


EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE DE MULHERES BRASILEIRAS EM TORONTO, CANADÁ

Michel Mott Machado¹ , Eduardo Picanço Cruz^{2*} , Roberto Pessoa de Queiroz Falcão³ 

¹Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo, (SP), Brasil.

²Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ), Brasil.

³Universidade do Grande Rio – Duque de Caxias (RJ), Brasil.

DETALHES DO ARTIGO

Histórico do artigo:

Recebido em 25 de agosto de 2022

Aceito em 13 de janeiro de 2023

Disponível online em 6 de dezembro de 2022

Sistema de revisão “Double blind review”

Editores-chefe

Fernanda Cahen

Palavras-chave:

Empreendedorismo Imigrante

Brasileiras

Toronto

Canadá

RESUMO

Objetivo: Este artigo teve como objetivo analisar o perfil sociodemográfico e empreendedor de mulheres brasileiras imigrantes em Toronto, no Canadá, bem como características dos negócios em si. **Método:** Os dados foram coletados em Toronto por meio da aplicação de questionários com 47 mulheres empreendedoras brasileiras e 22 entrevistas semiestruturadas, representando uma abordagem multimétodos. A análise incluiu estatísticas descritivas e análise qualitativa das trajetórias e histórias de vida. **Principais Resultados:** As respondentes são majoritariamente da Região Sudeste brasileira, branca, casada, com filhos e idades entre 30 e 59 anos, alto nível de escolaridade e de proficiência em inglês. A maioria dos negócios é de pequeno porte/individual, do setor de prestação de serviços. O mercado-alvo, em sua maior parte, é de brasileiros/as residentes no Canadá, portanto, étnicos e coétnicos. A importância de *networking* às atividades empreendedoras é amplamente reconhecida. Pontuou-se dificuldade relacionada ao balanceamento trabalho-família, o que requer aprofundamento em estudos futuros sobre a influência de recursos familiares e dos papéis de gênero nos caminhos do empreendedorismo de mulheres imigrantes brasileiras no Canadá. O trabalho ainda destaca a interseccionalidade da inserção de empreendedoras imigrantes brasileiras na sociedade canadense. **Relevância / Originalidade:** O trabalho enfoca um público pouco pesquisado, o de empreendedoras brasileiras no Canadá, evidenciando elementos importantes de sua atuação no país. **Contribuições Teóricas / Metodológicas:** O artigo contribui para a literatura do empreendedorismo feminino no Canadá.

INTRODUÇÃO

A discussão das consequências dos movimentos migratórios para os países anfitriões tem se intensificado ao longo dos anos, apesar de esses fluxos popu-

lacionais não compreenderem um fenômeno novo. Estudos têm sido dirigidos, por exemplo, para os impactos sociais e econômicos desses grandes fluxos migratórios (Trenz & Triandafyllidou, 2017; Cruz, Falcão, & Mancebo, 2020), bem como para a influência

*Autor correspondente: epicanco@id.uff.br

<https://doi.org/10.18568/internext.v18i2.727>

desses movimentos demográficos no redesenho dos países no que se refere a aspectos da divisão internacional do trabalho (Sassen, 1988; De Haas, 2010; Kerwin, 2020).

Outros estudos têm apontado para o empreendedorismo como uma das formas de inclusão nas sociedades receptoras e de ascensão econômica do imigrante (Portes & Zhou, 1992; Rath, 2000; Kloosterman & Rath, 2001; Cruz, Falcão, & Barreto, 2017a; Akbar, 2019; Machado, Hossein, Falcão, & Cruz, 2021c).

Em relação à produção de conhecimento sobre o fenômeno ora em foco, também há evidências de que o interesse acadêmico pelo tema empreendedorismo de imigrantes tem crescido (Cruz & Falcão, 2016; Gomes & Bourlegat, 2020). No Brasil, particularmente, o foco da literatura acadêmica produzida sobre o tema inclui tanto o percurso migratório e empreendedor de imigrantes brasileiros em diferentes países (Cruz, Falcão, Mancebo, & Castro, 2017b; Cruz, Falcão, & Barreto, 2018a; Falcão, Machado, Cruz, & Cunha, 2021a; Falcão, Machado, Cruz, & Hossein, 2021b; Machado, Falcão, Cruz, & Hossein, 2021a, 2021b; Falcão, Cruz, Paula, & Machado, 2022) quanto o empreendedorismo de imigrantes estrangeiros no país (Cruz, Mancebo, & Falcão, 2018; Diniz, Guimarães, & Fernandes, 2019).

Ao se observar o recente cenário de instabilidade econômica e social, no Brasil, verifica-se um movimento de intensificação da emigração de brasileiros para o exterior, sendo o Canadá um importante destino migratório (Silva, 2017; Segal, 2018, 2021; Machado, Hossein, Cruz, & Falcão, 2020; Falcão et al., 2021b; Machado et al., 2021a, 2021b; Falcão, Cruz, Paula, & Machado, 2022). Não obstante a história entre Brasil e Canadá datar do período colonial dos dois países, o que se tem visto é que tanto em termos econômicos quanto políticos e migratórios não há um grande montante de pesquisas voltadas a essa relação (Barbosa, 2017), no entanto estudos precursores procuraram analisar o fenômeno da imigração brasileira para a América do Norte (Goza, 1994; Margolis, 1994, 2013), bem como para o Canadá (Goza, 1999), particularmente.

Assumindo-se o ponto de vista temático do empreendedorismo imigrante brasileiro no contexto canadense, é preciso reconhecer que pouco ainda se sabe sobre esse fenômeno. Assim, ao se levar em conta o aumento consistente da população brasileira

imigrante no Canadá e algumas lacunas de conhecimento sobre suas atividades e características empreendedoras (Falcão et al., 2021a; Machado et al., 2021a; 2021b; Falcão et al., 2022), considera-se relevante explorar um tópico que merece atenção: discutir aspectos do empreendedorismo de imigrantes brasileiros no Canadá. Portanto, este artigo tem como objetivo analisar o perfil sociodemográfico e empreendedor de mulheres brasileiras imigrantes em Toronto e características dos seus negócios em si.

Do ponto de vista teórico, o artigo visa ampliar o entendimento da estruturação dos negócios de imigrantes brasileiras sobre seus fatores relacionados e condicionantes, dado que se trata de uma nacionalidade ainda pouco estudada no Canadá. Em termos práticos, busca-se contribuir por meio do apontamento de caminhos para que futuras/atuais empreendedoras imigrantes brasileiras possam atuar com maior precisão na gestão dos negócios.

1. EVOLUÇÃO DO CONHECIMENTO SOBRE EMPREENDEDORISMO ÉTNICO E IMIGRANTE

Em linhas gerais, os estudos voltados ao empreendedorismo étnico se apresentam em interação disciplinares (Aliaga-Isla & Rialp, 2013; Cruz & Falcão, 2016). Entre as áreas do conhecimento formadoras desse campo, pelo menos em seus primórdios, tem-se a influência da sociologia e da geografia (estudos urbanos), além da perspectiva de aspectos sociológicos e econômicos, amparada na análise comparativa da geração de renda dos diversos grupos étnicos (Portes & Zhou, 1992) e na teoria dos capitais de Bourdieu (2018), tendo sido alguns autores cruciais na criação e conformação dessas linhas de investigação (Alba & Logan, 1993; Portes & Zhou, 1992; Zhou, 2004; Alba & Nee, 2014).

Vale ser ressaltado ainda segundo os autores que o empreendedorismo imigrante ocorre quando os migrantes (ou imigrantes) identificam e exploram oportunidades econômicas para iniciar seus negócios no país de destino. Por sua vez, o empreendedorismo étnico está vinculado a uma herança cultural comum e se concentra em satisfazer às necessidades e preferências de consumidores étnicos na nação anfitriã.

Já entre as dimensões seminais do campo do empreendedorismo de imigrantes, destacam-se as abordagens econômica, político-institucionais e do am-

biente social, tendo por principais direcionamentos as seguintes correntes de estudo:

- “minorias étnicas e enclaves” (Bonacich, 1973);
- “desvantagens no mercado de trabalho e trabalho autônomo” (Light, 1979; Portes & Zhou, 1992);
- “empreendedorismo étnico” (Bonacich, 1993);
- “modelo interativo” ou “abordagem integrativa (econômica/institucional)” (Waldinger, Aldrich, & Ward, 1990);
- “economia política dos negócios de imigrantes” (Sassen, 1991);
- “negócios de imigrantes e o papel do governo” ou “estrutura político-institucional” (Bonacich, 1993).

