

Eduardo Picanço Cruz

Universidade Federal Fluminense

(Niterói, RJ, Brasil)

epicanco@id.uff.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4484-3256>

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão

Universidade do Grande Rio

(Niterói, RJ, Brasil)

robertopqfalcao@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8125-0938>

Yan Orge Fernandes Barbosa

Universidade Federal Fluminense

(Niterói, RJ, Brasil)

yanfernandes@id.uff.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3251-9272>

Um Comparativo de Políticas de Fomento ao Empreendedorismo de Portugal e Canadá em Contraste à Intenção Empreendedora de Imigrantes Brasileiros

A comparison of policies to promote entrepreneurship in Portugal and Canada in contrast to the entrepreneurial intention of Brazilian immigrants

RESUMO

O artigo objetiva identificar os fatores prescritores da intenção empreendedora de imigrantes brasileiros nas comunidades de Portugal e Canadá e analisar como as políticas públicas poderiam melhorar o fomento de negócios e a assimilação desses imigrantes em suas sociedades. A pesquisa valeu-se de coleta de dados por meio de enquete com amostras de 675 respondentes no Canadá e 667 em Portugal, visando identificar quais variáveis sociodemográficas e de status de visto estariam relacionadas à intenção de empreender. Os dados foram analisados por meio de equação logit, sendo as variáveis preditoras mais relevantes da intenção empreendedora sua idade na chegada, o nível de educação, o tempo no país, o tipo de visto na entrada (de estudante ou turista). Por fim, os autores discutem as políticas migratórias de incentivo ao empreendedorismo no Canadá e em Portugal, e de que forma poderiam fomentar uma melhor assimilação de empreendedores brasileiros.

Palavras-Chave: intenção empreendedora; imigrantes brasileiros; políticas públicas

ABSTRACT

The article aims to identify the factors prescribing the entrepreneurial intention of Brazilian immigrants in the communities of Portugal and Canada and to analyze how public policies could improve the promotion of business and the assimilation of these immigrants into their societies. The research used data collection through a survey with samples of 675 respondents in Canada and 667 in Portugal, aiming to identify sociodemographic variables, related to the intention to undertake. The data were analyzed using a logit equation, with the most relevant predictor variables of entrepreneurial intention being their age at arrival, level of education, time in the country, type of visa at entry (student or tourist). Finally, the authors discuss migration policies to encourage entrepreneurship in Canada and Portugal, as well as how they could foster better assimilation of Brazilian entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurial intention; brazilian immigrants; public policy

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Endereço

Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras

29.075-910, Vitória-ES

gestao.conexoes@gmail.com

<http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm>

Coordenação

Programa de Pós-Graduação em

Administração (PPGADM/CCJE/UFES)

Artigo

Recebido em: 29/09/2020

Aceito em: 05/07/2021

Publicado em: 06/08/2021

Introdução

Nos últimos anos, o Brasil vem atingindo posições superiores no ranking de imigração para países das economias mais desenvolvidas do planeta. Apenas em 2017, 99 mil brasileiros imigraram para países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, representando um aumento de 24% em relação ao ano anterior (OCDE, 2019). O Brasil, que historicamente tinha status de país receptor de imigrantes, começou a tornar-se país emissor, intensificando-se esse fluxo a partir dos anos de 1980 (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019).

Os imigrantes brasileiros relatam fugir da violência e da falta de perspectivas para seu crescimento profissional. Ademais, queixam-se de uma educação precária e da dificuldade de acesso ao serviço de saúde, fazendo com que busquem os mais variados meios para sair do país. Tanto a imigração qualificada, realizada por meio da busca de oportunidades de emprego ainda no Brasil, quanto a obtenção de cidadania por ancestralidade, têm sido estratégias recorrentes no que se refere à emigração para o Canadá e para Portugal, respectivamente (Antecol, Cobb-Clark, & Trejo, 2004; Nunan & Peixoto, 2012).

Apesar de ambos os países serem importantes destinos de brasileiros, quando se verifica a produção acadêmica, nas principais bases de repositórios de artigos nacionais (por exemplo na Scielo Brasil até 2020), são encontrados 13 artigos no campo de ciências sociais sobre brasileiros no Canadá, sendo apenas três relacionados à imigração. Já no tocante às pesquisas sobre brasileiros em Portugal encontram-se, por exemplo, um total de 88 artigos na base Scielo Brasil (até 2020), o que se apresenta em linha com o crescente fluxo migratório de brasileiros para Portugal. Diante desse fato, emerge uma série de discussões instigantes sobre o tema (ver França & Padilla, 2018; Nunan & Peixoto, 2012; Raposo & Togni, 2009).

No tocante às estratégias de assimilação de imigrantes, diversos autores (como Chrysostome & Lin, 2010; Eraydin, Tasan-Kok, & Vranken, 2010), destacam que o empreendedorismo seria uma alternativa viável para seu sustento, ou mesmo para sua inserção na sociedade receptora. Portanto, essa afirmação traz relevância ao empreendedorismo de imigrantes, tanto na literatura acadêmica internacional quanto na nacional (Dheer, 2018).

Diversos países possuem programas de incentivo à imigração de “pessoas de negócio”, empreendedores, investidores ou os chamados autônomos (em inglês self-employed, que é um termo semelhante ao microempreendedor brasileiro), sendo também o caso do Canadá e de Portugal.

Diante da relevância do tema da imigração e das atividades empreendedoras das comunidades de imigrantes, o presente artigo tem como objetivos: (i) analisar que fatores seriam prescritores da intenção empreendedora de imigrantes brasileiros nas comunidades de Portugal e Canadá e (ii) analisar como as políticas públicas poderiam melhorar o fomento de negócios e a assimilação desses imigrantes em suas sociedades. Visando atingir a esses objetivos, a atual pesquisa coletou dados de 675 imigrantes brasileiros no Canadá e 667 imigrantes brasileiros em Portugal, por meio de uma enquete, para identificar quais variáveis sociodemográficas e de status de visto estariam relacionadas à intenção de empreender.

A vantagem de se utilizar variáveis individuais como preditoras da intenção empreendedora, tais como gênero, renda, etnia, ou até traços de personalidade (Kassiech, Radosevich, & Banbury, 1997; Kennedy et al., 2003; Yukongdi & Lopa, 2017), refere-se à sua acessibilidade (em questionários simples ou bases de dados secundários), em oposição aos preditores ligados a aspectos comportamentais (Lerner, Brush, & Hisrich, 1997), que são de uso mais frequente nos estudos acadêmicos.

Os dados foram analisados por meio de equações logit. Para discussão, valeu-se também de uma análise das políticas migratórias e de incentivo ao empreendedorismo de imigrantes, no contexto de ambos os países. A seguir apresenta-se a seção de referencial teórico que embasa a discussão do artigo.

Referencial Teórico

A movimentação de pessoas pelo globo é alvo de discussão e controvérsia. O debate envolve tanto as crises migratórias de refugiados da Síria e da África na Europa, quanto as políticas norte-americanas que tratam da imigração ilegal mexicana, sul americana e asiática (Vilione, 2017). O fato é que o desejo da maioria dos imigrantes é o de construir uma vida melhor (Borjas, 2017).

Portes e Zhou (1992) e Zhou (2004) ensejaram demonstrar que as teorias tradicionais acerca da pobreza étnica e da mobilidade econômica não explanariam satisfatoriamente a situação de muitos migrantes, sendo que outros fatores deveriam ser relevados. Dentre eles, destacam-se questões relativas à legalidade do trabalho, à permissão de permanência no país de acolhimento, e relativos ao acesso a serviços de assistência social como elementos dessa realidade jurídica. Além disso, o fenômeno merece uma análise que inclua múltiplas teorias, contendo lentes analíticas provenientes de diferentes perspectivas, como as oriundas da antropologia, da sociologia, da geografia, das áreas de estudos urbanos e empreendedorismo (Etemad, 2018).

Portanto, divide-se o referencial teórico em três seções: (i) empreendedorismo de imigrantes; (ii) imigração brasileira para Portugal e Canadá; (iii) fatores relacionados à intenção e ao sucesso de empreender; (iv) políticas públicas de incentivo à imigração.

Empreendedorismo de imigrantes

Conforme apontam Zen e Fracasso (2008), o empreendedor é um agente crucial para mudança do contexto social e econômico ao longo da história. O termo teve origem no século XVI, como alguém que assumiria riscos ao gerir uma determinada empreitada. No período da Revolução Industrial (séculos XVII e XIX), o empreendedor era confundido com o industrial, sendo o detentor de uma iniciativa individual que visava o lucro econômico. Nesse período, a ação empreendedora estaria associada ao risco, sendo distinto o papel do investidor e do empreendedor. Já na era do Fordismo (início do século XX), ele estaria relacionado ao grande elemento impulsionador de inovações, o que também foi propagado por Schumpeter e demais economistas austríacos (ver Moricochi & Gonçalves, 1994). Nesse período ocorreu o surgimento das grandes corporações, com a ampliação dos limites da firma e da importância da inovação. Nessa época se configurou também a distinção

do papel do gerente e do empreendedor. Mais recentemente (sobretudo após os anos 1990), na era da tecnologia da informação, o empreendedor tornou-se aquele ligado diretamente à criação de negócios digitais e startups. O fato é que, no entendimento do painel de empreendedorismo mundial - Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (2020) - o ato de empreender pode ser representado por empresas micro, pequenas, médias ou grandes, sendo que as empresas de menor porte representam grande parte do universo.

