

## Aspectos do Empreendedorismo de Imigrantes Brasileiros em Perth, Austrália

Renata Casado<sup>1\*</sup>, Eduardo Picanço Cruz, Roberto Pessoa de Queiroz FalcãoThe University of Western (Australia)<sup>‡</sup>

Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, RJ (Brasil)

DETALHES DO ARTIGO	RESUMO
<p><b>Histórico do Artigo:</b></p> <p>Recebido em: 04 de junho de 2020 Aceito: 29 de janeiro de 2021 Disponível online: 01 de maio de 2021</p> <p><b>Sistema de revisão “Double blind review”</b></p> <p><b>Editor Científico</b> Ilan Avrichir</p>	<p><b>Objetivo:</b> A pesquisa exploratória busca descrever a comunidade de empreendedores brasileiros em Perth, Austrália, quanto a suas aspirações, trajetórias migratórias e aspectos do empreendedorismo.</p> <p><b>Método:</b> foi realizada uma pesquisa qualitativa de cunho exploratório, por meio da análise de 21 entrevistas em profundidade com empreendedores brasileiros dos mais diversos setores, estabelecidos na cidade de Perth, Oeste da Austrália.</p> <p><b>Principais resultados:</b> Dentre os motivos para emigrar relatados destacam-se, o descontentamento com o Brasil e a busca por maior qualidade de vida. Dentre as razões para empreender, são relatadas a identificação de oportunidades, a busca por liberdade e ajuda aos colegas e familiares. A comunidade brasileira é vista pelos empresários como crucial para o estabelecimento de diversos negócios cujo público-alvo é a própria comunidade, mas também é encarada com certa desconfiança, evidenciado pelas ocorrências de falsas denúncias, denotando uma ética de negócios deturpada. São evidenciadas barreiras culturais e linguísticas, para empreender e trabalhar.</p> <p><b>Relevância/originalidade:</b> o empreendedorismo de imigrantes brasileiros no exterior é pouco pesquisado, particularmente na Austrália. O artigo evidencia o perfil sociodemográfico dos empreendedores, seus traços comportamentais, e faz uma descrição de seus negócios e das relações entre empreendedores e destes com sua comunidade.</p> <p><b>Contribuições teóricas:</b> para o entendimento da estruturação dos negócios de imigrantes brasileiros, fatores relacionados e condicionantes.</p> <p><b>Contribuições para a gestão:</b> apoiar empreendedores imigrantes brasileiros para vislumbrar caminhos, tendo como base os casos relatados, para que atuem com maior assertividade na gestão de seus negócios.</p>
<p><b>Palavras-chaves:</b></p> <p>Austrália Imigração brasileira Empreendedorismo</p>	

## Introdução

A raça humana tem se engajado em movimentos migratórios pelo planeta há mais de um milhão de anos (Rizal et al, 2020), o que sempre gerou, em algum grau, alterações ambientais por onde estes migrantes passaram. Aos poucos, diversos grupos humanos se fixaram em algumas regiões do globo, contudo, as migrações nunca cessaram (Buettner & Muenz, 2020). Hoje, impactos econômicos e sociais são percebidos nos países receptores, com aumento

significativo, nos últimos anos (Chernobay, Adamyk, & Malibroda, 2019).

Mesmo que existam migrações qualificadas, ‘fuga de cérebros’ e outros fenômenos ligados à expatriação de imigrantes com elevado capital humano (Latukha, Soyiri, Shagalkina, & Rysakova, 2019), muitos migrantes ainda se arriscam em trajetórias irregulares, em busca de melhores condições de vida (Borjas, 2018). Trabalhos seminais (como Portes & Zhou, 1992) reforçados por diversos artigos ao longo dos anos (Cruz & Falcão, 2017)

<sup>1</sup> Contato do autor E-mail: [renata.casado@uwa.edu.au](mailto:renata.casado@uwa.edu.au)

afirmam que o empreendedorismo e o auto-emprego são formas possíveis de inclusão social e econômica destes ‘migrantes econômicos’ nas sociedades anfitriãs ocidentais (Akbar, 2019).

Estudos bibliométricos apontam para um crescente interesse em pesquisas sobre “empreendedorismo étnico e imigrante” em todo o mundo, devido à globalização e à disseminação da migração internacional (Cruz & Falcão, 2017; Dheer, 2018). No entanto, os estudos sobre o empreendedorismo de imigrantes brasileiros são mais recentes, concentrando-se em aspectos de sua trajetória migratória e empreendedora no exterior (Shishito & Baeninger, 2016; Cruz, Falcão, & Barreto, 2018; Cebulko, 2018; Almeida, 2019), bem como sobre o empreendedorismo de imigrante de estrangeiros no Brasil (Magalhães, Bógus, & Baeninger, 2018; Diniz, Guimarães, & Fernandes, 2019).

Portes e Zhou (1992) destacam não ser possível se chegar a um construto teórico sólido sem antes analisar as trajetórias e as raízes para a mobilidade econômica de diversas etnias. Nesse sentido, os contextos distintos de imigração e empreendedorismo de diferentes etnias trazem reflexões quanto à interação de fatores como o capital humano, social e econômico, com as configurações institucionais de cada país (acesso ao crédito, legislação, cultura, infraestrutura), a dita *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000). Dado que pouco se sabe a respeito do “empreendedorismo imigrante e étnico brasileiro” no exterior, particularmente na Austrália (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019), justifica-se o presente trabalho ao trazer novas evidências de trajetórias de imigrantes brasileiros na região, o que reforça suas implicações gerenciais para futuros empreendedores. De acordo com o ranking da Infomoney (2017) a Austrália é o segundo destino de preferência de jovens imigrantes brasileiros. Em suas considerações Cruz, Falcão e Paula (2018) sugerem, fundamentados na recente migração brasileira para a Austrália, o estudo de empreendedores brasileiros naquele país como forma de mapeamento dos aspectos gerenciais dos empreendimentos, o estudo dos perfis dos empreendedores e suas habilidades de gestão de iniciativas de internacionalização. No que diz respeito à escolha da cidade de Perth, destaca-se a parceria local realizada com a University of Western Australia, o que permitiu

a realização das entrevistas sem ter que depender de fomento público ou auto-financiamento.

Nesse sentido, buscou-se evidenciar as relações entre os empreendedores e sua comunidade, no tocante a cinco aspectos que emergiram das entrevistas: (i) razões para emigrar; (ii) a comunidade brasileira vista pelos empresários; (iii) a experiência de trabalho na Austrália (pré-empreendedorismo); (iv) a ação para empreender; (v) a confiança e desconfiança entre os brasileiros, e seu impacto nos negócios.

O presente artigo pretende contribuir para a literatura acadêmica ao apresentar e discutir alguns aspectos do empreendedorismo imigrante brasileiro em Perth – Austrália. Especificamente são apresentados: (i) o perfil sociodemográfico, (ii) os traços comportamentais empreendedores, e (iii) os negócios em si. Portanto, do ponto de vista teórico, o artigo visa contribuir ao entendimento da estruturação de negócios de imigrantes brasileiros, seus fatores relacionados e condicionantes, ao utilizar o *framework* da *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000) como ótica de análise. Em uma perspectiva gerencial, busca-se trazer uma contribuição para apoiar empreendedores imigrantes brasileiros no sentido de vislumbrarem caminhos, tendo como base os casos relatados para atuarem com maior assertividade na gestão de seus negócios.

## 1. Aspectos das migrações modernas

As migrações modernas despertam um intenso debate na sociedade atual, diante de sua integração social, ligada a aspectos étnicos e culturais, aspectos institucionais e econômicos (Borjas, 2018). Portanto, o fenômeno migratório é, sobretudo complexo, interdisciplinar e demanda ação intergovernamental (Koikkalainen & Kyle, 2016).

No entanto, as migrações modernas exibem também outras facetas em contextos diferentes, seja ligado aos recursos reunidos pelos migrantes e à sua capacidade de mobilizá-los, sendo amplamente afetados pelo contexto ou classe socioeconômica (Van Hear, 2014). Enquanto Sírios e Hondurenhos empenham seus esforços em rotas terrestres conhecidas para atingir um destino almejado, diversos imigrantes da Ásia e América Latina empreendem jornadas migratórias para países que possuem políticas de migração seletiva, a exemplo do Canadá e a Austrália. Conforme afirma Van Hear

(2014), o acesso às diferentes combinações de formas de capital, seja econômico, social e cultural, molda suas rotas, meios e destinos migratórios.

Nesse sentido, os imigrantes econômicos de classe média da América Latina, sobretudo do Brasil, englobam o contingente que busca destinos ligados a uma melhor qualidade de vida, sociedades multiculturais e alternativas aos destinos outrora mais populares e saturados, como EUA e Europa (Almeida, 2019; Fetzer, 2016). Em sua maioria, esses imigrantes têm boa formação educacional, jovens e empreendedores de espírito e de fato. Destinos mais populares também coincidem com os que se possa conciliar estudo, qualidade de vida e que haja uma comunidade brasileira pré-estabelecida. Portanto despontam destinos como Canadá, Irlanda, Austrália e Nova Zelândia nessa listagem (Fetzer, 2016).

## 2. Imigração brasileira pelo mundo

A diáspora brasileira é um fenômeno recente, que ganhou maior incremento a partir da década de 1980 (Margolis, 2013), alimentado pela estagnação econômica e hiperinflação do país. Há que se ter em mente a grande diversidade de perfis de imigrantes brasileiros, seja no tocante ao seu *mix* de capitais (social, econômico e humano), a depender das ondas de imigração, conforme evidenciado em comunidades brasileiras instaladas na Flórida, EUA (Cruz, Falcão, & Barreto, 2018). Os diferentes fluxos migratórios diferem em suas características. De um lado estão os pioneiros (que se estabeleceram próximos a Miami) com menor qualificação e menor capital (em geral iniciando sua trajetória pelo sub-emprego) e criando empresas voltadas aos compatriotas. Já de outro, estão dos imigrantes investidores capitalizados que se estabeleceram posteriormente em Orlando (Cruz, Falcão, & Barreto, 2018) e criam negócios robustos e internacionalizados.