Vários autores têm demonstrado a importância das características gerais do empreendedorismo migrante, incluindo o seu ambiente social (Portes & Zhou, 1992; Cruz et al., 2017a). Nessa perspectiva, uma abordagem que se destaca é aquela que enfatiza aspectos sociológicos do fenômeno, que abrange os impactos da formação de redes de apoio/suporte de imigrantes no início dos seus negócios (Elo & Volovelsky, 2017).

Assim, um elemento-chave apontado por vários autores para o empreendedorismo de imigrantes é a formação de redes sociais, as quais funcionam tanto como um mecanismo de apoio quanto um direcionador na seleção de destinos e oportunidades de negócios, sendo observada a ocorrência de três tipos de rede: de origem (étnica, nacional), de destino e de prática (da indústria) (Drori, Honig, & Wright, 2009). Ademais, verificou-se que redes formadas nos enclaves étnicos, ou comunidades de imigrantes estabelecidas nos países de acolhimento, reduzem as barreiras da imigração, ampliam as oportunidades econômicas e podem promover um ecossistema de empresas fornecedoras próprias desse mercado (Portes & Zhou, 1992; Drori, Honig, & Wright, 2009; Cruz et al., 2018a).

De modo geral, pode-se considerar que há basicamente dois tipos de empreendedor migrante: os que são socialmente identificados com as suas comunidades étnicas; e os que não se identificam com elas. Os primeiros tendem a ser mais propensos a se tornarem empreendedores do enclave étnico, além de buscarem também melhorar sua comunidade por meio de ações altruístas, ajudando até mesmo um futuro concorrente a se estabelecer (Lee, 1999).

Com essa ideia em mente, Cruz, Falcão e Mancebo (2020) desenvolveram um *framework* para a taxonomia de negócios migrantes/étnicos (mercado de nicho étnico; mercado de produtos exóticos para o cliente local; interesses específicos; negócios de minorias intermediárias; mercado genérico local), tendo por referência a afiliação com a comunidade étnica (sim/não) e o mercado-alvo (étnicos e coétnicos; consumidor local). Pode-se dizer que a referida proposta de taxonomia de oportunidades de negócios étnicos/imigrantes avança sobre a perspectiva proposta por Portes e Zhou (1992), ao possibilitar que os quatro tipos de oportunidade de negócios sejam analisados por suas dinâmicas nas redes de relacionamento, interações com os clientes, adaptações nos produtos e/ou serviços, relações de trabalho, entre outros aspectos.

Mais recentemente, verificam-se propostas para avançar as fronteiras dos estudos voltados ao empreendedorismo migrante, pela busca de um olhar à inter-relação entre esse fenômeno e a governança urbana. Nessa corrente de estudos, tem-se sugerido cinco novos caminhos de pesquisa:

- ir além dos limites da cidade;
- ir além da metrópole e explorar áreas rurais e periféricas;
- ir em direção às condições para a sobrevivência das empresas/pequenas empresas;
- ir além da descrição — em grupos étnicos já bastante conhecidos;
- ir além do impacto unidirecional e, portanto, em direção a um contexto multinível (Rath & Schutjens, 2019).

Outra fronteira do campo de estudos diz respeito à discussão do empreendedorismo migrante à luz das teorias administrativas e organizacionais, tendo como objetivo compreender a dinâmica dos negócios, bem como propor modelos que venham a ampliar a chance de sobrevivência dessas organizações (Machado et al., 2021a, 2021b).

Vários estudos mostram que muitos imigrantes iniciam seus negócios após uma experiência desanimadora no mercado de trabalho formal, em que enfrentam barreiras linguísticas, baixos salários, discriminação racial ou étnica e, às vezes, exploração (por exemplo, Collins & Low, 2010; Huang, Fridiger, & Pearce, 2014). Portanto, em muitos casos para as mulheres imigrantes o autoemprego ou o empreen-

dedorismo do pequeno negócio é uma forma potencial de escapar do desemprego após terem trabalhado em empregos formais, ou mesmo diante da não inserção no mercado de trabalho, de uma segunda geração de imigrantes mais qualificada (Hillman, 1999). A literatura explica ainda a motivação que leva uma mulher a optar pelo empreendedorismo por meio de dois grandes temas: “desencantamento em relação ao emprego” e “desejo de independência” (Collins & Low, 2010).

Já segundo Constant e Schultz-Nielsen (2004), o autoemprego é mais um avanço do que um ponto de partida de emancipação ou de um processo de adaptação, podendo ser uma maneira de as mulheres imigrantes alcançarem um *status* social respeitável, embora não correspondendo necessariamente a rendimentos elevados.

No entanto, apesar da evidência de que as mulheres qualificadas migram mais do que os homens, pouca atenção tem sido dada, na medida em que as políticas de imigração impactam de forma diferente mulheres e homens e resultam em desigualdades de gênero, e a valorização das habilidades é baseada em gênero em seus critérios e resultados (ver Brücker, Docquier, & Rapoport, 2012; Kofman, 2014; Cerna & Czaika, 2016; Czaika & Parsons, 2017; Chand & Tung, 2019).

2. ALGUMAS APROXIMAÇÕES DA IMIGRAÇÃO BRASILEIRA NO CANADÁ

Reconhece-se que o Canadá é um país que tem visto na imigração um meio para o seu crescimento demográfico e econômico (Fraga, 2018; Machado et al., 2020; Machado et al., 2021a, 2021b), tendo adotado uma política de imigração seletiva baseada na qualificação e habilidades profissionais (Knowles, 2016; Borjas, 2018) e no multiculturalismo (Cameron, 2004; Machado & Teixeira, 2016). Em 2002, o Canadá adotou oficialmente três tipos fundamentais de residência permanente:

- reagrupamento familiar;
- econômico;
- humanitário (Fraga, 2018).

Apesar de a imigração ser vital à sociedade e à economia canadense, não se pode afirmar que esse fenômeno seja isento de tensões sociais e políticas, entre as quais se apontam as barreiras à entrada no

mercado de trabalho (Fraga, 2018), resultante da discriminação de imigrantes (Taylor, 2019), o que, aliás, não se mostra incomum em sociedades multiculturais (Nabavi & Lund, 2016).

No caso da emigração brasileira, nota-se que principalmente desde os anos 1980 brasileiros têm buscado destinos da América do Norte ou Europa. Nas décadas de 1990 e 2000, a crise político-econômica e a violência/insegurança impulsionaram fluxos migratórios brasileiros crescentes (Sega, 2018), sendo Toronto (na Província de Ontário) um dos principais destinos daqueles que se mudaram para o Canadá (Fraga, 2018; Sega, 2018; Machado et al., 2021a; Falcão et al., 2022). Em linhas gerais, o Canadá tem se apresentado como um importante destino de migração brasileira, vindo a ser amplamente aceita a motivação não exclusivamente por razões econômicas, mas de um estado de insegurança mais amplo (Schervier, 2005; Sega, 2018, 2021; Machado et al., 2021a, 2021b).

Assim, se por um lado se constatam elementos tendentes a *expulsar* esse cidadão brasileiro do Brasil, por outro é de se notar também fatores que tendem à sua *atração* pelo Canadá (Machado et al., 2021a, 2021b), o que muitas vezes pode recair em uma representação positiva, otimista e romantizada (Sega, 2021).

Em relação a traços do perfil sociodemográfico, verifica-se que esses imigrantes brasileiros geralmente possuem alta qualificação e pertencem à *classe* média-alta no país de origem (Sega, 2018; Machado et al., 2021a). Apesar disso, não se pode dizer que o *status* da condição laboral de brasileiros recém-chegados no país seja favorável no Canadá (Machado et al., 2021a, 2021b), não sendo incomum que eles encontrem trabalho no setor informal, muitas vezes em empreendimentos de portugueses, em ramos de atividade como construção civil, serviços de limpeza, restaurantes, entre outros tipos de trabalho de menor remuneração (Margolis, 2013).

Pesquisa empírica realizada na Greater Toronto Area (GTA) verificou também que a maior parte dos negócios de imigrantes brasileiros contratava majoritariamente mão de obra brasileira, por várias razões (Falcão et al., 2021b; Machado et al., 2021a, 2021b).

