pelo governo. Dentre elas, tem-se:

>> a melhoria da reputação da comida irlandesa em mercados globais, mostrando a liderança irlandesa no tema da sustentabilidade e aproveitando o sucesso da *Origin Green*.³ Uma iniciativa que pode ser citada é a participação da Irlanda na Expo Milão, “*Alimento para o planeta, energia para a vida*”, e as medidas estão sendo tomadas através de departamentos e órgãos pertinentes;

>> o potencial de parceria público-privada no financiamento local específico para as oportunidades de mercado no exterior;

>> o estabelecimento de uma rede global de corretores culturais dentro dos setores de negócios e de tecnologia para voluntários se tornarem defensores da promoção de negócios e de troca de oportunidades para a comunidade criativa;

>> a hospedagem de um embaixador da *Origin Green* por até três meses em negócios

com experiência em sustentabilidade (não só na indústria de alimentos e bebidas). O Departamento de Agricultura, Alimentos e Vida Marinha, juntamente com a *An Bord Bia*, deseja alocar os primeiros Embaixadores da *Origin Green* em 2015.

As recomendações também incluem a necessidade de se desenvolver uma estratégia definida e mensurável para o engajamento com a diáspora. A revisão da estratégia tinha previsão de conclusão para 2014.

As recomendações em progresso por membros da Rede Global Irlandesa são:

>> a criação de um fundo do setor privado de 25 milhões de euros para ajudar as empresas a crescerem. O governo ajudará a identificar empresas irlandesas apropriadas para serem consideradas, uma vez que o fundo já está operando;

>> o lançamento do Programa “Jovem Empreendedor do Ano”. Membros da Rede Global Irlandesa se ofereceram para avançar com esta ação.

INTERAÇÃO COM AS PEQUENAS EMPRESAS IRLANDESAS

Como parte do Fórum, a *Enterprise Ireland* organizou um evento para o setor industrial reunindo os empresários que representam pequenas e médias empresas com membros da Rede Global Irlandesa. Esse evento abordou os temas tecnologias limpas, mulheres empreendedoras, serviços financeiros, produção industrial, tecnologia médica, TIC e alimentação.

Uma das principais contribuições dos membros da GIN seria a vontade de se envolver com empresas

3. Programa Nacional de Sustentabilidade da Irlanda. Maiores informações em <http://www.origingreen.ie/>.

irlandesas em três diferentes níveis: vendas, estratégia e financiamento. Alguns membros da GIN são indivíduos com alto patrimônio líquido e têm a capacidade de investir pessoalmente nas empresas que considerem suficientemente atraentes. Eles também tiveram a capacidade de auxiliar indiretamente com a captação de recursos, por exemplo, por meio de apresentações de relevantes fontes de capital de risco ou de indivíduos com alto patrimônio que estariam interessados em investir em empresas irlandesas. Além disso, os membros da GIN afirmaram que estão dispostos a ajudar quando as empresas precisarem de conexões ou conhecimento do mercado.

Os resultados e recomendações dos grupos temáticos estão estabelecidos abaixo. Eles mostram a necessidade de desenvolver mais a GIN de forma a habilitar a interação direta com empresas irlandesas:

- >> a GIN precisa ser formalizada. Os membros da GIN não se conhecem e não são claramente informados sobre o 'processo' de ajudar as empresas irlandesas a resolverem seus problemas de financiamento. Um mecanismo permanente de contato entre as pequenas e médias empresas (PMEs) e membros da GIN precisa ser estabelecido.
- >> seria muito útil ter um mapa, em um *site*, dos membros da GIN em cada mercado;
- >> as empresas precisam ter a oportunidade de mostrar seus produtos e serviços para a rede da GIN globalmente. Um *site* pode ser desenvolvido onde a empresa poderia tentar vender seu produto ou serviço à Rede através da *web*;
- >> um banco de dados dos expatriados precisa ser gerado para todas as regiões, para que as empresas entrem em regiões em que

possam fazer contato com a comunidade de expatriados irlandesa como um meio de se conectar com o mercado; a identificação de mulheres qualificadas que gostariam de participar da GIN é necessária, a exemplo da *Astia* (com sede em San Francisco, *Astia* é uma comunidade global de especialistas comprometidos com o sucesso de *start-ups* de classe mundial com alto crescimento lideradas por mulheres), com um Conselho de Administração Internacional da GIN disponível para auxiliar mulheres empresárias irlandesas;

- >> a GIN deve aumentar o número de membros com experiência internacional na indústria alimentícia e no varejo.

Após o evento, várias ações de consultoria individual de acompanhamento e orientação, foram aprovadas por membros da GIN com os participantes na mesa da TIC Américas, e um evento de equipe sênior da *Digicel* foi proposto por empresas de telecomunicações e de mídia digital irlandesas em 2014.

CONNECT IRELAND

Uma comunidade *online* foi criada para fazer contatos, o que abrange algumas das recomendações definidas acima. Trata-se da *Connect Ireland* (www.connectireland.com), direcionada para a comunidade da diáspora, mas com foco em investimentos. Para se tornar um embaixador da *Connect Ireland*, é necessário que se faça um registro. Um embaixador, ao identificar empresas em expansão que possam se estabelecer na Irlanda e criar postos de trabalho, é encorajado a contatar a *Connect Ireland*, programa governamental que ajudará a empresa a conhecer os benefícios e incentivos para seu estabelecimento na Irlanda. Há uma remuneração pela indicação quando há um investimento de sucesso.

O programa já dura dois anos e seis meses. 59 empresas estão em negociações com 2.035 potenciais empregos. 48 postos de trabalho foram anunciados, em três projetos separados.

GOVERNANÇA

Desde 2007, o uso criterioso da diáspora irlandesa para ajudar o país de origem tem sido tratado no mais alto nível do governo. O Fórum Econômico Global Irlandês foi realizado pela primeira vez em setembro de 2009, visando explorar como as comunidades e pessoas de negócios na Irlanda e na diáspora irlandesa podem trabalhar para ajudar na recuperação econômica do país.

A plataforma virtual WorldIrish.com foi lançada no evento para o “povo irlandês e aqueles que pensam como um irlandês”. O encontro envolveu a apresentação de trabalhos sobre como outras diásporas funcionavam, incluindo as diásporas galesa na Austrália e a argelina na Europa.

ESTRUTURAS EXISTENTES PARA O ENGAJAMENTO

A *Irish Abroad Unit*, órgão do Ministério de Relações Exteriores e Comércio da Irlanda, foi estabelecida em 2004 para “proteger e apoiar” os irlandeses no exterior. A Unidade gerencia o engajamento entre o governo irlandês e a diáspora, incluindo apoio e reconhecimento para os irlandeses no exterior por intermédio do Programa de Apoio ao Emigrante, o Prêmio “*Presidential Distinguished Service Awards for the Irish Abroad*” e o engajamento estruturado com a diáspora voltada para o desenvolvimento econômico, através da GIN *Global Irish Network* e do Fórum Econômico Global Irlandês.

Ao longo das três reuniões do Fórum Econômico Global Irlandês, em 2009, 2011 e 2013, houve mudanças em sua execução. Em 2013, realizaram-se sessões de mentoria para trazer clientes da *Enterprise Ireland* juntamente com membros da GIN. Além disso, foram realizadas reuniões fora de Dublin pela primeira vez, em Cork, Galway e Belfast. As seguintes ações adicionais estão em andamento ou já foram concluídas:

- >> programa de Pós-graduação no Exterior: o governo está trabalhando para estabelecer um programa para facilitar até quinhentas vagas de pós-graduação no exterior; o foco inicial será na Ásia;
- >> Uma nova estratégia para a Ásia e mercados emergentes;
- >> O desenvolvimento da rede de diáspora denominada “*Food and Drink*” (alimentação e bebidas);
- >> Um Centro de Inovação Irlandês foi inaugurado na Califórnia em 2011;
- >> “Diáspora Bond” (título financeiro relativo à diáspora): o governo está estudando a viabilidade de estender o “*National Solidarity Bond*” (título financeiro de solidariedade nacional), anunciado no orçamento de 2010, a residentes não-irlandeses;
- >> Estratégias locais com a diáspora: cada embaixada irlandesa está produzindo uma estratégia que visa a apoiar e reforçar o compromisso com a comunidade local irlandesa.

RECURSOS

Em 2010, o governo irlandês disponibilizou uma quantidade limitada de recursos para uma série de programas relacionados com a diáspora, dentre os quais:

>> Câmara de Comércio Irlanda-Japão (€ 12.000 – doze mil euros), que é dedicada à promoção de laços comerciais entre a Irlanda e o Japão;

>> € 135.000 (135 mil euros) para um programa de bolsas de estudo, que oferece a 25 participantes irlandeses a oportunidade de trabalhar na Ásia por quatro meses e participar de mestrado- sanduíche no curso de Gestão de Negócios Asiáticos da *University College Cork* e *Nanyang Business School*, em Cingapura. O projeto foi desenvolvido por uma série de empresários com negócios em Cingapura que estiveram presentes no Fórum Econômico Global Irlandês, o que foi uma resposta ao foco do encontro na necessidade das empresas irlandesas aumentarem seu acesso aos mercados asiáticos;

>> Grupo de Liderança em Tecnologia Irlandês no Vale do Silício, com US\$ 251.000 (251 mil dólares);

>> O Novo Centro Irlandês em Nova York, que o Governo irlandês financiou com € 2,3 milhões (2,3 milhões de euros); e

>> Uma nova universidade de artes cênicas, que está em fase de construção.

Os custos associados com o Fórum Global Irlandês são cobertos com recursos do Programa de Apoio ao Emigrante. O Fórum de 2009 custou € 320.000 (320 mil euros), provenientes do Orçamento de Apoio ao Emigrante de € 12,9 milhões (12,9 milhões de euros).

LIÇÕES APRENDIDAS PELOS IRLANDESES PARA SI MESMOS E PARA OS OUTROS

Aikins, Sands e White (2009) apresentaram lições para a Irlanda a partir de uma análise das melhores

práticas globais. O estudo apresenta um aviso que é comum neste campo: “muitas destas iniciativas foram promulgadas recentemente, sendo que é muito cedo para avaliá-las totalmente”. Os autores começam com ambição e continuam com as recomendações mais específicas. As recomendações abaixo foram reestruturadas de forma a evitar a duplicidade de esforços e se encaixar com a estrutura deste relatório.

AMBIÇÃO

Juntamente com Israel e Índia, a Irlanda pode ser um dos três mais importantes países do mundo no desenvolvimento de diásporas. A Irlanda também está em condições de auxiliar outros países a desenvolverem estratégias para suas próprias diásporas.

Os irlandeses que vivem no exterior não têm que voltar para a Irlanda para desempenhar um papel significativo na economia irlandesa. A “fuga de cérebros” pode levar ao “ganho de cérebros” e à “troca de cérebros” em um círculo produtivo.

ATIVIDADES

Auxílio à aceleração de talentos por meio de estágios, de intercâmbios e mentoria, o que contribuiria para a ‘internacionalização’ da geração seguinte de líderes da Irlanda. Essa atividade poderia fazer parte do rol de ações de quem faz parte da *Global Irish 1000* (os membros mais influentes da diáspora).

A filantropia pode ser o ponto de entrada membros engajados da diáspora. A *Global Irish* pode ajudar com a construção de capacidades no setor irlandês de atividades sem fins lucrativos e pode apoiar ONGs irlandesas que trabalham em países em desenvolvimento.

Índia e Israel, entre outros países, têm considerado a emissão de títulos uma forma eficaz de levantar recursos essenciais para os custos de infraestrutura nacional.

A diáspora irlandesa tem o potencial de desempenhar um papel crucial no IDE e no fomento da indústria de capital de risco. A Irlanda deveria aprender com a experiência de Israel e da Índia nesse tema.

A exportação de educação é um grande mercado, e a diáspora pode ajudar.

A cultura, que envolve criatividade, inovação e personalidade, é o fator unificador subjacente que pode ligar as estratégias da diáspora. Agências de outros países, tais como o *British Council*, a *Alliance Française* e o *Goethe Institute* reconhecem isso e investem recursos consideráveis na promoção da sua cultura no exterior. A Irlanda não é competitiva nessa área.

PROCESSOS

A tecnologia permite que a Irlanda se conecte com sua diáspora em um nível muito amplo. Existe a oportunidade para criar um portal eletrônico global para incluir todas as organizações irlandesas ou relacionadas com a Irlanda. Mas a tecnologia não substitui encontros presenciais a rede de diáspora é uma atividade de contato.

A chave para o sucesso é identificar pessoas e organizações excepcionais da diáspora e conectá-las com pessoas e organizações na Irlanda igualmente excepcionais. Instituições fortes no país de origem são necessárias para apoiar as iniciativas.

Há uma necessidade de desenvolver o conceito *Global Irish 1000*, sendo que o desafio é identificar

e engajar aqueles com “riqueza e influência” que têm condições de se conectar com a Irlanda.

Para ser eficaz, deve haver “perguntas e tarefas” do *Global Irish 1000*. Eles precisam estar envolvidos em pequenos grupos com projetos específicos ao longo de um período de tempo limitado.

GOVERNANÇA

O papel do governo é atuar como facilitador mais do que como executor de programas.

Diferentes agências entregam mensagens diferentes no exterior sobre a Irlanda e muitas vezes trabalham isoladas umas das outras. Há necessidade de maior coordenação e colaboração na hora de promover a Irlanda no exterior. Todos os envolvidos nesse esforço devem estar cientes de cada elemento que compõe a “marca Irlanda”, seja investimento, comércio, turismo, cultura, entretenimento, esporte e filantropia, e entender como esses elementos interagem.

PROGRESSO E PERSPECTIVAS DA GIN

Tendo em vista os argumentos acima, é útil examinar o desenvolvimento da GIN e do Fórum até o final de 2013.

A GIN está seguindo os objetivos estabelecidos por Atkins et. al., e tem respondido positivamente, participando dos Fóruns e oferecendo serviços de todos os tipos fora deles. As atividades que ligam as empresas irlandesas com aquelas representadas pela diáspora ainda são embrionárias e necessitam de muito mais desenvolvimento para satisfazer às aspirações das comunidades doméstica e da diáspora.

A dimensão cultural tem sido reconhecida e é evidente nas recomendações para a criação de embaixadores culturais nas indústrias criativas e de várias iniciativas culturais da diáspora, como um Centro de Diáspora, permitindo o rastreamento de ancestrais.

O Fórum proporciona a oportunidade para contato pessoal, mas a plataforma *web* ainda parece estar pouco desenvolvida. Existe uma página para membros no *site* do Fórum e da Rede (www.globalirishforum.ie). No entanto, o Fórum recebe mais destaque e a Rede é uma parte do *site* do Fórum na internet, o que é evidenciado pelo nome de domínio do *site*. Após o Fórum de 2013, o *Department of Foreign Affairs and Trade* (Ministério de Relações Exteriores e Comércio) concordou em “conferir grande importância ao desenvolvimento de uma rede eletrônica fechada entre membros da GIN e PMEs irlandesas. Por meio dessa rede, as PMEs poderiam solicitar aconselhamento/formular perguntas em tempo real, as quais seriam direcionadas a todos os membros da Rede e aqueles que pudessem responder/agregar valor poderiam fazê-lo diretamente às PMEs”. No entanto, isso precisa acontecer no curto prazo, para que o entusiasmo gerado em ambos os lados não seja dissipado. Em contraste, o independente *Irish Technology Leadership Group* é hábil nessa tarefa, mas opera em um domínio mais estreito e somente em um local de diáspora.