A migração brasileira para Londres, por exemplo, sugere que, embora o acesso ao capital econômico tenha sido mais democratizado, há diferenças acentuadas na destinação que os migrantes dão a esse capital, quer devido a diferenças relacionadas à sua classe social ou ideologia (Robins, 2019). Essas diferenças de classe social podem ser reproduzidas no exterior, o que promove diferenças educacionais de proficiência da língua local, da educação como um todo, afetando por fim sua integração social. Há ainda especificidades das diferentes subculturas brasileiras

e origem étnico-raciais, dependendo de seus grupos étnicos, como a descendência japonesa - decasségui (Ryakitimbo & Hossain, 2019), afro-brasileiros (Saraiva, 2017), ou ascendência europeia de pele branca brasileira (Cebulko, 2018). Os decasséguis concentram-se em determinadas cidades onde havia historicamente demanda por mão-de-obra em parques fabris. Nessas comunidades são criadas escolas brasileiras, mercadinhos com produtos brasileiros. A migração é dita circular, pois os brasileiros de origem japonesa vão e voltam para o Brasil e Japão (Shishito & Baeninger, 2016). Já França e Padilla (2018) e Souza e Iorio (2018), destacam em seus estudos que o ressurgimento da emigração brasileira em Portugal tem características diferenciadas que abrangem não só a expressividade numérica, mas a diversidade de perfil, envolvendo indivíduos com maior capacidade financeira e empreendedora, alto nível de qualificação profissional ou os que buscam qualificação (estudantes de mestrado e doutorado e pesquisadores no exterior). Ressalta-se que na Europa, é comum a imigração para países onde o brasileiro tem ancestralidade, como Itália, Portugal ou Espanha.

Identificam-se também mecanismos de desconfiança entre compatriotas brasileiros (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017), no seio das comunidades, em paralelo com as associações amigáveis e ajudas promovidas pelas redes institucionais como câmaras de comércio e associações de imigrantes (Cruz, Falcão & Barreto, 2018), ou mesmo igrejas e templos religiosos (Martes & Rodriguez, 2004; Serafim, Martes, & Rodriguez, 2012; Rocha & Vásquez, 2014). Por outro lado, estruturas de oportunidades e a escolha de diferentes públicos-alvo das empresas imigrantes estão sujeitas à afiliação de imigrantes às suas comunidades (Cruz, Falcão e Mancebo, 2019), como também evidenciado na imigração recente de sírios ao Brasil, e o papel das redes sociais em seu processo empreendedor (Diniz, Guimarães, & Fernandes, 2019).

A Austrália é o segundo destino de preferência de jovens imigrantes brasileiros (28%), perdendo apenas para o Canadá (37%) e para a Irlanda (14%) (Infomoney, 2017), sendo que os três destinos são procurados para o aprendizado do inglês e permitem que os alunos trabalhem em tempo parcial durante os períodos de estudo. No entanto, a Austrália, além de sua qualidade de vida excepcional, possui clima similar ao brasileiro, o que influencia na escolha da

imigração. Segundo Rocha (2006), a imigração brasileira para a Austrália experimentou duas ondas distintas: (i) uma na década de 1970, de imigrantes mais humildes, pertencentes à classe trabalhadora, os quais se estabeleceram em uma região de imigrantes portugueses; (ii) outra que ocorreu na década de 1990, composta tanto por profissionais mais qualificados, de classe média alta, como também de estudantes ou profissionais em busca de um melhor padrão de vida (Rocha, 2006; Firmeza, 2007). Essa última onda tem se acentuado e expandido para outras regiões do país, distanciando-se de Sydney e Melbourne (Australian Bureau of Statistics – ABS, 2016).

Segundo as últimas estatísticas brasileiras oficiais, 37.310 indivíduos moravam na Austrália (Brasil, 2016), sendo a comunidade de Perth estimada em 2.465 segundo dados do Censo Australiano (Australian Bureau of Statistics – ABS, 2016), em sua maioria composta por cidadãos brasileiros de classe alta e média, trabalhando em empregos formais e trabalhadores do setor informal (Cruz et al, 2016). Uma das estratégias de entrada mais comuns para jovens imigrantes brasileiros adultos consiste em obter um visto de estudante, por meio de matrícula em curso de inglês, *college* ou curso de pós-graduação. São reportados na literatura inclusive escolas ou programas de intercâmbio que tipicamente comercializam cursos para viabilizar um visto de trabalho (Tomazzoni & Oliveira, 2013; Cruz, Falcão, & Paula, 2018).

### 3. O empreendedorismo de imigrantes e de comunidades brasileiras

Imigrantes podem ter percursos regulares, ingressando em países seja com visto de estudante, visto de trabalho, matrimônio ou de investidor (Peixoto, 2007; Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019). Outra opção é a entrada irregular pelas fronteiras, ou com visto de turistas. Independentemente do modo de entrada, o auto-emprego ou empreendedorismo de imigrantes é uma opção de sobrevivência (Portes & Zhou, 1992), o que se evidencia tanto em imigrantes do oriente médio, da América Central quanto de países do oriente que aportam na Europa ou América do Norte. No entanto, segundo Clark, Drinkwater e Robinson (2017), sem seu trabalho realizado na Inglaterra, foram identificadas altas taxas de trabalho autônomo em alguns grupos de imigrantes com uma longa história de migração para

o Reino Unido (especialmente Paquistaneses), assim como para alguns grupos que chegaram mais recentemente (como os oriundos dos países da UE). Há diferenças e fatores determinantes relacionado ao gênero, a certas características socioeconômicas, grau de proficiência na língua inglesa e período de chegada ao Reino Unido. Mas, assim como o que ocorre com os imigrantes brasileiros, há imigração qualificada também dentre indianos, chineses ou latino americanos, para países Europa ou América do Norte (Dossani, 2002; Kerr & Kerr, 2020). Os imigrantes qualificados podem tanto se engajarem em empregos formais de alta remuneração, quanto empreenderem em startups de alto grau de inovação (Kerr & Kerr, 2020).

Já os empreendedores de baixa qualificação ou que enfrentaram barreiras discriminatórias quanto ao acento, crédito ou de outra natureza, se inserem em suas comunidades étnicas e co-étnicas, ou enclaves étnicos (Drori, Honig, & Wright, 2009), podem vislumbrar oportunidades de empreender visando suprir às necessidades prementes dessas comunidades, como alimentação, vestuário ou serviços específicos (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019).

O *framework* chamado de *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000) pode explicar como os diferentes fatores como sua cultura, nível educacional, redes sociais, ambiente institucional, influenciam na criação e manutenção de negócios. Cruz, Falcão e Mancebo (2019) discutiram a orientação empreendedora dessas pequenas firmas étnicas, as quais estão inseridas num forte contexto sociocultural, influenciando suas decisões estratégicas. Os enclaves étnicos ou concentrações espaciais de moradias e negócios de imigrantes como acontece tipicamente nos Chinatowns pelo mundo (Yamashita, 2013), ao mesmo tempo em que proporcionam a instalação de novos imigrantes que não sejam proficientes na língua, cultura e práticas locais de negócios, também promovem a formação de redes de segurança e arranjos produtivos composto de elos da cadeia produtiva que facilitam o estabelecimento de firmas de imigrantes (Drori, Honig, & Wright, 2009). Neles os empreendedores disseminam práticas de negócios, obtêm acesso a fornecedores e mão-de-obra específicos e confiáveis, assim como o acesso a mercados-chave. Ademais, as comunidades étnicas também podem ajudar os empreendedores por meio de formas alternativas de crédito cooperativo e relações de apoio entre

coétnicos (Light, Bhachu, & Karageorgis, 1993; Zhou, 2004).

Por exemplo, chineses e outros povos asiáticos são reconhecidamente bons administradores de lojas étnicas e restaurantes que refletem sua cultura (Zhou, 2004). Os brasileiros são normalmente associados a esportes como jiu-jitsu e capoeira (por exemplo, Rocha, Esteves, Mello, & Silva, 2015).

A etnia desempenha um papel importante neste processo não apenas porque atitudes, comportamentos e valores culturais caracterizam essencialmente os grupos étnicos, mas também porque os membros de um grupo étnico compartilham um senso de identidade e compartilham as consequências de ser não apenas um migrante, mas também parte de um grupo minoritário (Phinney, 1996). Assim, quando uma identidade nacional, étnica ou cultural é evidenciada, os indivíduos percebem-se fortemente identificados com seu grupo interno (Akerlof & Kranton, 2008; Epstein & Heizler, 2015). Isso resulta em um longo processo de socialização e imersão social (Markus & Kunda, 1986; Hogg et al., 2004).

Mesmo diante do argumento apresentado por Portes e Zhou (1992) de que o empreendedorismo étnico promove uma forma alternativa de mobilidade econômica, onde os imigrantes recém-chegados apresentam uma rápida ascensão econômica, Tata e Prasad (2015) adicionam um entendimento a respeito da influência do capital social dessas empresas étnicas muitas vezes familiares e da importância do entendimento do contexto das variáveis externas da empresa e suas limitações internas. Em culturas muito gregárias como as asiáticas e latinas, o capital social é crucial (Portes & Zhou, 1992; Zhou, 2004). Portanto, conforme apresentam Riddle e Brinkerhoff (2011), as diásporas de imigrantes se inserem muitas vezes em ambientes institucionais totalmente distintos de seus países de origem, causando uma nova reconfiguração de suas capacidades dinâmicas (Teece, Pisano, & Shuen, 1997), e gerando inovações.