Quanto às estratégias adotadas por imigrantes brasileiros adultos para entrar no Canadá, a principal é aquela que se dá por meio da obtenção do visto de estudante (Machado et al., 2021a, 2021b). Desde

o início de sua permanência, eles começam a construir redes de relacionamento (Sega, 2018; Machado et al., 2021a), assim como a chamada “experiência canadense”, aspecto fundamental para obter emprego e/ou crédito bancário (Dam, Chan, & Wayland, 2018; Sá & Sabzalieva, 2018; Trilokekar & El Masri, 2019; Machado et al., 2021b). Durante o estágio inicial da imigração, muitos também desenvolvem habilidades com o idioma local e experiências de trabalho no país, o que os habilita a solicitar o *status* de residentes permanentes (Falcão et al., 2021b).

3. MÉTODO

Trata-se de uma pesquisa multimétodos, composta de uma etapa quantitativa descritiva, que se valeu de questionários enviados para 120 mulheres, obtendo-se resposta de 47 mulheres empreendedoras estabelecidas na GTA, seguida de uma etapa qualitativa, na qual foram realizadas 22 entrevistas semiestruturadas face a face, além de observação assistemática nos locais dos empreendimentos (ruas, bairros, empreendimentos em si). Portanto, as principais técnicas de coleta de dados utilizadas foram a observação assistemática, a aplicação de questionários e a entrevista semiestruturada (Ghauri, Grønhaug, & Strange, 2020).

Destaca-se que a amostra foi por conveniência, e, para fins de seleção, foram definidos os seguintes critérios:

- nacionalidade brasileira, atuando como empreendedora, independentemente do ramo, porte ou tempo do negócio;
- tempo variado de estada no Canadá;
- idades variadas;
- formação educacional/acadêmica variada.

A aplicação dos questionários ocorreu por via eletrônica, por meio do Google Forms, tendo o instrumento os seguintes itens norteadores:

- perfil sociodemográfico;
- decisão de deixar o Brasil e aspectos voltados à imigração;
- abertura da empresa no Canadá e aspectos da experiência empreendedora;
- perfil dos negócios em si;
- relato sobre seu negócio atual;
- relato sobre repatriação.

A amostra adotada para a *survey* foi do tipo não probabilística e intencional (Ghauri et al., 2020), contando com 47 participantes, de um total de 120 questionários enviados. Antes da chegada do pesquisador responsável pela investigação de campo em Toronto, por meio da utilização de um roteiro específico de entrevista semiestruturada, uma primeira entrevista foi realizada tendo como foco uma representante consular do Canadá (RCC), na cidade de São Paulo (SP). Salienta-se que tal estratégia se mostrou importante, entre outros aspectos, para facilitar o acesso ao campo de pesquisa no Canadá.

A etapa que se seguiu foi a de levantamento de dados secundários sobre os negócios e as localidades que mais concentram imigrantes brasileiros em Toronto, assim como o estudo bibliográfico acerca do tema. Com vistas à identificação de negócios de imigrantes de brasileiras, realizou-se uma observação assistemática, *in loco*, por meio de caminhadas em locais de maior concentração de imigrantes brasileiros e de conversas com empreendedoras locais, a fim de confirmar se os negócios eram de fato de brasileiras. Foram percebidos, adicionalmente, aspectos visíveis dos negócios (por exemplo, utilização de símbolos que remetem à nacionalidade, à cultura brasileira, à língua portuguesa etc.). Nesse estágio da investigação, notas de campo foram úteis para registrar impressões e *insights* oriundos dessas observações.

Outra estratégia adotada para a prospecção de potenciais participantes da pesquisa foi a verificação de propagandas em jornais e/ou revistas da comunidade étnica da lusofonia, principalmente os veículos dirigidos por imigrantes brasileiros/as. A investigação de redes sociais (LinkedIn e Facebook) complementou a busca por participantes. Uma vez identificados os negócios/as empreendedoras, estabelecia-se contato por *e-mail* e/ou telefone e/ou rede social, a fim de efetivar o convite. Além disso, valeu-se da técnica de amostragem *snowball* (Bailey, 2019), com indicações dadas pelas respondentes.

Já as entrevistas tiveram como foco aspectos relacionados a experiência migratória, experiências profissionais e/ou empreendedoras anteriores, assim como questões atitudinais e/ou comportamentais voltadas ao empreendedorismo, entre outros pontos. Nessa etapa da investigação, foram feitas 22 entrevistas, pelo critério de conveniência (Sampieri, Collado, & Lucio, 2013), sendo selecionadas as 47 responden-

tes da amostra que estariam dispostas a colaborar com a fase de entrevistas em profundidade.

Para a análise dos dados obtidos por meio da *survey*, adotou-se estatística descritiva simples. No que se refere à interpretação dos dados oriundos das entrevistas, usou-se o método de análise de conteúdo (Bardin, 2011). Os resultados obtidos foram posteriormente confrontados com a literatura recente sobre o tema, a fim de concretizar os objetivos da pesquisa e de contribuir para o avanço do campo de estudo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Apresentam-se os resultados do estudo com 47 empreendedoras imigrantes brasileiras (EIB) no Canadá, 22 das quais, além de terem respondido ao questionário, também foram entrevistadas (Quadro 1). Adicionalmente, entrevistaram-se dois representantes consulares, um do Brasil (RCB) e outra do Canadá (RCC).

A maioria da amostra declarou possuir filhos (72.34%, $n= 34$), além de ser oriunda da Região Sudeste brasileira, com destaque para São Paulo (36.2%, $n= 17$), Minas Gerais (23.4%, $n= 11$) e Rio de Janeiro (12.8%, $n= 6$), estados que correspondem àqueles com os maiores produtos internos brutos do país, o que pode vir a colocar em questão uma possível migração econômica tradicional, movida exclusivamente pela falta de recursos (Mayblin, 2019). Em relação ao estado de São Paulo, a cidade de São Paulo mostrou-se como o local onde a maioria das participantes vivia antes de migrar para o Canadá (18.33%, $n= 11$).

Referente ao que faziam no Brasil antes da migração para o Canadá, 55.32% ($n= 26$) responderam que eram empregadas, 29.79% ($n= 14$) empresárias e 12.77% ($n= 6$) que não trabalhavam. Sobre a sua ocupação na ocasião de saída do Brasil, são similares aos achados de Cruz et al. (2018a), reforçando que, entre as empresárias imigrantes, a causa da migração exclusivamente econômica não é tão forte.

Quanto ao nível de escolarização, verificou-se alto nível educacional formal (40.4% graduação; e 38.3% pós-graduação), o que concorda com diversos trabalhos que apontam que o imigrante brasileiro tende a ter alto grau de escolaridade, posicionando os brasileiros como imigrantes mais qualificados, por exemplo, quando comparados com outras nacionalidades que imigram para a Austrália (Cruz et al., 2016). Esse perfil corrobora com a política de atração de mão de obra qualificada para o país, mesmo sabendo que muitas vezes esses indivíduos qualificados têm certa dificuldade para se inserir no mercado de trabalho formal (ver Brücker et al., 2012; Kofman, 2014; Cerna & Czaika, 2016; Chand & Tung, 2019; Czaika & Parsons, 2017). No entanto sabe-se que nem sempre as políticas de inclusão de indivíduos classificados como aptos e seu acolhimento no país passam pela valorização das habilidades com base nos aspectos de gênero.

Verificou-se também nível alto declarado de proficiência em inglês em habilidades de leitura (85.11%, $n= 40$), fala (78.72%, $n= 37$), escrita (70.21%, $n= 33$) e compreensão (91.49%, $n= 43$). Em francês, outra língua oficial do Canadá, contra-

Quadro 1. Perfil sociodemográfico das 47 participantes.

Cor (%)		Estado civil (%)		Idade (anos e %)	
Amarela	8.51	Casada	65.96	Entre 25 e 29	6.38
Branca	61.70	Divorciada	14.89	Entre 30 e 34	17.02
Parda	23.40	Solteira	10.64	Entre 35 e 39	14.89
Preta	6.38	Separada	4.26	Entre 40 e 44	14.89
		Viúva	2.13	Entre 45 e 49	10.64
		N/A	2.13	Entre 50 e 54	8.51
				Entre 55 e 59	12.77
				Entre 60 e 64	8.51
				Entre 65 e 69	2.13
				Entre 70 e 74	2.13
				N/A	2.13

N/A: não disponível.

riamente, observou-se um nível significativamente mais baixo de proficiência em leitura (lê muito bem, 8.51%, $n= 4$), fala (fala bem, 2.13%, $n= 1$), escrita (escreve bem, 2.13%, $n= 1$) e compreensão (compreende bem, 8.51%, $n= 4$).