A coordenação entre órgãos públicos parece estar ocorrendo com um nível de razoável de cooperação, com captação de investimento externo e elementos culturais. No contexto dessas atividades, ao final de 2011 a Irlanda lançou um Fundo Internacional de *Start-ups* para atrair empreendedores estrangeiros para a Irlanda. O

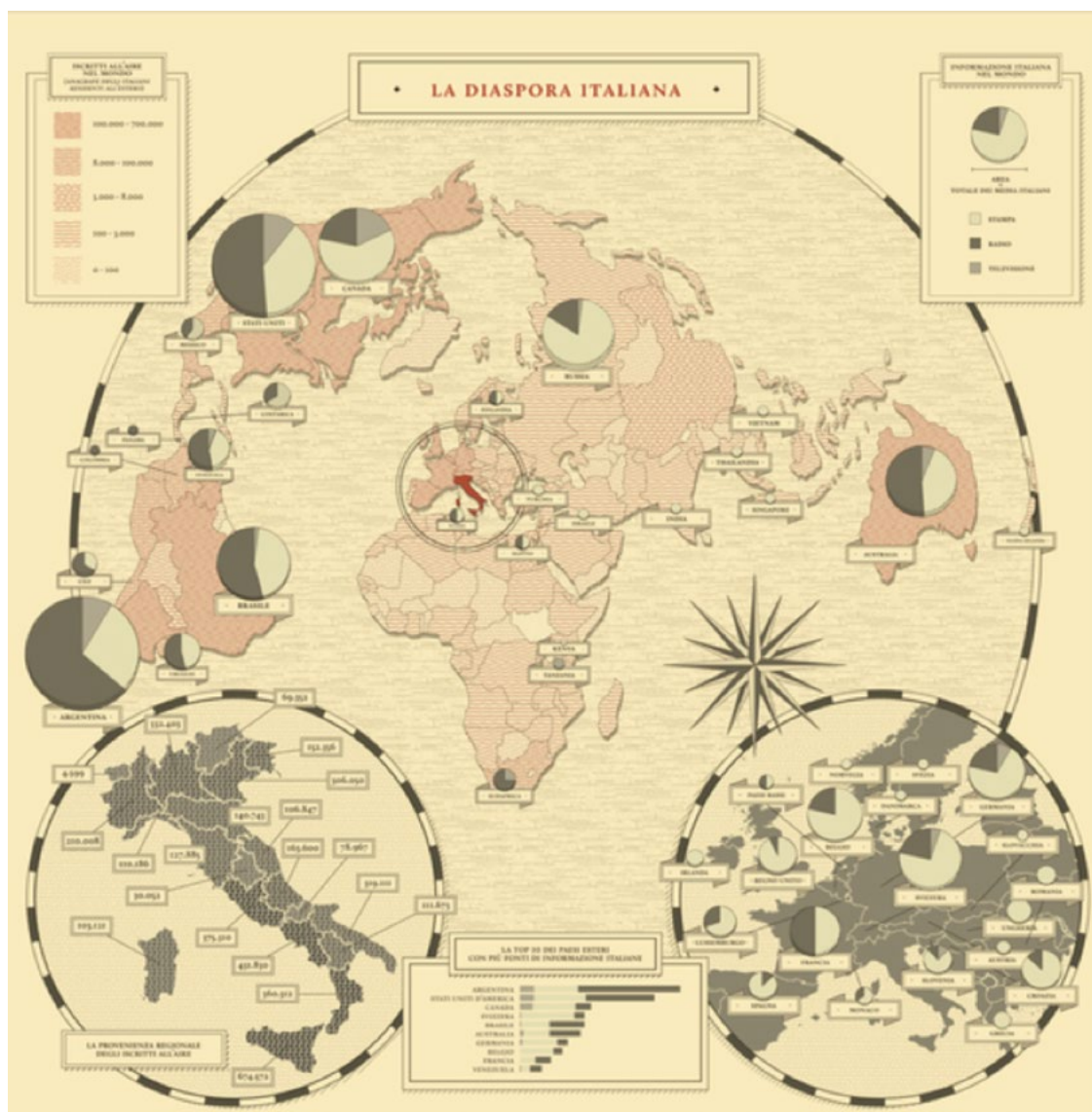
Fundo será administrado pela *Enterprise Ireland* (uma organização governamental responsável pelo desenvolvimento e crescimento das empresas irlandesas nos mercados globais) e estará disponível os promotores de empresas em todo o mundo, mas direcionado principalmente à diáspora irlandesa, aos expatriados internacionais, e à “Nova Diáspora” (estrangeiros que trabalharam ou estudaram anteriormente na Irlanda).

No entanto, a perspectiva do governo como facilitador em vez de -executor parece ainda distante. O desenvolvimento em curso está provavelmente atrasado devido a graves restrições de recursos, enfrentadas pelo governo irlandês, para apoiar a Rede e ao Fórum.

6.2. ITÁLIA

A Itália tem uma grande diáspora em alguns dos países mais ricos do mundo. Esses países incluem EUA, Canadá e Austrália, bem como em outros países da Europa e da América do Sul. O país possui também disposições políticas especiais para os 3,5 milhões de cidadãos italianos residentes no exterior (Povoledo, 2006), que podem eleger representantes cujas atribuições incluem representar os interesses dos italianos fora do país – não de suas cidades natais, mas de quatro colégios eleitorais, que representam a Europa, América do Sul, América do Norte e Central e um para África, Ásia e Oceania.

Figura 5: A Diáspora Italiana



Fonte: Corriere della Sera <https://www.behance.net/gallery/3417723/LA-DIASPORA-ITALIANA-Corriere-della-Sera-La-Lettura>

Isso levou a um forte envolvimento dos políticos italianos com os cidadãos no exterior, que muitas vezes vivem em áreas onde a diáspora de não-cidadãos é predominante.

Um Conselho Geral de Italianos no Exterior foi criado em 1989 para consultas com o governo e com o Parlamento sobre os principais temas de interesse dos italianos no exterior.

ATIVIDADES

O papel da diáspora no envio de remessas de dinheiro e no fornecimento de uma fonte de IDE foi estabelecido. Murat, Pistoresi e Rinaldi (2008) demonstraram que a diáspora italiana tem um efeito positivo significativo nos fluxos de investimentos da Itália no exterior e na captação desses investimentos pelo país. Neste caso, o mecanismo existente constituiu-se pelas valiosas informações sobre oportunidades de negócios na Itália que as empresas criadas por emigrantes utilizaram para investir no país a partir do exterior. Isso lhes permitiu entrar na economia italiana sem a necessidade de superar as barreiras formais e informais que possam ter impedido outros investidores. Essa situação envolveu grandes e pequenas empresas.

BUSINESS ASSOCIATION ITALY AMERICA (ASSOCIAÇÃO DE NEGÓCIOS DA ITÁLIA-AMÉRICA – BAIA)

A associação de diáspora mais notável que opera na esfera de negócios é a Associação de Negócios da Itália-América – BAIA – (www.baia-network.org). A BAIA é uma associação sem fins lucrativos, independente, fundada em São Francisco, em 2006. É uma rede aberta de negócios criada por e para profissionais, empreendedores e administradores

de empresas atuando entre a Itália e os Estados Unidos. Está ligada ao Consulado italiano em São Francisco. No entanto, a liderança e a gestão são da comunidade empresarial.

Sua missão é oferecer à sua comunidade oportunidades de contatos, facilitar o livre intercâmbio de conhecimento, oportunidades de negócios, relacionamento entre a Itália e os Estados Unidos, e promover um ecossistema de negócios que promova a inovação.

Seu foco é a comunidade de negócios italiana nos Estados Unidos. A Associação organiza eventos de *networking* com setores produtivos que atendem à comunidade de negócios italiana e ítalo-americana nos Estados Unidos. Sua sede está localizada na Califórnia, com seções em outras partes dos Estados Unidos e em Milão. A BAIA organiza e promove as empresas italianas. Em julho de 2014, a BAIA promoveu uma palestra sobre capital de risco na Europa, por Lorenzo Franchini, investidor anjo e fundador da *Italian Angels for Growth*, em Stanford.

A BAIA abrange uma gama de setores – alta tecnologia, manufatura, tecnologia verde, biotecnologia e serviços. O *site* mostra agenda atualizada de eventos. Havia sete discussões ativas acontecendo em julho de 2014. A BAIA criou o primeiro banco de dados de negócios que mapeia o comércio entre a Itália e os EUA, que é público, aberto a todos os usuários, passível de ser editado, e projetado para estar sempre atualizado.

A BAIA é uma associação mantida por seus membros, que oferecem descontos e benefícios para seus apoiadores, produzindo benefícios financeiros mútuos.

Embora a BAIA tenha como objetivo compartilhar conhecimentos e melhores práticas e promover

uma cultura de inovação na Itália por meio de eventos frequentes, workshops e parcerias com instituições e organizações, trata-se claramente de uma organização com foco nos EUA destinada a trazer benefícios para seus membros.

CONFERÊNCIAS ITÁLIA-AMÉRICA LATINA

Uma iniciativa do governo italiano é a Conferência Itália-América Latina. A 6ª Conferência Itália-América Latina foi realizada em 10 de dezembro de 2013. Seu foco foi políticas decrescimento, desenvolvimento e sustentabilidade e cooperação entre pequenas e médias empresas. A Conferência é um evento bienal envolvendo a participação de ministros da América Central e do Sul e também do governo italiano. Sua finalidade é fortalecer o diálogo entre as sociedades, as economias e as culturas italianas e latino-americanas.

A 6ª Edição da Conferência centrou-se, principalmente, nas políticas de desenvolvimento territorial e no diálogo entre pequenas e médias empresas, com um foco especial na experiência italiana e exame de potenciais esferas de cooperação com a América Latina. Com essa finalidade, um memorando de entendimento foi assinado entre Ministro do Desenvolvimento Econômico e Instituto Ítalo-Latino Americano (ILLA) com a finalidade de incentivar a colaboração entre PMEs na Itália e na América Latina e Caribe.

O entendimento prevê um plano de ação que, além de identificar os setores em que seria mais simples ou -aconselhável o estabelecimento de cooperação econômica, irá gerar uma plataforma *web* em que as PMEs interessadas poderão se registrar.

CÂMARAS DE COMÉRCIO NO EXTERIOR

A *Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'Estero – Assocamerestero* é uma associação de câmaras italianas de comércio no exterior, que representa mais de 70 câmaras em todo o mundo. Há representação particularmente forte nas áreas onde a diáspora italiana é forte. Isso se aplica à América do Sul e do Norte. No Brasil, há uma rede de escritórios da Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria (<http://www.italcam.com.br>) em São Paulo, no Rio de Janeiro, no Rio Grande do Sul, em Minas Gerais, em Santa Catarina e no Paraná.

Na América do Norte, existem treze câmaras italianas localizadas nas grandes áreas metropolitanas no Canadá, México e Estados Unidos, que são cobertas pelo *North American Free Trade Agreement* (NAFTA) e oferecem serviços e informações para pequenas e médias empresas buscando parceiros comerciais ou a criação de *joint ventures*. Muitas foram instituídas há muito tempo. A Câmara Ítalo-Americana de Comércio e Indústria (IACC) foi fundada em 1887. A Câmara do Meio Oeste foi fundada em 1907. Os principais objetivos da IACC são:

- >> promover, facilitar e proteger as relações comerciais entre os Estados Unidos e a Itália;
- >> promover e incentivar o maior desenvolvimento do comércio entre os Estados Unidos e a Itália;
- >> proporcionar uma troca de informações com relação a negócios e comércio entre Estados Unidos e Itália e as potencialidades de seu desenvolvimento;
- >> estimular o interesse dos italianos na Itália, bem como nos Estados Unidos, no sentido de criar condições comerciais e industriais

nos Estados Unidos mais adequadas para os italianos.

Essas são organizações significativas. As organizações nos EUA têm grande número de funcionários e associados. Elas prestam serviços gerais e especializados em marketing, conferências e seminários, e oportunidades de -contatos. A Câmara Ítalo-Brasileira de Comércio e Indústria fornece assistência especial a pequenas empresas em vias de internacionalização. Uma das funções da Câmara Ítalo-Americana de Comércio e Indústria é fornecer assistência e formação para as futuras gerações de gestores e empresários, o que é alcançado por meio de atividades do Comitê de Jovens Executivos e também do programa de intercâmbio de visitantes da IACC, com o visto J-1, fornecido pelo Departamento de Estado. Os jovens italianos são recebidos por empresas norte-americanas. Há procedimentos recíprocos para jovens americanos.

Embora não se caracterizem como organizações de diásporas, as câmaras são predominantemente (mais de 90%) gerenciadas por descendentes de italianos, que também compõem a maior parte de suas equipes, conforme nomes de seus funcionários na Câmara Brasileira e na dos Estados Unidos. As empresas associadas têm um alcance mais amplo.

PROCESSOS

O desenvolvimento das relações entre a Itália e sua diáspora tem sido essencialmente informal. Esse relacionamento é baseado em conexões familiares e pessoais, transmitidas possivelmente através das gerações.

As associações culturais, que destacam a riqueza do patrimônio cultural da Itália, são destaques na América do Norte e Australásia, mas organizações

de diáspora focadas no desenvolvimento econômico são difíceis de serem encontradas. Mesmo a ativa e bem organizada BAIÁ tem foco nos benefícios para os seus membros nos EUA, o que pode ser conseguido totalmente fora da Itália.

As iniciativas do governo parecem esparsas. A ligação Itália-América Latina está apenas começando a ser desenvolvida e, além do plano para a plataforma *web*, parece não haver outro desdobramento.

Os principais processos são informais, apoiados por iniciativas ocasionais do setor privado, fornecendo relatórios sobre mercados em potencial, como, por exemplo, o livro *"Know Your Customer: the Italian Divide"* (WILSON, 2010), um resumo produzido por empresas de Toronto sobre o mercado italiano. O documento reconhece que Toronto tem uma das maiores populações da diáspora italiana no mundo. Neste caso, o autor sequer era da diáspora.

Carlo Carraro (CARRARO, 2013), presidente da Universidade Ca' Foscari, de Veneza, lamenta a falta de ação das autoridades italianas a esse respeito.⁴ Ele conclama a Itália à criação de um Ministério da Diáspora.

GOVERNO

O Ministério de Relações Exteriores tem uma Direção-Geral para os Cidadãos Italianos no Exterior e Políticas Migratórias (www.esteri.it/MAE/en/Ministero/Struttura/DGItalianiEestero), que possui sete escritórios.

4. "Mesmo se a Itália fosse capaz de atrair jovens brilhantes do resto do mundo, ainda teria a responsabilidade crucial de manter contatos com jovens italianos no exterior, a fim de lhes oferecer oportunidades para voltar, mas acima de tudo porque constituem uma rede de pesquisadores e empresários de nível superior. E essa rede poderia ajudar empresas e instituições italianas a crescerem e se tornarem globais. Essa rede de contatos poderia trazer grandes benefícios para a Itália. Por que não prestar a atenção necessária aos jovens italianos? Por que desperdiçar o grande trunfo?".

O Escritório 1 se ocupa das políticas para a valorização dos cidadãos italianos no exterior. Em termos específicos tem por responsabilidade a promoção, coordenação e supervisão das políticas para os italianos no exterior; propostas legislativas; relações com o Conselho Geral dos Italianos no Exterior (CGIE); contribuições para comitês e instituições de caridade; assistência aos compatriotas carentes; associações italianas no exterior; deputados de origem italiana no mundo. Esse Escritório não tem competência econômica específica.

Os outros seis escritórios se ocupam dos seguintes temas: promoção linguística e cultural em favor dos italianos no exterior; serviços consulares inerentes à cidadania, ao estado civil e a documentos de viagem e navegação; proteção e assistência aos italianos no exterior, sequestro internacional de menores e cooperação jurídica internacional; serviços consulares sobre registro e voto no exterior; visto de ingresso na Itália e no espaço Schengen; cooperação bilateral e multilateral no campo migratório; e proteção e adoção internacional.

Há dois tipos de órgãos representando as comunidades italianas no exterior, que mantêm vínculo regularmente com o Ministério. Trata-se dos Comitês de Italianos no Exterior (Com.It.Es), do Conselho Geral de Italianos no Exterior e das diversas associações de italianos no exterior.

Os Comitês de Italianos no Exterior são órgãos que representam a comunidade italiana residente permanentemente no exterior e estão estabelecidos nas jurisdições consulares com pelo menos 3.000 cidadãos italianos residentes. Cada Comitê é composto por doze membros eleitos, ou por dezoito membros, em locais que a comunidade italiana consistir em mais de 100.000 cidadãos italianos. Os Com.It.Es contribuem para identificar

as necessidades de desenvolvimento social, cultural e civil das comunidades italianas sob suas jurisdições consulares.

O Conselho Geral dos Italianos no Exterior foi criado em 1989 para consultas com o governo e com o Parlamento sobre temas de grande interesse para os italianos no exterior. É um importante instrumento que representa uma ligação permanente com a Itália e por meio do qual as comunidades italianas no exterior participam ativamente na política italiana. O Conselho é renovado a cada cinco anos.

Parece não haver nenhuma dimensão econômica no funcionamento destes órgãos.

6.3. OUTRAS EXPERIÊNCIAS EUROPEIAS

6.3.1. ALEMANHA

As pessoas de ascendência alemã formam a maior diáspora nos EUA, ultrapassando as de origem britânica. Apresentam-se também de forma significativa em muitas outras partes das Américas, África do Sul e Austrália. No século XIX, os imigrantes alemães também estiveram presentes de forma significativa em vários outros países europeus, como o Reino Unido e a Rússia, e continua havendo deslocamento de alemães para todos os outros Estados-membros da UE.

A Alemanha interage com sua diáspora por meio de suas câmaras internacionais de comércio, “*die Auslandshandelskammern*” (AHK).

ATIVIDADES

As AHKs já existem há mais de cem anos, e comumente têm relacionamento de longa data

com empresas fundadas por imigrantes alemães há várias gerações. Elas são organizações que prestam serviços a seus membros e facilitam o comércio com a Alemanha. As AHKs possuem 40.000 empresas associadas em todo o mundo. Essas associações empregam 20.000 especialistas e gestores, muitos deles provenientes da diáspora alemã, e prestam serviços como o fornecimento de informações, orientações e treinamento para empresas alemãs. A cada ano elas realizam 3.300 reuniões com empreendedores, congressos e seminários, com 165.000 participantes.

