

UMA APROXIMAÇÃO DO EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE DE MULHERES BRASILEIRAS NO CANADÁ¹

AN APPROACH TO IMMIGRANT ENTREPRENEURSHIP OF BRAZILIAN WOMEN IN CANADA

Michel Mott Machado¹[0000-0002-3444-8271]
Roberto Pessoa de Queiroz Falcão²[0000-0002-8125-0938]
Eduardo Picanço Cruz³[0000-0003-4484-3256]

¹ Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

² Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO)

³ Universidade Federal Fluminense (UFF)

michel.machado@cpospos.sp.gov.br, robertopqfalcao@gmail.com,
epicanco@id.uff.br

Resumo. Teve-se por objetivo analisar o perfil sociodemográfico e empreendedor de mulheres brasileiras imigrantes em Toronto, no Canadá, bem como características dos negócios em si. Realizou-se uma pesquisa qualitativa do tipo exploratório-descritiva, bibliográfica e de campo, tendo sido aplicados 47 questionários e realizadas 22 entrevistas semiestruturadas. As respondentes são majoritariamente da região Sudeste brasileira, branca, casada, com filhos e idade entre 30 e 59 anos, alto nível de escolaridade e proficiência em inglês. A maioria dos negócios são de pequeno porte/individuais do setor de prestação de serviços. O mercado-alvo dos negócios, em sua maior parte, é de “brasileiros/as residentes no Canadá”, portanto, “étnicos e coétnicos”. A importância da criação e manutenção de networking, às atividades empreendedoras, é amplamente reconhecida. Há evidências de dificuldade relacionada ao balanceamento trabalho-família, o que requer estudos futuros com vistas a compreender a influência de recursos familiares e dos papéis de gênero nos caminhos do empreendedorismo de mulheres imigrantes brasileiras no Canadá.

Palavras-chave: Empreendedorismo imigrante. Mulheres brasileiras. Toronto. Canadá.

Abstract. The objective is to analyze the sociodemographic and entrepreneurial profile of Brazilian immigrant women in Toronto/CA in addition to the characteristics of the businesses. To this end, we carried out an exploratory-descriptive, bibliographic, and field research, which included 47 questionnaires

¹ Este artigo contou com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP (Processo 2018/11276-0) – Projeto de pesquisa “*Brazilian Immigrant Entrepreneurship in Toronto*”, e do CNPq - Chamada CNPq/MCTIC nº 28/2018 – “Estudo Comparativo do Empreendedorismo Imigrante das Comunidades Brasileiras em Portugal e Canadá” e Chamada CNPq/MCTI/FNDCT nº 18/2021 – “Mapeamento de Atividades Empreendedoras de Negócios Imigrantes Brasileiros: um Estudo Comparativo”.

and 22 semi-structured interviews. Most parts of the respondents were from the Southeast region of Brazil, white, between 30 and 59 years old, married, had children, and had a high level of education/proficiency in English. Most of the businesses are small/individuals in the service sector. The target market of the businesses, for the most part, is 'Brazilians residing in Canada', therefore ethnic and co-ethnic. The importance of creating and maintaining networking for entrepreneurial activities is widely recognized. There is evidence of difficulty related to work-family balance, which requires future studies to understand the influence of family resources and gender roles on the paths of entrepreneurship of Brazilian immigrant women in Canada.

Keywords: Immigrant entrepreneurship. Brazilian women. Toronto. Canada.

Introdução

Estudos têm apontado para o empreendedorismo como uma das formas de inclusão nas sociedades receptoras e de ascensão econômica do imigrante (AKBAR, 2019; CRUZ; FALCÃO; BARRETO, 2017; KLOOSTERMAN; RATH, 2003; PORTES; ZHOU, 1992).

Ao voltarmos o olhar para o recente cenário de mudanças e instabilidade econômica e social no Brasil, verifica-se um movimento de intensificação da emigração de brasileiros, sendo o Canadá um importante destino de migração brasileira (FALCÃO *et al.*, 2022; FALCÃO *et al.*, 2021; MACHADO *et al.*, 2021; 2021a; 2021b; SEGA, 2018; 2021). Assim, ao se considerar o aumento consistente da população brasileira imigrante no Canadá, bem como algumas lacunas de conhecimento sobre suas atividades e características empreendedoras (FALCÃO *et al.*, 2022; FALCÃO *et al.*, 2021; 2021a; MACHADO *et al.*, 2021; 2021a; 2021b), entende-se como relevante discutir aspectos do empreendedorismo de mulheres imigrantes brasileiras no Canadá. Portanto, o objetivo deste artigo é analisar a caracterização sociodemográfica e empreendedora de mulheres brasileiras imigrantes em Toronto, bem como o perfil dos negócios em si.