No tocante à questão linguística do brasileiro, Finardi e França (2016) destacam que a formação na língua inglesa é incipiente. Bozorgmehr e Ketcham (2021), por sua vez, apontam a importância, para o sucesso do empreendedor imigrante, de falar a língua do país de destino. Portanto, o alto índice de respondentes que declararam ler, falar, escrever e compreender muito bem em língua inglesa sugere estar vinculado mais com o fato de boa parte delas ter experiências empresariais — empreendedoras ou executivas —, além de elevado nível educacional formal, do que propriamente por serem brasileiras.

No caso da língua francesa, especificamente, dado que a cidade de Montreal enquadrou o Brasil em uma área de imigração não francófona qualificada para o Governo do Québec, visando suprir a demanda de mão de obra qualificada na província (Silva, 2017), se poderiam vislumbrar possibilidades interessantes, no entanto o baixo nível de proficiência declarado pelas respondentes pode sugerir certa resistência em função das dificuldades linguísticas com a proficiência da língua francesa, fato corroborado por Silva (2017), o que, portanto, tende a limitar o aproveitamento das possibilidades vislumbradas.

Ao pensar sobre a relação entre a língua nativa e o modelo de negócio imigrante, Bonder (2017) destaca que a língua nativa afeta os tipos de negócio e como eles se posicionam. Essa visão, de certa forma, está em linha com o *framework* de taxonomia de negócios imigrantes proposto por Cruz, Falcão e Mancebo (2020), de modo que se espera que empresárias com menos habilidades de se expressar no idioma local busquem as estratégias dos quadrantes superiores do referido modelo.

Nesse caso, verifica-se que as empreendedoras imigrantes brasileiras em Toronto, sobretudo quando não têm domínio do idioma do país de destino, tendem a focalizar as estratégias de negócio em um mercado de nicho étnico, o que se alinha aos resultados encontrados por Machado et al. (2021a, 2021b). Ademais, um baixo domínio do idioma também pode ter um reflexo negativo sobre a situação laboral (conseguir emprego), vindo a agravar a condição laboral

de chegada, já desfavorável (Falcão et al., 2021b; Machado et al., 2021a, 2021b).

Quanto ao tempo de estada no Canadá, a maioria das participantes apontou estar no país entre: 10 e 19 anos (31.9%, $n= 15$), três e quatro anos (21.3%, $n= 10$), 20 e 29 anos (17%, $n= 8$) e 30 e 39 anos (12.8%, $n= 6$).

4.1. Motivações para deixar o Brasil e de permanecer no Canadá

Uma das principais motivações alegadas sobre a decisão de deixar o Brasil tem a ver com a questão da segurança, o que em alguns casos se remete à “falta de segurança”, à “sensação de insegurança” ou mesmo à “violência”, em sentido estrito. A ideia de instabilidade para planejar a vida em longo prazo, com vistas à melhor qualidade de vida, também aparece como uma faceta da alegada “falta de segurança”, visão esta que converge com os achados de Schervier (2005), Cruz et al. (2017a) e Machado et al. (2021a, 2021b).

Outra motivação para deixar o Brasil e dirigir-se ao Canadá também entre as EIB tem a ver com a busca de desenvolvimento pessoal e profissional, como se pode perceber no depoimento a seguir: “Ao emigrar, eles vêm com uma perspectiva profissional, por um processo que passa pelo estudo, [...] que se converte em um processo de imigração” (RCB).

Há ainda a perspectiva de emigrar como estratégia de internacionalização, bem como de participação em um ecossistema de inovação maduro, posicionamento mais comum entre os empreendedores/as envolvidos/as com *startups* (Falcão et al., 2021a).

Procurou-se saber também se as EIB consideravam voltar a morar no Brasil. Nesse tópico, obteve-se como resultado ampla maioria de respostas negativas (74.5%).

De certa forma, esses resultados reforçam o entendimento de que a emigração de brasileiros/as que se tornariam empreendedores/as no exterior possui considerável relação com sentimentos de “decepção” e “frustração” com o país de origem, nesse caso, o Brasil (Cruz et al., 2018a). Além disso, esses sentimentos negativos no que concerne ao país de origem podem se desdobrar em dois riscos:

- gerarsentimento de desconfiança entre os brasileiros, o que pode interferir na formação de uma rede empreendedora;

- inibir a realização de negócios transnacionais (Von Bloh, Mandakovic, Apablaza, Amorós, & Sternberg, 2020), uma vez que os empresários não se sentem seguros para investir os ganhos no exterior em negócios no Brasil. O risco decorrente dessa “desconfiança” na própria comunidade étnica brasileira é preocupante, sendo possível sugerir que esse fenômeno se assente na relação ambígua do brasileiro consigo mesmo (Machado & Teixeira, 2019; Machado, 2021), entre outras razões.

Outro fator que não pode ser desprezado é aquele que tem a ver com o que se pode chamar de construção do imaginário sobre o Canadá pelas imigrantes brasileiras, uma imagem romantizada e idealizada *online* (Sega, 2021).

4.2. Comportamento empreendedor e perfil dos negócios de EIB

Em relação ao tipo de propriedade dos negócios investigados, a maioria apontou “individual” (76.60%, $n= 36$), seguido de “*partnership*” (14.39%, $n= 7$). Quando indagadas se a empresa se encontrava formalmente registrada, 76.60% ($n= 36$) responderam que “sim” e 23.40% ($n= 11$) que “não”. Esse resultado alinha-se com a ideia de que não é necessariamente incomum no percurso empreendedor imigrante haver um período inicial de informalidade (Machado et al., 2021a, 2021b).

Buscou-se saber se as EIB entendiam do negócio antes de atuar na indústria (ramo de atividade): 63.83% ($n= 30$) responderam “sim” e 34.04% ($n= 16$) “não”. Concernente ao porte da empresa, 95.74% ($n= 45$) responderam se tratar de um pequeno negócio. Quanto aos setores de atuação, 68.09% ($n= 32$) apontaram “prestação de serviços”, 17.02% ($n= 8$) “comercial”, 6.38% ($n= 3$) “comércio e indústria”, e 6.38% ($n= 3$) “comércio e prestação de serviços”. No que se refere aos ramos de atividade, verificou-se uma considerável diversificação, com destaque para os segmentos de “saúde e bem-estar” (19.1%) e de “alimentos e bebidas” (14.9%).

Procurou-se investigar o mercado-alvo dos negócios, sendo os “brasileiros residentes no Canadá” o principal resultado (59.57%, $n= 28$), seguido de “canadenses” (21.28%, $n= 10$), “outros estrangeiros residentes no Canadá” (10.64%, $n= 5$) e “turistas

brasileiros” (2.13%, $n= 1$), e 6.36% ($n= 3$) das EIB não responderam.

A esses resultados, poderiam ser acrescentados alguns achados oriundos da observação assistemática, por meio da qual foi possível visualizar em vários negócios visitados, assim como em outros que não chegaram a participar do estudo, diversos símbolos em referência à cultura brasileira, ao Brasil, ao seu povo, por exemplo: presença da bandeira brasileira e/ou do Estado de origem da proprietária do negócio — suas cores e “feições” — dentro ou fora do estabelecimento (fachada). Em restaurantes de comida brasileira, o cliente é recepcionado em português, os cardápios estavam em português/inglês, e, em alguns casos, a televisão se encontrava ligada em algum programa — normalmente telejornal — de TV paga brasileira, ou então se ouvia música brasileira. Outro artefato visível tem a ver com a decoração dos estabelecimentos, como quadros, fotos de lugares, povos e outros temas do Brasil, além de objetos regionais (artesanato). Além disso, observou-se que a maioria da clientela nos locais visitados era brasileira (imigrante ou turista) e/ou de origem brasileira.

Do ponto de vista do comportamento do consumidor, Fernandes et al. (2019) ressaltam que os objetos (produtos, serviços e negócios) têm passado por reformulações em forma, aparência, cor, estilo e sentimento, mudando a maneira como os consumidores os experienciam e as associações que eles evocam. Ou seja, ao serem comprados e usados pelos seus significados, podem ratificar o *status* e a identidade individual ou coletiva.