PROCESSOS

As Câmaras trabalham com a *Germany Trade & Invest* (GTAI), a agência de desenvolvimento econômico da República Federal da Alemanha. Heinrichs (2012) avalia a cooperação entre a GTAI e a AHK. 43 localidades da AHK foram avaliadas. A avaliação cobriu a gestão e organização, a observação do mercado e a promoção do investidor, o marketing e comunicação, o uso de bancos de dados, a viagem de delegações e a abertura de mercado. Cerca de 70% dos entrevistados responderam que a cooperação era boa ou excelente na maioria das dimensões, exceto no compartilhamento de dados, quesito em que apenas 38% acharam a cooperação boa ou excelente. A conclusão foi que nas áreas de comunicação e marketing havia necessidade de melhoria.

GOVERNO

Membros pagam por serviços da AHK, como se faz na GTAI. No entanto, as AHK são órgãos independentes, embora sejam conectadas entre si por meio de sua associação.

As AHKs estão intimamente ligadas às Câmaras de Indústria e Comércio (IHKs) na Alemanha.

Conjuntamente, IHKs e AHKs apoiam empresas alemãs para construir e consolidar suas relações de negócios em outros países. Através da *intranet* IHK-AHK, demandas de clientes recebidas por IHKs são encaminhados para a AHK local apropriada e respondidos, e vice-versa.

6.3.2. REINO UNIDO

Juntamente com Portugal, Espanha, França e Países Baixos, a Grã-Bretanha – para distingui-la da ilha ou da Irlanda – foi um dos motores da expansão europeia a partir do século XVI. O Império britânico e o *Commonwealth* continuaram como um bloco comercial, com livre circulação de trabalhadores, na segunda metade do século XX. Como resultado, há uma diáspora espalhada pela América do Norte, Australásia, sul e leste da África, com uma menor presença em vários países da América do Sul, Ásia e alguns países europeus, como Portugal. Embora não haja agora nenhuma identificação real da maioria da diáspora com o Reino Unido, muitos dos vínculos de negócios e pessoais persistiram e evoluíram.

Em grande parte por causa da força das redes informais, há poucas – se houver – iniciativas políticas de interação com essa diáspora além de iniciativas de proteção e cultural. De acordo com Finch, Andrew e Latorre (2010), “[o] atual compromisso do governo britânico com a diáspora britânica está, pelos padrões internacionais, subdesenvolvido”.

Os autores afirmam, ainda, que “apesar de as redes de negócios do Reino Unido que operam no exterior obterem apoio, mais poderia ser feito [aprendendo com ... a Austrália, o Canadá, a Irlanda e a Nova Zelândia] para apoiar e incentivar outras iniciativas da diáspora”.

Aikins, Sands e White (2009) afirmam que a estratégia cultural é uma base vital para se envolver com a diáspora. O Conselho Britânico é o líder nesse campo. Fundado em 1934, seu objetivo é “construir relações culturais e educacionais mutuamente benéficas entre o Reino Unido e outros países e aumentar o reconhecimento das ideias criativas e realizações do Reino Unido”. O Conselho possui um orçamento de mais £ 560 milhões (560 milhões de libras esterlinas). Sua rede no exterior estende-se por 233 locais, em 107 países e territórios, empregando mais de 7.000 pessoas. Existem setenta Centros de Ensino do Conselho Britânico, em 53 países.

Ao contrário da Inglaterra, que constitui 80% da população do Reino Unido, os países menores constituintes do Reino Unido têm desenvolvido iniciativas de diáspora. Duas delas estão em fase inicial. A *WalesWorldWide* (www.walesworldwide.org), do País de Gales, teve sua conferência inaugural em janeiro de 2014. Por sua vez, a *Northern Irish Connections* (www.niconnections.com), da Irlanda do Norte, também é muito recente, embora esteja trabalhando em conjunto com a *Global Irish Network*.

GLOBAL SCOT

O governo escocês introduziu o Programa *Global Scot* (www.globalscot.com) em 2001. Este tem sido visto por várias autoridades nesse campo de estudos (Kuznetsov, 2006 e Newland e Tanaka, 2010) como um modelo de sucesso.

A iniciativa teve início após a decisão do Poder Executivo Escocês (o governo da Escócia) de que a economia precisava mudar de patamar nas cadeias globais de valor e corrigir déficits em comparação a outros países da Europa Ocidental. “*A Smart, Successful Scotland*” foi publicado em

2001, como estratégia econômica para a Escócia. Foi lançada também a iniciativa “*The Fresh Talent*”. A iniciativa visa a promover a imigração qualificada na Escócia.

A *Global Scot* pretende colocar empreendedores da Escócia em contato com empreendedores escoceses proeminentes e bem-sucedidos no exterior para fornecer orientação e introdução aos mercados estrangeiros. Opera em três níveis:

- >> infraestrutura - aproveitando a experiência e o conhecimento de seus membros;
- >> operação - respondendo às demandas imediatas e específicas de clientes;
- >> aspirações - redes para desenvolver atitude e mudanças culturais.

Em seus três primeiros anos, tinha os seguintes objetivos:

- >> construir uma rede internacional;
- >> mobilizar membros;
- >> maximizar oportunidades através de redes de contatos, transferências de conhecimento e de *expertise*.

Nos primeiros dois anos, a *Global Scot* concentrou-se no lado da oferta, construindo uma rede fora da Escócia. Isso foi feito através da identificação dos escoceses proeminentes ou aqueles de herança escocesa e por meio do envio de um convite do Primeiro Ministro para participarem da ação. A taxa de aceitação foi de aproximadamente 75%, maior do que se era esperado. Um grupo inicial de trezentos membros foi alcançado no prazo de três meses de convites enviados para 450.

Os membros foram selecionados com base na influência que apresentassem em um setor-chave e com base na localização e em evidências de

uma forte afinidade com a Escócia. Os setores-chave foram biotecnologia e ciências da saúde, finanças, eletrônica, indústrias criativas e energia. Kuznetsov (2006) relatou a existência de oitocentos membros em quarenta países. Eles estavam distribuídos da seguinte forma: 49% na América do Norte, 25% na Europa, 12% na Ásia e Pacífico e 15% na Escócia, com papéis internacionais. Por outro lado, Newland e Tankaka (2010) reportaram existirem 850 membros. O *site* da *Global Scot*, em setembro de 2014, relatava seiscentos profissionais de negócios.

Além de uma equipe de núcleo de cinco pessoas, o suporte aos membros envolve também Gerentes de Apoio aos Membros (MSMs), que podem ser utilizados pelo Desenvolvimento Internacional Escocês e estão localizados em todo o mundo. Há cerca de trinta MSMs, que se reúnem com novos membros, se possível pessoalmente, durante a fase de recrutamento. Novos membros também são direcionados para o *site* para criar seu perfil, adicionar eventos e contribuir para os debates.

Os membros podem ter uma variedade de funções, que incluem mentoria da empresa, consultoria sobre uma estratégia do setor e a adoção de uma escola. No que diz respeito a empresas, existem seis funções principais:

- >> identificação de oportunidades no exterior;
- >> entrada no mercado;
- >> contatos de negócios;
- >> orientação de estratégia de negócios;
- >> *start-up* de negócios e desenvolvimento de produtos;
- >> mentoria.

Havia um problema maior em elevar a demanda de empresas escocesas do que no recrutamento

de especialistas da diáspora. Foi necessário abrir a rede às pessoas ligadas à *Scottish Enterprise*, a agência de promoção do desenvolvimento econômico na Escócia. Havia uma necessidade de apresentar histórias de sucesso e isso exigiu concentração de recursos. A pequena quantidade das primeiras histórias de sucesso foi bastante divulgada. Isso incluía entrada no mercado, investimento, treinamento via web, sessões com especialistas e o desenvolvimento das jovens empresas. Havia mais de duzentos pedidos do apoio da *Scottish Enterprise* nos doze meses a partir de abril de 2003.

Uma das facetas do programa é apoiar as *start-ups* de crescimento promissor, por meio do trabalho com a Unidade de *Start-ups* de Alto Crescimento da *Scottish Enterprise*. Isso inclui a oferta de mentoria e o auxílio à entrada no mercado bem como acesso direto a contatos de negócios. As conexões norte-americanas foram notáveis nessa área e as histórias de sucesso são destaque no *site*.

A maioria dos pedidos da *Global Scot* vem de empresas. Das respostas a esses pedidos, 52% alavancam os contatos, 40% apoiam as empresas em uma variedade de maneiras e 8% focam em estimular as aspirações, como a interação com universidades e escolas. Em termos de apoio às empresas, isso pode incluir orientações sobre a entrada no mercado, muitas vezes acompanhando o estabelecimento de contatos; mentoria direta ou busca por mentores de outras fontes — especialmente nos EUA —; e consultoria sobre o desenvolvimento do produto ou serviço. Além dos pedidos de empresas, outras atividades também são realizadas, tais como o desenvolvimento de estratégias vinculadas a instituições educacionais, e a promoção em geral.

As histórias de sucesso estão no *site* da *Global Scot*. Alguns exemplos são elencados abaixo:

>> fundada em 2003, a *Park Circus* expandiu-se internacionalmente e estava fornecendo licenças de filmes para mais de oitenta países, quando surgiu a oportunidade de se mudar para o mercado americano. Eles fizeram contato com uma *Global Scot* na Califórnia, com formação jurídica e contatos na indústria cinematográfica. A *Global Scot* fez as conexões necessárias, os dois empreendedores fizeram a viagem de negócios para a Califórnia e, seis semanas depois, a empresa se tornou ativa no mercado dos EUA;

>> a *Blackford Analysis* é uma empresa de *software* que trabalha com imagens médicas. A mesma *Global Scot* permitiu a contratação de um vendedor nos Estados Unidos, auxiliando nos processos de recrutamento e contratação. O CEO⁵ estimou que a orientação poderá economizar em torno de £10.000 (dez mil libras esterlinas) durante os próximos anos.

>> a Aventa Systems - sistema de soluções de gestão de dados especializados - expandiu-se para o setor de gás de xisto dos EUA. Ela abriu seu primeiro escritório nos Estados Unidos em Houston. A *Global Scot* ajudou a Aventa a se conectar com os principais parceiros comerciais, proporcionando consultoria e orientação sobre questões específicas dos Estados Unidos. A empresa teve acesso a um mentor da *Global Scot* que estava ativo no setor de energia dos Estados Unidos desde 1999.

Kuznetsov (2006) cita algumas lições aprendidas com a *Global Scot*, que incluem experiências positivas no engajamento da diáspora e a necessidade de equilibrar essas experiências com a demanda interna para garantir um fluxo de negócios e reduzir as frustrações dos membros.

5. *Chief Executive Officer* (Diretor Executivo).

Ele também indica a trajetória a longo prazo da rede, passando a ser gerida por seus membros. Oito anos se passaram desde o trabalho de Kuznetsov e não parece ter havido nenhum progresso nesse sentido. Todos os contatos da *Global Scot* permanecem na *Scottish Enterprise* e a rede é menor do que era há quatro ou oito anos, e o conjunto de atividades está mais restrito. No entanto, parece ainda estar funcionando como planejado.

6.4. ÍNDIA

A diáspora indiana contribuiu significativamente para o desenvolvimento econômico da Índia, mais notavelmente do seu setor de tecnologia da informação (TI). Na década de 1980, muitos engenheiros indianos que trabalhavam nos Estados Unidos alcançaram cargos de alta gerência em empresas de TIC.

Alguns desses líderes de negócios treinaram programadores indianos e os convidaram a melhorar os padrões de qualidade e desempenho das operações terceirizadas de suas empresas na Índia — um movimento que, por sua vez, ajudou a melhorar as habilidades desses programadores.

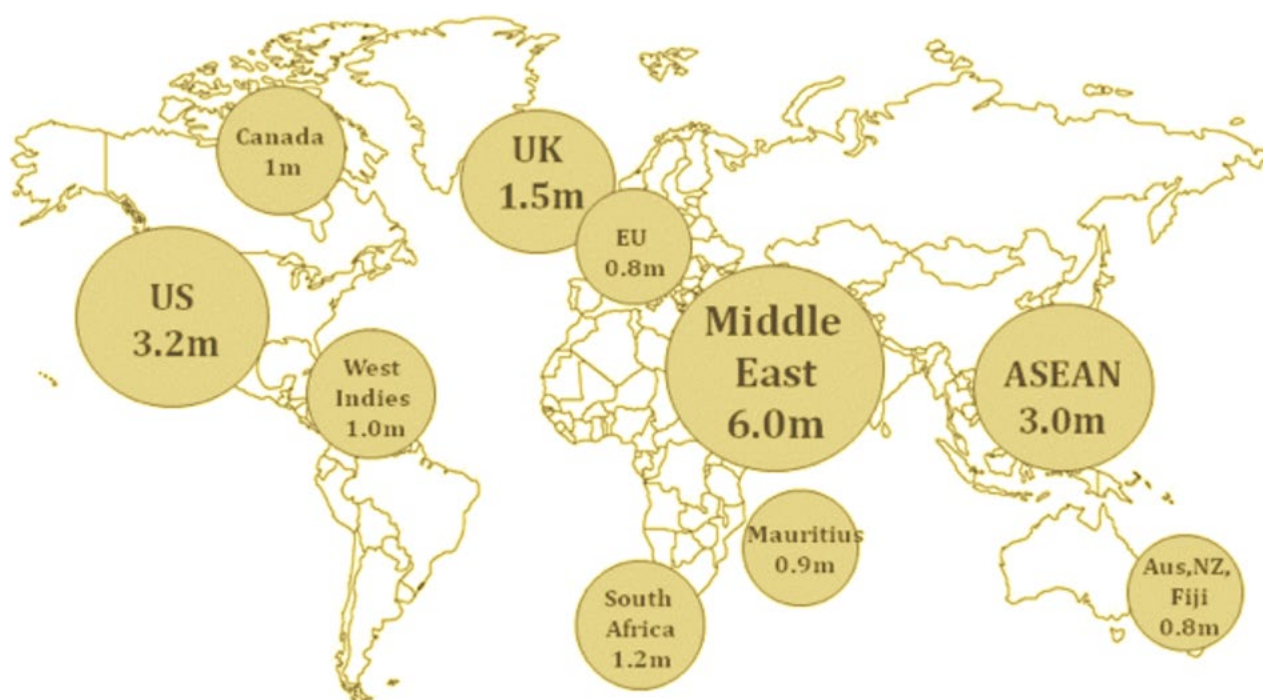
A diáspora indiana envia US\$ 27 bilhões (vinte e sete bilhões de dólares) em remessas à Índia a cada ano, o maior montante de todos os países. A diáspora contribui também para o avanço do conhecimento no mundo, das redes internacionais, de novas ideias, de tecnologias e de mercados para seu país de origem. Com o apoio de sua diáspora, a Índia se tornou líder mundial em processos de negócios de terceirização, tecnologia da informação e produtos farmacêuticos.

Após o relatório do Comitê de Alto Nível sobre a Diáspora Indiana, de 2001 (HIGH LEVEL

COMMITTEE ON THE INDIANA DIASPORA, 2001) , foi criado o *Ministério de Assuntos sobre Indianos no Exterior* (MOIA). O MOIA foi criado para “promover, nutrir e manter uma relação mutuamente benéfica e simbiótica entre a Índia e os indianos no exterior”. De acordo com Singh (2102), a Índia foi o 11º país no mundo a estabelecer um “Ministério da Diáspora”. O relatório inclui capítulos sobre todos os principais locais da diáspora indiana. Em todos os casos, o seu desenvolvimento econômico e contribuição econômica foram analisados.

As atividades da diáspora indiana têm alcance mundial. No entanto, há uma forte concentração nos EUA, onde surgiu a sua primeira e mais influente rede. Segundo o censo americano de 2010, os indianos radicados nos EUA tinham o rendimento familiar mais alto de todos os grupos étnicos. Em 2010, 66% dos indianos-americanos eram empregados em especialidades profissionais e gerenciais seletas, em comparação com a média nacional de 36%.

Figura 6: Dispersão geográfica da diáspora indiana



Fonte: <http://greaterpacificcapital.com/march-2013/>

Em 2002, havia mais de 223.000 empresas de propriedade asiático-indianas nos EUA, empregando mais de 610.000 pessoas e gerando mais de US\$ 88 bilhões (88 bilhões de dólares) em receitas. O relatório observou que se estavam criando vários ciclos virtuosos para a economia da Índia, particularmente no setor de TI.

Ao examinar outras localidades, foi observado que as pessoas de origem indiana no Reino Unido não têm a mesma força econômica e política, embora tenham uma considerável influência. Os indianos nos Estados do Golfo estavam em uma posição diferente como residentes temporários essenciais.