Já os empreendedores imigrantes não se limitam apenas a promoverem seu trabalho autônomo (também chamado de autoemprego) e a se estabelecerem no país anfitrião, mas também são orientadas pela criação de vantagens competitivas como empreendedores (Zolin & Schlosser, 2013), podendo elas abrangerem tanto as características internas dos empreendedores, de seus negócios ou de suas relações sociais.

Vários estudiosos, como Cruz, Falcão e Barreto (2017), Howell (2019), Portes e Zhou (1992), bem como Zhuang (2019) pesquisaram as características gerais do empreendedorismo étnico, incluindo seu ambiente social nesse contexto. Autores seminais enfatizaram aspectos sociológicos do fenômeno diante do impacto das redes de apoio aos imigrantes durante a criação de seus negócios (Elo & Volovelsky, 2017). Ademais, as redes sociais são baseadas em conexões com os consumidores e nas alianças inter-organizacionais que influenciam a cocriação de oportunidades por meio da articulação de disputas comerciais (Brinkerhoff, 2016).

Outro aspecto crucial dentro das redes sociais de imigrantes é seu grau de assimilação (Alba & Nee, 2012), no qual empreendedores imigrantes socialmente identificados com suas comunidades étnicas são mais propensos a tornarem-se empreendedores de enclaves étnicos, quando possuem maior ligação com suas comunidades de origem, quer seja por tradição, prestígio ou mesmo por mero destino (Achidi-Ndofor & Priem, 2011). Portanto, não é incomum que eles se envolvam em atividades que até melhorem o status de suas comunidades, como levantarem fundos para construir instalações comunitárias, ajudarem a um futuro concorrente em seu estabelecimento no país, ou no próprio enclave. Ademais, ao servirem suas comunidades étnicas, usam seus relacionamentos para obterem acesso a recursos-chave, como fornecedores e trabalhadores.

Por outro lado, existem empreendedores que dificilmente se identificam com seus grupos étnicos de origem, e eventualmente até os desprezam (Spears, Doosje, & Ellemers, 1997). Isso se manifesta sobretudo, conforme apontam Midtbøen e Nadim (2019), nos empreendedores étnicos de segunda geração, que são mais ativos nos mercados locais. Portanto, esses empreendedores podem mudar de um mercado para outro, fazendo o uso estratégico de sua etnia. Cruz et al., (2019) identificaram quatro oportunidades de negócios para empreendedores imigrantes, sendo elas ligadas ao enfoque no mercado étnico de imigrantes ou no mercado local.

O mercado de nicho étnico é uma oportunidade típica para os empresários sem documentação (Cruz et al., 2019), ou que não dominam a língua local, envolvendo diversos tipos de empresas:

- (i) As empresas que não possuam um produto ou serviço com apelo étnico, mas que usam a sua origem nacional para serem consideradas como empresas que servem a comunidade imigrante com um toque especial (por exemplo salões de beleza brasileiros, serviços de massagem orientais);

- (ii) As empresas que usam seu apelo étnico para oferecer bens e serviços no exterior, como padarias, lojas de produtos étnicos, *self-services* e franquias de *fast food* (Quinn & Devasagayam, 2005);
- (iii) As empresas de mídia étnica, como jornais e revistas, impressos ou eletrônicos (Shiramizu, 2000).

Portanto, segundo Cruz et al., (2019) os imigrantes também podem operar como minorias intermediárias de serviços que ninguém quer prestar localmente. Exemplos desses serviços são a intermediação e venda de itens em nichos que os locais não se sentem confortáveis, como serviços bancários criados pelos judeus na Europa medieval (Bonacich, 1973). Outra possibilidade é a venda de produtos exóticos para o consumidor local, envolvendo adaptações de produtos e serviços para atender ao gosto local. Essa pode ser uma estratégia justamente para se atingir um mercado consumidor maior, sendo também uma possibilidade quando não existe uma comunidade étnica grande o suficiente para se justificar a criação de uma empresa com enfoque nesse nicho. Por fim, o mercado genérico local é uma estratégia utilizada para imigrantes que desejam ser totalmente assimilados pela comunidade que os acolhe, ou mesmo que desejam explicitamente se desconectar de suas comunidades étnicas originais.

Imigração brasileira para Portugal e Canadá

O Brasil é um país que historicamente recebeu fluxos consideráveis de imigrantes. Ainda no século XIX chegaram ao Brasil os alemães (Sul), os poloneses (Paraná) e os italianos (Rio Grande do Sul em 1875 e São Paulo em 1886). No período entre 1830 e 1930, aproximadamente 3,3 milhões de europeus deixaram sua terra natal com destino às terras brasileiras, quer seja para formarem colônias nas terras cedidas pelo governo, trabalharem para fazendeiros, estabelecerem-se nas cidades trabalhando em seus ofícios, ou simplesmente para ganharem seu sustento, guardando algum dinheiro para retornarem em um futuro breve à sua terra natal (Vilione, 2017).

Se por um lado o Brasil recebe imigrantes desde a sua descoberta, a diáspora brasileira é um fenômeno mais recente, que ganhou ritmo a partir da década de 1980 (Margolis, 2013). Esses movimentos de emigração foram alimentados por um cenário de longa estagnação econômica e hiperinflação no país. Portanto, ondas migratórias com distintos perfis sociais resultaram em comunidades ecléticas, sem um padrão pelo qual o imigrante brasileiro possa ser universalmente identificado (Cruz, Falcão, & Barreto, 2018).

No contexto português, França e Padilla (2018) dividem o fenômeno migratório brasileiro em duas etapas: (i) final dos anos 1970 até o final dos anos 1990: formada, sobretudo, por profissionais qualificados que chegaram ao país em números reduzidos; (ii) anos 2000 a 2010: mais expressiva, com maior percentual de mulheres sendo marcada pela inserção dos imigrantes de qualificação menor em postos de trabalhos precários. No entanto, desde 2016, houve uma recuperação econômica em Portugal e se deu uma nova crise política e econômica brasileira, havendo também uma intensificação da mobilidade estudantil, dos registros de cidadania por ancestralidade, dos pedidos de Autorização de Residência para Atividades de Investimentos e da reemigração ou retorno daqueles que tinham

regressado ao Brasil. Todos esses fatores levaram a uma retomada dos movimentos migratórios de brasileiros para Portugal.

Já o Canadá ainda é um país que acolhe e necessita de imigrantes. Ele é reconhecido por adotar o multiculturalismo como política de Estado (Cameron, 2004), embora a imigração gere focos de tensões sociais e barreiras de entrada ao mercado de trabalho. No caso da imigração brasileira, diferentemente da ocorrida em Portugal, a questão linguística é importante, dado que o país adota duas línguas oficiais (inglês e francês), o que dificulta ainda mais a inserção de imigrantes não qualificados no mercado de trabalho (Fraga, 2018). Assim, a imigração brasileira para esse país tomou maior impulso a partir da segunda metade dos anos 1980, em decorrências das crises política e econômica. Desde então a imigração para o Canadá vem crescendo, principalmente depois dos anos 1990, de modo que o país se apresenta como um importante destino dos brasileiros (Sega, 2018).

Fatores relacionados à intenção e sucesso de empreender

Ajzen e Fishbein (1980) e Ajzen (1985) afirmam que o comportamento de um indivíduo é influenciado por sua intenção, entendida como a predisposição a manifestá-lo. A intenção de empreender se enquadra dentro da teoria do comportamento planejado, sendo a variável dependente do estudo. O trabalho de Ajzen e Fishbein (1980) distingue claramente o papel da atitude e da intenção no comportamento do indivíduo, sendo a intenção o principal preditor do comportamento, decorrente de uma atitude positiva. A atitude por sua vez é uma predisposição aprendida (favorável ou não) a determinado objeto (Ajzen & Fishbein, 1980).

Portanto, diante do exposto, cinco perspectivas teóricas de estudos seminais explicam o desempenho de empreendedores (Lerner, Brush, & Hisrich, 1997): motivações e objetivos individuais; aprendizagem social; redes de afiliação, capital humano e influências ambientais (Brockhaus Sr, 1994; Hisrich & Brush, 1984). Motivações psicológicas (Brockhaus Sr, 1994) e de oportunidade (Hisrich & Brush, 1984) afetam o desempenho de empreendedores, e ainda as questões de autoestima (Miskin & Rose, 1990).

Já a aprendizagem social ou socialização empreendedora estão relacionadas ao processo de socialização do indivíduo, que ocorre no ambiente familiar, transmitindo normas sociais, linguagem e aspirações educacionais. Esta também molda as preferências de carreira, seja por meio de aprendizado ou de modelagens observacionais (Bandura, 1977), o que afetará possíveis comportamentos empreendedores (Hisrich & Brush, 1984).