A estrutura de oportunidades e o direcionamento do público-alvo podem depender não só do grau de afiliação dos imigrantes com suas comunidades, como também do próprio tamanho dessas comunidades versus a oportunidade de atuar para o público local (Pisani & Perez, 2020). Mas há também empreendedores imigrantes, seja por seu capital cultural ou humano, que não se identificam com seus

grupos étnicos (Ellemers, Van Rijswijk, Roefs, & Simons, 1997) ou até os desprezam (Spears, Doosje, & Ellemers, 1997). A dimensão individualismo/coletivismo que está relacionada à maneira pela qual os profissionais de negócios tomam decisões éticas, sendo que os brasileiros e americanos avaliam o conteúdo ético de ações ou decisões de maneira diferente ao aplicar critérios utilitários, embora não diferem significativamente quando usam critérios egoístas na avaliação da natureza ética das decisões de negócios (Beekun, Stedham, & Yamamura, 2003). Isso se aplica tanto aos empreendedores imigrantes brasileiros quanto aos de outras etnias.

Ao buscarmos comparar a percepção de questões éticas com o sentimento de desconfiança, ou de repulsa ou vergonha, que são relatados frequentemente por empreendedores brasileiros que interagem em ambientes tipicamente de cultura brasileira (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017), percebe-se um baixo grau de associação e articulação entre os empreendedores imigrantes, reforçado pelas dificuldades de se organizarem em rede. Assim, o empreendedorismo de pequeno porte, de imigrantes brasileiros, que obtém êxito no exterior, parece derivar muito mais de iniciativas de indivíduos enérgicos e automotivados do que do apoio de associações de empreendedores (Brum, 2018).

#### 4. *Mixed Embeddedness* nas comunidades de imigrantes brasileiros

O *framework* da *mixed embeddedness* (ou “imersão mista”), tornou-se um conceito crucial para explicar o sucesso dos empreendedores. A *mixed embeddedness* incorpora aspectos relativos às configurações sociais, econômicas e político-institucionais do país anfitrião (Kloosterman & Rath, 2001) e sua interação com os aspectos culturais e comportamentais dos indivíduos, sendo particularmente útil para revelar aspectos de empreendedores imigrantes (Kloosterman, Van Der Leun, & Rath, 1999) e para explicar mecanismos relacionados às atividades econômicas informais que ocorrem fora dos ambientes regulares. Elementos culturais de um grupo podem explicar apenas parcialmente sua atividade empreendedora. Portanto, ao se utilizar o *framework*, deve-se analisar os seguintes aspectos do empreendedorismo imigrante: (i) aspectos econômicos do país de acolhimento, como oportunidades de mercado e

acesso ao mercado, (ii) aspectos sociais, como migração e redes, (iii) fatores institucionais, como regulamentação favorável aos negócios e legislação e (iv) diferenças de gênero ou étnico-raciais são levadas em consideração. Mulheres imigrantes desfavorecidas, imigrantes e refugiados (deslocados por conflitos violentos ou desastres ambientais) também são analisados nos estudos mais recentes realizados por Azmat (2013), Meister e Mauer (2018) e Bisignano e El-Anis (2019), que mostram que eles se beneficiam de ambientes que apoiam sua atividade empresarial.

Embora as comunidades de imigrantes estabelecidas há muito tempo incorporadas em estruturas de oportunidade complexas fossem essenciais para apoiar as teorias de incorporação mistas, o papel do capital social étnico como instrumento de apoio para os negócios dos recém-chegados tem sido alvo de críticas (Jones & Ram, 2012; Sepulveda, Syrett, & Lyon, 2011). No entanto, contextos econômicos e institucionais mais amplos, nos quais os imigrantes brasileiros estão inseridos, são essenciais para revelar aspectos das comunidades brasileiras no exterior.

Diversas comunidades de imigrantes hoje habitam ambientes urbanos intrincados e complexos, em metrópoles como Nova York, Londres, Sydney ou Perth. Se por um lado, esses ambientes urbanos estão em constante mutação em relação à sua paisagem sociocultural, por outro, mudanças mais amplas ocorrem na economia global e nas esferas institucionais e governamentais, as quais afetam negócios de imigrantes. A interação entre esses fatores configura uma estrutura mais ampla e dinâmica, abrangendo organizações em níveis de bairro, cidade e nação, que é proposta como uma intersecção de várias disciplinas (Rath & Kloosterman, 2000).

As condições de mercado podem determinar, em grande medida, em quais segmentos ocorrem novos negócios de imigrantes (Rath & Kloosterman, 2000). No entanto, existe uma interação entre *background* cultural e o capital humano, que estabelecem em que tipo de negócio um imigrante pode se envolver (Cruz, Falcão, & Barreto, 2018). Algumas empresas étnicas, por exemplo, exigem baixa proficiência na língua do país anfitrião. No entanto, a baixa proficiência no idioma local ou forte sotaque podem ser barreiras para carreiras ou empreendimentos que tem como

público alvo o habitante local (Collins & Low, 2010; Colakoglu, Yunlu, & Arman, 2018).

Apesar do compromisso australiano com o multiculturalismo em todos os níveis de governo, os empreendedores imigrantes e étnicos ainda enfrentam barreiras em suas práticas comerciais, sendo o acesso limitado a financiamento um problema persistente (Zhou, 2004). Portanto, vários ambientes institucionais podem promover a discriminação de imigrantes e dificuldades de negócios, como dificuldade em validar diplomas de medicina (ver Foster, 2008) ou a dificuldade em obter vistos de residência permanente, especialmente durante a era Trump nos EUA (Oppenheimer, Prakash, & Burns, 2016). Além disso, a inserção ou barreiras institucionais, como o sistema de saúde e seguridade social, a organização de mercados, a legislação e as políticas de fiscalização e habitação (Kloosterman & van der Leun, 1999), podem promover severos impactos na criação de negócios de imigrantes. Às vezes, negócios movidos pela necessidade são criados por uma demanda emergente por produtos "étnicos", especialmente roupas e alimentos, ocorrendo uma competição acirrada dos excluídos do mercado de trabalho local. Quer sejam negócios legais ou ilegais, eles estão sujeitos aos regulamentos trabalhistas locais e fiscalização (Kloosterman, Van Der Leun, & Rath, 1999). Em enclaves étnicos e comunidades restritas a determinados grupos de imigrantes, o uso de redes sociais insere-se na atual estrutura de oportunidades, concedendo a esses empreendedores, uma vantagem competitiva para negócios formais e informais.

As configurações de incorporação mista podem ser muito complexas e multifacetadas. Voltamo-nos agora para um caso específico de empreendedorismo de imigrantes brasileiros na Austrália, para investigar esse fenômeno com mais profundidade, no qual vários aspectos podem ser levados em consideração. Em primeiro lugar, a diversidade do *mix* de capitais sociais, econômicos e humanos, dependendo das ondas de migração, evidenciada, por exemplo, nas comunidades brasileiras da Flórida (Cruz, Falcao, & Barreto, 2018). Segundo, possíveis mecanismos de desconfiança limitada entre co-etnias (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017), em oposição à rede de apoio institucional provida pelas câmaras de comércio e associações (Cruz, Falcao, & Barreto, 2018). Terceiro, as especificidades das subculturas brasileiras e antecedentes étnico-raciais (Martes & Rodriguez,

2004; Ryakitimbo & Hossain, 2019). Quarto, as diferenças de classe social, que influenciam as percepções, o nível cultural-educacional, a proficiência linguística e sua integração (Robins, 2019). Quinto, as estruturas de oportunidade e público-alvo de empresas imigrantes, que estão sujeitas à filiação de suas comunidades imigrantes (Cruz, Falcão, & Barreto, 2018).

## 5. Metodologia

Trata-se de uma pesquisa qualitativa exploratória, na qual foram realizadas um total de 21 entrevistas presenciais em profundidade com empresários brasileiros, entre março e novembro de 2019 em Perth, Oeste da Austrália.

### 5.1. Coleta de Dados e Amostra

A seleção de casos ricos e ilustrativos de empreendedores brasileiros de diversos ramos de negócios gerou evidências das circunstâncias ou características importantes para o assunto sob investigação (Ritchie, Lewis, Nicholls, & Ormston, 2014), portanto a pesquisa valeu-se de um estudo de casos múltiplos. Os métodos de pesquisa qualitativa permitem um exame sistemático, aprofundado e holístico das experiências dos indivíduos em seus ambientes naturais, com as vozes dos participantes na vanguarda do estudo (Creswell & Creswell, 2017; Denzin & Lincoln, 2005). Assim, ao adotar uma abordagem de pesquisa qualitativa, poderíamos dar significado apropriado a aspectos que são subjetivos em sua essência, mas que precisam ser explorados e compreendidos (Dana & Dana, 2005), como as percepções e experiências dos participantes em relação a seus grupos (Tajfeland, Turner, Austin, & Worchel, 1979), incluindo comunidade, funcionários e fornecedores ou parceiros de negócios.

Seguindo as recomendações de Dana e Dana (2005) sobre metodologia qualitativa voltada para a pesquisa em empreendedorismo, os pesquisadores basearam seus procedimentos de coleta de dados na observação pessoal de situações, eventos, indivíduos (empresários brasileiros), interações e transações, bem como na análise de documentos (incluindo registros quantitativos) e depoimentos orais e aprofundados, abrangendo densa descrição de contextos e sujeitos (Geertz, 2008), bem como citações diretas de entrevistados sobre suas atitudes, crenças, pensamentos, intenções, ações e

experiências. Além disso, os pesquisadores realizaram um pré-teste em campo para atestar a viabilidade do projeto. A coleta de dados incluiu observação da interação e entrevistas em profundidade, seguidas de resumos de análises preliminares, avaliação dos dados coletados, além de triangulação de fontes para testar a coerência interna (Denzin & Lincoln, 2005). A análise englobou codificação exaustiva e exclusiva de categorias emergentes, análise rigorosa, interpretação dos resultados e triangulação de teorias.

A amostragem se deu por acessibilidade, na região de Perth, sendo não probabilística e intencional. Portanto, os participantes foram convidados e selecionados de acordo com as características desejadas, sendo elas: (i) empreendedores brasileiros cujos negócios estivessem intrinsecamente entrelaçados em estruturas sociais de origem brasileira em seu país de origem (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019); (ii) indivíduos proprietários de empresas formais, de qualquer ramo, com alguma identidade ou envolvimento na comunidade – excluindo todas as empresas que operassem na informalidade, ou serviços não registrados para fins fiscais (Williams, 2009).