ATIVIDADES

THE OVERSEAS INDIAN FACILITATION CENTRE (OIFC)

A maior organização apoiada pelo governo é o *Overseas Indian Facilitation Centre* (OIFC), “Centro de Facilitação Indiana no Exterior”, cuja função é promover e facilitar o engajamento econômico com a Índia dos indianos residentes no exterior. Suas atividades podem ser classificadas em dois tipos: facilitação e divulgação de informações. Para o cumprimento dessas tarefas, o Centro se vale de serviços virtuais e contatos individuais, muitas vezes de forma colaborativa por meio do *site*.

O OIFC (<http://www.oifc.in>) foi criado em 2007 com o objetivo de apoiar a diáspora indiana a se conectar melhor com a Índia e auxiliá-la a aprofundar seu envolvimento econômico e intelectual com o país. O MOIA criou o OIFC, uma parceria público-privada, em associação com a Confederação da Indústria Indiana, a principal representação da indústria do país. Trata-se de um fundo sem fins lucrativos.

A OIFC foi constituída para servir como ponto único de contato para os indianos no exterior através de sua facilitação – seja em áreas de informação, engajamento econômico, parcerias de conhecimento, mentoria ou construção de qualquer outra associação com os estados indianos que ajudam a diáspora Indiana, profissionais e empresários de pequeno/médio porte a criarem fortes interligações com a Índia, permitindo-lhes, dessa forma, criar ou expandir o seu engajamento com a Índia. Funciona com o apoio de uma rede de “Parceiros de Conhecimento”, de estados indianos, missões indianas e de associações da diáspora indiana.

A OIFC é administrada por um Conselho de indianos proeminentes radicados no exterior, tomadores de decisão de alto nível do Governo e líderes do setor industrial.

A OIFC tem como objetivos o seguinte:

- >> promover investimentos de indianos radicados no exterior na Índia e facilitar parcerias de negócios;
- >> estabelecer e manter uma Rede de Conhecimento da Diáspora;
- >> funcionar como uma câmara de compensação para todas as informações relacionadas a investimentos;
- >> auxiliar os estados indianos a projetar oportunidades de investimentos;
- >> proporcionar serviços de consultoria para pessoas de ascendência indiana (PIOs) e cidadãos indianos radicados temporariamente no exterior (NRIs).

PORTAL DE NETWORKING

O Portal de Networking de Negócios OIFC – *website* do OIFC (www.oifc.in) - atua como um portal de rede de negócios. Tem elementos tais como “Pergunte ao Especialista”, uma ferramenta *online* que permite a usuários cadastrados obter informações e se conectarem com especialistas, realizar *matchmaking* de produtos e serviços, obter acesso *online* às páginas amarelas e utilizar um conjunto fácil de ferramentas interativas sobre investimentos, que fornecem informações a respeito de oportunidades setoriais e procedimentos.

Há oportunidades para aderir à rede e encontrar parceiros de negócios no *site*. Há uma série de histórias de sucesso no *site*, que envolvem os indianos ativos nos negócios em outros países ao redor do mundo. A OIFC publica o “*Handbook for Overseas Indians to facilitate economic engagement*” (“Manual para Indianos no Exterior para facilitar o engajamento econômico”) (OIFC, 2013).

O OIFC responde a consultas nas áreas de consultoria em investimento estrangeiro, aprovações regulatórias, pesquisa de mercado, identificação de parceiro para *joint venture*, financiamento de projetos, contabilidade, tributação, assuntos jurídicos, investimentos em portfólios, entre outras, com a ajuda de especialistas, ou “Parceiros de Conhecimento”, como bancos e empresas de setores privados, especializando-se em áreas de investimentos para indianos residentes no exterior (NRI), entrada em mercados e outras questões. Essa atividade envolve a formatação e formalização de contratos, a serem negociados entre o órgão requerente e o parceiro especialista.

Os serviços de facilitação incluem o auxílio e direcionamento dos investidores para fontes

especializadas apropriadas de assistência e indicação de oportunidades. Estes serviços são fornecidos para o “cliente” pelos “Parceiros de Conhecimento” do OIFC. Os “Parceiros de Conhecimento” são empresas e companhias especializadas em vários domínios como entrada no mercado, tributação, conhecimento em regulamentação, investimentos em portfólio e outros. Eles entram em parceria com o OIFC no fornecimento de serviços, abordando questões e consultas relacionadas com investimentos e parcerias *business to business* para as empresas. Elas são preponderantemente instituições financeiras. O primeiro ponto de contato pode ser através do *site* do OIFC.

Os contatos pessoais ocorrem por meio de Fóruns e Encontros de Engajamento da Diáspora. Esses eventos são realizados em várias regiões do mundo onde quer que exista uma grande concentração de membros da diáspora indiana. Os Encontros são realizadas com o objetivo de apresentar as potenciais oportunidades de negócios na Índia e fornecer uma plataforma para a facilitação de negócios no país.

O OIFC auxilia os governos dos países a elaborarem oportunidades de investimento para os indianos radicados no exterior a expandirem seu engajamento com o seu país de origem/escolha. Doze Estados se juntaram ao OIFC e contribuem para suas atividades.

O boletim eletrônico mensal do OIFC *India-Connect* tem mais de 38.716 assinantes.

O OIFC dispõe das seguintes realizações:

- >> 1.122.655 visitaram o portal do OIFC de diferentes partes do mundo;

- >> 21.850 inscrições *online* recebidas de 192 países;

>> 8162 investidores estrangeiros envolvidos com a Índia através de 29 Reuniões de Engajamentos da Diáspora realizadas na África, Ásia, Caribe, Europa, Oriente Médio, América do Norte e sudeste da Ásia;

>> participação no 7º *Pravasi Bharatiya Divas* (PBD) - Índia, e organização do *Market Place* OIFC todo ano;

>> aproximadamente 1.400 reuniões de negócios realizadas através de fóruns do OIFC *Market Place*, na Índia e no exterior;

>> mais de 12.300 indianos no exterior receberam respostas às suas perguntas através da opção “Perguntar a um Especialista” e *offline*;

>> promoção de mais de 1.000 projetos PPP a nível federal em diversos setores como infraestrutura, agricultura e energia.

THE INDUS ENTREPRENEURS

Em 1992, um grupo de indianos de sucesso, muitos deles engenheiros vivendo na área da Baía de São Francisco, fundaram a organização *The Indus Entrepreneurs* (TiE), com a intenção de apoiar e orientar empreendedores indianos promissores no Vale do Silício. A organização agora oferece essas e outras oportunidades de *networking* para 11.000 membros. De suas 54 filiais em treze países, 25 estão nos Estados Unidos e 22 na Índia. O número de membros da TiE tem crescido, em média, a uma taxa de 20% ao ano, tornando-se talvez a maior organização empresarial do mundo.

No contexto da preparação para o chamado “bug do milênio”, ocorrido ao final da década de 1990, executivos de origem indiana atuando em grandes corporações dos EUA influenciaram suas empresas a terceirizar o trabalho para a Índia. Em parte como consequência disso, alguns indianos então radicados nos Estados Unidos retornaram à Índia

para supervisionar os investimentos e projetos terceirizados e treinar profissionais indianos para atenderem às normas dos EUA.

A TiE não se apresenta como uma organização da diáspora e sua adesão é aberta a qualquer pessoa, embora sua cúpula, equipe e presidentes das filiais sejam todos de origem do Sul da Ásia. A TiE reconhece um interesse particular na promoção do empreendedorismo na região do Indo – composta por Índia e Paquistão –, embora seu objetivo mais amplo seja “democratizar o empreendedorismo” globalmente. No entanto, suas atividades e sucessos são consideráveis nos temas deste relatório, que é relatado em alguns detalhes como um órgão empresarial liderado pela diáspora.

O foco singular da organização no empreendedorismo incorpora programas especiais voltados para as mulheres empresárias, jovens empreendedores, empreendimentos de *start-ups*, grupos específicos da indústria, e outros. Em parceria com a Microsoft Corporation, a TiE está implantando um programa que fornece a jovens empresas *start-ups* acesso gratuito a *softwares* da Microsoft e respectivo suporte técnico, juntamente com os serviços de rede, orientação e -educação da TiE. As raízes da TiE estão na indústria deTIC, mas estão se ramificando em energia limpa, tecnologia agrária e ciências biológicas, usando um modelo característico: um grupo de seus membros seniores de cada setor está sendo convidado a ser mentores de pelo menos cinco empreendimentos empresariais nessa indústria.

A organização tem feito lobby para que o governo indiano reforme regulamentações para promover a indústria. Embora agora trabalhe com o OIFC, a *TiEndus Entrepreneurs* foi uma iniciativa da diáspora puramente autogerada e que vê como sua área de competência mais o Sul da Ásia como um todo do que a Índia.

A missão da TiE é promover o empreendedorismo através de mentoria, *networking* e educação, e sua visão é ser reconhecida como a organização global responsável por fomentar o empreendedorismo.

Dedicada ao ciclo virtuoso de criação de riqueza e retribuição à Comunidade, a TiE esforça-se para apoiar e estimular a próxima geração de empreendedores. A TiE visa ao estímulo do crescimento e desenvolvimento em mercados dinâmicos, bem como nas economias em desenvolvimento. A TiE é a maior organização não lucrativa do mundo a promover o empreendedorismo, com sessenta filiais em dezessete países. A TiE tem uma rede de mais de 8.500 membros e 2.500 Membros Fundadores.

Os programas principais da TiE incluem: o programa Jovens Empreendedores ("*TiE Young Entrepreneurs*"), que promove o empreendedorismo em nossa juventude e o Fórum das Mulheres da TiE ("*TiE Women's Forum*"), que fortalece mulheres empreendedoras.

Os principais eventos da TiE são os TiEcons, que são as maiores conferências profissionais e de *networking* para empreendedores. O TiEcon foi iniciado pela TiE do Vale do Silício e se espalhou para muitas de suas filiais globais, tendo como palestrantes representantes de setores líderes da indústria e a participação de milhares de ávidos empreendedores.

O Relatório Anual da TiE 2012-2013 reportou que em 2012 a rede inaugurou cinco outras filiais, quais sejam: a TiE de Tampa Bay; a TiE de Hong Kong; a TiE de Israel; a TiE de Portugal e a TiE de Las Vegas, mas também fechou duas, a TiE Patna e a TiE do Sul da Flórida. A TiE United foi lançada em todas as partes do mundo onde a TiE não existia.

Durante o ano, houve TiEcons no Vale do Silício, em Boston, em Cochim, em Kerala e Hubli (Karnataka). Os dois últimos atraíram 1.300 e 3.000 participantes, respectivamente. A *TiE Entrepreneurial Summit* foi realizada em Mumbai.

Embora ainda dominada por origens do subcontinente indiano, a TiE está se tornando uma organização internacional de empreendedorismo. Os três principais gerentes operacionais são Bridgett Comer, Gerente de Finanças e Administração; Erik Johnson, Líder de Marketing e Comunicações; e Andrew Tjahyadi, Gerente de Operações – todos não indianos.

A TiE opera como uma associação, o que envolve uma taxa de filiação. Além de membros comuns, há membros-fundadores, que são empresários veteranos bem-sucedidos, executivos e profissionais seniores, que estão prontos, dispostos e capazes de ajudar os colegas membros. Existem atualmente 2.500 membros-fundadores no ecossistema da TiE. Para ser um membro-fundador, são necessários um convite e o pagamento de taxas anuais significativas, bem como a disponibilidade de tempo.

O CM Connect é um mecanismo de busca para encontrar qualquer membro-fundador na Comunidade Global da TiE (cm.tie.org).

TiE YOUNG ENTREPRENEURS (TYE)

O Programa TYE empodera jovens empreendedores ao apoiá-los por mentores. Eles orientam o jovem empreendedor sobre como desenvolver um plano de negócios e lançá-lo aos investidores.

DELHI

A TYE foi Criada em 2005 pela filial de Boston da TiE como uma parte de seu programa de educação, mais de 140 alunos participaram do programa a partir de mais de 25 escolas locais. Como parte do programa educacional TYE, os alunos participam em uma Competição de Planos de Negócios de US\$ 10.000 (dez mil dólares).

COMPETIÇÕES DE PLANOS DE NEGÓCIOS

A competição de Planos de Negócios Internacionais da TiE (*"TiE International Business Plan Competition"*) oferece a estudantes universitários de pós-graduação e suas equipes a chance de competir na maior e mais bem-sucedida competição de planos de negócios do mundo, promovida pela Universidade Rice em Houston, Texas. Histórias de sucesso incluem empresas com produtos e serviços em cerveja, tecnologias sem fio, roupas de grife, agricultura na Índia, chá no Reino Unido (um empresário não indiano), desenvolvimento de aplicativos para celulares (empresários britânicos), espetáculos provenientes do Canadá com empreendedores de origem indiana e chinesa, e desenvolvimento de aplicativos para celulares pela Suécia (liderado por um nativo sueco).

MULHERES E EMPREENDEDORISMO

Mais de 400 mulheres participaram do Programa de Empreendedorismo para Mulheres de Chandigarh da TiE. O Programa de Desenvolvimento de Empreendedorismo Feminino em Ahmedabad da TiE (WEDP) tem como objetivo conscientizar as mulheres sobre tendências de negócios e explicar os cenários do mercado atual. O programa

também oferece conhecimento detalhado de todos os aspectos do mundo dos negócios.

PROGRAMA DE INVESTIDORES ANJO DA TIE

O programa de Investidores Anjo da TiE (*"TiE Angels Program"*) tem auxiliado *start-ups* com financiamento e orientação. Os grupos Anjo apoiados pela TiE estão ativos no Vale do Silício, em Boston, em Toronto, no Sul da Califórnia, em Atlanta, no Oregon, em Mumbai, em Delhi, em Chennai, em Hyderabad e em Sidney. Ao formalizar o Grupo de Investidores Anjo, a comunidade de membros da TiE agora tem um caminho claro para alcançar esses investidores.

GRUPO DE INTERESSE ESPECIAL (*"SPECIAL INTEREST GROUP"* – SIGS)

Existe uma grande variedade de grupos direcionados, que incluem tecnologias limpas, *software*, finanças, ciências biológicas e cuidados com a saúde, tecnologia sem fio e mulheres empreendedoras.

MENTORIA

De acordo com Apurv Bagri, do Conselho de Diretores da TiE Global, "[a] mentoria é a base em torno da qual as nossas atividades se organizam. É o diferencial de valor que nos distingue dos outros". A TiE vê o Programa de Mentoria como sua principal prioridade e como o serviço mais valioso que oferece aos seus membros.

O Programa está disponível para todos os membros da TiE, sendo prestado por seus membros-fundadores e associados por meio da doação

voluntária de seu tempo. Há três áreas principais de mentoria:

1. Categoria A – liderança: empreendedores interessados em gestão, autodesenvolvimento e relacionamentos;
2. Categoria B – crescimento do negócio: empreendedores interessados no desenvolvimento de negócios, plano de negócios, marketing, estratégia, finanças e gestão financeira, investimento, lançamento e estratégia de saída;
3. Categoria C – experiência no setor: empreendedores interessados em conhecimentos específicos da indústria ou operações (tais como tecnologias limpas, semicondutores, *software*). Quando os aprendizes estão prontos, são apresentados a um especialista da indústria da rede TiE, que são empresários bem-sucedidos ou profissionais com muitos anos de experiência.

A mentoria é normalmente praticada nas filiais, e depende de membros-fundadores locais e associados como mentores. Membros associados da TiE são membros experientes da comunidade empresarial que oferecem seu tempo voluntariamente para ajudar empreendedores aspirantes. Seu compromisso de tempo mínimo é de seis horas, repartidos por um período de seis meses de sessões de uma hora. O local e o horário da sessão são mutuamente decididos entre o mentor e seus aprendizes.

Somente membros gerais podem se registrar como aprendizes. O pedido é aceito somente se houver um mentor na área correspondente às necessidades, e o programa está sujeito a taxas administrativas adicionais.

A DIÁSPORA INDIANA NA ALEMANHA

A diáspora indiana na Alemanha produziu sua própria organização, com uma presença eficaz na economia e no campo cultural. Em uma escala menor, reproduziu várias características da diáspora californiana de origens semelhantes.

De acordo com Gottschlich (2007), embora a comunidade seja bastante pequena, ela tem se mostrado um participante reconhecido e influente na economia, cultura, vida social e na política da Alemanha. Em 31 de dezembro de 2005, havia mais de 40.000 indianos não residentes (NRI) vivendo na Alemanha. Juntamente com 10.000 a 20.000 pessoas (aproximadamente) de origem indiana (PIO), a comunidade indiana na Alemanha é formada por uma estimativa de apenas 50.000 a 60.000 membros.