Nesse sentido, mediante os resultados quantitativos relativos ao mercado-alvo, bem como os achados de observação *in loco*, pode-se sugerir, à luz do modelo proposto por Cruz, Falcão e Mancebo (2020), que vários desses pequenos negócios visavam a um mercado-alvo denominado de “étnicos e coétnicos”, configurando-se, portanto, predominantemente, como um “mercado de nicho étnico”. Ademais, verificou-se a forte presença de símbolos de identificação étnica nos negócios, o que pode sugerir a adoção de “estratégias de enclave” (Portes & Zhou, 1992).

Outro aspecto abordado nesta investigação é aquele que tem a ver com a elaboração de um plano de negócio anteriormente ao início do empreendimento atual. Nesse item, verificou-se que 55.32%

($n= 26$) respondeu que não elaboraram um plano de negócio, e 42.55% ($n= 20$) que sim. Quanto ao tempo de retorno do capital inicialmente investido no negócio, a maioria indicou ter havido o retorno em até um ano (42.55%, $n= 20$), e 14.89% ($n= 7$) indicaram que ainda não havia ocorrido o retorno do investimento inicial.

Quanto à intenção (se pensou em...) de empreender no Canadá antes de sair do Brasil, verificou-se que 72.34% ($n= 34$) responderam negativamente e 27.66% ($n= 13$) de modo afirmativo. De certa maneira, esse resultado contrasta com a opção de carreira vinculada à atividade empreendedora — seja por oportunidade, seja por necessidade — à inserção econômica e social da mulher brasileira imigrante no Canadá (Falcão et al., 2022).

Esse ponto pode ser retomado quando se resgatam os estudos que apontam para o empreendedorismo de autoemprego ou do pequeno negócio como saída diante das dificuldades da obtenção de um emprego formal, ou até do desemprego (Hillman, 1999). Ainda segundo a literatura, são diversas as motivações que levam as mulheres a optarem pelo empreendedorismo, quer seja pelo “desencantamento em relação ao emprego”, quer seja pelo “desejo de independência” (Collins & Low, 2010). Essa emancipação da mulher que enfrenta dificuldades na obtenção de uma ocupação bem remunerada, mesmo por meio do empreendedorismo de autoemprego, pode não corresponder a rendimentos elevados (Constant & Schultz-Nielsen, 2004).

O recorte de gênero do presente trabalho, portanto, deve-se à importância de enunciar as políticas de imigração e como elas impactam de forma diferenciada mulheres e homens, o que resulta em possíveis diferenças de inserção societal e atividade profissional. Dessa maneira, é relevante destacar os aspectos da interseccionalidade, que passam pelas categorias de raça (mulheres brancas em sua maioria e latinas), classe (social) e gênero.

Um ponto que também merece destaque é a questão do *networking* — aqui compreendido como redes amplas de relacionamento, isto é, que não se restringem à esfera profissional — na abertura e gestão do negócio. Assim, buscou-se saber se a rede de relacionamentos facilitou a abertura da empresa, ao que 74.47% ($n= 35$) responderam “sim” e 23.40% ($n= 11$) “não”. Em relação à influência posi-

tiva da rede de relacionamentos na gestão do negócio, 85.11% ($n= 40$) responderam afirmativamente e 14.89% ($n= 7$) negativamente.

A questão das redes de relacionamentos, entre outros aspectos, pode ter relevância no que se refere à sondagem ambiental para antecipar e interpretar mudanças em seu ambiente (Santos, Pellegrino, Machado, & Ribeiro, 2014). A construção e manutenção de redes têm a ver, fundamentalmente, com a busca de acesso a recursos organizacionais e a potenciais clientes (Machado et al., 2021a, 2021b): “*Eu acredito que sozinha você não chega longe. [...] Quando o imigrante chega, precisa construir um forte networking, algo que eu foco muito aqui*” (E10).

O networking é importante, porque basicamente é uma chave para nós termos brasileiros trabalhando com a gente, então na gestão de pessoal, sim [...]. Os pequenos empresários sofrem muito, é difícil a penetração no ambiente que não seja do seu gueto. Entendeu?! Porque você não tem network. [...] Quando é imigrante, você não tem network nenhum. Quando você nasce num lugar, você tem network da sua vida, né, você cresceu na escola, com a família, mas, quando chega como imigrante e você não tem, você tem que começar tudo do zero (E5).

“Lógico, é muito importante! Eu fiz muita clientela, muita amizade” (E6).

Eu acho que a falta de uma rede de contatos [pausa], então [pausa], eu não conheço ninguém aqui, não conhecia até agora, mas, por exemplo, eu tenho na associação de mulheres empreendedoras [pausa], eu consigo ter agora alguns canais [...]. Eu senti falta de ter encontros de empreendedores aqui, brasileiros e organizados como você tem, por exemplo, no Brasil. [...] Agora eu me sinto mais à vontade para mostrar mais a minha cara para a comunidade brasileira aqui (E25).

Demais, demais...! Porque de todo mundo assim, é Já me olhava como uma empreendedora. Já era bem conhecida. Então eu disse: esse é o momento! E nesse meio-tempo eu estudei o perfil de cada cliente: esse cliente é um cliente fixo, é um cliente que eu posso contar [...]. Essa rede

continua ajudando, mas a ajuda maior mesmo é o boca a boca (E23).

Ademais, as interseccionalidades de raça (mulheres brancas em sua maioria e latinas), classe (social) e gênero promovem mediação da construção de suas redes de apoio, como demonstram os resultados desta pesquisa.

Nesse sentido, no caso do empreendedorismo imigrante de brasileiros/as no Canadá, não parece haver dúvida quanto à relevância da criação e manutenção de redes com vistas a garantir novos contatos (potenciais clientes), além de acesso à informação etc., fatores fundamentais que podem exercer papel-chave às oportunidades econômicas (Machado et al., 2021a), principalmente pela perspectiva de aproveitamento de recursos para estabelecer negócios relacionados aos imigrantes (Cruz et al., 2018a). Todavia, há que se pontuar para o risco de diminuição do potencial positivo desse “capital social”, uma vez que se encontrou certo discurso de desconfiança na própria comunidade étnica brasileira (Machado et al., 2021b), o que pode ser entendido, pelo menos em parte, por meio da relação ambígua do brasileiro consigo mesmo (Machado & Teixeira, 2019; Machado, 2021).

Do ponto de vista estritamente qualitativo, também se identificou algo sensível às EIB que tem a ver, entre outros aspectos, com dificuldades relacionadas à “equilíbrio trabalho-família”, o queraz desafios diversos: *“As dificuldades é De dar conta desse negócio, exercendo as atividades de mulher e de mãe expatriada, né? [...] Ter o negócio por si só. Se fosse só isso que eu fizesse na vida, provavelmente eu não teria tido tanta dificuldade” (E24).*

Quando eu cheguei aqui no Canadá, em Toronto, eu me senti perdida, sozinha [...], eu me senti, assim, acuada, perdida. O que que eu ia fazer? Eu era bem ativa, o tempo todo trabalhando [no Brasil]. Então eu comecei a ir para a cozinha. Hum... de cara?! É, na minha casa. Cozinhar. Inventei de fazer coxinha, inventei de fazer uns quibes. Liguei para o Brasil, pedi à minha amiga: me dá umas receitas aí de rissoles, bolinho de queijo, empada. E ela foi buscando as receitas e tal. E eu comecei a fazer aquilo para o meu convívio, para os aniversários da minha família (E23).

A questão de gênero, especialmente no que se refere à mulher, ainda parece ser um tema de preocupação à sociedade canadense:

O que ainda existe, mostrado em todos os jornais canadenses, é a mesma discussão que está acontecendo no governo, que ainda tem dificuldade com as questões de gênero. Sim, as mulheres têm dificuldades aqui no Canadá, os homens enfrentam menos dificuldades, ou não enfrentam nenhuma (RCB).

“Tem muito a questão... Eles [Canadá, canadenses] são muito engajados na questão de mulheres, condição de igualdade e tal. Acho que isso é uma briga em qualquer lugar” (RCC).