Um questionário semiestruturado permitiu ao entrevistador padronizar as perguntas sem influenciar as opções de resposta dos participantes (Denzin & Lincoln, 2011). O roteiro de entrevistas buscou explorar elementos específicos da *mixed embeddedness*: (i) as características sociodemográficas, (ii) as experiências migratórias; (iii) sua qualificação, emprego e empreendedorismo antes e depois da saída do Brasil; (iv) sua experiência na abertura da empresa na Austrália, (v) traços comportamentais dos empreendedores; e (vi) informações relacionadas ao marketing e a estratégia dos negócios. As perguntas seguiram os principais temas do empreendedorismo de imigrantes apresentados em estudos bibliométricos como o de Cruz e Falcão (2017).

As entrevistas duraram entre 50 e 90 minutos, sendo realizadas em português. Sua transcrição integral totalizou 16h29 minutos (21 entrevistas), gerando também 66 páginas de material.

### 5.2 Protocolo de Análise das entrevistas

As entrevistas integralmente transcritas, foram analisadas por meio do software NVivo12, sendo os

trechos delas analisados e agrupados em categorias (Creswell&Creswell, 2009). O NVivo é um programa que permite a codificação segundo categorias de análise (Weitzman, 2000), processo que foi informado pela revisão da literatura. Por exemplo, o 'nó' (categoria) 'motivação para o empreendedor' foi baseado nos conceitos de oportunidade e necessidade (Williams, 2009). A capacidade do NVivo para classificar, combinar e vincular permitiu a exploração adequada dos dados sem perder o contexto no qual os dados foram incorporados (Bazeley, 2007).

Para definição das categorias foram realizadas quatro sub-etapas: i) uma primeira leitura (flutuante) das entrevistas; ii) escolha dos trechos mais significativos das entrevistas fazendo uma demarcação do que seria analisado; iii) formulação de

hipóteses anteriores derivadas das entrevistas; iv) referenciamento de índices e elaboração de indicadores, através do recorte de passagens nos textos analisados (Krippendorff, 2018). A exploração do material incluiu a definição de categorias (características comuns às suas trajetórias empreendedoras), influenciadas pelo roteiro semiestruturado das entrevistas, sendo uma etapa crucial, pois possibilitou uma riqueza de interpretação e inferências sobre os assuntos tratados (Krippendorff, 2018). O software possibilitou classificar, combinar e vincular conceitos, sem a perda do contexto (Jackson & Bazeley, 2013), sendo finalmente elencadas 15 categorias de análise. Por fim, realizou-se o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, com uma análise reflexiva e crítica realizada diante dos relatos transcritos (Krippendorff, 2018).

## 6. Apresentação e análise dos achados

**Tabela1:** Perfil sócio demográfico da amostra (Perth, Austrália)

Entrevistado (ID)	Gênero (M/F)	Escolaridade	Tempo na Austrália (anos)	Tipo de Negócio
P01	F	Bacharel ou equivalente	13	Serviços de migração
P02	F	Bacharel ou equivalente	3	Salão de beleza)
P03	F	Bacharel (incompleto)	8	Alimentação)
P04	F	Bacharel (incompleto)	11	Salão de beleza)
P05	M	Secundário	14	Entretenimento (eventos culturais)
P06	F	Bacharel ou equivalente	12	Comida (restaurante)
P07	F	Bacharel ou equivalente	12	Varejo (joias brasileiras)
P08	F	Bacharel ou equivalente	3	Varejo (produtos de couro vegano)
P09	M	Bacharel ou equivalente	10	Varejo (açougue da América do Sul)
P10	F	Bacharel ou equivalente	19	Serviços de RH (realocação)
P11	F	Bacharel ou equivalente	1	Esportes (tênis de praia)
P12	M	Bacharel ou equivalente	15	Comida (restaurante)
P13	F	Bacharel ou equivalente	12	Varejo (produtos naturais)
P14	M	Pós-graduação	11	Consultoria de gestão
P15	F	Bacharel ou equivalente	13	Comida (caminhão de comida, café)
P16	F	Bacharel ou equivalente	13	Consultoria (migração, intercâmbio de estudantes)
P17	F	Bacharel ou equivalente	11	Comida (padaria vegana)
P18	F	Bacharel ou equivalente	1	Comida (confeitaria brasileira)
P19	M	Secundário	15	Serviços (entrega)
P20	M	Bacharel ou equivalente	13	Esportes (parkour)
P21	M	Bacharel ou equivalente	11	Comida (pão de queijo brasileiro)

Fonte: elaboração própria



Uma vez adotado o *framework* da *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000) para analisar as entrevistas, os pesquisadores voltaram-se para a relevância de seus elementos, tais como: aspectos econômicos do país de acolhimento (no caso, Austrália), da configuração de oportunidades de mercado e acessibilidade aos mesmos, dos aspectos sociais e comportamentais dos imigrantes, de suas redes, de fatores regulatórios e institucionais, e mesmo das diferenças de gênero ou etnias mesmo dentro da comunidade brasileira.

A partir daí, iniciamos a apresentação e discussão pela abordagem do contexto migratório, para depois entrar nos aspectos do empreendedorismo da comunidade brasileira em si. Há uma correlação intrínseca entre os aspectos da migração, elementos culturais e étnicos versus as escolhas do empreendedor (ver por exemplo Bisignano & El-Anis, 2019).

### 6.1. Razões para emigrar

Robins (2019) e Giuliani (2019) avaliam que as razões históricas da emigração brasileira sobretudo referem-se a razões econômicas, embora haja divergências na literatura.

Segundo relatos, o sonho de morar no exterior foi o principal motivo de sua saída do Brasil, entrando com visto de estudante na Austrália, como apontado por Cruz, Falcão e Paula (2018) como uma estratégia recorrente para a imigração definitiva. Alguns entrevistados demonstraram claramente que se matricular em um curso seria o primeiro passo para viabilizar sua imigração para a Austrália:

Eu vim acho que como todo mundo, vim pra aprender inglês, eu vim zerada, e vim com o visto de estudante, a intenção era pra ficar. (E10)

No entanto, outros imigrantes possuíam a intenção de retornar ao Brasil, mas acabaram ficando:

A gente veio, primeiro, com o visto de estudante [...] porque ele já trabalhava com TI no Brasil e é uma área que exige muito o Inglês. Então, todos os empregos grandes e bons que ele aplicou, ele reprovou na parte de Inglês. [...] para aprender Inglês e depois voltar e ter emprego na área dele (E6).

Outros imigrantes relataram estar cansados de trabalhar excessivamente no Brasil obtendo baixos ganhos, o que é revelado por Giuliani (2019), ligado ao sentimento de desencantamento em relação ao Brasil e falta de esperança em relação ao futuro do país. Esse desencantamento é percebido de forma clara quando os entrevistados afirmam que não possuem intenção de retornar ao Brasil futuramente, o que é corroborado pelo trabalho de Cruz, Falcão e Barreto (2018).

(A decisão veio de) um mix de tudo, de insatisfação com a cidade, com governo, *stress* no trabalho mesmo. Eu achava que eu trabalhava muito e não ganhava suficiente (E2).

Outra característica identificada foi a mudança de estilo de vida, de trabalhar muito no Brasil para apenas estudar inglês na Austrália, por algum tempo. No entanto, por vezes esses imigrantes acabam ficando deslumbrados com essa “qualidade de vida”.

Eu vim pra Austrália pra melhorar o inglês. [...] Aí, eu decidi vir pra Austrália só por 3 meses [...]. Quando eu cheguei aqui eu fiquei deslumbrado, palavra certa. [...] Eu trabalhando menos vezes na semana, (do que) no Brasil (onde) eu trabalhava *fulltime* [...] equiparei o salário de um professor no Brasil. Aí eu percebi que eu já estava pagando aluguel, comprei um carro, pagando minhas contas (E20).

Há em muitos casos, o sonho de sair do Brasil para mudar de vida, conforme relatado:

Desde que nos conhecemos já era nosso sonho sair do país para fazer um intercâmbio. Na verdade, se a situação do país estivesse melhor talvez ainda tivéssemos vontade de morar fora, mas como experiência e não de forma definitiva (E18).

Esse sonho parece que ganhou força com a popularização das redes sociais e da disponibilidade de informações, assim como a facilidade de troca de experiências e relatos inspiradores. Desde o *Orkut* (Corrêa, 2009) até o *Facebook* (Cogo & Pássaro, 2017; Valle-Nunes, 2020), esses mecanismos de troca de informações democratizaram o sonho de morar no exterior, exacerbando pontos positivos, belezas locais e as facilidades de uma vida menos burocrática, menos violenta e com mais oportunidades. Esse

mundo exterior ‘maravilhoso’ é apresentado por meio de *posts*, notícias, informações, publicidade, fotografias, contas, perfis, *fanpages* e *profiles* (Langa, 2020). Há, no entanto também informações que evidenciam a realidade a ser enfrentada no exterior, suas barreiras e dificuldades vivenciadas.

Ressalta-se que para qualquer uma das motivações acima descritas, o migrante tem que estar disposto a mudar completamente de vida, como aponta Giuliani (2019) ao descrever trajetórias de imigrantes que investiram em seu capital humano, quando ainda residiam no Brasil, optando pela emigração, mesmo cientes de que no país receptor, possivelmente iriam atuar em trabalhos de baixa qualificação (babá, lavador de pratos, motorista de van, etc).

No Brasil eu ganhava muito pouco. Eu me formei...então, [...] E ele trabalhava na área dele e eu ficava trabalhando de *housekeeping*, garçomete, e depois quando eu comecei o curso de chef que eu fui trabalhar na cozinha. Só que aí demorou 4 anos (E17).

Assim, há um percurso comum a muitos dos imigrantes, do descontentamento com o Brasil, do sonho de ir para um lugar melhor, mesmo que signifique trabalhar em funções subalternas, mas que permitam uma sobrevivência digna. Este pode ser um primeiro passo para se estabelecer e futuramente empreender.