Em 1953, a sociedade alemã-indiana (*Deutsch-Indische Gesellschaft e.V.*, DIG) foi fundada como uma das primeiras organizações centrais da diáspora indiana na Alemanha. Hoje, tem 33 filiais e mais de 3.000 membros e ainda é um dos grupos mais influentes. Seu boletim informativo, que é publicado quatro vezes por ano, é uma importante fonte de informações sobre a comunidade. Em 1956, foi criada a Câmara Índia-Alemanha de Comércio (*Deutsch-Indische Handelskammer* – IGCC). Desde então, seu foco tem sido o desenvolvimento de boas relações de negócios entre a Índia e a Alemanha. Faz parte da rede AHK. Sua sede é em Mumbai, com filiais em Delhi, Kolkata, Chennai, Bangalore, Pune e um gabinete de ligação em Düsseldorf. A IGCC estabeleceu nove centrais de informação sobre a Índia em várias Câmaras de Comércio binacionais no exterior, dezoito diferentes Câmaras de

Comércio e Indústria na Alemanha e tem uma representante em Bruxelas. Nomeou dezessete representantes honorários em outras cidades do subcontinente. A comunidade tem presença de qualidade na *web* (<http://indien.ahk.de>). Oferece busca por parceiros, contatos e verificação de taxas a serem negociadas.

Em 2000, a iniciativa do governo alemão de conceder oportunidade de visto e trabalho, de acordo com as normas do *Green Card* europeu para especialistas de TIC trouxe 5.300 indianos para a Alemanha. No mesmo ano, o *site* "www.theinder.net" foi lançado por três jovens estudantes da comunidade Índia-Alemanha. A *homepage* é trilingue, disponível em alemão, inglês e hindi. O *site* é atualizado com eventos de negócios e culturais, tais como um festival de cinema e também dias de Inovação Frugal da Índia em Hannover em junho de 2014. O alemão é o idioma utilizado mais frequentemente, marcando claramente o *site* como uma ferramenta para PIOs cujo primeiro idioma não é mais o idioma indiano ou inglês, mas alemão. Como um fórum de discussão e ponto de reunião virtual, a *homepage* oferece não apenas informações, por exemplo, sobre a Índia, e um calendário de eventos amplamente utilizado, mas também elementos interativos, onde os usuários podem postar mensagens ou entrar em contato uns com os outros. Mais recentemente, passou a oferecer também oportunidades de emprego nos países europeus de língua alemã (Alemanha, Áustria, Suíça) e na Índia. O portal está ligado ao *Connecting Indians* (www.connectingindians.com), que oferece *links* sociais complementares.

VISÃO SOBRE OS EFEITOS DAS REDES

Embora haja muitos dados quantitativos não sofisticados sobre o resultado de várias

iniciativas, há evidências de pesquisa apontando que a rede de software indiana possa estar beneficiando empresas fora dos principais centros de distribuição (*hubs*) de *software* da Índia. Nanda e Khanna (2009) concluíram que os empresários locais que viveram fora da Índia dependiam significativamente mais das redes de diáspora para informações sobre negócios e financiamento. Isso é verdadeiro principalmente para os empreendedores estabelecidos fora dos centros de distribuição de *software* — onde as oportunidades de novos negócios e o acesso a financiamentos é mais difícil.

Há uma conclusão paralela de que os empreendedores situados nos *hubs* (centros das redes), onde a rede local de contatos é mais forte, são capazes de se valerem das redes locais e não necessariamente se beneficiam mais ao contarem com as redes de diáspora. Os empreendedores estabelecidos em cidades menores e que vivem no exterior são muito mais propensos a utilizar as redes de diáspora para ajudar seus negócios, sugerindo que as redes de diáspora servem como importantes intermediários para superar os ambientes institucionais menos robustos onde estão localizados.

Dado o fato de que aqueles que viviam no exterior antes de iniciar o seu negócio são os que mais provavelmente irão acessar as redes de diáspora, os resultados também sugerem que a “circulação de cérebros” pode ser ponto importante para os países em desenvolvimento aproveitarem suas diásporas.

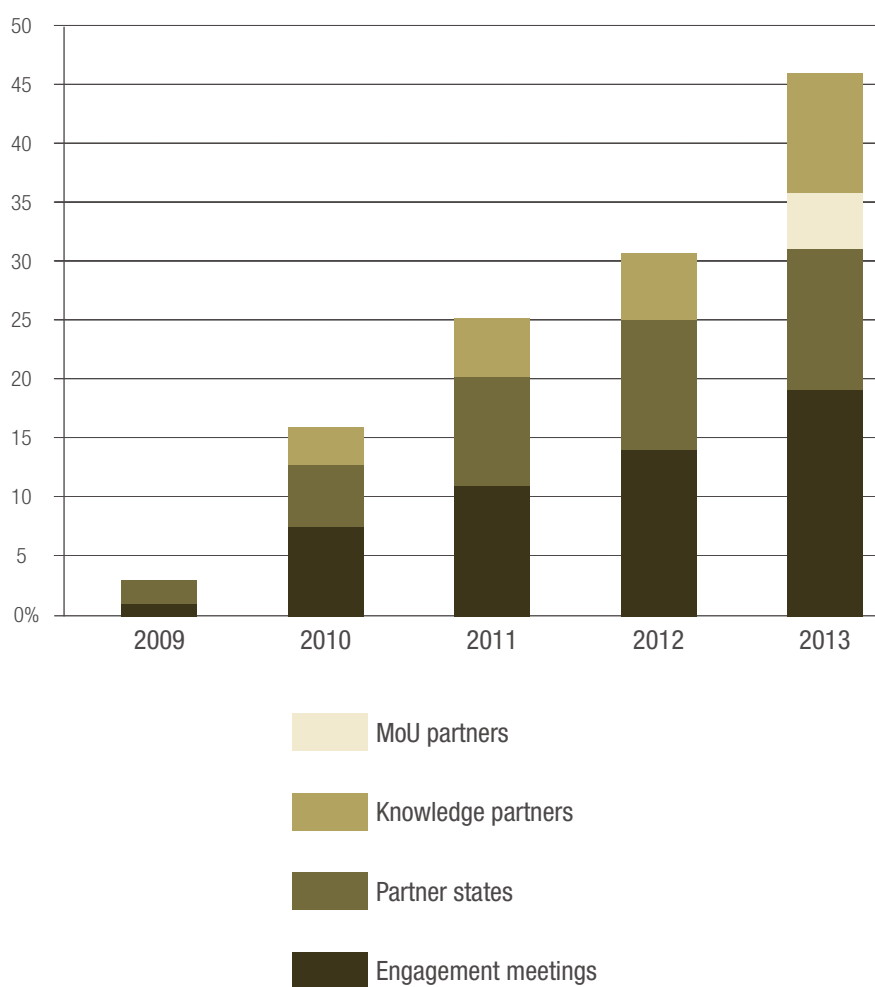
PROCESSOS

O desenvolvimento do OIFC tem envolvido o direcionamento das instituições-chave e pessoas e a constante e rápida expansão nos últimos sete anos.

O OIFC também usa o Facebook, o LinkedIn e o Twitter para ficar ainda mais conectado. Seu grupo no LinkedIn – “*Overseas Indians Group*” (“Grupo de Indianos no Exterior”) possui mais de 130 membros ativos e sua página no Facebook tem mais 96.450 fãs.

Esse grupo juntou as organizações doméstica e da diáspora, agregando a sua rede em uma progressão anual estável. Isso é demonstrado no gráfico abaixo:

Gráfico 1: A expansão cumulativa de parceiros e eventos do OIFC



Fonte: <http://www.oifc.in>

Tabela 3: Memorandos de entendimento (MoU) do OIFC e reuniões no exterior

Local	Memorandos de entendimento	Reuniões no exterior
EUROPA	<i>British Asian Medical Association, UK</i> <i>Indo-British Trade Council, UK</i>	Holanda – Haia Reino Unido – Birmingham e Londres
ÁSIA	<i>Singapore India Chamber of Commerce & Industry</i>	Indonésia – Medan & Jakarta Emirados Árabes Unidos – Abu Dhabi e Dubai Muscat, Omã. Cingapura
AMÉRICA	<i>Indo-Canada Chamber of Commerce</i>	Canadá (Toronto); Trinidad & Tobago (Port of Spain); EUA (Nova Iorque, Washington, Houston e São Francisco)
ÁFRICA	<i>Chamber of Commerce and Industry of the Reunion Island</i>	África do Sul (Joanesburgo, Durban e Cidade do Cabo); Quênia (Nairobi) Maurício
AUSTRALÁSIA	<i>Australia India Business Council</i>	Sidney
INTERNACIONAL	<i>Global Organization of People of Indian Origin</i>	

Fonte: <http://www.oifc.in>

O OIFC seguiu a estratégia de priorizar grupos-chave de diáspora no exterior e de equilibrá-los com organizações nacionais, incluindo parceiros de conhecimento e especialistas para alcançar resultados. Em seus dois primeiros anos, assinou Memorandos de Entendimento com o MOIA e com a Confederação da Indústria Indiana para estabelecer fundos para viabilizar o “*Overseas Indians*”. Também estabeleceu modelos de negócios para envolver os estados indianos e métodos de abordagem para a organização da diáspora.

GLOBAL INDIAN NETWORK OF KNOWLEDGE (GLOBAL-INK) – REDE GLOBAL INDIANA DE CONHECIMENTO

De acordo com publicações impressas, *online* e referenciadas, a *Global-INK*, ou Rede Global Indiana de Conhecimento (“*Global India Network of Knowledge*”), é uma plataforma virtual para indianos globais compartilharem seus conhecimentos, habilidades e experiência para ajudar a Índia a atingir seu verdadeiro potencial. Esta plataforma é endossada pelo MOIA e gerenciada pelo OIFC.

No entanto, o suporte eletrônico para essa expansão foi e é problemático. De acordo com atuais publicações no *site* do OIFC (http://moia.gov.in/pdf/global_INK_in_new_size.pdf), o Centro fez parceria com a *Tata Consultancy Services* (TCS) para desenvolver a estrutura da *Global-INK* para fornecer um portal *web*, uma gestão de conhecimentos da próxima geração, colaboração e uma plataforma de soluções de negócios.

Ao se tornar um membro da rede, os indianos no exterior devem receber as seguintes oportunidades:

- >> de fornecer ou procurar consultoria, contatos, assistência e suporte nas áreas de meio ambiente, saúde, inovação e ciência e tecnologia;
- >> de converter as suas ideias e resultados de pesquisas em ações;
- >> de encontrar colaboradores de pesquisa;
- >> de moldar o futuro da economia do conhecimento da Índia.

As principais características da plataforma são anunciadas da seguinte forma:

- >> Pergunte ao Especialista: a plataforma tem um painel de especialistas nos quatro domínios. É possível contactar diretamente esses especialistas para obter respostas a suas perguntas;
- >> Diretório da Rede: a plataforma permite aos usuários verem o diretório de rede e se conectar com outros membros;
- >> Banco de conhecimentos: informações sobre vários assuntos, que não estão disponíveis facilmente em domínio público, estão disponíveis na plataforma. Membros têm acesso a esse banco de conhecimentos;
- >> Projetos: pessoas que buscam conhecimentos ("*knowledge seekers*") podem

fazer *upload* de projetos para colaborar com especialistas em domínios;

>> Discutir, compartilhar e participar: a plataforma mantém membros atualizados sobre os últimos eventos, permite que eles comecem o fórum de discussão e também fazer o *upload* de projetos que desejam compartilhar;

>> Eventos: fornecer informações de eventos *online* ou *offline* relevantes para convidar os usuários cadastrados. A associação é feita apenas por convite.

Para ser um usuário, uma solicitação pode ser enviada por meio do preenchimento de formulário de inscrição localizado na *homepage* da *Global-INK* (www.globalink.in).

O site do OIFC informa que o portal *Global INK* ainda está sendo desenvolvido, e possibilita o *download* de folheto em formato .pdf, que apresenta os serviços acima referidos como sendo atuais. É razoável supor que a presença na *web* não esteve em pleno funcionamento durante, pelo menos, os meses de julho a setembro de 2014.

A *Indus Valley Entrepreneurs* (<https://www.tie.org>) e Diáspora Alemã (www.theinder.net) têm seguido um processo constante de expansão, ligando eventos, presença na *web* – que tem sido funcional, de forma confiável, durante todo o período de avaliação –, divulgando e entregando benefícios. Isso tem sido feito de forma independente, baseando-se principalmente nos recursos da diáspora.

GOVERNANÇA

O MOIA reconhece que os vários estados são parte importante em sua "União de Estados". Portanto, estados são encorajados a participar

em todo o processo de engajamento com a diáspora e se tornarem, além de partes interessadas, parceiros naturais.

Essa iniciativa seguiu as recomendações do Comitê de Alto Nível, de 2002 (HIGH LEVEL COMMITTEE ON THE INDIAN DIASPORA, 2001), que olhava para a diáspora como sendo tanto uma porta de entrada para o consumo especializado no país hospedeiro, como também a produção terceirizada do país hospedeiro.

DIMENSÃO CULTURAL

O MOIA organiza muitos programas e esquemas para a diáspora indiana no exterior (v. Anexo 1).

O mais notável entre eles é o Regional *Pravasi Bharatiya Divas* – Dia Do Indiano Não-Residente, que tem uma dimensão econômica. A 7ª Convenção Regional Pravasi Bharatiya Divas foi organizada pelo MOIA, em Sidney, em novembro de 2013.

O tema da Convenção PBD, em Sidney, foi “Conectando-se para um Futuro Compartilhado: a Diáspora Indiana, a Índia e o Pacífico”. O programa para o evento incluiu uma sessão inaugural de compartilhamento de experiências e sessões plenárias sobre diversos temas, incluindo oportunidades de negócio bilaterais em serviços, recursos, *commodities* primárias, engajamento por meio da cultura, línguas indianas, habilidades, infraestrutura (aeroportos, portos, estradas e construção), manufatura, educação, cultura e diálogo com jovens. Também houve sessões plenárias com os temas “Compartilhando Experiências”; “Diáspora Indiana no Pacífico”; “Honrando as Histórias de Sucesso”; “Cientistas e Acadêmicos”; “As Mulheres nos Negócios e na Comunidade”; “O Poder da Mídia no Século Asiático”; e “Parceria Estratégica da Índia–Austrália”.

A 8ª Convenção Regional Pravasi Bharatiya Divas estava programada para ser realizada em Londres a partir de outubro de 2014.

PROGRESSO DAS POLÍTICAS DA DIÁSPORA INDIANA

As realizações da diáspora indiana têm sido consideráveis em ciência e negócios. Na área do empreendedorismo, a *The Indus Entrepreneur* tornou-se líder mundial, com filiais na maioria dos continentes, mas não na América do Sul. É um órgão autofinanciado com autofinanciamento que conta com as taxas de associação e certos encargos, mas apoiados por esforços voluntários e patrocínio a eventos. A mentoria é o núcleo de suas atividades. TIE tem também um conjunto de outras atividades para jovens empreendedores, seja aqueles que já exercem atividades empresariais, seja aqueles que se preparam para tanto. Essas incluem a competição de planos de negócios, grupos de interesses especiais, eventos mostrando empreendedores de sucesso e eventos de *networking*. Enquanto a organização ainda é liderada pela diáspora indiana e tem fortes ligações com a Índia, ela não se define como uma organização da diáspora, e está se desenvolvendo em uma rede global de empreendedores, com participantes em todos os níveis de diferentes origens.

A iniciativa do governo que leva às atividades para o OIFC baseou-se em pesquisa completa em todas as áreas da diáspora, e integra atividades culturais e de negócios em todo o mundo. Mostra as histórias de sucesso dos indianos fora do país e oferece assistência aos indianos no exterior para fazer negócios na Índia, por meio de informações, aconselhamento e busca por parcerias. Está cumprindo, dessa forma, várias tarefas essenciais previstas pelo programa da diáspora no sentido de trazer benefícios econômicos para a Índia.