A afiliação às redes de relações sociais tanto facilita o empreendedorismo como também pode limitá-lo pelas ligações entre aspirantes a empreendedores, recursos e oportunidades (Zimmer & Aldrich, 1987). Sendo assim, a presença ou ausência de redes (como as associações) pode influenciar em seu desempenho. As mulheres empreendedoras, por exemplo, podem estar inseridas em redes pessoais e sociais diferentes das dos homens. Ademais, as barreiras que as limitam seus negócios podem também ser diferentes (Aldrich, Reese, & Dubini, 1989).

Outro ponto documentado em pesquisas anteriores foi a importância dos sistemas de suporte, mentores e consultores, sendo os colegas de trabalho e amigos identificados como importantes para o apoio moral, enquanto a participação em associações comerciais e grupos de mulheres estaria relacionada à sua

orientação comercial (Hisrich & Brush, 1984). Outros estudos da literatura acadêmica nacional a respeito do sucesso e fracasso de empreendedores (Minello, Costa Alves, & Scherer, 2012) se valem da definição *a priori* de três categorias, envolvendo o comportamento, a gestão financeira, o controle interno e as relações de mercado.

O capital humano (Davenport, 1999), que engloba tanto o grau de escolaridade quanto as experiências profissionais anteriores e habilidades de negócios, também influencia o desempenho comercial de um empreendedor. Portanto, a experiência e a educação seriam antecedentes das decisões de empreender, afetando seu desempenho (Cooper, 1981). Corroborando com essa afirmativa, estudos seminais apontam para uma relação direta entre o número de anos de educação formal do empreendedor com o desempenho da empresa (Box, White, & Barr, 1993; Brush & Hisrich, 1991). Há também a orientação empreendedora (OE), que surge pela identificação de atitudes organizacionais e comportamentos que possam fornecer maior ou menor capacidade ao empreendedor (McClelland, 1987).

Já as influências ambientais, como localização, participação setorial, ambiente regulatório, disponibilidade de crédito e variáveis sociopolíticas também são determinantes críticos do desempenho (Suresh & Ramraj, 2012). As medidas econômicas de lucratividade do empreendimento, assim como, as receitas e o número de funcionários estão relacionadas às condições econômicas ambientais - como estrutura de mercado, oportunidades regionais, clima de investimento e a disponibilidade de mão de obra (Box, White, & Barr, 1993). Da mesma forma, a disponibilidade de recursos, incluindo capital de risco, força de trabalho técnica, empréstimos, serviços de apoio e uma subcultura empresarial favorável também influenciam no desempenho das empresas (Bruno & Tybjee, 1982).

Por um lado, as variáveis relacionadas aos aspectos psicológicos e comportamentais (Krueger & Carsrud, 1993; Krueger Jr, Reilly & Carsrud, 2000; McClelland, 1987) mostram-se mais eficazes para prever o comportamento planejado da intenção empreendedora. Por outro, há também estudos que apontam para as variáveis situacionais (como status empregatício, grau de educação), ou mesmo as variáveis individuais, como gênero, renda, etnia, ou até traços de personalidade (Kassicieh et al., 1997; Kennedy et al., 2003; Yukongdi & Lopa, 2017), como sendo preditoras da intenção empreendedora. Embora relativamente mais fracas para prever a intenção empreendedora, sua vantagem consiste na disponibilidade e acessibilidade por meio de bancos de dados secundários. Ademais, sua facilidade de coleta compensa o uso, sobretudo quando há barreiras linguísticas para aplicação de questionários (*surveys*) mais complexos (Kleiner, Lipps, & Ferrez, 2015).

Políticas públicas de incentivo à imigração

Incentivo à imigração de empreendedores para o Canadá

O histórico das políticas migratórias canadenses denota grandes fluxos migratórios em períodos determinados, com o intuito de sanar a falta de mão de obra em setores específicos da economia, alternados com períodos de limitações oriundas da precarização do mercado interno (Moura & Uebel, 2016). A partir dos anos 2000, pode-se verificar um maior apreço por parte do governo canadense às questões humanitárias, ao vínculo familiar e aos atributos profissionais e financeiros, como variáveis no processo de imigração (Sala, 2005).

Desde 2018, fazendo um contraponto à política migratória dos Estados Unidos, o governo canadense passou a abrir as portas para novos imigrantes, sendo que, ao final de 2017, anunciou um plano de atração de mais de um milhão de imigrantes até o final de 2020, incentivando a imigração daqueles altamente qualificados profissionalmente (Gersak, 2017).

No que diz respeito aos postos de trabalho, a presente pesquisa traz um prognóstico positivo no contexto canadense, uma vez que se identificou uma correlação negativa entre o migrante bem qualificado (variável *nível de educação*) e o fato dele ser empresário. Em outras palavras, significa que o imigrante brasileiro com boa qualificação está empregado. Outras trajetórias comuns de imigração são o *spouse visa* (visto de cônjuge), visto de estudante, ou de habilidade específica em profissões valorizadas (Canadá, 2019).

Segundo Sarfati (2013), enquanto na década de 1960, a política industrial canadense priorizava o desenvolvimento de P&D industrial, na década de 1970, a prioridade do governo passou a ser o apoio para grandes empresas atingirem padrões de competitividade internacional. Portanto, parte das políticas públicas de desenvolvimento regional enfocou no investimento e na instalação de fábricas em regiões com alto desemprego.

Já na década de 1980 foi criado o Escritório de Empreendedorismo e Pequenos Negócios (*Entrepreneurship and Small Business Office*), vinculado ao Departamento de Expansão Industrial Regional, o qual implementou o Programa de Imigração de Negócios (*Business Immigration Program*), que simplificou o processo de imigração para investidores e empreendedores que buscassem estabelecer empresas no país (Riverin, 2003).

Em 1982, o governo canadense implementou uma política nacional voltada ao fomento do empreendedorismo em conjunto com políticas de financiamento, criando o *National Entrepreneurship Development Institute (NEDI)*. Já em 1993, o governo criou o *Canada Business Service Center* (Stevenson & Lundstrom, 2007) e o *Canada Business Services for Entrepreneurs*. Ambos os serviços simplificam o acesso às informações críticas para começar e gerir negócios, além de proverem informações para acesso aos programas de fomento às MPMEs.

Estes serviços foram implementados em todas as províncias canadenses, visando diminuir as barreiras ao empreendedorismo. Ainda segundo Sarfati (2013), na década de 1990, a simplificação regulatória e tributária proporcionou a remoção de barreiras institucionais, fomentando o empreendedorismo em todos os níveis.

Atualmente, a autoridade de fomento ao empreendedorismo é realizada pela *Industry Canada* (IC). Ainda subordinado ao IC está a *National Research Council* (NRC), que tem como objetivo auxiliar o país na área de pesquisa, desenvolvimento e inovação. Este órgão fornece assistência técnica e financeira àquelas empresas com potencial para liderarem e inovarem em novas tecnologias, dando apoio ao desenvolvimento e à comercialização.

Ademais, o Canadá tem procurado promover a criação de *clusters* regionais de alta tecnologia, por meio da agência NRC, que conta com mais de 4.300 funcionários distribuídos em 19 agências espalhadas pelo país (Sarfati, 2013), sendo crucial a parceria com as universidades.

Já relativo ao ambiente institucional e à burocracia para se abrir, manter e fechar um negócio no Canadá, o país possui um trâmite bem simples, o que foi complementado pelas reformas fiscais que tornaram o país ainda mais atrativo, também reforçado por seus custos trabalhistas baixos e infraestrutura satisfatórias

(Sarfati, 2013). Ademais, o Canadá possui três programas de imigração: (i) voltados a empreendedores, (ii) investidores e (iii) trabalhadores autônomos (auto emprego).

Para se inscrever para o programa voltado para empreendedores é necessário elaborar um plano de negócios, estabelecer-se em Québec para criar e operar o negócio e que este já tenha recebido uma oferta de serviço de uma aceleradora ou incubadora de empresas ou de um centro universitário de empreendedorismo. O programa conta com uma lista de específica de provedores destes serviços, apoiados pelo *Ministère de l'Économie et de l'Innovation* (Canadá, 2019), sendo exigido um depósito inicial para abrir o negócio: de (i) CAD\$200.000 para negócios fora da região metropolitana de Montreal e de (ii) CAD\$300.000, caso seja na área metropolitana. A caução serve como garantia de que o negócio seria realmente criado e reembolsado quando demonstrado o plano de negócios executado. Também deve-se ter um patrimônio líquido mínimo de CAD\$900.000, sozinho ou com seu cônjuge demonstrando que esse dinheiro foi adquirido legalmente (Canadá, 2019). Os valores de investimento inicial e caução são altos para um brasileiro de 33 anos (média dos respondentes da enquete que se declararam empresários). Isso significa que uma pessoa nascida no Brasil teria menores chances de participar desse tipo de política.

Por outro lado, Dib, Rocha e Silva (2010) destacam que o empresário de uma firma *Born Global* (que se internacionaliza rapidamente) tem as seguintes características; (i) forte orientação internacional e/ou visão global; (ii) experiência internacional de trabalho anterior à fundação da empresa; (iii) educação no exterior; (iv) maior tolerância ao risco; (v) conhecimento técnico ou científico, o qual permite o desenvolvimento de conceitos inovadores singulares; e (vi) relacionamentos pessoais e profissionais abrangentes e profundos (network pessoal, social). Portanto, uma política fundamentada apenas em requisitos financeiros pode ser menos efetiva do que se fosse fundamentada em características empreendedoras.