As barreiras enfrentadas pelas mulheres no empreendedorismo são de várias ordens (Abbasian & Yazdanfar, 2013; Chreim, Spence, Crick, & Liao, 2018). Nessa direção, pontua-se que o governo do Canadá tem procurado promover políticas de incentivo à aprendizagem e ao emprego (Billore, 2011; Lido-la, 2014) com foco em mulheres imigrantes. Ainda no contexto canadense, percebe-se a existência de agências regionais que patrocinam programas voltados especificamente para mulheres empreendedoras (Orser, 2007).

Seja como for, não parece pairar dúvida de que as mulheres ainda se encontram, na maior parte das vezes, sub-representadas em diversos espaços sociais, o que requer um olhar atento para essa questão (Machado & Hanashiro, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi discutir aspectos relativos ao perfil sociodemográfico e empreendedor de empreendedoras imigrantes brasileiras em Toronto, no Canadá, bem como algumas características dos seus negócios em si. Este trabalho visa contribuir com a literatura sobre empreendedorismo imigrante brasileiro no Canadá, por um enfoque exploratório acerca do empreendedorismo de imigrantes brasileiras.

Com respeito à caracterização sociodemográfica, verificou-se que a maioria se declarou branca, casada, com filhos, na faixa etária entre 30 e 59 anos, proveniente principalmente de São Paulo e Minas Gerais. Além disso, antes da migração para o Canadá, a maior parte respondeu que se encontrava com emprego no

Brasil, seguida das que se declararam empresárias no país de origem, resultados que sugerem que a causa da migração estritamente econômica não parece ser tão forte. Viu-se ainda alto nível de educação formal entre as participantes, o que se alinha a diversos trabalhos que posicionam os brasileiros como imigrantes qualificados e, no caso do Canadá, também se deve a certos critérios seletivos do processo migratório.

Outro aspecto a se destacar foi o alto nível declarado de proficiência em inglês, o que tende a se mostrar importante para o sucesso do/a empreendedor/a imigrante, sobretudo nas áreas predominantemente anglófonas, contudo constatou-se baixo nível declarado de proficiência em francês, o que pode limitar o aproveitamento de oportunidades laborais e de negócios, sobretudo nas áreas onde predomina a influência francófona. No caso das empreendedoras imigrantes brasileiras, em Toronto, principalmente quando não têm domínio do idioma do país de destino, notou-se certa inclinação a concentrar as estratégias de negócio no mercado de nicho étnico.

No que se refere às motivações para deixar o Brasil, alegou-se em primeiro lugar a “falta de segurança”, “sensação de insegurança”, “instabilidade” para planejar a vida, corroborando outros achados relativos a imigrantes brasileiros. Além disso, verificou-se baixo interesse de voltar a viver no Brasil. Há também fatores que atraem a EIB ao Canadá, com certa influência em permanecer no país, o que tem a ver, pelo menos em parte, com a construção de certo imaginário sobre o país pelas imigrantes brasileiras, o que se tem chamado de uma imagem romantizada e idealizada *online* (Sega, 2021). Esses resultados sugerem e reforçam o entendimento de que a emigração de brasileiros/as que se tornariam empreendedores/as no exterior possui considerável relação com sentimentos de “decepção” e “frustração” no que tange ao Brasil, o que, entre outras coisas, pode desdobrar-se em desconfiança na própria comunidade étnica no país de destino.

Em sua maioria, os negócios das EIB eram declaradamente formalizados, individuais ou de pequeno porte, atuantes no setor de prestação de serviços, com destaque para o segmento de saúde e bem-estar. A maior parte das participantes declarou que entendia do negócio antes de atuar na indústria (ramo de atividade). Quanto ao mercado-alvo dos negócios, a maioria apontou brasileiros residentes no Canadá. Ade-

mais, observou-se que a maior parte da clientela nos locais visitados era brasileira (imigrante ou turista) e/ou de origem brasileira, entre outros aspectos visíveis. Portanto, sugere-se que as EIB tinham como mercado-alvo, predominantemente, os étnicos e coétnicos, configurando-se como um mercado de nicho étnico.

O *networking* mostrou-se como um ponto de destaque entre as EIB. Os resultados podem sugerir que há ampla compreensão da relevância das redes à atividade empreendedora no Canadá, no entanto riscos associados a certo discurso de desconfiança na comunidade étnica podem atuar em sentido contrário aos potenciais benefícios das redes entre brasileiros/as.

Outro ponto que não poderia ficar de fora é aquele que tem a ver com dificuldades relacionadas a equilíbrio trabalho-família, aspecto também apontado por algumas EIB.

A visão estruturalista empreendida neste estudo aponta para evidências de que os sistemas são os responsáveis por favorecer ou bloquear o empreendedorismo nos países de destino (aqui, o Canadá), muitas vezes sobrepondo-se à capacidade de agência dos atores. A presente pesquisa também segue essa perspectiva ao enfocar os fatores condicionantes da migração e do empreendedorismo. Nesse sentido, a interseccionalidade faz-se presente, ao mostrar as diferentes camadas de gênero, nacionalidade e grau de escolaridade.

Ainda, o perfil sociodemográfico das participantes, suas motivações para deixar o Brasil e permanecer no Canadá, as características de seus negócios e seus comportamentos empreendedores são explicados, em parte, por suas identidades sociais, ou seja, de raça (mulheres brancas em sua maioria e latinas), classe (social) e gênero.

Como limitações, o trabalho restringiu-se a levantar dados de uma amostra de empreendedoras brasileiras do Canadá, porém esse perfil de empreendedorismo pode mudar ao longo dos anos e com as políticas migratórias. Portanto, não se pretende ser exaustivo no tema, mas sim abrir o debate. Para finalizar, sugere-se a realização de estudos futuros — como o de Akbar e Preston (2021), com *Canadian Bangladeshi women* — que visem ilustrar a influência de recursos familiares e dos papéis de gênero nos caminhos do empreendedorismo de mulheres imigrantes brasileiras no Canadá, assim como investigar mais a fundo as possíveis influências para os negócios oriundas da desconfiança na própria comunidade étnica.

REFERÊNCIAS

- Abbasian, S., & Yazdanfar, D. (2013). Exploring the financing gap between native born women-and immigrant women-owned firms at the start-up stage: Empirical evidence from Swedish data. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 157-173. <https://doi.org/10.1108/17566261311328837>
- 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. <https://doi.org/10.1080/19438192.2018.1523092>
- Akbar, M., & Preston, V. (2021). Entrepreneurial activities of Canadian Bangladeshi women in Toronto: a family perspective. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2021.2010522>
- Alba, R. D., & Logan, J. R. (1993). Minority proximity to whites in suburbs: An individual-level analysis of segregation. *American Journal of Sociology*, 98(6), 1388-1427. <https://doi.org/10.1086/230193>
- Alba, R. D., & Nee, V. (2014). Rethinking assimilation theory for a new era of immigration. *The New Immigrant in American Society: Interdisciplinary Perspectives on the New Immigration*, 2.
- Aliaga-Isla, R., & Rialp, A. (2013). Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: previous findings and ways forward. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 819-844. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.845694>
- Bailey, M. (2019). Snowball sampling in business oral history: accessing and analyzing professional networks in the Australian property industry. *Enterprise & Society*, 20(1), 74-88. <https://doi.org/10.1017/eso.2018.110>
- Barbosa, R. (2017). *Brazil and Canada: economic, political, and migratory ties, 1820s to 1970s*. Lexington Books.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Billore, S. (2011). Female immigrant entrepreneurship: exploring international entrepreneurship through the status of Indian women entrepreneurs in Japan. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(1), 38-55. <https://doi.org/10.1108/17566261111114971>
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38(5), 583-594. <https://doi.org/10.2307/2094409>
- Bonacich, E. (1993). The other side of ethnic entrepreneurship: a dialogue with Waldinger, Aldrich, Ward and associates. *International Migration Review*, 27(3), 685-692. <https://doi.org/10.1177/019791839302700324>
- Bonder, L. E. (2017). Relationship with English: language use, attitudes, and investment in learning among low-income Latino immigrant entrepreneurs. *Critical Inquiry in Language Studies*, 14(4), 371-396. <https://doi.org/10.1080/15427587.2017.1313684>
- Borjas, G. J. (2018). Lessons from immigration economics. *The Independent Review*, 22(3), 329-340.
- Bourdieu, P. (2018). The forms of capital. In J. F. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 78-92). Greenwood Press.
- Bozorgmehr, M., & Ketcham, E. (2021). Adult children of professional and entrepreneurial immigrants: second-generation Iranians in the United States. In M. M. Mobasher (Ed.), *The Iranian diaspora: challenges, negotiations, and transformations* (pp. 25-49). Nova York: University of Texas Press.
- Brücker, H., Docquier, F., & Rapoport, H. (2012). *Brain drain and brain gain: the global competition to attract high-skilled migrants*. Oxford University Press.
- Cameron, E. (2004). *Multiculturalism and immigration in Canada*. Canadian Scholar's Press.