Singh (2012) analisou as políticas da diáspora indiana em todos os seus aspectos – não só econômicos –, no que se refere à diáspora na Europa (exceto Reino Unido). O autor relatou os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças, definidos abaixo:

Pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças que enfrenta a iniciativa da diáspora indiana na Europa

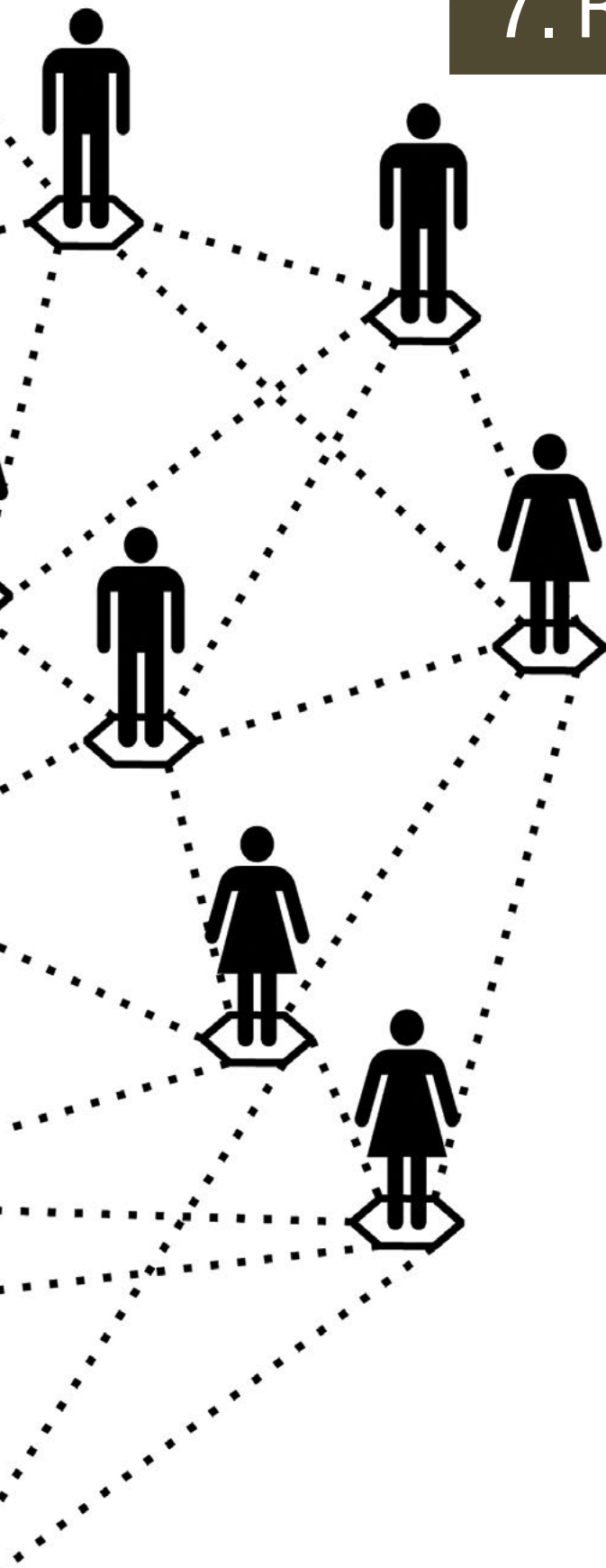
PONTOS FORTES · Clara identidade · Mandato claro · Organização simplificada · Aceitação pelas partes interessadas	PONTOS FRACOS · Baixo orçamento · Pouca visibilidade · Coerência das políticas em nível de governo · Baixo nível de qualificação dos trabalhadores indianos · Conhecimento limitado dos padrões de habilidades europeus · Sem políticas específicas de investimento · Sem organizações de apoio estatais · Inexistência de um ponto central de solução de problemas · Cooperação de governos estrangeiros · Questões legais e imigração
OPORTUNIDADES · Mais de 2,5 milhões de indianos na Europa · Potencial em temas de investimentos e filantrópico · Conhecimentos técnicos e não técnicos · Engajamento econômico com a diáspora Europeia-Indiana · Demanda por mão de obra qualificada fora da Índia · Lacunas de oferta de trabalho no mercado europeu · Parcerias de negócios para as empresas indianas · Novo mercado por meio de indianos no exterior	AMEAÇAS · Tendências recessivas · Políticas protecionistas · Políticas de imigração conservadoras · Falta de estruturas transparentes de imigração em alguns países · Surgimento de novas economias · Questões de lei e ordem (terrorismo) · Migração ilegal

Fonte: Singh (2012).

Singh (2012) sustenta que a *Global-INK* era uma robusta plataforma eletrônica. No entanto, se esse foi mesmo o caso, tal posição não foi mantida.

A incapacidade de manter a presença na *web* prevista com a *Global-INK*, enquanto ainda anunciava em todas as publicações, prejudicou a credibilidade do esforço e desestimulou jovens e pequenas empresas na Índia e no exterior a participar das redes de diáspora. Para um país rotulado de “Superpotência de TI” esse fato é surpreendente, já que bloqueia efetivamente a participação do setor líder indiano.

7. RECOMENDAÇÕES



A partir do mapeamento das principais redes de diáspora em funcionamento na União Europeia (UE) e na Índia e da literatura correlata, é possível apreender diversas experiências e recomendações. Conforme observado, o processo de formação e consolidação de uma rede de diáspora é moroso e requer a adoção de várias medidas e cuidados para que possa vir a ser exitosa.

Foi possível identificar que todas as redes levantadas possuem dificuldades na governança e no processo de manutenção de suas atividades e interesse dos atores envolvidos, desde as mais consolidadas até as mais recentes, e não foram identificadas quaisquer políticas que, como um todo, pudessem conter o efeito norteador que uma boa prática deve inspirar.

Vale ressaltar que, a despeito do propósito ilustrativo, as diásporas de cultura e entretenimento supracitadas não fazem parte do escopo de adoção de boas práticas neste estudo, uma vez que o foco consiste naquelas que promovam o intercâmbio tecnológico, científico e econômico, ainda que possam fortalecer a coesão e a interação entre a diáspora e os atores nacionais.

Com base na literatura correlata e em diversos casos de estudos empíricos, Newland e Tanaka (2010) citam recomendações de práticas que devem ser adotadas ou evitadas para a estruturação de uma rede de diáspora. As advertências, seguidas de recomendações, serão expostas abaixo, e enriquecidas com impressões e considerações deste estudo.

7.1. TRANSPONDO ERROS

Recomendação 1: Fácil de começar, difícil de manter. As iniciativas de criação de novas redes de diáspora são inúmeras e relativamente fáceis de serem iniciadas, dada a visualização dos benefícios e impactos diretos que geram aos empreendedores e à economia do país de origem. Contudo, os casos estudados ilustram que a dificuldade consiste em manter a dinâmica dos atores envolvidos nas redes, com resultados e vantagens concretas para ambos os lados.

Recomendação 2: Devido à falta de ações perenes ou da ocorrência de projetos específicos, o entusiasmo inicial se dissipa e acaba por esgotar-se. É preciso planejar e definir a estratégia de ação e governança da diáspora com metodologia de trabalho concisa para garantir sua manutenção. Além disso, é importante a definição de metas e indicadores mensuráveis para a contínua avaliação da política.

Recomendação 3: Os países, recorrentemente, enganam-se quanto a sua diáspora ter um perfil de indivíduos bastante homogêneo e coeso, o que é raro. São diversas as motivações que implicam na saída de um indivíduo de seu país, influenciando o desenvolvimento de diferentes profissionais. A diversidade é uma realidade que sempre deverá ser considerada e analisada em todos os países, sobretudo no Brasil, onde existe uma intensa disparidade na formação de sua diáspora.

Recomendação 4: Privilegiar a qualidade em relação à quantidade. Muitas iniciativas da diáspora fracassaram porque não identificaram os indivíduos com o perfil adequado, sendo altamente motivados a permanecerem na iniciativa por longo prazo, em favor de vincular à rede grandes números sem qualificar a seleção.

É necessário envolver um número significativo de empreendedores que possuam competências técnicas e comportamentais para contribuir com a rede. Empreendedores por oportunidade e por necessidade possuem perfis distintos e impactam no desenvolvimento econômico de forma diferenciada. Também é relevante segmentar o setor econômico e o perfil empresarial dos empreendedores da diáspora. As empresas de setores tradicionais que requerem baixo nível instrucional e de inovação normalmente trabalham em setores que são saturados e possuem muitos concorrentes, resultando em pequenas margens de lucro, tornando mínima a contribuição para o país de origem.

Recomendação 5: A maioria das iniciativas governamentais para estabelecer a “repatriação de cérebros” ou “ganho de cérebros” falharam. São incontáveis e desconhecidas as razões individuais pelas quais as pessoas escolhem viver em um país estrangeiro, constituindo-se um desafio ao governo ingerir nessas motivações e restituir seus cérebros à nação. Portanto, devem ser estimuladas as ações que incentivem os expatriados a interagirem com seus países de origem sem a necessidade de regresso.

Recomendação 6: Muitas organizações de diásporas existentes foram criadas para atender aos interesses locais dos países de acolhimento, e não estão em posição de influenciar o desenvolvimento do país de origem. O governo precisa garantir que estará envolvendo o grupo e lideranças com intenções concretas de promover o desenvolvimento econômico, científico e tecnológico do país de origem.

Recomendação 7: A mera existência de uma plataforma *web* não indica necessariamente um impacto tangível. As experiências relatadas demonstram que as pessoas precisam identificar

razões claras para fazer visitas repetidas a um *site*. Além disso, há limitações ao sucesso das redes estabelecidas a partir de plataformas digitais como meio eficaz para a transferência de conhecimento e experiências operacionais que decorrem da falta de necessidade do contato direto e do pouco relacionamento presencial. As redes digitais podem servir como um complemento útil ao invés de uma ferramenta nuclear para o desenvolvimento e transferência de conhecimento.

Recomendação 8: Há indicadores gerados nas redes de diáspora passíveis de serem monitorados e medidos. Contudo, aqueles que dizem respeito às competências comportamentais, como mudanças de atitude, confiança, orgulho, entre outros, são de difícil avaliação. Porém não devem ser negligenciados, mas estimulados, para que ocorram mudanças técnicas e comportamentais benéficas ao perfil empreendedor inovador, competitivo e internacionalizado em ambos os lados da rede.

Recomendação 9: A impaciência dos gestores e atores envolvidos pode ser determinante para o fracasso das redes. Esse tipo de iniciativa requer tempo e o entendimento de que o fruto dos esforços poderá vir a médio e longo prazo. É preciso planejar com antecedência todas as estratégias de ação das redes, testá-las e validá-las ao longo de seu processo de constituição e formalização.

Recomendação 10: Para promover a diáspora colaborativa, é imprescindível que sejam garantidos os benefícios em dupla via de circulação. Gamlen (2006) aponta que a enculturação compartilhada pode constituir um incentivo à colaboração, mas por si só não é capaz de manter por longo tempo a sustentabilidade das redes, e tampouco é capaz de superar a distância. É imprescindível uma infraestrutura prática e contundente para facilitar

a comunicação e a cooperação, otimizando o uso das tecnologias de informação e comunicação, que são os mecanismos principais da abordagem de trabalho e trocas.

Recomendação 11: Muitas redes de diásporas destinam-se indiscriminadamente a todos os setores econômicos, o que pulveriza a potencialização de seus esforços, diluindo os benefícios percebidos pelos atores envolvidos. Cada setor econômico percebe aspectos específicos de mercado, produção, inovação, competitividade, e conhecimento. Desse modo, é vital que as redes de diáspora de desenvolvimento econômico se orientem a setores específicos, tanto para ampliar seu alcance em determinados domínios, quanto para acender a percepção real dos benefícios e vantagens pelas partes envolvidas na rede.

7.2. SUGESTÕES SEGUNDO O ESTÁGIO DE DESENVOLVIMENTO DA DIÁSPORA

O panorama de informações e experiências levantados permite a elucidação de algumas práticas importantes a serem levadas em consideração pelos gestores de instituições públicas e privadas e pelo público-alvo deste perfil de políticas, a fim de transpor a ocorrência de falhas ou desacertos comuns no período de estruturação de uma rede de diáspora.

Tendo em vista o ainda incipiente movimento brasileiro para se beneficiar de sua diáspora, serão sugeridas abaixo ações aplicáveis à realidade nacional em torno de ações propositivas com o objetivo de orientar o gestor de redes de diáspora a minimizar o enfrentamento dos desafios expostos

amplamente na revisão destas experiências. Para fins didáticos, as ações serão explanadas conforme o processo de desenvolvimento e evolução de uma rede de diáspora.

O desenvolvimento da rede deverá levar tempo. Enquanto algumas das atividades podem ser feitas em paralelo, há uma sequência principal a ser seguida, definida abaixo.

IDENTIFICAÇÃO DA REDE GLOBAL

É essencial identificar se há quantidade e qualidade suficientes em uma rede global para atender às necessidades da iniciativa. A revisão das práticas verifica os estágios propostos por Isenberg (2012) para o desenvolvimento de redes de diáspora voltadas para o empreendedorismo, que envolve:

- >> mapear a rede de diáspora – deve ser elaborado um mapa informal indicando onde se concentram os membros da diáspora, o que pode ser feito por organizações formais e/ou informais;
- >> identificar e contatar os membros influentes da rede, portadores de um conjunto adequado de habilidades e inclinados a contribuir positivamente para o país de origem, é de fundamental importância.

ENVOLVER OS MEMBROS DA REDE

As lições da Irlanda e Escócia mostram que um apelo direto feito pelo nível mais alto é eficaz. Convites de diretores ou oficiais adjuntos do governo trazem resultados. No entanto, estes precisam ser estimulados para garantir o compromisso. Isso deve envolver:

- >> valorização pessoal do convidado por meio do contato de um funcionário de apoio, que não deve se restringir a uma única visita, e a

capacidade de criar perfil e mostrar o que eles podem proporcionar;

- >> convites para eventos de grande prestígio no país de origem, como o *Global Irish Forum*, ou no país hospedeiro, onde vários membros da diáspora podem se encontrar com o embaixador.

UMA BOA PRESENÇA PROMOCIONAL E ONLINE

Tendo em vista as distâncias, a comunicação na *web* é uma ferramenta essencial. A promoção por meio da mídia social e *sites* relacionados é importante, assim como a cobertura de imprensa e da mídia. No entanto, um *site* que permite a interação, com banco de dados permitindo a busca do especialista adequado, prestação de informações e histórias de sucesso, é vital. Sem isso, a demanda doméstica não pode ser estimulada. Essa ausência é uma grande falha de programas do governo da Irlanda e da Índia. A *Global Scot* é bem-sucedida nessa área, assim como a *The Indus Entrepreneurs* e o *Irish Technology Leadership Group*.

ASSEGUANDO A DEMANDA DOMÉSTICA ADEQUADA

A *Global Scot* considerou esse o seu maior desafio. Isso requer a identificação das empresas nacionais com desejo e capacidade de internacionalização, o que pode ser feito por meio de organizações governamentais de apoio aos negócios, como a *Scottish Enterprise* ou a *Enterprise Ireland*. É um processo intensivo em recursos e requer a ligação entre a organização de apoio da diáspora e a agência nacional de empresas ou órgãos semelhantes. A publicidade não se mostrou bem sucedida no desenvolvimento de demanda. Muitas vezes é uma questão de abordagens diretas.

Histórias de sucesso são necessárias.

Uma vez estabelecida, a demanda pode manifestar-se espontaneamente. A *The Indus Entrepreneurs* e o *Irish Leadership Technology Group* parecem estimular a demanda suficientemente através das suas redes. A *Global Scot* ainda requer o envolvimento ativo da *Scottish Enterprise*.

DINHEIRO, MANUTENÇÃO, ACOMPANHAMENTO E MOTIVAÇÃO

Após o seu início, a rede de diáspora vai precisar de manutenção. Isso envolve recursos financeiros e humanos. Os membros da diáspora podem se voluntariar por algum tempo. No entanto, recursos financeiros serão imprescindíveis para a administração, execução de eventos, manutenção da presença na *web* e de uma boa gestão. Este último precisa do acompanhamento de indicadores básicos/centrais para garantir que os participantes permaneçam motivados.

De acordo com Aikins et al. (2009), “[a] situação ideal é que os governos criem condições favoráveis para muitas organizações existirem, facilitando a colaboração e cooperação, fornecendo acesso e ajudando a acelerar as ideias promissoras e/ou a trabalhar em parceria com as iniciativas do setor privado.”

Essa situação não é facilmente alcançada. Precisa de decisões sobre como a rede será financiada e se fundos suficientes podem ser levantados através de associação, taxas e patrocínio, sem excluir as microempresas, que podem ser o alvo no país. A *Global Scot* ainda precisa do apoio do governo. A *Biolink* começou com o apoio do Governo irlandês, mas agora parece estar em declínio. A *The Indus Entrepreneurs* começou como uma iniciativa autofinanciada bem-sucedida, mas agora está mudando para um órgão de empreendedorismo

global ao invés de cumprir um papel de diáspora, como poderia ser desejado pelo governo. O *Irish Leadership Technology Group* está cumprindo o ideal de Aikins.

7.3. LIGAÇÃO COM OUTRAS DIÁSPORAS

Membros da diáspora se juntam às redes por razões de identidade, ligadas às suas percepções de suas heranças. Isso não deve ser negligenciado, e pode ser considerado uma questão de *branding* em termos de negócios.

A estratégia cultural precisa estar no centro da marca. Como com qualquer estratégia de *branding*, a infraestrutura deve estar preparada para apoiar e desenvolver o conceito. Nesse sentido, os países europeus, que parecem fazer pouco contato com suas diásporas, têm grande capital cultural, que eles usam por meio de agências financiadas como o *British Council* e a *Alliance Française*. A primeira opera em 107 países, e a última, em 138.

A China não negligenciou esse elemento. O *Confucius Institute* é uma organização sem fins lucrativos, que promove a língua e cultura chinesas ao redor do mundo. O primeiro *Confucius Institute* foi inaugurado em 2004 e agora existem 328 institutos em 82 países.

7.4. INDICADORES DE SUCESSO

O desenvolvimento bem-sucedido de uma rede de diáspora precisa ser realizado de forma eficaz e eficiente. Para isso, deve haver bom controle de gestão, que irá monitorar um conjunto central de indicadores, que pode servir para a avaliação periódica.