Considerando-se ainda que foi identificado na enquete que quanto maior a idade na chegada ao país e, quanto mais tempo a pessoa têm no país para o qual ela emigrou, maior a probabilidade de a pessoa ter um negócio próprio, percebe-se o caráter limitado desse tipo de política – que restringe o acesso à diversas pessoas do mundo todo, que possuam características semelhantes a estes imigrantes brasileiros.

Para investidores, o governo exige comprovação de ativos líquidos de origem lícita na ordem de ao menos CAD\$2.000.000, excluindo quaisquer valores recebidos por doação menos de seis meses antes do seu pedido ser apresentado. Além disso, é necessária a experiência profissional comprovada de pelo menos dois anos nos cinco anos anteriores ao pedido de seleção, nas funções de planejamento, gestão e controle de recursos financeiros, humanos ou materiais. Deve-se também assinar um contrato com um intermediário financeiro legalizado, realizando um termo de investimento de cinco anos no valor de CAD\$1.200.000 (Canadá, 2019). Esse programa já apresenta uma característica não financeira: experiência profissional comprovada.

Para os enquadrados como autônomos (ou *self-employed*) é exigido, por exemplo na província de Québec, a estadia e o exercício de uma profissão ou atividade empresarial, além de um depósito caução. Os valores para esse depósito são de CAD\$25.000 para regiões além da área metropolitana de Montreal, e de CAD\$50.000 para a área metropolitana. As empresas devem possuir ativos líquidos legalizados de no mínimo CAD\$100.000 sozinho ou com seu cônjuge, e também, ao

menos dois anos de experiência como trabalhador autônomo na profissão ou comércio que pretende exercer em Québec (Government of Canada, 2019).

Já para solicitar o visto canadense de investidor, é necessário um investimento de CAD\$1,2 milhões (investidor passivo em Québec), que será devolvido pelo governo ao final de 5 anos, comprovar patrimônio de CAD\$2 milhões em bens, comprovar experiência, e realizar exames (*Gouvernement du Québec*, 2020). Há também uma categoria ainda superior, intitulada *immigrant investor venture capital*, sendo necessário investir CAD\$10 milhões em bens e CAD\$2 milhões como caução para o governo.

Já outras opções mais acessíveis são o programa da província de British Columbia BCPNP (2020), havendo duas modalidades: (i) a “Metro Vancouver” com CAD\$400.000 de investimento ou (ii) CAD\$200.000 para negócios montados fora da região metropolitana e (iii) CAD\$200.000 para negócios em comunidades específicas. Em todos os casos do Canadá, há um sistema de pontos, que incluem: viabilidade de negócio, experiência gerindo negócios, grau de escolaridade e proficiência na língua (Government of Canada, 2019). Ademais, projetos com ideias específicas para atuar em nichos étnicos, ou negócios inovadores podem se destacar. Outra província que possui programa de baixo investimento é a de Prince Edward Island CAD\$150.000.

Cabe ainda destacar que o Canadá tem atraído muitos chineses, que têm pleiteado vistos de empreendedor (Wong, 1997; Wong & Ng, 2002), alavancando o mercado imobiliário em muitas regiões do país.

Incentivo à imigração de empreendedores para Portugal

Desde 2007, com a publicação do visto D2 para Portugal, que proporciona uma autorização de residência a estrangeiros que tenham efetuado operações de investimento, ou comprovem possuir meios financeiros disponíveis em Portugal, o país passou a atrair mais empreendedores imigrantes (Consulado Geral de Portugal em São Paulo, 2020). Com exigência de capital mínimo de 5 mil euros para iniciar o negócio e facilidade em abrir uma empresa ou pela internet, ou pelos pontos de atendimento ao empreendedor, Portugal tem sido o destino de muitos brasileiros, principalmente os que visam abrir pequenos negócios (Cruz et al., 2019).

Ademais, o atual Governo socialista português reduziu a isenção de taxaço para aposentados estrangeiros, fazendo com que os novos residentes estrangeiros paguem 10% sobre a pensão que receberem. Já profissionais de grande relevância, como cientistas ou executivos de empresas, ou jogadores de futebol são tributados em 20% sobre seus rendimentos (Barrio, 2020).

É possível solicitar o visto antes mesmo de constituir a empresa em Portugal, porém, o fato de já possuí-la pesa a favor na deliberação da concessão ao visto. Além do capital mínimo investido, é necessário comprovar condições financeiras de permanecer no país. O processo dura cerca de 90 dias e caso aceito, o visto tem validade de 4 meses e nesse período é necessário solicitar também uma autorização de residência. Ambos são passíveis de renovação contínua (Pívia, 2016).

Outra forma de ingresso para empreendedores foi disponibilizada em 1º de janeiro de 2018, o visto para *startups*. Para isso, deve-se apresentar plano de negócios e comprovar a intenção em desenvolver atividades de produção de bens e/ou serviços inovadores, centrados no ambiente tecnológico e com potencial para atingir um valor de mercado mínimo de 325 mil euros ao final de três anos. Também

é exigido que os empreendedores estejam vinculados à rede *Startup Portugal* – constituída de incubadoras e aceleradoras (República Portuguesa, 2020).

Metodologia

Coleta de dados e amostra

Os últimos dados do Ministério das Relações Exteriores – MRE, segundo Pamplona (2018), os quais não incluem imigrantes em situação irregular, apontam para 43.000 brasileiros no Canadá e 116.271 em Portugal, em 2016. Por não existir uma métrica para se estimar o número total de imigrantes, nem tampouco uma atualização periódica dessas informações para a corrente data, os pesquisadores consideraram os últimos números oficiais como base para cálculo amostral. Dessa forma, para o cálculo amostral arbitrou-se um nível de confiança de 95% e margem de erro de 4%, chegando-se a um tamanho de amostra mínimo de 598, para brasileiros em Portugal e de 592, para os brasileiros no Canadá (Bartlett, Kotlik & Higgins, 2001; Hair, et al., 2006).

A amostra foi do tipo não probabilística por conveniência, sendo definida por acessibilidade, onde os pesquisadores, pautados no trabalho de Baltar e Icart (2013), valeram-se de grupos de *Facebook* para divulgar o questionário da enquete aos respondentes. O cadastro foi feito em 81 grupos de *Facebook* assim distribuídos: (i) 61 grupos de brasileiros no Canadá, totalizando 518.195 membros e (ii) 20 grupos de brasileiros em Portugal, totalizando 1.150.118 membros; cabendo ressaltar que nem todos os membros do grupo eram brasileiros residentes e que as postagens desses grupos revelam que muitos estariam interessados em imigrar ou eram simplesmente simpatizantes da ideia.

Destaca-se que como muitos dos grupos são fechados, os pesquisadores tiveram que aguardar a aprovação dos administradores, sendo que, mesmo após a aprovação nos grupos, as postagens também ficavam sujeitas à validação do administrador. Para contornar essa barreira, foi realizado um contato com os responsáveis pelo grupo via *inbox* (mensagem de texto exclusiva) para explanar o propósito do projeto de pesquisa, solicitando também ajuda na divulgação do link da enquete. Houve por parte dos administradores solicitações de contrapartida financeira para garantir o apoio às postagens, contudo não havia verba de pesquisa para patrocinar essa ação, fazendo com que os pesquisadores decidissem por realizar seu cadastro no maior número de grupos possível, para se atingir a amostra mínima calculada. Tanto no caso do Canadá quanto no de Portugal, as amostras extrapolaram o mínimo estipulado de 384, sendo 675 respondentes para o Canadá e 667 para Portugal.

Adicionalmente, observou-se os membros que realizavam maior número de postagens ou participações, enviando mensagens exclusivas para eles e solicitando seu apoio para responderem à enquete e para divulgá-la. Os questionários ficaram disponíveis por seis meses, nos grupos de brasileiros no Canadá, e oito meses nos grupos de brasileiros em Portugal, visando-se atingir as metas de respostas determinadas pelo cálculo amostral. Na seção de Resultados, descreve-se a amostra que no caso do Canadá de 675, contou com 11,1% de empreendedores atuais e 32,8% dos não empreendedores que teriam intenção de abrir um negócio no país. Já em Portugal, 14,1% já eram empreendedores, sendo que 38,7% dos não empreendedores pensavam empreender futuramente.