Do ponto de vista teórico, o estudo visa ampliar o entendimento da estruturação dos negócios de mulheres 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.

Material e Métodos

Trata-se de uma pesquisa multimétodos, composta de uma etapa quantitativa descritiva, que se valeu de questionários enviados para 47 mulheres empreendedoras estabelecidas na GTA (*The Greater Toronto Area*), seguida de uma etapa qualitativa, na qual foram realizadas 22 entrevistas semiestruturadas face a face, além de observação assistemática nos locais dos empreendimentos. 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).

Para a análise dos dados obtidos por meio da *survey*, utilizou-se estatística descritiva simples; no que se refere à interpretação dos dados oriundos das entrevistas, utilizou-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.

Resultados

Verificou-se que a maioria das respondentes se declarou branca, casada, com filhos, na faixa etária entre 30 e 59 anos, proveniente principalmente dos estados de São Paulo e Minas Gerais (ambos na região sudeste brasileira), com alto nível educacional formal e de proficiência em inglês, porém baixa proficiência em francês.

Antes da migração para o Canadá, a maior parte das respondentes declarou que se encontrava com emprego no Brasil, seguida das que se declararam empresárias no país de origem. Sobre as motivações para deixar o Brasil, alegou-se principalmente a “falta de segurança”, “sensação de insegurança”, “instabilidade” para planejar a vida etc., corroborando outros achados relativos a imigrantes brasileiros. Além disso, verificou-se um baixo interesse em voltar a morar no Brasil.

Em sua maioria, os negócios das empreendedoras imigrantes brasileiras (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” e de “alimentos e bebidas”. 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”, ademais, 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 foco, predominantemente, os “étnicos e coétnicos”, o que se poderia configurar como um “mercado de nicho étnico”.

Outro aspecto abordado é aquele que tem a ver com a elaboração de um plano de negócios, anteriormente ao início do empreendimento atual. Neste tocante, verificou-se que 55,32% (n=26) responderam que não elaboraram um plano de negócios, e 42,55% (n=20) apontaram “sim”. Quanto ao tempo de retorno do capital inicialmente investido, tem-se que a maioria indicou ter havido o retorno em até 1 (um) ano (42,55%, n=20), sendo que 14,89% (n=7) indicaram que ainda havia ocorrido o retorno do investimento inicial.

Quanto ao “se pensou em empreender no Canadá antes de sair do Brasil”, verificou-se que 72,34% (n=34) responderam negativamente e 27,66% (n=13) afirmativamente.

Um ponto que também mereceu destaque é a questão do *networking* – aqui compreendido como redes amplas de relacionamentos, 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/do negócio, ao que 74,47% (n=35) responderam “sim” e 23,40% (n=11) “não”; em relação à influência positiva 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 *et al.*, 2014). Ademais, a construção e manutenção de redes de relacionamento tem a ver, fundamentalmente, com a busca de acesso a recursos organizacionais e a potenciais clientes (MACHADO *et al.*, 2021; 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 [...]” (E6).

No entanto, há que se pontuar para o risco de diminuição do potencial positivo desse “capital social” oriundo das redes, uma vez que se encontrou um certo discurso de desconfiança dentro da própria comunidade étnica brasileira (FALCÃO *et al.*, 2021; MACHADO *et al.*, 2021; 2021a), o que pode ser entendido, pelo menos em parte, por meio da relação ambígua do brasileiro consigo mesmo (MACHADO; TEIXEIRA, 2019; MACHADO, 2021).

Também se identificou algo sensível às EIB, que tem a ver com dificuldades relacionadas à *work-family balance*: “As dificuldades é..., de dar conta desse negócio, exercendo as atividades de mulher e de mãe [...]” (E16). No entanto, a questão de gênero, especialmente no que se refere à “mulher”, ainda parece ser um tema problemático à sociedade canadiana, o que, sob diversos aspectos, requer um olhar atento sobre o assunto.

Conclusões

Os resultados sugerem que a causa da migração estritamente econômica não parece ser tão forte entre as EIB, sendo esse fluxo migratório tendencialmente caracterizado como qualificado, além de se mostrar com potencial de alta produtividade laboral e empreendedora.

A “falta de segurança”, “sensação de insegurança” ou “instabilidade” para planejar a vida, aparecem como as principais motivações para deixar o Brasil, que uma vez aliadas a uma imagem romantizada e idealizada *online* (SEGA, 2021) sobre o Canadá, tende a produzir um certo “posicionamento” subjetivo de “querer sair” (do Brasil) e de “atração” (pelo Canadá).