Abaixo, estão sugestões para indicadores de processo, de resultado e de impacto. Indicadores de processo servem para o planejamento e a construção da rede de contatos. Indicadores de resultado servem para o seu funcionamento, e indicadores de impacto lidam com benefícios econômicos gerados a partir da rede. Os impactos levarão muito tempo para serem percebidos e os benefícios do lucro e do emprego exigirão a interligação entre um conjunto de outros estímulos.

Tabela 4: Indicadores do desenvolvimento e funcionamento da rede de contatos

Indicadores de processo	Indicadores de resultado	Indicadores de impacto
Plano	Membros da diáspora respondendo ao convite	<i>Feedback</i> dos empresários para cobrir os benefícios intangíveis e de longo prazo
Recursos		Respostas de <i>feedback</i> de membros da diáspora para cobrir os benefícios intangíveis e de longo prazo
Sistema de gestão Site	Membros da diáspora respondendo aos pedidos de assistência	Contratos acordados
Sistema de apoio Identificação de alvos da diáspora	Pedidos de assistência vindos de empresários nacionais	Vendas, reais ou estimadas
Contatos com a afiliação da diáspora durante o funcionamento	Conjunto de atividades entre os membros nacionais e da diáspora: contatar, mentoria, outros	Atribuição do emprego e do lucro para as atividades da rede
Contatos com empresários nacionais durante o funcionamento	Renda proveniente de fontes não públicas: taxas, patrocínio e outros	

8. CONCLUSÃO

Além das recomendações, práticas a serem evitadas e sugestões ao longo do processo de estruturação de uma rede de diáspora, a conclusão traz considerações com base em todas as informações mapeadas com o pressuposto maior de identificar ações das redes de diáspora que resultem no aprimoramento dos recursos humanos com foco em empreendedorismo e inovação, bem como as principais barreiras à internacionalização de empresas brasileiras.

Dentre as conclusões de maior importância, pode-se citar a de que um Estado não precisa possuir uma política de diáspora em termos de desenvolvimento econômico para colher os benefícios da conexão com sua diáspora. A Alemanha, a Itália e o Reino Unido têm relacionamentos comerciais extensos com os países nos quais residem suas diásporas, sem ter uma política conduzida pelo governo para envolvê-las. As câmaras de comércio internacional dos três países empregam muitos membros da diáspora em seus escritórios e se relacionam com empresas lideradas por eles. Sua perícia é trazida ao estímulo do comércio entre o país de origem e de destino e os benefícios econômicos que fluem dele. O *Irish Technology Leadership Group* executa uma função semelhante, com um elemento mais consciente da diáspora, na indústria de TIC na Califórnia. Dá mais destaque para jovens empresas do que as câmaras internacionais e toma providências especiais para o treinamento de potenciais empreendedores da Irlanda nos EUA. No entanto, a câmara italoamericana também toma providências para jovens italianos ganharem experiência em gestão nos EUA.

Dos cinco países, três têm políticas de engajamento da diáspora em nível de governo. Para o Reino Unido, isso só se aplica à Escócia. Contudo, é possível destacar ações exitosas dessas práticas e, principalmente, de iniciativas privadas de diáspora, como o caso da *The Indus Entrepreneurs* e do *Irish Technology Leadership Group*.

O desenvolvimento de uma rede econômica de diáspora bem sucedida exige uma escala de tempo significativa, de pelo menos quatro anos, para se tornar operacional, e mais tempo para mostrar resultados. Exige o direcionamento de indivíduos na diáspora, que sejam influentes e comprometidos. Isso é feito melhor por convites do mais alto nível do governo e apoiados por funcionários dos países, seja em embaixadas – Irlanda – ou missões comerciais – Escócia –, assim como também fora observado na iniciativa brasileira da ABDI, na qual se identificaram, em conjunto com o Ministério de Relações Exteriores, os possíveis membros da diáspora que sejam comprometidos e destacados em seus setores econômicos.

Em todos os casos, houve a necessidade de uma unidade central organizando, vinculando e coordenando as atividades. Existem pequenas unidades do governo envolvidas no caso da Irlanda e da Escócia, e um Ministério completo para a Índia. A TIE tem um centro de distribuição central na Califórnia, que estabelece ligação com filiais em todo o mundo. A ITLG tem uma unidade de núcleo também na Califórnia, que realiza suas atividades essenciais. Essa unidade necessita de recursos adequados durante, no mínimo, o período de tempo previsto. Caso contrário, muita coisa pode ser prometida e não entregue. Este parece ser o caso do IOFC, com o fracasso do seu *site*, e a Irlanda está correndo o risco de cair nesta armadilha, com o atraso no desenvolvimento de um *site* apropriado.

O engajamento da diáspora deve corresponder a uma demanda doméstica estimulante, que faça demandas a elas. Para grandes iniciativas públicas, isso exige o envolvimento dos órgãos de desenvolvimento econômico nacional. A divulgação de iniciativas bem-sucedidas é imprescindível para disseminar e estimular a cultura benéfica do compartilhamento, da troca de informações e conhecimentos, vital para redes de diáspora de desenvolvimento econômico.

Um elemento crucial é a comunicação, que exige uma presença eficaz na *web* e também contatos pessoais, individuais ou em eventos. As duas iniciativas do setor privado, TIE e ITLG, assim como a *Global Scot*, atingiram esse equilíbrio. As três têm um acesso via *internet* aberto aos pedidos de empresários, que são moderados pela equipe central e direcionados para o recurso ou contato apropriado. No entanto, tanto a TIE e a ITLG exigem taxas modestas de associação. Os programas do governo irlandês e indiano têm gerenciado eventos, mas têm falhado em desenvolver uma presença efetiva na *internet*, o que mina os seus esforços e torna particularmente difícil a participação de jovens empreendedores.

As três redes patrocinadas pela Índia, Irlanda e Escócia têm diferentes abordagens para entrar em contato com a diáspora. O IOFC foi uma iniciativa do governo que incentivou todos os empresários de origem indiana a se registrarem com eles. Os parceiros especialistas são indianos e, portanto, a perícia entregue é para o comércio com a Índia ou investimento na Índia para os indianos no exterior. A Global-INKI deveria equilibrar isso com ações conjuntas, mas não funcionou. A Irlanda e a Escócia procuraram os “grandes e os bons” no exterior e os aproximaram do mais alto nível. Seu objetivo era que a diáspora auxiliasse as empresas nacionais a se desenvolverem e internacionalizarem. Esta é exatamente a direção

inversa do que é praticado pela Índia. Ambos preveem uma gama de contribuições, incluindo o desenvolvimento de políticas e a criação de aspirações. No entanto, a principal ênfase tem sido no desenvolvimento empresarial. Nesse sentido, a *Global Scot* tem sido específica na tentativa de alinhar as empresas escocesas com a ajuda que eles ganham da diáspora. Para o GIN, isso continua sendo uma aspiração.

Redes econômicas de diáspora podem fornecer uma gama de serviços. O mais claro é fazer contatos no mercado-alvo e preparar as empresas para entrada no mercado. Essas atividades misturam iniciativas de contato com consultorias e mentoria. A *Global Scot* e a ITLG têm feito isso com algum sucesso. Neste sentido, eles estão proporcionando mais do que as consultorias e os contatos comerciais fornecidos por câmaras de comércio internacional e o IOFC. No entanto, fazer contatos e facilitar a entrada no mercado parece ser o benefício mais comum proporcionado pelas redes. Em termos de assistência a curto prazo, não há um custo maior (ou talvez não haja nenhum).

A mentoria pode ser de curta duração, para preparar para a entrada no mercado, facilitar tal entrada e oferecer algum apoio em seguida. No entanto, pode ter duração mais longa e contribuir para o desenvolvimento de um empreendedor ou uma empresa. A mentoria é a grande força autoproclamada da TIE. É direcionada a jovens empreendedores e empresas em expansão. A *Global Scot* e a ITLG também fornecem esses serviços. Exige uma correspondência entre mentor e aprendiz, o que leva algum tempo e consideração. A TIE está ciente de que nem sempre é bem-sucedida em conseguir essa correspondência. No entanto, eles mantêm uma porta aberta para jovens membros que buscam mentoria. Este é um serviço solicitado à *Global Irish Network*, mas ainda não fornecido. O fracasso da *Global-INK* também impede essa atividade.

O treinamento é ministrado através das redes, tanto em termos de *webinars*, *blogs* e sessões presenciais. É focado em questões específicas, tais como apresentação para especialistas em capitais de risco ou problemas específicos de gestão. Somente a ITLG e a TIE fornecem treinamento. Fazia parte, anteriormente, das atividades da *Global Scot*, mas não é mais mencionado em seu *website*.

Jovens empreendedores são incentivados de maneiras diferentes e em diferentes estágios por três redes. A *Global Scot* atende o empresário estabelecido, que pode ser jovem, mas está procurando evoluir para nível internacional. A ITLG apoia o empreendedor em potencial por meio de estágio e mentoria. Eles também apoiam jovens empreendedores em suas principais atividades de redes. A TIE tem um foco especial em jovens empreendedores em fase nascente e início de negócios, com treinamento, mentoria, redes e também competições internacionais de plano de negócios.

Enquanto é possível detalhar os pontos positivos de cinco redes (OIFC, TIE, ITLG, GIN e *Global Scot*) em termos de seu desenvolvimento, o que tem sido realizado efetivamente, é chocante que tanto o OIFC, através da *Global-INK*, e o GIN não tenham presenças na *web*, o que pode envolver empresas pequenas e jovens e ajudar a prover serviços a elas. Isto é exatamente o que não deve ser feito.

No entanto, é útil tirar conclusões de aspectos que não funcionam, tanto quanto daqueles que funcionam. Essas iniciativas não deram prioridade às necessidades das empresas jovens e de pequeno porte. Essas empresas não eram fundamentais para a iniciativa. Portanto, foi fácil retroceder em temas de investimento estrangeiro, comércio com grandes empresas e políticas setoriais. Os membros proeminentes da diáspora podem contribuir para essas atividades.

Uma revisão mais ampla da literatura apoia a tese de Newland e Plaza (2013), de que existem três áreas proeminentes para o impacto das diásporas no desenvolvimento econômico: comércio, investimentos e transferência de habilidades e conhecimentos. As três áreas complementam uma à outra.

De acordo com as ações que os governos e demais partes envolvidas podem adotar para estabelecer ações cooperativas com as diásporas, citadas no item 4.6 deste estudo, dentre os cinco países analisados, apenas a Índia e a Irlanda atuaram nas três áreas, porém com várias lacunas nos processos e inconstância no cumprimento das ações propostas por suas redes. Já a Alemanha foca no quinto item, em engajar-se mais profundamente com suas Câmaras de Comércio. As ações do Reino Unido também se enquadram nesta categoria, com exceção da Escócia. A Itália apenas começou a se envolver em um nível governamental. Além disso, a revisão das práticas nesses cinco países demonstrou uma lacuna entre o discurso do envolvimento com a diáspora e as práticas vigentes. Ao tomar exemplos de outros países, é necessário estabelecer o que está realmente acontecendo, ao invés de considerar aspirações que não chegaram a ser implementadas.

Conforme afirmado anteriormente, em termos de buscar lições sobre as interações com a diáspora para promover o empreendedorismo no Brasil, a Europa não fornece necessariamente os principais exemplos para serem seguidos. Isso é agravado pela escassez de avaliações em todos os casos, fato observado por vários autores, e a incompletude de algumas das iniciativas. Israel, China e Índia têm grandes diásporas em termos de escala e disseminação, mas muito diferentes das brasileiras. Em termos de relevância para os tipos

de diáspora, a escolha da Austrália, Chile e Nova Zelândia feita pela ABDI parece mais relevante, dadas as semelhanças mais acentuadas em termos de história e localização.

No entanto, com base nos casos analisados, as seguintes boas práticas podem ser especificamente indicadas.

>> Em termos de criação de uma unidade central e estabelecimento de contato com pessoas influentes da diáspora, tanto a *Global Scot* quanto a Rede Global Irlandesa têm funcionado bem. O OIFC tem uma unidade central, mas sua abordagem da diáspora é diferente dadas as circunstâncias indianas.

>> O envolvimento da diáspora na ajuda a pequenas empresas por meio de contatos e mentoria tem sido feito com sucesso pela *Global Scot* e, implicitamente, pela ITLG (apesar de exemplos de casos concretos não estarem disponíveis).

>> O estímulo e o apoio a jovens empresários são uma missão principal da TIE, com muitas histórias de sucesso. Essas ações também são realizadas pela ITLG por meio de um programa específico.

>> Uma presença eficaz na *web* como um ponto de contato para serviços foi desenvolvida pela *Global Scot*, pela ITLG e pela TIE.

>> Eventos de *networking* das diásporas, sustentados pela promoção cultural, têm sido realizados com sucesso pela OIFC.

Se os perfis da diáspora revelam benefícios em potencial, então o processo de desenvolvimento tem de ser planejado adequadamente. Isso envolve uma série de considerações, que são estabelecidas abaixo:

>> Ser claro quanto às formas em que cada diáspora pode beneficiar o Brasil e a si mesma. Os benefícios devem ser nas duas direções. Os benefícios devem girar em torno do aumento do comércio. Se houver possibilidade de terceirização, especialistas em produtos ou serviços demandados pela diáspora (por exemplo, alimentação e cultura), ou nichos que podem ser discernidos em uma ou ambas as localizações, novos produtos ou serviços, então haverá base para o desenvolvimento de mentoria, treinamento, colocação profissional e financiamento.

>> É vital escolher não apenas a rede certa, cuja agenda particular se encaixa com o objetivo do governo, mas também as pessoas certas na rede. Isto se aplica às organizações de contato no país de origem. É preciso haver redes em ambos os lados que possam interagir. Escolher e construir as redes de relacionamento levam tempo e esforço, e as pessoas que fazem isso têm que ser hábeis. A *Global Irish* e a OIFC têm dedicado muitos recursos para entrar em contato com redes e assegurar envolvimento efetivo (espera-se) e de alto nível.

>> O desenvolvimento de redes leva muitos anos e deve existir um plano para este período, o qual envolve uma gama completa de ações, reuniões, contatos comerciais, promoções e apresentação de resultados. A OIFC tem feito isso e tem crescido de forma constante nos últimos sete anos. É preciso haver um órgão responsável que disponha de fundos suficientes e com status suficientemente elevado. O Anexo 1 mostra os países que constituíram organizações com status de ministério.

>> Nas áreas de ciência e tecnologia, a circulação de cérebros pode funcionar, mas precisa ser cultivada em domínios

específicos. A *The Indus Entrepreneurs* foi desenvolvida com base em TIC. A circulação de cérebros só funciona se todas as partes puderem falar a mesma linguagem técnica e interagir com frequência suficiente. Isto requer oportunidades de encontros e um meio confiável e facilmente disponível de comunicação eletrônica. Este último requer esforços e recursos para ser estabelecido e mantido em funcionamento. Devem existir várias redes técnicas, algumas bem-sucedidas. A massa crítica – de ideias, pessoas e reputações – na área é importante. Facilidade de retorno ou visita ao Brasil é um aspecto importante.

>> A falta de uma filial da TIE na América do Sul pode se constituir em uma oportunidade para o Brasil. A TIE está no firme caminho de sua transformação para um órgão global de empreendedorismo, e ser capaz de tirar proveito de suas práticas para auxiliar na rede de diáspora de conhecimento estabelecida no Brasil pode ser atraente para ambas as partes. Uma integração com a TIE - merece ser considerada.

>> A mentoria parece mais fácil de se desenvolver do que o treinamento. Se houver um comércio comum ou interesse profissional e reuniões produtivas via teleconferência e, ocasionalmente, presenciais, isso pode ser mantido pelas partes interessadas. O treinamento é dificultado pela distância, especialmente pela dificuldade em se transferir conhecimentos tácitos. Não é impossível, mas requer recursos consideráveis, e é facilitado por encontros presenciais. O ideal seria que esses cursos envolvessem testes de nivelamento. Treinamento planejado precisa ser subsidiado, assim como os irlandeses têm reconhecido e implementado em seu programa.

O estabelecimento de uma marca é importante. O desenvolvimento de uma “marca Brasil”, claramente culturalmente brasileira e englobe outros elementos econômicos, é fundamental. Modelos europeus e asiáticos têm uma gama de atividades culturais complementares. Alguns são instituídos há muito tempo, outros se desenvolveram juntamente com o engajamento com a diáspora. No entanto, os membros da diáspora se envolvem com base na identidade, sendo a dimensão econômica apenas uma parte dessa identidade.



9. REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL (ABDI). **Mapa Estratégico das Diásporas e Relação das Diásporas de Referência**. Projeto, All N° 5 – Red Diáspora Brasil, ABDI. 2013.

AGUNIAS, D. R. e NEWLAND, K. **Developing a Road Map for Engaging Diasporas in Development: a handbook for policymakers and practitioners in home and host countries**. International Organization for Migration (IOM), Geneva. 2012.