Descrição das variáveis

Para identificar quais características dos imigrantes brasileiros no Canadá e em Portugal estariam associadas à posse de um empreendimento ou, em caso negativo, o desejo de empreender, foram coletados dados enquadrados como variáveis dependentes. Assim, 'Empresário' foi definida como 1 (um) se a pessoa atua como empresário no país para onde emigrou e 0 (zero) se não atua; e 'Desejo de empreender', definida como 1 (um) se a pessoa que não atua como empresário deseja atuar no futuro e 0 (zero) se não deseja. Já as variáveis independentes, que representariam características do respondente no momento da chegada ao Canadá ou Portugal, que poderiam afetar na decisão por empreender estão explicitadas a seguir:

- 1) *Sexo* - sendo 0 (zero), para homens e 1 (um) para mulheres;
- 2) *Idade na chegada* - idade do entrevistado quando ele (ou ela) chegou ao país;
- 3) *Nível de educação* - 0 (zero) se a pessoa tinha apenas o ensino fundamental completo ou menos no momento da chegada no país, 1 (um) se tinha o ensino médio completo, 2 (dois) se ele (ou ela) possuía graduação e 3 (três) se ele (ou ela) tinha completado alguma pós-graduação;
- 4) *Tempo no país estrangeiro* - há quantos anos o respondente morava no país;
- 5) *Visto de estudante* - 1 (um) se o entrevistado entrou no país com um visto de estudante e 0 (zero) em caso contrário;
- 6) *Visto de trabalho* - 1 (um) se o entrevistado entrou no país com um visto de trabalho e 0 (zero) em caso contrário;
- 7) *Visto de turista* - 1 (um) se o entrevistado entrou no país com um visto de turista e 0 (zero) em caso contrário;
- 8) *Reivindica cidadania* - 1 (um) se o entrevistado estaria reivindicando cidadania no país e 0 (zero) em caso contrário;
- 9) *Migrante definitivo* - 0 (zero) se entrevistado declarou a intenção de voltar a qualquer momento e 1 (um) em caso contrário.

Análise estatística

Primeiramente, como os modelos foram rodados em separado para Portugal e Canadá, todos os dados nos quais cada modelo se baseia foram provenientes da mesma fonte de dados, o que aumenta a possibilidade de existência de *common-method bias* (CMB). Por isso, testou-se o risco da existência de CMB em cada uma das amostras realizando uma análise fatorial exploratória (EFA) com todas as variáveis utilizadas no estudo.

Uma variância total explicada de 50% ou mais em um único fator indicaria que a possível presença desse tipo de viés (Podsakoff et al., 2003). Posteriormente, realizou-se uma análise descritiva das variáveis do estudo, em cada país, por grupo (empresários, não empresários que desejam empreender e os que não desejam).

Executou-se também uma ANOVA (teste F) para analisar as diferenças médias das variáveis contínuas e um teste χ^2 para as variáveis categóricas entre os três grupos (Hair et al., 2006). E os resultados indicaram alguns fatores que poderiam ser utilizados para descrever o perfil e cada um dos grupos.

Por fim, após a transformação de todas as variáveis contínuas para *Z-score*, utilizou-se regressão logística (*logit*), com *Empresário* e *Desejo de Empreender* como variáveis dependentes.

Este procedimento visava determinar quais variáveis seriam estatisticamente relevantes para prever se um imigrante brasileiro no Canadá ou em Portugal tornaria-se empreendedor ou teria esse desejo. Todas as variáveis independentes descritas na seção anterior foram utilizadas em cada uma das *logits* propostas, que são descritas pela equação (I) e (II). A análise dos intervalos de confiança permitiu evidenciar as diferenças de importância entre as variáveis dependentes de cada uma das equações nos contextos do Canadá e de Portugal.

$$(I) \text{ Empresário} = \beta_{a_0} + \beta_{a_1} * \text{Sexo} + \beta_{a_2} * \text{Idade na chegada} + \beta_{a_3} * \text{Nível de educação} + \beta_{a_4} * \text{Tempo no país estrangeiro} + \beta_{a_5} * \text{Visto de estudante} + \beta_{a_6} * \text{Visto de trabalho} + \beta_{a_7} * \text{Visto de turista} + \beta_{a_8} * \text{Reivindica cidadania} + \beta_{a_9} * \text{Migrante definitivo} + \varepsilon$$

$$(II) \text{ Desejo de empreender} = \beta_{a_0} + \beta_{a_1} * \text{Sexo} + \beta_{a_2} * \text{Idade na chegada} + \beta_{a_3} * \text{Nível de educação} + \beta_{a_4} * \text{Tempo no país estrangeiro} + \beta_{a_5} * \text{Visto de estudante} + \beta_{a_6} * \text{Visto de trabalho} + \beta_{a_7} * \text{Visto de turista} + \beta_{a_8} * \text{Reivindica cidadania} + \beta_{a_9} * \text{Migrante definitivo} + \varepsilon$$

Resultados

Perfil do imigrante brasileiro no Canadá e em Portugal

A Tabela 1 apresenta as estatísticas descritivas das amostras para cada um dos países e grupos. Observa-se em ambos os países um equilíbrio entre a quantidade de homens e mulheres que eram empresários (52% no Canadá e 50% em Portugal), enquanto há uma maior prevalência de mulheres não-empresárias (62% e 64% respectivamente). Destas, a proporção de mulheres que não queria empreender era maior que a dos homens em ambos os contextos (64% para o Canadá e 68% para Portugal).

Já a idade média era maior para os empresários, assim como seu tempo de permanência no país. Dentre os não-empresários, somente no Canadá observa-se que os que queriam empreender geralmente tinham menos tempo de estabelecimento (2,69 vs. 3,25 anos). Já em Portugal essa diferença não era significativa, assim como a idade em ambos os países. Também se observa que a proporção de migrantes definitivos era maior para não-empresários em Portugal (sendo a mesma no Canadá), com uma diferença de 21%. No caso dos que ainda não empreendem, os que teriam intenção de fazê-lo no futuro supera em larga margem os que não queriam, em ambos os contextos.

Com relação ao visto com o qual a pessoa entrou no país, destaca-se que, em Portugal, a proporção de pessoas que entrou como turista é a mesma para empresários e não-empresários, e entre os que queriam empreender e os que não queriam. O mesmo fenômeno se observa para as pessoas que entraram com visto de trabalho tanto para Portugal quanto para o Canadá.

Tabela 1

Médias e desvios padrão das características dos respondentes por país / grupo

Variável	Canadá					Portugal				
	Empresário (n = 75)		Não empresário (n=600)		Teste F / χ^2	Empresário (n = 94)		Não empresário (n=573)		Teste F / χ^2
	Média	D.P.	Médi a	D.P.		Média	D.P.	Médi a	D.P.	
<i>Sexo (% de mulheres)</i>	0,52	0,50	0,62	0,49	n.s.	0,50	0,50	0,64	0,48	***
<i>Idade na chegada</i>	33,28	7,94	30,84	6,30	***	38,65	10,42	32,15	10,21	***
<i>Nível de educação</i>	2,21	0,72	2,42	0,64	**	2,12	0,76	2,12	0,80	n.s.
<i>Tempo no país</i>	5,84	5,91	3,06	3,86	***	3,57	6,92	2,29	4,43	**
<i>Visto de estudante</i>	0,25	0,44	0,43	0,50	***	0,11	0,31	0,38	0,49	***
<i>Visto de trabalho</i>	0,21	0,41	0,24	0,42	n.s.	0,03	0,18	0,04	0,20	n.s.
<i>Visto de turista</i>	0,19	0,39	0,10	0,30	**	0,26	0,44	0,26	0,44	n.s.
<i>Reivindica cidadania</i>	0,04	0,20	0,02	0,13	n.s.	0,28	0,45	0,27	0,44	n.s.
<i>Migrante definitivo</i>	0,88	0,33	0,88	0,32	n.s.	0,82	0,39	0,61	0,49	***

Variável	Canadá					Portugal				
	Quer empreender (n = 197)		Não quer empreender (n=403)		Teste F / χ^2	Quer empreender (n = 222)		Não quer empreender (n=351)		Teste F / χ^2
	Média	D.P.	Médi a	D.P.		Média	D.P.	Médi a	D.P.	
<i>Sexo (% de mulheres)</i>	0,56	0,50	0,64	0,48	**	0,58	0,50	0,68	0,07	**
<i>Idade na chegada</i>	30,42	6,76	31,04	6,07	n.s.	34,30	10,40	30,85	9,88	***
<i>Nível de educação</i>	2,36	0,69	2,45	0,61	n.s.	2,10	0,83	2,13	0,77	n.s.
<i>Tempo no país</i>	2,69	3,48	3,25	4,02	*	2,32	4,34	2,27	4,50	n.s.
<i>Visto de estudante</i>	0,45	0,50	0,42	0,49	n.s.	0,30	0,46	0,43	0,50	***
<i>Visto de trabalho</i>	0,20	0,40	0,25	0,43	n.s.	0,05	0,21	0,04	0,20	n.s.
<i>Visto de turista</i>	0,18	0,38	0,06	0,24	***	0,28	0,45	0,24	0,43	n.s.
<i>Reivindica cidadania</i>	0,01	0,10	0,02	0,14	n.s.	0,31	0,46	0,24	0,43	*
<i>Migrante definitivo</i>	0,92	0,27	0,86	0,35	**	0,74	0,44	0,52	0,50	***

* p < 0,1; ** p < 0,05; *** p < 0,01

Em seguida, verificou-se a possibilidade de existência de CMB para as amostras de ambos os países. Duas EFAs foram executadas por país, uma para cada variável dependente em conjunto com as variáveis independentes. Esse procedimento foi necessário dado que a resposta da segunda variável independente pressupõe que a pessoa não seria empresária, o que faz esta variável não ter variância, e impedindo as duas variáveis dependentes de fazerem parte da mesma EFA.

No caso do Canadá, a EFA com a variável '*Empresário*' apresentou uma variância total explicada de 14,92%, e com a variável '*Desejo de empreender*', 14,33%. No caso de Portugal, os números foram respectivamente 19,27% e 19,57%.