- Cerna, L., & Czaika, M. (2016). European policies to attract talent: the crisis and highly skilled migration policy changes. In A. Triandafyllidou, I. Isaakyan (Eds.), *High-skill migration and recession* (pp. 22-43). Palgrave Macmillan.
- Chand, M., & Tung, R. L. (2019). Skilled immigration to fill talent gaps: a comparison of the immigration policies of the United States, Canada, and Australia. *Journal of International Business Policy*, 2(4), 333-355. <https://doi.org/10.1057/s42214-019-00039-4>
- Chreim, S., Spence, M., Crick, D., & Liao, X. (2018). Review of female immigrant entrepreneurship research: Past findings, gaps and ways forward. *European Management Journal*, 36(2), 210-222. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.02.001>
- 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. <https://doi.org/10.1080/08985620903220553>
- Constant, A., & Schultz-Nielsen, M. L. (2004). Immigrant self-employment and economic performance. In T. Tranæs & K. F. Zimmermann (Eds.), *Migrants, work, and the welfare state* (pp. 214-243). University Press of Southern Denmark and Rockwool Foundation Research Unit.
- Cruz, E. P., & Falcão, R. P. Q. (2016). Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. *Internext*, 11(3), 78-94. <https://doi.org/10.18568/1980-4865.11378-94>
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. D. Q., & Barreto, C. R. (2017a). Estudo exploratório do empreendedorismo imigrante brasileiro em Pompano Beach e Orlando-EUA. *Gestão & Planejamento*, 18, 37-54. <https://doi.org/10.21714/2178-8030gep.v18.4238>
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. D. Q., & Barreto, C. R. (2018a). Exploring the evolution of ethnic entrepreneurship: the case of Brazilian immigrants in Florida. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(5), 971-993. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2016-0239>
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., & Mancebo, R. C. (2020). Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 18(2), 227-255. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00263-2>
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q., Mancebo, R. C., & Castro, A. (2017b). Trajetórias do empreendedorismo imigrante e estratégias de mercado a partir das experiências de brasileiros no exterior. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 5(2), 37-54. <https://doi.org/10.32888/cge.v5i2.12711>
- Cruz, E. P., Jesus, D. M. O., Falcão, R. P. D. Q., Lopes, L. A. C., Petri, F. C., Melo, Y. M., & Junior, R. D. S. (2016). *Relatório de pesquisa sobre Brasileiros na Austrália*. Universidade Federal Fluminense.
- Cruz, E. P., Mancebo, R. C., & Falcão, R. P. Q. (2018). Empreendedorismo imigrante no contexto dos haitianos em Maricá: reflexões e propostas. *Empreendedorismo, Gestão e Negócios*, 7(7), 143-159.
- Czaika, M., & Parsons, C. R. (2017). The gravity of high-skilled migration policies. *Demography*, 54(2), 603-630. <https://doi.org/10.1007/s13524-017-0559-1>
- Dam, H., Chan, J., & Wayland, S. (2018). Missed opportunity: International students in Canada face barriers to permanent residence. *Journal of International Migration and Integration*, 19(4), 891-903. <https://doi.org/10.1007/s12134-018-0576-y>
- De Haas, H. (2010). Migration and development: a theoretical perspective. *International Migration Review*, 44(1), 227-264. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2009.00804.x>
- 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. *Internext*, 14(2), 161-174. <https://doi.org/10.18568/internext.v14i2.467>
- Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: an emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001-1022. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00332.x>

- Elo, M., & Volovelsky, E. K. (2017). Jewish diaspora entrepreneurs-the impact of religion on opportunity exploration and exploitation. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2), 244-269. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.084090>
- Falcão, R. P. D. Q., Cruz, E. P., Paula, F. D. O., & Machado, M. M. (2022). Entrepreneurial intention of Brazilian immigrants in Canada. *Brazilian Administration Review*, 19(1), e200018. <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2022200018>
- Falcão, R. P. D. Q., Machado, M. M., Cruz, E. P., & Cunha, R. M. (2021a). Trajetórias emergentes de startups brasileiras-canadenses à luz do modelo de Uppsala, empreendedorismo de imigrantes e da effectuation. *Revista Eletrônica de Administração*, 27(3), 835-869. <https://doi.org/10.1590/1413-2311.335.109038>
- Falcão, R. P. D. Q., Machado, M. M., Cruz, E. P., & Hossein, C. S. (2021b). Mixed embeddedness of Brazilian entrepreneurs in Toronto. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(7), 1724-1750. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2020-0527>
- Fernandes, O. L. D. C., Fernandes, N. D. C. M., Paiva Júnior, F. G. D., Leão, A. L. M. S., & Costa, M. F. D. (2019). Consumo simbólico e representação do self: um estudo de interações em uma comunidade virtual de usuários Ubuntu-Br. *Cadernos EBAPE.BR*, 17(n. esp.), 717-731. <https://doi.org/10.1590/1679-395174446>
- Finardi, K. R., & França, C. (2016). O inglês na internacionalização da produção científica brasileira: evidências da subárea de linguagem e linguística. *Revista Intersecções*, 9(19), 234-250.
- Fraga, M. V. (2018). Política de imigração do Canadá: diversificação étnica e integração econômica. In L. Bógus, & R. Baeninger (Eds.), *A nova face da emigração internacional no Brasil* (pp. 179-201). São Paulo: Educ.
- Ghauri, P., Grønhaug, K., & Strange, R. (2020). *Research methods in business studies*. Cambridge University Press.
- Gomes, L. A. S., & Bourlegat, C. A. L. (2020). Empreendedorismo étnico e de autoemprego em um olhar para as comunidades de imigrantes. *Interações*, 21(2), 317-330. <https://doi.org/10.20435/inter.v21i2.2287>
- Goza, F. (1994). Brazilian Immigration to North America. *International Migration Review*, 28(1), 136-152. <https://doi.org/10.2307/2547029>
- Goza, F. (1999). Brazilian immigration to Ontario. *International Migration*, 37(4), 765-789. <https://doi.org/10.1111/1468-2435.00093>
- Hillman, F. (1999). A look at the “hidden side”: Turkish women in Berlin’s ethnic labour market. *International Journal of Urban and Regional Research*, 23(2), 267-282. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00195>
- Huang, L., Frideger, M., & Pearce, J. L. (2014). How non-native speakers can crack the glass ceiling. *Harvard Business Review*, 92, 28.
- Kerwin, D. (2020). International migration and work: charting an ethical approach to the future. *Journal on Migration and Human Security*, 8(2), 111-133. <https://doi.org/10.1177/2331502420913228>
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), 189-201. <https://doi.org/10.1080/13691830020041561>
- Knowles, V. (2016). *Strangers at our gates: Canadian immigration and immigration policy, 1540–2015*. Dundurn.
- Kofman, E. (2014). Towards a gendered evaluation of (highly) skilled immigration policies in Europe. *International Migration*, 52(3), 116-128. <https://doi.org/10.1111/imig.12121>
- Lee, J. (1999). Retail niche domination among African American, Jewish, and Korean entrepreneurs: competition, coethnic advantage and disadvantage. *American Behavioral Scientist*, 42(9), 1398-1416. <https://doi.org/10.1177/00027649921954967>