## 6.2. A comunidade brasileira vista pelos empresários

Já relativo às características comportamentais dos imigrantes brasileiros que influenciam em suas escolhas por empreender ou por se estabelecer a longo prazo, algumas delas se destacam. A primeira característica ligada à comunidade brasileira refere-se ao próprio perfil dos entrevistados. Enquanto muitos foram para a Austrália em busca de uma melhor situação financeira, outros possuíam objetivos voltados a obtenção de novas experiências. Van Hear (2014) destaca que os migrantes de origens menos ricas tentam compensar a falta de capital econômico com o capital social. Essa busca corrobora a afirmação de Robins (2019) de que os migrantes econômicos enfrentam as enormes diferenças de cultura a partir de experiências com as comunidades imigrantes: cafés, lojas, igrejas e instituições sociais,

associações, sendo esses ambientes cruciais para encontrar emprego e acomodação, além de suporte psicológico.

Eu acho assim que a gente já foi muito beneficiada pela comunidade brasileira pelo fato de eu ter grupos no *Facebook* e a gente receber muita indicação por ali (E16).

Eu gosto de contratar brasileiro, porque eu sei que eles querem trabalhar. [...]. Aí eu pego brasileiros que gostem, quer trabalhar na área e me ajuda (E20).

Para outros migrantes, geralmente de classe mais alta, a mudança tem menor motivação econômica, prevalecendo o desejo de adquirir outras formas de capital: cultural, informativo ou simbólico. Portanto, não é prioritário estabelecer um sentimento de pertencimento a uma comunidade brasileira no exterior (Robins, 2019). Por outro lado, parece que o clima local é um dos principais motivos de ligação simbólica com o Brasil, destacado por Cruz et al (2016) quando destacam o fato de muitos brasileiros se sentirem ‘em casa’ na Austrália devido ao clima similar e da relação com a praia, surgindo expressões como “lá é o Brasil que deu certo”, ou “lá as coisas funcionam” (governo, educação, segurança, etc).

Mas a busca pelo afastamento da convivência com outros brasileiros, na Austrália, não parece estar apenas ligada, como sugere Robins (2019), com a classe social. Diversos depoimentos demonstram certo receio em se relacionar com outros brasileiros, independentemente da origem do entrevistado:

Os brasileiros são os próprios inimigos dos brasileiros (E1)

O brasileiro quer tudo na mão. [...] a gente tem que dar um jeitinho”, sabe. [...] O que eu vou ganhar com isso? [...] quando eu cheguei aqui, teve um brasileiro que falou pra mim e depois eu vi outras pessoas falando: “saiu do Brasil e deixa o Brasil no Brasil. Não vem com Brasil pra cá não. Aqui é, não pense como um australiano, mas pense como uma pessoa correta”. (E5)

A relação dos empresários brasileiros com a comunidade étnica será detalhada adiante. No entanto, Cruz, Falcão e Barreto (2017, 2018) também descreveram características de empresários brasileiros (muitas vezes da classe A e B brasileira), que se afastam de suas comunidades étnicas no Sul

da Flórida - EUA. Mesmo sabendo que se distanciam de práticas associativas com suas comunidades étnicas, estas congregações de imigrantes proveem suporte no tocante ao desenvolvimento de redes de negócios (ex. câmaras de comércio e de intercâmbio), no suporte e organização de manifestações culturais, ou mesmo no suporte espiritual e psicológico (igrejas e templos religiosos).

Nas comunidades brasileiras na Austrália, diversas associações também foram criadas para apoiar negócios, embora sua função principal seja apoiar o imigrante brasileiro, empresário ou não. (ver Brazilian Association of Western Australia - <https://brazilwa.wordpress.com>). O associativismo brasileiro também tem forte presença virtual nos grupos de *Facebook*, identificados quando se pesquisa por 'brasileiros na Austrália' (os por região da Austrália, como 'Western Austrália', ou por cidades, como 'brasileiros em Sydney'). Ainda, igrejas pentecostais tem também promovido sua expansão para Austrália, provendo suporte espiritual e religioso (Rocha, 2013).

Já no caso de associações de negócios ligadas às câmaras de comércio:

O *chamber of commerce* é um networking diferente na minha vida, um networking de quem precisa de conexões, que fala com essa pessoa, fala com fulano de tal, onde [...] no Facebook, nossa página de empreendedores em WA [...] lá está "aquele contador que a gente conheceu no evento" [...] a gente tá precisando de tal pessoa [...] a gente viu da pessoa da "cozinha" ao cara que corta cabelo em casa, ao cara que tem uma empresa de financiamento (E1).

Porém, apesar de uma aparente falta de suporte e desconfiança da comunidade, as declarações parecem paradoxais, na medida em que, logo após uma crítica, o entrevistado mostra as qualidades de ser brasileiro.

A comunidade Brasileira aqui é muito forte e ta uma divulgação muito forte no 'boca a boca', essa semana a Angel fez pedido para a primeira venda do *site* ai fiz um *e-mail* bonitinho agradecendo por ser a primeira venda e fiz um chaveirinho de brinde ai ela fez um videozinho agradecendo na rede social, então é uma divulgação, é brasileiro

ajudando brasileiro, brasileiro ajudando *low-business* (E8)

O que a gente escuta bastante é o contrário: "Todo brasileiro é muito inteligente, brasileiro é muito bom" (E14).

Brasileiro ele tem muita garra muita determinação e as pessoas gostam disso e as pessoas vêm isso na pratica a gente sabe e sua a camiseta (E16).

Esse fenômeno que envolve a percepção ao mesmo tempo dos defeitos e das qualidades inerentes à cultura ou identidade dos brasileiros já é bastante descrita, como nos trabalhos de Tedesco (2017) e de Masanet e Santos (2018), por exemplo. Os elementos culturais e identitários, ao mesmo tempo que podem ser motivos de orgulho dos brasileiros, podem ser fatores discriminatórios que os "empurrarão" para atender ao nicho comunitário de seus compatriotas (Collins & Low, 2010; Colakoglu, Yunlu, & Arman, 2018).

### 6.3. Experiência de trabalho na Austrália (pré-empendedorismo)

Decorrente de políticas de imigração seletivas promovidas pela Austrália, o perfil dos imigrantes brasileiros inclui jovens bem formados, com razoável nível de proficiência em inglês, não havendo grandes dificuldades em conseguir um emprego ao chegar ao país. Os proficientes em inglês conseguiram empregos nas suas áreas, e os que não tinham fluência seguiram trajetórias iniciais tradicionais de imigrantes, obtendo trabalhos como faxineiros ou em hospitalidade.

Fui trabalhar num salão. Só que o meu inglês ainda não era bom. Era intermediário... Aí num salão você não pode ter inglês intermediário. Você tem que entender 100% o que a pessoa quer no cabelo, né? Se você entender mais ou menos, você perde um cabelo (E4)

Quando eu mudei pra cá, aí fiz todo o trabalho de quem não tem Inglês. Eu fiz *cleaner* por três anos... Depois eu fui trabalhar numa padaria vendendo pão porque eu queria dar um "*step* pra cima" (é difícil achar as palavras em português) e ...

depois que eu saí de lá, eu tentei ser recepcionista por duas vezes (E6)

Todos os empreendedores entrevistados relataram uma fase pré-emprego que ajudou de alguma forma, na criação dos seus negócios, no estabelecimento de uma rede de contatos, no aprendizado do comportamento dos consumidores locais, ou identificação de oportunidades de mercado.

Eu trabalhei no Hilton, fui gerente de restaurante do Hilton, depois eu trabalhei sabe o “Miss Maud”, eu já fiz tanta coisa, trabalhei em emprego de catering ele (MARIDO) também fez tanta coisa, [...] aí a gente começou a fazer catering pros amigos, uma amiga ia casar, a gente teve vários casamentos de amigos [...] Daí pra frente todos os amigos queriam (E15)

E ele trabalhava na área dele e eu ficava trabalhando de *housekeeping*, garçomete, e depois quando eu comecei o curso de chef que eu fui trabalhar na cozinha. [...] meu sonho mesmo sempre foi ser chef confeitaria, né? [...] (TRABALHEI) em uma loja que vende tudo [...]. Falei: “O ano que vem eu vou abrir o meu business” (E17)

Na Austrália, assim como acontece no Canadá (Akbar, 2019; Liu, 2019) e na Nova Zelândia (Maani & Michael, 2020), um grande contingente da força de trabalho é formado por indivíduos estrangeiros. A seleção de imigrantes pelo grau de educação e habilidades favorece o ingresso de imigrantes econômicos cujo capital humano é alto. No entanto, apesar da alta qualificação, eles são estigmatizados, seja por sua cor da pele ou devido à sua origem étnica, base para a marcação social (Liu, 2019). Portanto, há diversas configurações contemporâneas do capital global que sustentam desigualdades sociais (Liu, 2019). Independentemente da cor da pele, da cultura ou da etnia, todos os grupos de imigrantes sofrem com a desvantagem inicial no quesito profissional (Kifle, Kler, & Fleming, 2019). Imigrantes que chegaram mais recentemente (entre 2000 e 2014) também estão dentre os mais propensos a sofrerem penalidades ocupacionais, fazendo-se necessário o estabelecimento de políticas públicas que corrijam essas distorções, como o subsídio a cursos, para ajudarem no reconhecimento de

qualificações obtidas no exterior, e incentivarem os imigrantes na obtenção de qualificações locais, podendo complementar sua experiência de trabalho.

Nesse sentido, a participação em treinamentos relacionados a suas atividades (ou empregos) dentre imigrantes, está se tornando cada vez mais relevante na Europa, diante dos grandes fluxos de imigração. Países como Dinamarca, Finlândia, Holanda e Noruega, além de possuírem uma força de trabalho altamente qualificada, implementam políticas sociais projetadas para apoiar e incentivar o desenvolvimento de habilidades ao longo da vida, o que inclui grupos desfavorecidos (Støren & Børing, 2018). Os imigrantes recebem menos treinamento patrocinado pelo empregador do que os não imigrantes, indicando uma alta demanda por treinamentos para estrangeiros.