Todos os valores são muito menores do que o limite de 50%. Por esse motivo, o CMB não foi considerado um problema.

No que diz respeito aos resultados das *logits*, que estimaram a influência das variáveis independentes em '*Empresário*' e '*Desejo de empreender*' para Portugal e para o Canadá, em todos os casos, o ajuste geral do *logit* foi significativo, com $p < 0,01$. Os índices Cox & Snell R^2 e Nagelkerke R^2 para as variáveis independentes foram:

a) Cox & Snell R^2 : '*Empresário*' no Canadá foi de 0,073 e 0,133 em Portugal. Para '*Desejo de empreender*' foram de 0,062 no Canadá e 0,083 em Portugal;

b) Nagelkerke R^2 : '*Empresário*' no Canadá foi de 0,145 e 0,238 em Portugal. Para '*Desejo de empreender*' foram de 0,086 no Canadá e 0,114 em Portugal.

Analisando-se os resultados para a variável dependente *Empresário*, observa-se que, em ambos os países, '*Idade na chegada*' e '*Tempo no país*' possuem uma influência positiva no fato de a pessoa ser empreendedora. As diferenças são que, no Canadá, '*Nível de educação*' e '*Visto de turista*' têm influência negativa, enquanto que em Portugal, '*Sexo*' (feminino), '*Visto de trabalho*', '*Visto de turista*' e '*Reivindica cidadania*' têm influência positiva, e '*Migrante definitivo*' tem influência negativa. No caso de '*Desejo de empreender*' e '*Sexo*' (feminino) influi positivamente e '*Migrante definitivo*' negativamente tanto no Canadá quanto em Portugal. '*Nível de educação*' tem influência negativa no Canadá e positiva em Portugal. Já '*Visto de turista*' e '*Visto de trabalho*' têm influência negativa no Canadá.

A comparação entre os fatores positivamente correlacionados com o fato de um imigrante brasileiro ser empresário ou não no Canadá e em Portugal apresentam semelhanças e diferenças relevantes. Considerando-se as semelhanças, pode-se encontrar que quanto maior a idade na chegada ao país e quanto mais tempo a pessoa têm no país para o qual ela emigrou, maior a probabilidade de a pessoa ter um negócio próprio.

No caso do tempo que a pessoa tem no país, o motivo é evidente, pois as pessoas que imigraram com intenção de empreender precisam de um tempo para se planejar e executar a montagem do seu negócio, o que aumenta a probabilidade de isso já estar pronto com o passar dos anos.

No tocante à idade de chegada no país, isso pode ser um efeito derivado da idade média dos imigrantes estudantes ser menor do que a de outros imigrantes. Para tentar dirimir essa dúvida, foram calculadas as médias de idade dos diversos grupos. De fato, os dados da enquete mostram que a média de idade dos que chegaram como estudantes em Portugal foi de 31 anos, sendo 37 anos a média para os demais respondentes. No caso do Canadá, a média de idade dos que chegaram como estudantes foi de 32 anos e para os demais 36 anos.

Outra explicação seria que os mais maduros têm maior urgência em se estabelecer em uma profissão que garanta o seu sustento e o de sua família, enquanto que os mais jovens podem ainda não ter família e serem sustentados pelos pais, não tendo grande urgência em tomar a decisão de como irá se estabelecer.

Porém, ao se analisar as respostas das perguntas abertas "Qual é o seu Propósito no Canadá?" e "Quais as principais dificuldades enfrentadas quando

chegou?”, nenhum dos que se declararam empresários citaram a urgência em empreender. As principais alegações são relativas à necessidade de se ter uma vida melhor ou às dificuldades de se lidar com o bilinguismo (inglês e francês).

De fato, Cruz et al., (2018) já haviam detectado que os empresários brasileiros no Sul da Flórida (EUA) costumam chegar preparados financeiramente, com uma reserva para enfrentarem as dificuldades financeiras dos primeiros meses. Contudo, essas evidências devem ser comprovadas durante a segunda fase da pesquisa que envolverá a visita a Portugal e ao Canadá para a realização de entrevistas em profundidade com os empresários brasileiros.

Em contrapartida, surpreende o fato de que os entrevistados que declararam querer ficar para sempre ou sem prazo definido no país terem uma maior probabilidade de não serem empreendedores. É possível que estes, em sua maioria, tenham empregos formais, enquanto que os empreendedores condicionam sua permanência definitiva ao sucesso de seus empreendimentos.

Ao se detalhar os dados da enquete, identificou-se que, dos brasileiros no Canadá 50,4% dos que declararam querer ficar para sempre estavam apenas trabalhando e outros 23% estavam trabalhando e estudando. Em Portugal os percentuais são de 38% e 16%, respectivamente.

Vários dos fatores pesquisados influenciam o fato de o entrevistado ser empreendedor somente em Portugal. Primeiramente, o fato de o respondente ser mulher. As mulheres ainda sentem uma responsabilidade primária pela família com organizações que normalmente empregam mulheres que apoiam essa crença.

Na seleção de empregos, as mulheres atribuem grande importância à conveniência, ou seja, até que ponto o emprego pode ser acomodado à vida familiar (Azmon & Izraeli, 1993). Consequentemente existe uma falta geral de apoio para que as mulheres se envolvam em empreendimentos gerenciais e administrativos (Izraeli, Adler, & Izraeli 1994), bem como no trabalho por conta própria.

No Canadá há também as políticas de incentivo ao aprendizado e emprego enfocando as mulheres, a exemplo do encontrado em British Columbia (WorkBC, 2019). Cabe destacar também que no Canadá existem agências regionais que patrocinam programas direcionados especificamente para mulheres empreendedoras, por exemplo, a Western Diversification's e Atlantic Canada Opportunities Agency e a Women's Enterprise Initiative (WEI) e Women in Business Initiative (Orser, 2007).

Da mesma forma, os emigrantes com visto de turista, de trabalho ou de estudante, assim como as pessoas que reivindicam cidadania, teriam maior probabilidade de serem empreendedores, o que demonstra uma tendência à ilegalidade de empreendimentos de brasileiros em Portugal. Em Portugal também ocorre uma facilidade de obtenção de visto tanto por descendência de parte dos brasileiros com a obtenção de cidadania europeia, quanto por causa de políticas recíprocas entre Brasil e Portugal (Bitencourt & Ricken, 2018).

Já no Canadá, os respondentes com vistos de estudante e turista têm menor probabilidade de serem empreendedores. Ao contrário de Portugal, neste país, a tendência de brasileiros montarem empreendimentos ilegais é menor, talvez por uma lei mais rigorosa ou maior número de programas de incentivo ao empreendedorismo e criação de startups (Government of Canada, 2019).

Outro fator negativamente correlacionado ao ato de empreender no Canadá é o nível de educação. Isto suporta a tendência de que os imigrantes mais qualificados estariam também em busca de empregos qualificados dentro de suas áreas de formação. Este fato está vinculado às políticas de incentivo do governo canadense

para atração de imigrantes estrangeiros qualificados, visando preencher vagas do mercado de trabalho em áreas com escassez de mão de obra, tais como as áreas de tecnologia da informação, marketing, negócios, educação e saúde.

O Governo Canadense promove também a atração de *startups* inovadoras que possam gerar empregos para canadenses e competir em escala global (Government of Canada, 2019). Outro quesito incentivado pelo governo canadense são os imigrantes dispostos a se estabelecerem em regiões menos habitadas do país, como as cidades de London, Edmonton e Winnipeg (Fellet, 2017).

Considerando as amostras de respondentes que não são empreendedores atualmente, podem-se identificar fatores correlacionados com a vontade de empreender no futuro. Respondentes do sexo feminino tendem a ter maior disposição em ambos os países. A justificativa para tal pode ser a mesma dada anteriormente para a amostra de Portugal. Tais mulheres tenderiam a empreender motivadas pela conveniência de poder decidir seus horários de trabalho, permitindo cuidar de suas famílias. Essas mulheres podem ainda não ter conseguido abrir os seus negócios, mas teriam intenção de fazê-lo.

Também se encontrou, em ambos países, uma relação negativa entre o fato de o respondente ser um imigrante definitivo e a intenção de empreender. Conforme já mencionado, indivíduos que possuem intenção de se estabelecer definitivamente no país são as que estão mais estabilizadas, com emprego fixo, e que provavelmente não teriam tanto interesse em empreender.

Nenhum outro fator se mostrou correlacionado com a intenção de empreender em Portugal. Já no Canadá, pessoas com visto de estudante ou de turista tendem a não ter essa intenção. Este achado reforça o que já foi argumentado anteriormente diante de uma correlação negativa entre o visto de turista ou estudante (na entrada) e o fato de a pessoa ser empreendedora. O Canadá seria um ambiente menos tolerante a negócios abertos por imigrantes brasileiros, de forma irregular, do que Portugal.