O mercado-alvo dos negócios era, predominantemente, de étnicos e coétnicos, configurando um “mercado de nicho étnico”.

Destaque-se a ampla compreensão da relevância das redes de relacionamento concernente às atividades empreendedoras no Canadá, em vários aspectos. No entanto, “riscos” associados a um certo discurso de desconfiança dentro da comunidade étnica, podem atuar em sentido contrário aos potenciais benefícios das redes entre brasileiros/as.

Finalmente, também foi apontada por algumas EIB, a dificuldade relacionada ao balanceamento trabalho-família. Isso requer, por exemplo, a necessidade de um debruçar sobre a influência de recursos familiares e dos papéis de gênero nos caminhos do empreendedorismo de mulheres imigrantes brasileiras no Canadá, o que poderá ser feito em estudos futuros.

Referências

- AKBAR, M. Examining factors that affect the employment status of racialised immigrants: a study of Bangladeshi immigrants in Toronto, Canada. *South Asian Diaspora*, Hyderabad, v. 11, n. 1, p. 67-87, 2019.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- CRUZ, E. P.; FALCÃO, R. P. Q.; BARRETO, C. R. Estudo exploratório do empreendedorismo imigrante brasileiro em Pompano Beach e Orlando – EUA, *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, v. 18, p. 37-54, 2017.
- FALCÃO, R. P. Q.; MACHADO, M. M.; CRUZ, E. P.; HOSSEIN, C. S. Mixed embeddedness of Brazilian entrepreneurs in Toronto. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, v. 27, n. 7, p. 1724-1750, 2021.
- FALCÃO, R. P. Q.; CRUZ, E. P.; PAULA, F. O.; MACHADO, M. M. *Entrepreneurial*

intention of Brazilian immigrants in Canada. *BAR – Brazilian Administration Review*, v. 19, n. 1, e200018, 2022.

GHAURI, P.; GRØNHAUG, K.; STRANGE, R. *Research methods in business studies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.

KLOOSTERMAN, R.; RATH, J. Introduction. In KLOOSTERMAN, R.; RATH, J. (Eds.). *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford, UK; New York, USA: Berg, 2003.

MACHADO, M. M.; TEIXEIRA, M. L. M. Foreignism: A phenomenon contrary to the intercultural exchange between Brazilians and other Latin Americans? *Portuguese Studies Review – PSR*, Peterborough, v. 27, n. 1, p. 47-65, 2019.

MACHADO, M. M. Dignity in the relationship between the Brazilian and other Latin American workers. In TEIXEIRA, M. L. M.; OLIVEIRA, L. M. B. (Eds.). *Organizational dignity and evidence-based management*. Switzerland: Springer, 2021.

MACHADO, M. M.; HOSSEIN, C. S.; FALCÃO, R. P. Q.; CRUZ, E. P. Brazilian-Canadian immigrant businesses configuration in the Greater Toronto Metropolitan Area, Canada. *Frontera Norte – Revista Internacional de Fronteras, Territorios y Regiones / International Journal of Borders, Territories and Regions*, v. 33, art. 14, p. 1-31, 2021.

MACHADO, M. M.; FALCÃO, R. P. Q.; CRUZ, E. P.; HOSSEIN, C. S. Aspectos do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto. *Interações, Campo Grande*, v. 22, n. 3, p. 959-975, jul./set. 2021a.

MACHADO, M. M.; FALCÃO, R. P. Q.; CRUZ, E. P.; HOSSEIN, C. S. The Canadian experience from the perspective of Brazilian immigrant entrepreneurship in Toronto. *Iberoamerican Journal of Entrepreneurship and Small Business*, v. 10, n. 3, e1963, 2021b.

PORTES, A.; ZHOU, M. Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities. *Ethnic and Racial Studies*, v. 15, n. 4, p. 491-522, 1992.

SEGA, R. F. Canadá em quatro tempos: o fluxo migratório de brasileiros para Toronto. In BÓGUS, L.; BAENINGER, R. (Orgs.). *A nova face da emigração internacional no Brasil*. São Paulo: EDUC, 2018.

SEGA, R. F. “É o que vende o sonho”: a representação *online* do Canadã pelas imigrantes brasileiras. In HERGESEL, J. P. (Org.). *Narrativas audiovisuais: ficção, não ficção, experimentação e hibridismos*. Rio de Janeiro: e-Publicar, 2021.