Já no caso da comunidade brasileira em Perth, baseado nos relatos, o empreendedorismo não é uma alternativa ao desemprego, mas concretizado quando os indivíduos identificam oportunidades reais de negócios, o que pode ser evidenciado na diversidade de ramos de empresas criadas (apresentado na tabela 1) e nos depoimentos dos empreendedores, detalhado a seguir.

#### 6.4. Motivação para empreender

A grande maioria dos entrevistados abriu um negócio porque percebeu uma oportunidade. Muito poucos (apenas três) vincularam o empreendedorismo à uma necessidade financeira. No entanto, entre os brasileiros de Perth, parece existir um empreendedorismo “relacional”, um fenômeno novo ainda não relatado dessa forma. Dado que é um fenômeno ainda não encontrado na literatura, cabe uma descrição do mesmo. Nele a principal motivação dos empreendedores seria a de ajudar um parente ou conhecido. Dentro do grupo de entrevistados, quatro deles abriram o negócio como uma maneira de dar emprego (e visto) para uma pessoa conhecida. E uma abriu o negócio como resposta a uma percepção de injustiça e exploração de um empregador.

A literatura aponta para trabalhos do empreendedorismo genérico e do empreendedorismo social, como o que relata a pesquisa de Ferriani, Cattani e Baden-Fuller (2009), que mostra os antecedentes relacionais de empresas

baseadas em projetos, geralmente criados por *freelancers* individuais, incorporados em redes de relacionamentos de colaboração, os quais transmitem as informações e os recursos necessários para a realização de novos projetos. Nesse caso, seu desempenho está relacionado ao seu grau de centralidade na rede social e à familiaridade com a equipe de projeto selecionada. Há também outra perspectiva no sentido de redes de relacionamento do empreendedorismo subsidiário (Tsai & Wen, 2009), que possui um relacionamento inverso em forma de U com relação à incorporação relacional de cliente ou fornecedor, uma relação positiva com a incorporação relacional corporativa e nenhuma relação com a incorporação relacional governamental.

A Austrália é o país das oportunidades de verdade pra quem quer empreender [...] brasileiro é muito *multitask*, ele faz uma coisa acontecer numa velocidade muito rápida e a gente traz isso pra Austrália de uma forma que as pessoas falam “Brasileiro já ta acostumado” (E1).

Por conta do nosso background a gente sempre se viu em risco então a gente resolve a gente ta acostumado em viver em risco, e brasileiro é muito criativo né, a gente dá um jeito e tem uma positividade né [...] isso é muito do brasileiro, ser persistente, ser trabalhador então a gente não tem medo (E8).

#### 6.5. Confiança e desconfiança entre os brasileiros, e seu impacto nos negócios

Situações de desconfiança entre brasileiros incluem denúncias falsas de concorrentes informais ou formais com intuito de prejudicar os negócios alheios. Dos 21 entrevistados foram extraídas 20 declarações e citações relativas à desconfiança (de 13 participantes diferentes), o que reforça mais ainda a existência de um sentimento de desconfiança intracomunitária e de competição desleal. As denúncias e comentários negativos, e muitas vezes falsos, são base para a fiscalização governamental, realizada sobre negócios de comida:

Health Department” veio aqui na sexta-feira, na minha casa, eu só tinha leite na geladeira, porque sexta-feira é dia de comprar coisa pro restaurante e coisa pra cá, e eu estava

fazendo “tdn”, quando vieram aqui com um “report”, disseram que teve uma denúncia anônima, eles não podiam informar, né? Era anônima, e que ele tinha que fazer uma vistoria, pra ver se realmente eu tava fazendo comida aqui em casa (E3).

E também do setor de beleza e estética, onde há muita rivalidade, como apontado nos relatos a seguir:

Um grupo de meninas, tudo estudante que se juntaram, uma é cabeleireira outra depiladora, montaram, alugaram um espaço [...]Ta lindo!!! Fizeram tudo bonitinho, estão fazendo divulgação via *Facebook* com promoções e tudo mais, tudo profissional, fizeram um espaço bem brasileiro, semana passada a imigração baixou, pois foram denunciadas. Que ali ela é estudante e montou o negócio. Agora foi um australiano que ligou!? (E1).

Há relatos que atribuem essa questão das denúncias como algo cultural ou de ética de negócios:

Só vejo isso acontecer, por mais que isso me entristeça, na comunidade brasileira. Eu não vejo um australiano fazendo isso, entendeu(E6).

É muito comum, isso não é novidade pra ninguém, de a própria comunidade brasileira denunciar outros business brasileiros (E9).

Esse impacto negativo dos traços culturais brasileiros, influencia na escolha dos funcionários, bem como na opção do público-alvo.

Não, os clientes não são brasileiros na maioria. E pra ser sincero, brasileiro causa... [...]Não sei... Não sou muito fã, pra ser sincero. Tem uma galera do bem, mas também tem uma galera que nunca trabalhou, nunca pôs a mão na massa, nunca teve (E12).

Ninguém vai até um *fastfood*, por exemplo, e pede a receita do pão de queijo porque estava com vontade de comer em casa, sabe? Não é algo ético a se fazer. Então assim, eu sofri até perceber esse tipo de coisa de amigos que você descobre não serem tão “amigos”, entende? (E18)

Da mesma forma que a comunidade vivencia um paradoxo entre os pontos negativos e positivos dos brasileiros a rede empresária experimenta o mesmo fenômeno. A maioria dos participantes reforçaram características positivas (garra, força de vontade, atendimento ao cliente, facilidade pra aprender) como típicas dos brasileiros e como razões para empregá-los.

E também tem muita gente boa no Brasil. Então comecei a pesquisar e muita gente fazendo umas coisas super legais. E aí agora eu tô lendo livro em português, ouvindo em português, vendo vídeo no youtube em português (E13)

Eu gosto de contratar brasileiro, porque eu sei que eles querem trabalhar. Às vezes eu pego australianos, mas eles querem trabalhar 6 meses juntar dinheiro e ir pra Bali. Aí, eu tinha que ficar retreinando eles. (E18).

## 7 Considerações Finais

Lembrando que o objetivo inicial do artigo era de levantar, de forma exploratória, os aspectos mais marcantes da comunidade de empreendedores brasileiros estabelecida na cidade de Perth, Oeste da Austrália, o artigo evidencia alguns achados importantes. E, ao se valer o framework da *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000) como ótica de análise, são apontados alguns achados do artigo. Primeiro, por meio de seus relatos, emergem os motivos para sair do Brasil e se estabelecer na Austrália, como a fuga de um ambiente de insegurança política e econômica para uma busca por melhor qualidade de vida, o que impacta futuramente em uma intenção de ficar na Austrália e possivelmente de empreender.

Segundo, diversos aspectos da interação entre os membros dessa comunidade, são revelados, como os mecanismos de *networking* e de desconfiança, e das relações ambíguas entre querer se relacionar e até vender seus produtos para os consumidores coétnicos e buscar afastar-se da comunidade brasileira. Esses elementos da configuração das redes sociais ligadas aos aspectos culturais são cruciais para se entender a *mixed embeddedness*, como apontado no trabalho de Diniz, Guimarães e Fernandes (2019) e no de Cruz, Falcão e Barreto

(2018). Nesse sentido, a comunidade brasileira é vista pelos empresários ao mesmo tempo como essencial para o estabelecimento de diversos negócios cujo público-alvo é a própria comunidade, mas com certa desconfiança, a exemplo das falsas denúncias, denotando uma ética de negócios deturpada. Dentre as experiências de trabalho na Austrália são evidenciadas barreiras culturais e linguísticas, estabelecidas de forma institucionalizada, seja na obtenção de emprego ou na experiência de empreender, como apontado em outros contextos de imigração por Collins e Low (2010).

Dado que o perfil migratório mais recente de brasileiros inclui um alto grau de qualificação, relativa fluência em inglês, e um empreendedorismo caracterizado por oportunidade, as implicações teóricas do trabalho incluem o entendimento desse perfil de imigrante e empreendedor, seus mecanismos de interação e criação de negócios.

As limitações do estudo incluem o fato de ter sido conduzido na região Oeste da Austrália, isto devido à acessibilidade aos respondentes de um dos autores, e do método qualitativo, que mesmo dado a riqueza de evidências não traz generalizações. Contudo, o contexto evidenciado na região, ao ser confrontado com outros contextos de imigração brasileira, pode trazer importantes implicações. Levando em consideração os resultados da pesquisa e com o objetivo de ampliar as chances de os empreendedores imigrantes brasileiros se instalarem na Austrália, o presente trabalho pode servir, de forma prática, a contribuir para que vislumbrem estratégias alternativas de financiamento, de realização de treinamentos práticos e de educação formal, com vistas a melhorar a capacidade de gestão de negócios, a exemplo do que é relatado em países como Dinamarca, Finlândia, Holanda e Noruega (Støren & Børing, 2018).

Para estudos futuros, recomenda-se analisar de forma sistemática e quantitativa, uma amostra maior de negócios formais e informais, além do aprofundamento e comparação com o estudo de imigrantes brasileiros em outras regiões da Austrália. Ao se valer de elementos da *mixed embeddedness*, como aspectos econômicos do país de acolhimento, oportunidades de mercado, aspectos sociais e culturais dos imigrantes, em contraste com fatores institucionais e de legislação do país, novos estudos também podem se configurar.