Convergência de programas e lacunas

Comparando os programas canadense e português, observa-se alguns pontos em comum como: i) a necessidade de um plano de negócios; ii) foco em inovação e tecnologia; iii) valores financeiros mínimos; e iv) atração de mão de obra altamente qualificada para produção de bens e serviços inovadores. No entanto, os programas em geral buscam atrair sobretudo investidores mais capitalizados e qualificados, e menos os enquadrados em autoemprego, que apesar de ser uma forma de empreendedorismo de imigrantes que gera menor impacto na economia, é bem frequente. Ademais, nenhum programa de atração de investidores listado acima considera o fomento às mulheres, que como apontado anteriormente, segundo os dados coletados, tendem a ter intenção maior de empreender do que os homens em ambos os países.

Enquanto em Portugal há um movimento crescente de obtenção de visto por descendência ou por acordos bilaterais, no Canadá são o nível de educação e de renda os fatores que mais contribuem para obtenção dos vistos. Contudo, os imigrantes mais qualificados estão em geral em busca de empregos qualificados dentro de suas áreas de formação, o que é também corroborado pelos dados. Ainda, as pessoas que estão empregadas e estabilizadas, são também as que possuem a intenção de ficar definitivamente no país.

Como lacunas nas políticas de incentivo à imigração pode-se propor a ampliação das categorias de visto de autoemprego, visando atender aos nichos étnicos. O fomento ao empreendedorismo feminino de baixo impacto como política inclusiva de imigrantes também são pontos a serem levados em conta. Há também a possibilidade de se realizar mais estudos com variáveis sociodemográficas para incentivar o empreendedorismo dos que já estão no país, quer seja com visto de turista, estudante ou outra modalidade.

Considerações finais

O estudo teve como objetivo analisar quais fatores sociodemográficos são prescritores da intenção empreendedora de imigrantes brasileiros nas comunidades de Portugal e Canadá, e confrontá-los com as atuais políticas públicas de fomento e a assimilação desses imigrantes nesses países, a presente pesquisa (i) evidenciou por meio de metodologia estatística as variáveis relevantes para prever se um imigrante brasileiro no Canadá ou em Portugal teria intenção de se tornar empreendedor e (ii) discutiu à luz das atuais políticas públicas as lacunas ou pontos de melhoria.

Diante do que foi evidenciado na pesquisa, há influências diferentes das variáveis, a depender do país em que os brasileiros se encontram. Isso se explica parcialmente pela influência ambiental, seja das políticas de incentivo à imigração qualificada (importante para os imigrantes que se destinam ao Canadá), de atração de imigrantes descendentes (importante para imigrantes brasileiros em Portugal), ambiente institucional geral do país (sendo o Canadá mais desenvolvido em alguns aspectos).

A luz do trabalho seminal que aborda o empreendedorismo de imigrantes de Portes e Zhou (1992), no qual os autores destacam a dificuldade de se criar uma teoria única para explicar tal fenômeno, o presente trabalho contribui para o campo de empreendedorismo de imigrantes, ao se valor de metodologia robusta e evidências causais relevantes nos contextos estudados.

Ressalta-se que as comunidades brasileiras têm sido pouco pesquisadas, inclusive por acadêmicos brasileiros (Cruz et al., 2018). Nota-se que grande parte dos estudos inclui diversas etnias asiáticas, do Oriente Médio ou de países latino-americanos, acolhidos na Europa e Estados Unidos.

Como implicações gerenciais, os resultados observados nas comunidades brasileiras de Portugal e Canadá, apontam para variáveis que influenciam o desejo de empreender dos imigrantes, podendo ser usadas como insumos para políticas públicas voltadas ao empreendedorismo, tais como mecanismos de fomento e de atração de futuros empreendedores, o que é evidenciado também ao se apontar para lacunas das atuais políticas de fomento ao empreendedorismo nos dois países.

Propõe-se o estabelecimento de novos estudos comparativos entre comunidades diferentes de brasileiros, assim como entre diferentes etnias. Além disso, propõe-se estudos futuros que incluam o uso das perspectivas teóricas de estudos seminais que explicariam o desempenho de empreendedores: motivações e objetivos individuais; aprendizagem social; redes de afiliação, capital humano e influências ambientais (Brockhaus Sr, 1994; Hisrich & Brush, 1984).

Ademais, destaca-se que existem outras informações extraídas dos dados das enquetes as quais serão utilizadas em outros trabalhos, podendo incluir artigos sobre o perfil dos brasileiros em cada um destes países e sobre modelos de negócios das pequenas e médias empresas de brasileiros no exterior. Vale ressaltar

que a presente pesquisa já está em processo de replicação nos contextos da Alemanha, Suíça, Itália e Reino Unido.

Referências

- Achidi-Ndofor, H., & Priem, R. L. (2011). Immigrant entrepreneurs, the ethnic enclave strategy, and venture performance. *Journal of Management*, 37(3), 790-818. <https://doi.org/10.1177/0149206309345020>
- Adler, N. J., & Izraeli, D. N. (Eds.) (1994). *Competitive frontiers: Women managers in a global economy* (pp. 3-21). Cambridge, MA: Blackwell.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann. (Eds.) *Action control: From Cognition to Behavior* (pp. 11-39). Germany: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. EUA: Prentice-Hall.
- Alba, R., & Nee, V. (2012). Rethinking assimilation theory for a new era of immigration. In C. Suarez-Orosco, M. Suarez-Orozco, D. B. Qin-Hilliard (Eds.) *The New Immigration* (pp. 49-80). UK: Routledge.
- Aldrich, H., Reese, P. R., & Dubini, P. (1989). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 1(4), 339-356. <https://doi.org/10.1080/08985628900000029>
- Antecol, H., Cobb-Clark, D. A., & Trejo, S. J. (2004). Selective immigration policy in Australia, Canada, and the United States. *Brussels Economic Review*, 47(1), 57-76.
- Azmon, Y., & Izraeli, D. N. (1993). Introduction: women in Israel: a sociological overview. In Y. Azmon (Ed.) *Women in Israel* (pp. 1-21). UK: Routledge.
- Baltar, F., & Icart, I. B. (2013). Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. *Global Networks*, 13(2), 200-220. <https://doi.org/10.1111/glob.12020>
- Bandura, A. M. D. C (1977) *Social learning theory*. EUA: Prentice Hall.
- Barrio, J. M. del. (2020, janeiro). Portugal acaba com o paraíso fiscal dos aposentados estrangeiros. Recuperado em 02 Julho, 2021 de <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-01-29/portugal-acaba-com-o-paraiso-fiscal-dos-aposentados-estrangeiros.html>
- Bartlett J. E., Kotlik, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in enquete research appropriate sample size in enquete research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43.

- Bitencourt, M. C., & Ricken, R. S. (2018). A Concessão do Benefício Assistencial aos Estrangeiros Residentes no País e a Violação do Princípio da Dignidade da Pessoa Humana. *Seminário de Ciências Sociais Aplicadas*, 6(6).
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38(5), 583-594. <https://doi.org/10.2307/2094409>
- Borjas, G. (2017). *The Immigration Debate We Need*. Retrieved in 02 July 2021, de <https://www.nytimes.com/2017/02/27/opinion/the-immigration-debate-we-need.html>.
- Box, T. M., White, M. A., & Barr, S. H. (1994). A contingency model of new manufacturing firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(2), 31-45. <https://doi.org/10.1177/104225879401800202>
- Brinkerhoff, J. M. (2016) *Institutional Reform and Diaspora Entrepreneurs: The In-Between Advantage*. UK: Oxford University Press.
- British Columbia BCPNP. (2020). *BC provincial nominee program (BC PNP)*. Retrieved in dd mm, from <https://www.welcomebc.ca/Immigrate-to-B-C/B-C-Provincial-Nominee-Program>
- Brockhaus Sr, R. H. (1994). Entrepreneurship and family business research: Comparisons, critique, and lessons. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 25-38. <https://doi.org/10.1177/104225879401900102>
- Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 2(4), 288-315.
- Brush, C. G., & Hisrich, R. D. (1991). Antecedent influences on women owned businesses. *Journal of Managerial Psychology*, 6(2), 9-16. <https://doi.org/10.1108/02683949110144846>
- Cameron, E. (Ed.). (2004). *Multiculturalism and immigration in Canada: an introductory reader*. Canada: Canadian Scholars' Press.
- Chrysostome, E., & Lin, X. (2010). Immigrant entrepreneurship: Scrutinizing a promising type of business venture. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 77-82. <https://doi.org/10.1002/tie.20315>
- Consulado Geral de Portugal em São Paulo (2020). *Visto para emigrantes empreendedores – D2*. Recuperado em 02 de Julho, 2021, de <https://consuladoporlugal.org.br/visto-para-emigrantes-empreendedores-d2/>
- Cooper, A. C. (1981). Strategic management: New ventures and small business. *Long Range Planning*, 14(5), 39-45. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(81\)90006-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(81)90006-6)
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q & Barreto, C. R. (2017, january). Bounded trust or mistrust - Depicting Brazilian Immigrant Entrepreneurship Practices in the US. *Proceedings of Annual Conference United States Association for Small Business and Entrepreneurship*, Philadelphia, Unites States, 32.