AHMAD, N. E HOFFMAN, A.. **A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship**. Paris, November de 2007.

Banco Mundial (2007)

AIKINS, K., & SANDS, A. e WHITE, N. **The Global Irish Making a Difference Together**. The Ireland Funds, 2009.

CARRARO, C. **Time for a Ministry of the Italian Diaspora**. 2013. Disponível em: <http://girlfriendinacoma.eu/time-for-a-ministry-of-the-italian-diaspora/> Acesso em 07/2014.

COE, N.M. & BUNNEL, T.G. **‘Spatializing’ knowledge communities: towards a conceptualization of transnational innovation network.**, Global Networks, Volume 3, Issue 4, pages 437–456, October, 2003.

DEPARTMENT OF FOREIGN AFFAIRS & TRADE. **Review of Diaspora Strategy to the Irish Abroad Unit**. 79-80 St Stephen’s Green, Dublin. 2014. Disponível em: http://votes-for-expat-brits.com/documents/ippr_GlobalBrittextforprint.pdf, accessed 20/05/2014

FUNDAÇÃO DOM CABRAL. Faltam Profissionais Qualificados no Mercado. Disponível em <<http://www.fdc.org.br/imprensa/Paginas/noticia.aspx?noticia=43>> Acesso em 14/08/2014.

SINGH, A. D.. **Working with the Diaspora for Development – Policy Perspectives from India**. Working Paper no: 376. Indian Institute of Management, Bangalore, 2012.

DUTIA, S.G. **Diaspora Networks A New Impetus to Drive Entrepreneurship, innovations**. Global Entrepreneurship Congress 2012, Disponível em> <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2373984> Acesso em 07/2014.

EF EPI. **EF English Proficiency Index 2013**. Disponível em < <http://www.ef.com.br/~media/efcom/epi/2014/full-reports/ef-epi-2013-report-br.pdf>> Acesso 05/10/2014.

FINCH, T., ANDREW, H., e LATORRE, M. **Global Brit: Making the most of the British diaspora**. 2010.

GALLAGHER, S. **EU-US Diaspora Conference: Where Research and Practice Meet**, 2014. Disponível em: <http://diasporaalliance.org/eu-us-diaspora-conference-where-research-and-practice-meet-2> . Acesso 31/10/2014.

GAMLEN, A. **Diaspora Engagement Policies: What are they, and what kinds of states use them?** *In Working Paper 06-32*, Oxford: University of Oxford, 2006.

GOTTSCHLICH, P. The Indian Diaspora in Germany. In: Heidrick e Struggles. **The Global Talent Index Report – The outlook to 2015**. Economist Intelligence Unit. 2011.

HEINRICHS, G, **Evaluierung der Zusammenarbeit von AHKs und GTAI im Ausland Auswertung der Evaluierungsbogen 2011 aus Sicht der GTAI**, Berlin, Germany Trade and Invest, 2007.

HIGH LEVEL COMMITTEE ON THE INDIANA DIASPORA . **Report**. New Delhi, 2001.

IRISH TECHNOLOGY LEADERSHIP GROUP. Disponível em <www.itlg.org> Acesso 14/09/2014.

ISENBERG, D. **How Can Entrepreneurs Access and Utilise Diaspora Networks?** 2012. Disponível em: <http://www.wamda.com/2012/02/how-can-entrepreneurs-access-and-utilise-diaspora-networks> Acesso em 17/07/14.

ISENBERG, D. & KERR, W. **Take Advantage of Your Diaspora Network**, Diaspora Matters, Dublin, 2011.

KUZNETSOV, Y. **Levering Diasporas of Talent: Toward a New Policy Agenda**, Diaspora Networks on International Migration of Skills. Ed. Kuznetsov. Washington D.C., 2006. Disponível em: <http://siteresources.worldbank.org/KFDLP/Resources/461197-1122319506554/DiasporaIntro.pdf> Acesso em 17/7/2014.

MAHROUM, S. & ELDRIDGE, C. & DAAR, A. Transnational Diaspora Options: How Developing Countries Could Benefit from their Emigrant Populations. In **International Journal on Multicultural Studies**, vol. 8, no 1, 2006.

MEYER, J-B. & WATTIAUX, J-P. Diaspora Knowledge Networks: Vanishing Doubts and Increasing Evidence. In **International Journal on MULTICULTURAL SOCIETIES (IJMS)**. Vol. 8, No. 1, 2006.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. **Orçamentos da União**: Exercício financeiro 2013 – Projeto da Lei Orçamentária. Vol. 1. Brasília, 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, SECRETARIAT OF COMMERCE AND SERVICES DEPARTMENT OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES. **Entrepreneurship Review of Brazil**: Entrepreneurial Capabilities & Human Resources Skills, Brasilia, June 2012.

MURAT, M. & PISTORESI, B. e RINALDI, A. Italian Diaspora and Foreign Direct Investment: A Cliometric Perspective. Working Paper 13, Centre for Economic Research, Modena, 2008. Disponível em <http://ideas.repec.org/p/mod/recent/013.html> Acesso 17/07/2014.

NANDA, R. e KHANNA, R. **Diasporas and Domestic Entrepreneurs: Evidence from the Indian Software Industry**. Harvard Business School HBS Working Paper 08-003 (Revised) February 5, 2009.

NEWLAND, K. e PLAZA, S. What we know about diasporas and economic development, **MPI Policy Brief** nº 5, Migration Policy Institute (MPI), Washington DC, September 2013

NEWLAND, K. & TANAKA, H. **Mobilizing Diaspora Entrepreneurship for Development by Kathleen Newland and Hiroyuki Tanaka**. Washington, Migration Policy Institute, Washington DC, 2010.

OECD. **Education at a Glance 2011**: OECD Indicators, OECD Publishing, 2011 Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/eag-2011-en> .

OECD. **Programme for International Student Assessment (PISA)**. Brazil, Results from Pisa, 2012.

OIFC. **Handbook for Overseas Indians to facilitate economic engagement**. New Delhi, 2013.

O'NEILL, A. **Diaspora Knowledge Networks**. Diaspora strategy workshop 27/1/09. Disponível em: <http://www.nuim.ie/nirsa/wp-content/uploads/2013/05/aineoneill.pdf> . Acesso em 17/07/2014.

POVOLEDO, E. **Italy vote to include expatriates**, International Herald Tribune. May 31, 2006.

QS. **QS World University Rankings 2011-2012**. Disponível em: <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2011> Acesso em 23/08/2014.

RODRIGUEZ-MONTEMAYOR, Eduardo. **Diaspora Direct Investment**: Policy Options for Development. Inter-American Development Bank (IBD), 2012.

SAXENIAN, A.L. **The New Argonauts**: Regional Advantage in a Global Economy, Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 2006.

Support to scientists of Indian origin. Disponível em <www.stio.nic.in> Acesso 12/08/2014.

THE INDUS ENTREPRENEUR. **Annual Report 2012-2013**. Disponível em: <https://stage.tie.org/sites/default/files/www/initiative/annual-report-online-3.pdf> Acesso 31/10/2014.

UNCTAD. **Entrepreneurship Policy Framework and Implementation Guidance**. New York and Geneva: United Nations, 2012.

WILSON, J. **Know your customers**: The Italian divide, 2010 Disponível em: <http://www.marsdd.com/news-and-insights/know-your-customers-the-italian-divide> Acesso 31/10/2014.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The Global Competitive Report**. Full Switzerland: Data Edition, 2013.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century**. Switzerland: Data Edition, 2011.

ANEXOS

ANEXO 1 - ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS QUE LIDAM COM A DIÁSPORA

COUNTRY	INSTITUTION	STOCK OF EMIGRANTS (2010)	STOCK OF EMIGRANTS AS % OF TOTAL POPULATION (2010)	TOP DESTINATION (2010)
Armenia*	Ministry of Diaspora	870,200	28.2	Russian Federation
Algeria	Ministry of National Solidarity, Family and the National Community Abroad	1,211,100	3.4	France
Azerbaijan*	State Committee on Affairs of the Diaspora	1,432,600	16	Russian Federation
Bangladesh*	Ministry of Expatriates Welfare and Overseas Employment	5,380,200	3.3	India
Benin	Ministry of Foreign Affairs, African Integration, the Francophone Community and the Beninese Abroad	513,600	5.8	Nigeria
Comoros	Ministry of External Relations and Cooperation of the Diaspora	38,600	5.6	France
Dominica	Ministry of Trade, Industry, Consumer and Diaspora Affairs	69,300	104.1%	United States
Georgia*	State Ministry for Diaspora Issues	1,057,700	25.1	Russian Federation
Haiti*	Ministry of Haitians Living Abroad	1,009,400	9.9	United States
India*	Ministry of Overseas Indian Affairs	11,357,500	0.9	United Arab Emirates
Indonesia	Ministry of Manpower and Transmigration	2,502,300	1.1	Malaysia
Iraq	Ministry of Migration and Displaced	1,545,800	4.9	Islamic Republic of Iran

Israel	Ministry of Information and Diaspora	1,019,900	14	West Bank and Gaza
Lebanon	Ministry of Foreign Affairs and Emigrants	664,100	15.6	United States
Former Yugoslav Republic of Macedonia	Agency of Emigration	447,100	21.9	Italy
Mali	Ministry of Malians Abroad and African Integration	1,012,700	7.6	Côte d'Ivoire
Morocco*	Ministry Charged with the Moroccan Community residing abroad	3,106,600	9.3	France
Niger	Ministry of African Integration and Nigerians Abroad	386,900	2.4	Nigeria
Pakistan*	Ministry of Overseas Pakistanis	4,677,000	2.5	India
Senegal*	Ministry of Senegalese Abroad	632,200	4.9	Gambia
Serbia	Ministry of Religion and Diaspora	196,000	2	Austria
Slowenia	Government's Office for Slovenians Abroad	132,000	6.5	Germany
Somalia	Ministry for Diaspora and Community Affairs	812,700	8.7	Ethiopia
Sri Lanka*	Ministry of Foreign Employment Promotion and Welfare	1,847,500	9.1	Saudi Arabia
Syrian Arab Republic	Ministry of Foreign Affairs and Expatriates	944,600	4.2	Jordan
Tunisia	Ministry of Social Affairs, Solidarity, and Tunisians Abroad	651,600	6.3	France

Fonte: Daly M Proposal for Irish Diaspora Overseas, Fianna Fail, Dublin, <http://senatormarkdaly.files.wordpress.com/2013/09/diaspora-290813md-1.pdf>* Ministry dedicated to Diaspora

** According the World Bank, the stock of emigrants as percentage of population is defined as the ratio of emigrants of a country to the population - not the sum of population and migrants. Because of this definition, this ratio may exceed 100 percent in certain cases.

Sources: MPI-IOM Questionnaire, Part I, 2011 for Armenia, Azerbaijan, Benin, Comoros, India, Iraq, Israel, the former Yugoslav Republic of Macedonia, and Slovenia; with author research for the remaining countries; for data on emigrants and their destinations, see World Bank, Migration and Remittances Factbook 2011 (Washington, DC: World Bank, 2011)

* Ministry dedicated to Diaspora

** According the World Bank, the stock of emigrants as percentage of population is defined as the ratio of emigrants of a country to the population - not the sum of population and migrants. Because of this definition, this ratio may exceed 100 percent in certain cases.

Sources: MPI - IOM Questionnaire, Part I, 2011 for Armenia, Azerbaijan, Benin, Comoros, India, Iraq, Israel, the former Yugoslav Republic of Macedonia, and Slovenia; with author research for the remaining countries; for data on emigrants and their destinations, see World Bank, Migration and Remittances Factbook 2011 (Washington, DC: World Bank, 2011).

ANEXO 2 – PROGRAMAS CULTURAIS INDIANOS

O Ministério de Relações Exteriores indiano organiza os seguintes eventos e esquemas para a diáspora indiana no exterior:

REGIONAL PRAVASI BHARATIYA DIVAS (RPBD) – DIA DOS NÃO-RESIDENTES INDIANOS

A sétima convenção RPBD foi organizada pelo Ministério das Relações Exteriores indiano em Sidney, de 10 a 12 de novembro de 2013.

O tema da convenção RPBD em Sidney foi “Uma Ligação para um Futuro Compartilhado: A Diáspora Indiana, a Índia e o Pacífico”. A programação do evento incluiu uma sessão inaugural de *Experiências Compartilhadas* e demais sessões sobre diferentes tópicos, incluindo Oportunidades de Negócios Bilaterais em Serviços; Recursos; *Commodities* Primárias; Engajamento por Meio Cultural; Línguas Indianas; Recursos; Infraestrutura (aeroportos, portos, estradas e construção), Manufatura; Educação; Cultura; e Diálogo com Jovens.

Também ocorreram as sessões “A Diáspora Indiana no Pacífico”; “Honras a Histórias de Sucesso”; “Cientistas e Acadêmicos”; “Mulheres nos Negócios e na Comunidade”; “O Poder da Mídia no Século Asiático”; e “A Parceria Estratégica entre Índia e Austrália”.

O oitavo RPBD estava programado para ocorrer em Londres, de 16 a 18 de outubro de 2014.

KNOW INDIA PROGRAMME (KIP) – PROGRAMA “CONHEÇA A ÍNDIA”

O objetivo deste programa do Ministério é ajudar os jovens entre 18 e 26 anos de idade da diáspora indiana a se familiarizarem com o desenvolvimento e conquistas feitas pelo país, aproximando-os, assim, da terra natal de seus ancestrais.

STUDY INDIA PROGRAMME (SIP) – PROGRAMA “ESTUDE A ÍNDIA”

O primeiro SIP foi organizado entre 25 de setembro e 23 de outubro de 2012, na Universidade Symbiosis, em seu campus na cidade de Pune, no estado de Maharashtra, na Índia, com a participação de nove gerações de jovens de origem indiana, vindos de quatro diferentes países, como Trinidad e Tobago, Malásia, Fiji e África do Sul. Assim como o KIP, o SIP tem imenso potencial para conectar jovens da diáspora indiana com a Índia, através de um canal de instituições educacionais.

O SIP torna possível que jovens indianos residentes no exterior façam um curso de curta duração em uma universidade indiana para se familiarizarem com o desenvolvimento sociopolítico e econômico de seu país, bem como permite que conheçam parte de sua história, herança cultural e artística, dentre outros aspectos relevantes da Índia. O foco do programa é na orientação acadêmica e na pesquisa. Os custos com embarque, hospedagem, transporte e taxas acadêmicas durante o programa e 90% do valor da passagem de classe econômica são arcados pelo governo da Índia. Vistos do tipo *gratis visa* são dados aos participantes do programa.

O segundo SIP foi realizado de 01/11/2013 a 28/11/2013 na Universidade Symbiosis, Pune, Maharashtra, Índia, com a participação de catorze gerações de jovens de origem indiana.

SCHOLARSHIP PROGRAMME FOR DIASPORA CHILDREN (SPDC) – PROGRAMA DE BOLSAS DE ESTUDO PARA FILHOS DE DIÁSPORAS

Uma ação chamada de “Programa de Bolsas de Estudo para Filhos de Diásporas” foi lançada no ano acadêmico de 2006/07. Na ação, 100 bolsas de estudo de até US\$ 4.000 anuais foram disponibilizadas para pessoas de origem indiana e indianos não-residentes no país, especificamente para cursos de graduação nas áreas de Engenharia/Tecnologia, Humanidades/Artes Liberais, Comércio, Administração, Jornalismo, Hotelaria, Agricultura/Pecuária, etc. O programa está sendo implementado pela *Educational Consultants India Limited – Ed. CIL*.

OVERSEAS CITIZEN OF INDIA (OCI) CARD SCHEME – PLANO DE VISTO PERMANENTE PARA INDIANOS RESIDENTES NO EXTERIOR

Em decorrência da enorme dedicação do governo indiano em engajar pessoas de origem indiana com a nação de seus antepassados em uma relação mutuamente benéfica, o Plano de Visto Permanente para Indianos Residentes no Exterior foi lançado em agosto de 2005, por meio de emendas ao Ato de Nacionalização, de 1955. O Plano é operacionalizado pelo Ministério das Relações Exteriores e permite que seja dado visto permanente a cidadãos indianos residentes no exterior e a todos de origem indiana que eram cidadãos da Índia de 26 de janeiro de 1950 em diante, ou que tinham o direito de se tornarem cidadãos indianos no mesmo período, mesmo que sendo cidadãos de outros países, com exceção do Paquistão e de Bangladesh.

O plano de ações está em execução desde janeiro de 2006 e, até 31 de março de 2014, mais de um milhão de indianos residentes no exterior já haviam sido beneficiados.

A um Indiano Residente no Exterior (*Overseas Citizen of India*) registrado é dado o direito a ingressos múltiplos no país, por diversas razões, bem como vistos vitalícios para visitas à Índia, e não é necessário o registro no Departamento de Registro Regional de Estrangeiro para estadas de qualquer duração no país.