## 8 Referências

- Akbar, M. (2019). Examining the factors that affect the employment status of racialised immigrants: a study of Bangladeshi immigrants in Toronto, Canada. *South Asian Diaspora*, 11(1), 67-87.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2008). Identity, supervision, and work groups. *American Economic Review*, 98(2), 212-17.
- Almeida, G. M. R. (2019). Identidade e projeto de imigrantes brasileiros/as na França. *Anais*, 1-18.
- Australian Bureau of Statistics - ABS (2016). *Australian Census 2016*. Retrieved from: <http://www.abs.gov.au/websitedbs/censushome.nsf/home/CO-56>.
- Azmat, F. (2013). Opportunities or obstacles?: Understanding the challenges faced by migrant women entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 198-215.
- Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. (p6-15) London.
- Beekun, R. I., Stedham, Y., & Yamamura, J. H. (2003). Business ethics in Brazil and the US: A comparative investigation. *Journal of Business Ethics*, 42(3), 267-279.
- Bisignano, A. P., & El-Anis, I. (2019). Making sense of mixed-embeddedness in migrant informal enterprising. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 974-995.
- Borjas, G. J. (2018). Lessons from immigration economics. *The Independent Review*, 22(3), 329-340.
- Brasil - Ministério das Relações Exteriores. (2018, December 02). *Brasileiros no Mundo*. Retrieved from <http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br>
- Brum, A. G. (2018). A história da imigração de brasileiros para o Sul da Flórida. *Revista de História Regional*, 23(2).
- Buettner, T., & Muenz, R. (2020). Migration Projections: The Economic Case.
- Cebulko, K. (2018). Privilege without papers: Intersecting inequalities among 1.5-generation Brazilians in Massachusetts. *Ethnicities*, 18(2), 225-241.
- Chernobay, L., Adamyk, V., & Malibroda, S. (2019). An approach to modelling the impact of international migration on the economy of receiving country. *Economics, Entrepreneurship, Management*, 1 (6), 2019, 6(1), 47-69.
- Clark, K., Drinkwater, S., & Robinson, C. (2017). Self-employment amongst migrant groups: new evidence from England and Wales. *Small Business Economics*, 48(4), 1047-1069.
- Cogo, D., & Pássaro, M. (2017, May). A "foto roubada"-mídias, visibilidade e cidadania da imigração haitiana no Brasil. In *E-Compós* (Vol. 20, No. 1).
- Colakoglu, S., Yunlu, D. G., & Arman, G. (2018). High-skilled female immigrants: career strategies and experiences. *Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research*.
- Collins, J., & Low, A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 97-111.
- Corrêa, C. H. W. (2009). Reterritorializações no orkut: um olhar netnográfico sobre os "Brasileiros no Exterior". *Discursos Fotográficos*, 5(6), 189-212.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Cruz, E. P., & Falcão, R. P. Q. (2017). Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. *Internext*, 11(3), 78-94.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., & Mancebo, R. C. (2019). Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-29.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., & Barreto, C. R. (2017). Bounded Trust or Mistrust-Depicting Brazilian Immigrant Entrepreneurship Practices. In *The Us. In:*

32nd USASBE Annual Conference-Where Entrepreneurs start revolutions.

Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., & Barreto, C. R. (2018). Exploring the evolution of ethnic entrepreneurship: the case of Brazilian immigrants in Florida. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.

Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., & Paula, F. O. (2018). Imigrantes ou consumidores de intercâmbio? As agências como facilitadores da imigração de brasileiros para Austrália. *Annals of the Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*.

Cruz, E. P., Jesus, D. M. O. de, Falcão, R. P. de Q., Lopes, L. A. C., Petri, F. C., Melo, Y. M. De, & Junior, R. M. de S. (2016). *Relatório de Pesquisa sobre os brasileiros na Austrália*. Departamento de Empreendedorismo e Gestão da UFF. Niterói.

Dana, L. P. (Ed.). (2007). *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship: A co-evolutionary view on resource management*. Edward Elgar Publishing.

Dana, L. P., & Dana, T. E. (2005). Expanding the scope of methodologies used in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurship & Small Business*, 2(1), 79-88.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. Sage.

Dheer, R. J. (2018). Entrepreneurship by immigrants: a review of existing literature and directions for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 555-614.

Diniz, G. C. S., Guimarães, L.O, & Fernandes, D. M. (2019). Empreendedorismo Imigrante e Étnico: O Papel das Redes Sociais no Processo Empreendedor de um Imigrante Sírio no Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext*, 14(2), 161-174.

Dossani, R. (2002). Chinese and Indian engineers and their networks in Silicon Valley. Asia/Pacific Research Center, Stanford. & M. Kenney (2002), Creating an Environment for Venture Capital in India, *World Development*, 30(2), 227-253.

Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001-1022.

Dubos, R. (2017). *Social capital: Theory and research*. Routledge.

Ellemers, N., Van Rijswijk, W., Roefs, M., & Simons, C. (1997). Bias in intergroup perceptions: Balancing group identity with social reality. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(2), 186-198.

Epstein, G. S., & Heizler, O. (2015). Ethnic identity: a theoretical framework. *IZA Journal of Migration*, 4(1), 1-11.

Ferriani, S., Cattani, G., & Baden-Fuller, C. (2009). The relational antecedents of project-entrepreneurship: Network centrality, team composition and project performance. *Research Policy*, 38(10), 1545-1558.

Fetzer, J. (2016). *Open Borders and International Migration Policy: The Effects of Unrestricted Immigration in the United States, France, and Ireland*. Springer.

Firmeza, G. T. (2007). *Brasileiros no exterior*. Fundação Alexandre de Gusmão.

Foster, L. P. (2008). Foreign trained doctors in Canada: Cultural contingency and cultural democracy in the medical profession. *International Journal of Criminology and Sociological Theory*, 1(1).

França, T., & Padilla, B. (2018). Imigração brasileira para Portugal: Entre o surgimento e a construção midiática de uma nova vaga. *Cadernos de Estudos Sociais*, 33(2).

Geertz, C. (2008). Thick description: Toward an interpretive theory of culture. In *The cultural geography reader* (pp. 41-51). Routledge.

Giuliani, M. S. (2019). BYE BYEBRASIL: Experiências migratórias de brasileiros graduados que emigraram para a Inglaterra dispostos a realizar trabalhos que nunca consideraram fazer no Brasil.



- Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). The social identity perspective: Intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small group research*, 35(3), 246-276.
- Infomoney (2017, October 11). Os 10 destinos preferidos dos brasileiros para fazer intercâmbio, *Infomoney – Carreira*. Retrieved from: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/pos-e-carreira/os-10-destinos-preferidos-dos-brasileiros-para-fazer-intercambio-159c45dqbi0cgomglxb5qz9f5>
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). *Qualitative data analysis with Nvivo*. SAGE Publications Limited.
- Jones, T., Ram, M., Edwards, P., Kiselincev, A., & Muchenje, L. (2012). New migrant enterprise: novelty or historical continuity?. *Urban Studies*, 49(14), 3159-3176.
- Kerr, S. P., & Kerr, W. (2020). Immigrant entrepreneurship in America: Evidence from the survey of business owners 2007 & 2012. *Research Policy*, 49(3), 103918.
- Kifle, T., Kler, P., & Fleming, C. M. (2019). The assimilation of Australian immigrants: does occupation matter?. *Applied economics*, 51(17), 1841-1854.
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of ethnic and migration studies*, 27(2), 189-201.
- Kloosterman, R., Van Der Leun, J., & Rath, J. (1999). Mixed embeddedness: (in) formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. *International journal of urban and regional research*, 23(2), 252-266.
- Koikkalainen, S., & Kyle, D. (2016). Imagining mobility: the prospective cognition question in migration research. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42(5), 759-776.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Langa, E. (2020). Experiências de imigrantes africanas na cidade de Fortaleza-CE (2010-2017). *Equatorial—Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social*, 7(12), 1-25.
- Latukha, M., Soyiri, J., Shagalkina, M., & Rysakova, L. (2019). From expatriation to global migration. *Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research*.
- Light, I., Bhachu, P., & Karageorgis, S. (1993). Entrepreneurship and immigrant networks. *Comparative immigration and entrepreneurship*, edited by I. Light and P. Bhachu. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Liu, J. (2019, January). The Changing Face of Work in the Context Immigration: Contesting Work Experience on Immigrants in Canada. In *2019 Conference of the Canadian Society for the Study of Education*.
- Maani, S. A., & Michael, M. H. (2020). Effective Work Experience and Labour Market Impacts of New Zealand Immigration. In *Population Change and Impacts in Asia and the Pacific* (pp. 221-246). Springer, Singapore.
- Magalhães, L. F. A., Bógus, L. M. M., & Baeninger, R. (2018). Migrantes haitianos e bolivianos na cidade de São Paulo: transformações econômicas e territorialidades migrantes. *REMHU—Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 26(52), 75-94.
- Markus, H., & Kunda, Z. (1986). Stability and malleability of the self-concept. *Journal of personality and social psychology*, 51(4), 858.
- Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2004). Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. *Revista de Administração Contemporânea*, 8(3), 117-140.
- Masanet, E., & Santos, M. E. E. A. (2018). Imagens e estereótipos da imigração Brasileira na Espanha durante as primeiras décadas do século XXI. *Pontes entre a Europa e América Latina (XIX-XXI)*, 1(1).