- Lidola, M. (2014). Negotiating integration in Berlin's Waxing Studios: Brazilian migrants' gendered appropriation of urban consumer spaces and 'ethnic' entrepreneurship. *Journal of Contemporary History*, 49(1), 228-251. <https://doi.org/10.1177/0022009413505664>
- Light, I. (1979). Disadvantaged minorities in self-employment. *International Journal of Comparative Sociology*, 20(1-2), 31-45. <https://doi.org/10.1163/156854279X00157>
- Machado, M. M. (2021). Dignity in the relationship between the Brazilian and other Latin American workers. In M. L. M. Teixeira, & L. M. B. Oliveira (Eds.), *Organizational dignity and evidence-based management* (pp. 121-135). Springer.
- Machado, M. M., & Hanashiro, D. M. M. (2018). Do Coletivo Vaporetto à presidência: reflexões sobre a diversidade de gênero em uma organização sindical. In P. C. Silva, M. Rovida, F. T. P. Lopes, & W. Garcia (Eds.), *Gêneros, diversidades, tecnologias e smart city* (pp. 1-21). Eduniso.
- Machado, M. M., & Teixeira, M. L. M. (2016). Em busca da diferença e da igualdade: reflexões sobre multiculturalismo e interculturalismo. *Anais do Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais*, pp. 1-9.
- Machado, M. M., & Teixeira, M. L. M. (2019). Foreignism: a phenomenon contrary to the intercultural exchange between Brazilians and other Latin Americans? *Portuguese Studies Review*, 27(1), 47-65.
- Machado, M. M., Falcão, R. P. Q., Cruz, E. P., & Hossein, C. S. (2021a). Aspectos do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto. *Interações*, 22(3), 959-975. <https://doi.org/10.20435/inter.v22i3.3144>
- Machado, M. M., Falcão, R. P. Q., Cruz, E. P., & Hossein, C. S. (2021b). The Canadian experience from the perspective of Brazilian immigrant entrepreneurship in Toronto. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 10(3), e1963. <https://doi.org/10.14211/regepe.e1963>
- Machado, M. M., Hossein, C. S., Cruz, E. P., & Falcão, R. P. Q. (2020). A experiência canadense na perspectiva do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto. In Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, Belo Horizonte. *Anais. ANEGEPE*.
- Machado, M. M., Hossein, C. S., Falcão, R. P. Q., & Cruz, E. P. (2021c). Brazilian-Canadian immigrant businesses configuration in the Greater Toronto Metropolitan Area, Canada. *Frontera Norte*, 33, 1-31. <https://doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2126>
- Margolis, M. L. (1994). *Little Brazil: imigrantes brasileiros em Nova York*. Papirus.
- Margolis, M. L. (2013). *Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo*. Contexto.
- Mayblin, L. (2019). *Impoverishment and asylum: social policy as slow violence*. Routledge.
- Nabavi, M., & Lund, D. E. (2016). Tensions and contradictions of living in a multicultural nation in an era of bounded identities. In R. D. Sawyer, & J. Norris (Eds.), *Duoethnography* (pp. 177-198). Routledge.
- Orser, B. (2007). *Canadian women entrepreneurs, research and public policy: a review of the literature*. Université d'Ottawa.
- Portes, A., & Zhou, M. (1992). Gaining the upper hand: economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and Racial Studies*, 15(4), 491-522. <https://doi.org/10.1080/01419870.1992.9993761>
- Rath, J. (2000). Introduction: Immigrant businesses and their economic, politico-institutional and social environment. In J. Rath (Ed.), *Immigrant businesses: the economic, political and social environment* (pp. 1-19). MacMillan Press.
- Rath, J., & Schutjens, V. (2019). Advancing the frontiers in ethnic entrepreneurship studies. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, 110(5), 579-587. <https://doi.org/10.1111/tesg.12398>
- Sá, C., & Sabzalieva, E. (2018). The politics of the great brain race: Public policy and international student recruitment in Australia, Canada, England and

the USA. *Higher Education*, 75(2), 231-253. <https://doi.org/10.1007/s10734-017-0133-1>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa*. (5ª ed.). Penso.

Santos, L. B., Pellegrino, L. R., Machado, M. M., & Ribeiro, J. F. (2014). O rastreamento ambiental nas micro e pequenas empresas (MPEs): uma análise exploratória à luz do modelo de organizações como sistemas interpretativos de Daft e Weick. *Revista Administração em Diálogo*, 16(2), 117-141. <https://doi.org/10.20946/rad.v16i2.13687>

Sassen, S. (1988). *The mobility of labor and capital*. Cambridge University Press.

Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.

Schervier, Z. (2005). Brasileiros no Canadá: em busca de segurança? *Interfaces Brasil/Canadá*, (5), 231-252.

Sega, R. F. (2018). Canadá em quatro tempos: o fluxo migratório de brasileiros para Toronto. In L. Bógus, & R. Baeninger (Eds.), *A nova face da emigração internacional no Brasil* (pp. 205-234). Educ.

Sega, R. F. (2021). “É o que vende o sonho”: a apresentação *online* do Canadá pelas imigrantes brasileiras. In J. P. Hergesel (Ed.), *Narrativas audiovisuais: ficção, não ficção, experimentação e hibridismos* (pp. 20-42). e-Publicar.

Silva, S. F. (2017). Brasileiro em Montreal e a construção de um perfil “ideal” de imigrante: políticas linguísticas em tela. *Migulim: Revista Eletrônica do Netlli*, 6(2), 285-303. <https://doi.org/10.47295/mgren.v6i2.1301>

Taylor, D. P. (2019). Critical view of skilled migration and skilled immigrants, post migration. *RAIS Journal for Social Sciences*, 3(2), 40-49. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3549461>

Trenz, H.-J., & Triandafyllidou, A. (2017). Complex and dynamic integration processes in Europe: Intra EU mobility and international migration in times of recession. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(4), 546-559. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2016.1251013>

Trilokekar, R., & El Masri, (2019). “International students are... golden”: Canada’s changing policy contexts, approaches and national peculiarities in attracting international students as future immigrants. In A. H. Kim, & M.-J. Kwak (Eds.), *Outward and upward mobilities: International students, their families, and structuring institutions* (pp. 25-55). University of Toronto Press.

Von Bloh, J., Mandakovic, V., Apablaza, M., Amorós, J. E., & Sternberg, R. (2020). Transnational entrepreneurs: opportunity or necessity driven? Empirical evidence from two dynamic economies from Latin America and Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(10), 2008-2026. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2018.1559996>

Waldinger, R., Aldrich, H., & Ward, R. (1990). *Ethnic entrepreneurs: immigrant business in industrial societies*. Sage.

Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: convergencies, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*, 38(3), 1040-1074. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2004.tb00228.x>

BRAZILIAN WOMEN IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP IN TORONTO, CANADAMichel Mott Machado¹ , Eduardo Picanço Cruz^{2*} , Roberto Pessoa de Queiroz Falcão³ ¹Universidade Presbiteriana Mackenzie – São Paulo, (SP), Brasil.²Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ), Brasil.³Universidade do Grande Rio – Duque de Caxias (RJ), Brasil.**ARTICLE DETAILS****Article history:**

Received on August 25, 2022

Accepted on Janeiro 13, 2023

Available online on December 6, 2022

Double Blind Review System**Editor-in-Chief**

Fernanda Cahen

Keywords

Immigrant Entrepreneurship

Brazilian Women

Toronto

Canada

ABSTRACT

Objective: This article aimed to analyze the sociodemographic and entrepreneurial profile of Brazilian immigrant women in Toronto, Canada, as well as characteristics of the businesses themselves. **Method:** Data were collected in Toronto through the application of questionnaires with 47 Brazilian women entrepreneurs and 22 semi-structured interviews, representing a multimethod approach. The analysis included descriptive statistics and qualitative analysis of trajectories and life histories. **Main Results:** Respondents are mostly from the Southeastern region of Brazil, white, married, with children, aged between 30 and 59 years, with a high level of education and proficiency in English. Most of the businesses are small/individual, in the service sector. The target market, for the most part, is “Brazilians residing in Canada”, therefore, “ethnic” and “coethnic”. The importance of networking to entrepreneurial activities is widely recognized. Difficulty related to balancing work and family was pointed out, which requires further studies on the influence of family resources and gender roles on the paths of entrepreneurship of Brazilian immigrant women in Canada. The work also highlights the intersectionality of the insertion of Brazilian immigrant entrepreneurs in Canadian society. **Relevance / Originality:** the work focuses on a poorly researched audience, that of Brazilian female entrepreneurs in Canada, highlighting important elements of their work in the country. **Theoretical / Methodological Contributions:** The article contributes to the literature on female entrepreneurship in Canada.

Como citar este artigo:

Machado, M. M., Cruz, E. P., & Falcão, R. P. Q. (2023). Empreendedorismo imigrante de mulheres brasileiras em Toronto, Canadá. *Internext*, 18(2), 113-129. <https://doi.org/10.18568/internext.v18i2.727>