- Meister, A. D., & Mauer, R. (2019). Understanding refugee entrepreneurship incubation—an embeddedness perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25 (5), 1065-1109.
- Oppenheimer, D. B., Prakash, S., & Burns, R. (2016). Playing the Trump card: The enduring legacy of racism in immigration law. *Berkeley La Raza LJ*, 26, 1.
- Peixoto, J. (2007). Tráfico, contrabando e imigração irregular: os novos contornos da imigração brasileira em Portugal. *Sociologia, problemas e práticas*, (53), 71-90.
- Phinney, J. S. (1996). Understanding ethnic diversity: The role of ethnic identity. *American Behavioral Scientist*, 40(2), 143-152.
- Pisani, M., & Perez, I. G. (2020). Latino business and commerce: A contemporary view. *Advancing US Latino entrepreneurship: A new national economic imperative*. Purdue University Press: West Lafayette, IN.
- Portes, A., & Zhou, M. (1992). Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and racial studies*, 15(4), 491-522.
- Rath, J., & Kloosterman, R. (2000). Outsiders' business: a critical review of research on immigrant entrepreneurship. *International migration review*, 34(3), 657-681.
- Riddle, L., & Brinkerhoff, J. (2011). Diaspora entrepreneurs as institutional change agents: The case of Thamel. com. *International Business Review*, 20(6), 670-680.
- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, C. M., & Ormston, R. (Eds.). (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*. Sage.
- Rizal, Y., Westaway, K. E., Zaim, Y., van den Bergh, G. D., Bettis, E. A., Morwood, M. J., ...& Westaway, M. C. (2020). Last appearance of Homo erectus at Ngandong, Java, 117,000–108,000 years ago. *Nature*, 577(7790), 381-385.
- Robins, D. (2019). Brazilians in London: Ideology, Social Class, and Motivations for Migration, Settlement, and Return. *Latin American Perspectives*, 46(4), 154-168.
- Rocha, A. D., Esteves, F., Mello, R. C. D., & Silva, J. F. D. (2015). Diasporic and transnational internationalization: the case of Brazilian martial arts. *BAR-Brazilian Administration Review*, 12(4), 403-420.
- Rocha, C. (2006). Two faces of God: religion and social class in the Brazilian diaspora in Sydney. *Religious pluralism in the diaspora*, 4, 147.
- Rocha, C. (2013). Transnational Pentecostal connections: an Australian megachurch and a Brazilian church in Australia. *Penteco Studies*, 12(1), 62-82.
- Rocha, C., & Vásquez, M. A. (2014). O Brasil na nova cartografia global da religião. *Religião & Sociedade*, 34(1), 13-37.
- Ryakitimbo, C. M., & Hossain, B. (2019). Network Analysis on Increasing Brazilian Migrants in Hamamatsu, Japan. *Asian Journal of Social Science Studies*, 4(4), 35.
- Saraiva, C. (2017). Orixás across the Atlantic: the Diaspora of Afro-Brazilian religions in Europe. In *Handbook of Contemporary Religions in Brazil* (pp. 320-332). Brill.
- Sepulveda, L., Syrett, S., & Lyon, F. (2011). Population superdiversity and new migrant enterprise: The case of London. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 469-497.
- Serafim, M. C., Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2012). "Segurando na mão de Deus": organizações religiosas e apoio ao empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, 52(2), 217-231.
- Shishito, K. T., & Baeninger, R. (2016). Brasileiros no Japão: a expectativa temporal na imigração de kassegui. *Anais*, 1-16.
- Souza, E. J., & Iorio, J. C. (2018). A construção midiática do "eldorado" lusitano a partir dos novos fluxos migratórios de brasileiros para Portugal. *Século XXI: Revista de Ciências Sociais*, 8(1), 312-340.

- Spears, R., Doosje, B., & Ellemers, N. (1997). Self-stereotyping in the face of threats to group status and distinctiveness: The role of group identification. *Personality and social psychology bulletin*, 23(5), 538-553.
- Støren, L. A., & Børing, P. (2018). Immigrants' participation in non-formal job-related training. *International Journal of Lifelong Education*, 37(5), 598-614.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56, 65.
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). National cultural values, sustainability beliefs, and organizational initiatives. *Cross Cultural Management*.
- Tedesco, J. C. (2017). Ser imigrante e empreendedor: lógicas e sentidos. Aspectos da imigração brasileira na Itália. *Mediações-Revista de Ciências Sociais*, 22(1), 213-242.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509-533.
- Tomazzoni, E. L., & de Oliveira, C. C. (2013). Turismo de intercâmbio: perfis dos intercambistas, motivações e contribuições da experiência internacional. *Turismo-Visão e Ação*, 15(3), 388-408.
- Tsai, C. A., & Wen, C. T. (2009). The effects of relational embeddedness on entrepreneurship. *IJEER*, 15, 5.
- Valle-Nunes, L. H. (2020). As redes sociais e a construção dos antagonismos: a imigração brasileira em Portugal representada em comentários do facebook. *Matraga-Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ*, 27(49), 100-116.
- Van Hear, N. (2014). Reconsidering migration and class. *International Migration Review*, 48(1\_suppl), 100-121.
- Williams, C. C. (2009). The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity-or opportunity-driven?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 203.
- Yamashita, K. (2013). A Comparative study of Chinatowns around the world: Focusing on the increase in new Chinese immigrants and formation of new Chinatowns. *Japanese Journal of Human Geography*, 65(6), 527-544.
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements 1. *International migration review*, 38(3), 1040-1074.

## SOBRE OS AUTORES

**Renata Casado** - The University of Western (Australia). E-mail: [renata.casado@uwa.edu.au](mailto:renata.casado@uwa.edu.au) Orcid id: <http://orcid.org/0000-0002-9540-4491>

**Eduardo Picanço Cruz** - Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, (Brasil). E-mail: [epicanco@id.uff.br](mailto:epicanco@id.uff.br) Orcid id: <https://orcid.org/0000-0003-4484-3256>

**Roberto Pessoa de Queiroz Falcão** - Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, (Brasil). E-mail: [robertopqfalcao@gmail.com](mailto:robertopqfalcao@gmail.com) Orcid id: <http://orcid.org/0000-0002-8125-0938>

## Aspects of Brazilian Immigrants Entrepreneurship in Perth, Australia

Renata Casado<sup>‡</sup>, Eduardo Picanço Cruz, Roberto Pessoa de Queiroz Falcão  
The University of Western (Australia)<sup>‡</sup>  
Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, RJ (Brasil)

ARTICLE DETAILS	ABSTRACT
<p><b>Article history:</b></p> <p>Received: 04 June 2020 Accepted: 01 January 2021 Available online May: 01 th 2021</p> <p><b>Double Blind Review System</b></p> <p><b>Scientific Editor</b> Ilán Avrichir</p> <hr/> <p><b>Keywords</b></p> <p>Australia Brazilian immigration Entrepreneurship</p>	<p><b>Objective:</b> The exploratory research seeks to describe the community of Brazilian entrepreneurs in Perth, Australia, regarding their aspirations, migratory trajectories and aspects of entrepreneurship.</p> <p><b>Method:</b> an exploratory qualitative research was carried out, through the analysis of 21 in-depth interviews with Brazilian entrepreneurs from the most diverse sectors, established in the city of Perth, Western Australia.</p> <p><b>Main results:</b> Among the reported reasons for emigrating, stand out, discontent with Brazil and the search for a better quality of life. Among the reasons for undertaking, the identification of opportunities, the search for freedom and help to colleagues and family members are reported. The Brazilian community is seen by entrepreneurs as crucial to the establishment of several businesses whose target audience is the community itself, but is also viewed with a certain suspicion, evidenced by the occurrence of false complaints, denoting a distorted business ethics. Cultural and linguistic barriers to entrepreneurship and work are highlighted.</p> <p><b>Relevance / originality:</b> Brazilian immigrants' entrepreneurship overseas is scarcely researched, particularly in Australia. The paper evidences the socio-demographic profile of the entrepreneurs, their behavioral traits, a description of their businesses, and the relationships between entrepreneurs and between them and their community.</p> <p><b>Theoretical contributions:</b> to understand the inception of Brazilian immigrants business, related factors and constraints.</p> <p><b>Contributions to management:</b> help Brazilian immigrant entrepreneurs envision paths, based on the cases reported, for them to act with greater assertiveness while managing their businesses.</p>

## Aspectos del emprendimiento de inmigrantes brasileños en Perth, Australia

Renata Casado<sup>✉</sup>, Eduardo Picanço Cruz, Roberto Pessoa de Queiroz Falcão  
 The University of Western (Australia)<sup>✉</sup>  
 Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói, RJ (Brasil)

HISTORIA DEL ARTÍCULO	RESUMEN
<p><b>Historia del Artículo:</b></p> <p>Recibido: 04 de Junio de 2020            Aceptado: 29 de Enero de 2021            Disponible en línea: 01 de Mayo 2021</p> <p><b>Double Blind Review System</b></p> <p><b>Editor Científico</b>            Ilan Avrichir</p> <hr/> <p><b>Palabras-clave:</b></p> <p>Australia            Inmigración brasileña            Emprendimiento</p>	<p><b>Objetivo:</b> La investigación exploratoria busca describir la comunidad de empresarios brasileños en Perth, Australia, con respecto a sus aspiraciones, trayectorias migratorias y aspectos del emprendimiento.</p> <p><b>Método:</b> se realizó una investigación cualitativa exploratoria, a través del análisis de 21 entrevistas en profundidad con empresarios brasileños de los más diversos sectores, establecidos en la ciudad de Perth, Australia Occidental.</p> <p><b>Resultados principales:</b> Entre los motivos informados para emigrar, destacan el descontento con Brasil y la búsqueda de una mejor calidad de vida. Entre las razones para emprender, se informa la identificación de oportunidades, la búsqueda de libertad y la ayuda a colegas y familiares. Los empresarios ven a la comunidad brasileña como crucial para el establecimiento de varias empresas cuyo público objetivo es la comunidad misma, pero también se ve con cierta sospecha, evidenciada por la aparición de quejas falsas, que denotan una ética empresarial distorsionada. Se destacan las barreras culturales y lingüísticas para el emprendimiento y el trabajo.</p> <p><b>Relevancia/originalidad:</b> el emprendimiento de los inmigrantes brasileños en el extranjero es poco investigado, particularmente en Australia. El artículo destaca el perfil sociodemográfico de los empresarios, sus rasgos de comportamiento, una descripción de sus negocios y las relaciones entre empresarios y entre ellos y su comunidad.</p> <p><b>Contribuciones teóricas:</b> para la comprensión de la estructuración del negocio de los inmigrantes brasileños, factores relacionados y limitaciones.</p> <p><b>Contribuciones a la gestión:</b> apoyar a los empresarios inmigrantes brasileños a vislumbrar caminos, en función de los casos denunciados, para que actúen con mayor firmeza en la gestión de sus negocios.</p>

### Como citar este artículo:

Casado, R., Cruz, E., & Falcão, R. (2021). Aspectos do Empreendedorismo de Imigrantes Brasileiros em Perth, Austrália. *Internext*, 16(2), 170-182. doi: <http://dx.doi.org/10.18568/internext.v16i2.612>