- 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*, 24(5), 971-993.
- Cruz, E. P., Falcao, R. P. Q., & Mancebo, R. C. (2019). Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 18, 227–255. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00263-2>
- Davenport, T. O. (1999). *Human capital: What it is and why people invest it*. EUA: Jossey-Bass.
- Dheer, R. J. (2018). Entrepreneurship by immigrants: a review of existing literature and directions for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 555-614. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0506-7>
- Dib, L. A., Rocha, A., & Silva, J. F. (2010). The internationalization process of Brazilian software firms and the born global phenomenon: Examining firm, network, and entrepreneur variables. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 233-253. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0044-z>
- Elo, M. & Volovelsky, E. K. (2016). Jewish diaspora entrepreneurs – the impact of religion on opportunity exploration and exploitation. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 31(2) <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.084090>
- Eraydin, A., Tasan-Kok, T., & Vranken, J. (2010). Diversity matters: Immigrant entrepreneurship and contribution of different forms of social integration in economic performance of cities. *European Planning Studies*, 18(4), 521-543. <https://doi.org/10.1080/09654311003593556>
- Etemad, H. (2018). Growth and learning mechanisms in the evolving multilayered and multidimensional view of international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(1), 1-11. <https://doi.org/10.1007/s10843-018-0227-6>
- Fellet, J. (2017). *Atraindo cada vez mais brasileiros, Canadá se firma como destino global de imigrantes*. Recuperado em 02 de Julho, 2021 de: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-38804983>.
- Fraga, M.V. (2018). Política de imigração do Canadá: diversificação étnica e integração econômica, In Bógus, L. & Baeninger, R. (Orgs.). *A nova face da emigração internacional no Brasil*. São Paulo: EDUC.
- França, T., & Padilla, B. (2018). Imigração brasileira para Portugal: entre o surgimento e a construção midiática de uma nova vaga. *Caderno de Estudos Sociais*, 33(2). DOI: 10.33148/CES2595-4091v.33n.220181773
- Gersak, R. (2017). *Canada aims for immigration boost to buttress economy as population ages*. Retrieved in 02 July, 2021 from <https://www.theglobeandmail.com/news/politics/canada-to-admit-40000-more->

immigrants-a-year-by-2020-under-liberals-new-three-year
plan/article36800775/

- Global Entrepreneurship Monitor (2020). GEM 2019 / 2020 Global Report. Recuperado de: <<https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>>
- Gouvernement du Québec. (2020). *Investor Program. Immigration, Francisation et Intégration*. Retrieved in dd mm, from <http://www.immigration-quebec.gouv.qc.ca/en/immigrate-settle/businesspeople/applying-business-immigrant/three-programs/investors/index.html>
- Government of Canada (2019) *Immigrate through Express Entry*. Retrieved in June 20, 2019 from <https://www.canada.ca/en/immigration-refugees-citizenship/services/immigrate-canada/express-entry.html>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6) EUA: Pearson Prentice Hall.
- Hisrich, R., & Brush, C. (1984). The woman entrepreneur: Management skills and business problems. *Journal of small business management*, 22(1), 30-37.
- Howell, A. (2019). Ethnic entrepreneurship, initial financing, and business performance in China. *Small Business Economics*, 52(3), 697-712. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9980-5>
- Kassicieh, S. K., Radosevich, H. R., & Banbury, C. M. (1997). Using attitudinal, situational, and personal characteristics variables to predict future entrepreneurs from national laboratory inventors. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 44(3), 248-257. DOI: 10.1109/17.618076
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., & Watson, B. (2003). Situational factors and entrepreneurial intentions. *Proceedings of the Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand* (pp. 1-12). Pretoria, South Africa, 16.
- Kleiner, B., Lipps, O., & Ferrez, E. (2015). Language ability and motivation among foreigners in survey responding. *Journal of Survey Statistics and Methodology*, 3(3), 339-360. <https://doi.org/10.1093/jssam/smv015>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-339. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(96\)00061-4](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(96)00061-4)

- Margolis, M. L. (2013). *Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo*. São Paulo: Editora Contexto.
- McClelland, D. C. (1987). Characteristics of Successful Entrepreneurs. *Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219-33. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x>
- Midtbøen, A. H., & Nadim, M. (2019). Ethnic niche formation at the top? Second-generation immigrants in Norwegian high-status occupations. *Ethnic and Racial Studies*, 42(16), 177-195. <https://doi.org/10.1080/01419870.2019.1638954>
- Minello, I. F., Alves, L. C., & Scherer, L. A. (2012). Business failure factors: Entrepreneurs' perspective of failure experience. *BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 10(1), 19-31.
- Miskin, V., & Rose, J. (1990). New venture initiation: Factors influencing success. *Journal of Small Business Strategy*, 1(2), 1-9.
- Moricochi, L., & Gonçalves, J. S. (1994). Teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter: uma revisão crítica. *Informações Econômicas*, 24(8), 27-35.
- Moura, G. L., & Uebel, R. R. G. (2016). Políticas públicas de imigração no Canadá e suas possíveis aplicações no estado do Rio Grande do Sul. *Revista Signos*, 37(2). <http://dx.doi.org/10.22410/issn.1983-0378.v37i2a2016.1085>
- Nunan, C., & Peixoto, J. (2012). Crise econômica e retorno dos imigrantes brasileiros em Portugal. *REMHU, Rev. Interdiscip. Mobil. Hum*, 20(38), 233-250.
- OCDE. (2019). *International Migration Outlook 2019*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/c3e35eec-en>
- Orser, B. (2007). *Canadian women entrepreneurs, research and public policy: a review of literature*. Ottawa: Université d'Ottawa
- Pamplona, I. (2018). *Quantos brasileiros vivem fora do país?* Recuperado em 01 de Julho, 2021, de <https://www.dw.com/pt-br/quantos-brasileiros-vivem-fora-do-pa%C3%ADs/a-44338466>
- Pívia, N. (2018). *Como abrir uma empresa e tirar o visto D2 de empreendedor em Portugal*. Recuperado em 01 de Julho, 2021, de <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/livre-iniciativa/empreender/como-abrir-uma-empresa-e-tirar-o-visto-d2-de-empendedor-em-portugal-1c6ivhyzmmhsnvl0b2861u63o/>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- 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>

- Prince Edward Island. (2020). Immigrate to PEI as an Entrepreneur. Retrieved in 01 July, 2021 from <https://www.princeedwardisland.ca/en/topic/immigrate-pei-entrepreneur>
- Quinn, M., & Devasagayam, R. (2005). Building brand community among ethnic diaspora in the USA: Strategic implications for marketers. *Journal of Brand Management*, 13(2), 101-114. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540251>
- Raposo, P., & Togni, P. (2009). *Fluxos matrimoniais transnacionais entre brasileiras e portuguesas: gênero e imigração*. (Coleção Estudos) Lisboa: Observatório da imigração.
- República Portuguesa. (2020). *Programa "Startup Visa"*. Recuperado em 01 de julho, 2021, de <https://www.vistos.mne.pt/pt/startup-visa>
- Riverin, N. (2003). *Global entrepreneurship monitor: the Canadian report*. Montreal: Economic Development.
- Sala, A. M. L. (2005). El control de la inmigración: política fronteriza, selección del acceso e inmigración irregular. *Arbor*, 181(713), 27-39. <https://doi.org/10.3989/arbor.2005.i713.440>
- Sarfati, G. (2013). Estágios de desenvolvimento econômico e políticas públicas de empreendedorismo e de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) em perspectiva comparada: os casos do Brasil, do Canadá, do Chile, da Irlanda e da Itália. *Rev. Adm. Pública*, 47(1), 25-48. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122013000100002>
- Sega, R. F. (2018). 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.
- Shiramizu, S. (2000). Global migration, ethnic media and ethnic identity. *Asian and Pacific Migration Journal*, 9(3), 273-285. <https://doi.org/10.1177/011719680000900303>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0146167297235009>
- Stevenson, L., & Lundström, A. (2007). Dressing the emperor: the fabric of entrepreneurship policy. Handbook of research on entrepreneurship policy, In D. B. Audretsch, I. Grilo & A. R. Thurik (Eds.) *Handbook of Research on Entrepreneurship Policy* (Chap. 6, pp. 94-129) UK: Edward Elgar Pub.
- Suresh, J., & Ramraj, R. (2012). Entrepreneurial ecosystem: Case study on the influence of environmental factors on entrepreneurial success. *European Journal of Business and Management*, 4(16), 95-101.

- Vilione, J. L. (2017). *A colônia japonesa em Presidente Prudente: sua trajetória, relação com o Estado e a sociedade local (1908-1947)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, MS, Brasil.
- Wong, L. L. (1997). Globalization and transnational migration: A study of recent Chinese capitalist migration from the Asian Pacific to Canada. *International Sociology*, 12(3), 329-351. <https://doi.org/10.1177/026858097012003004>
- Wong, L. L., & Ng, M. (2002). The emergence of small transnational enterprise in Vancouver: The case of Chinese entrepreneur immigrants. *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(3), 508-530. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.00396>
- WorkBC (2019) *British Columbia. Women*. Retrieved in May 17, 2019 from <https://www.workbc.ca/Resources-for/Women.aspx#anchor1>
- Yukongdi, V., & Lopa, N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: a study of individual, situational and gender differences. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 333-352. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0168>
- Zen, A. C., & Fracasso, E. M. (2008). Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor. *RAM, Rev. Adm. Mackenzie*, 9(8), 135-150. <https://doi.org/10.1590/S1678-69712008000800008>
- Zhou, M. (2004). *The role of the enclave economy in immigrant adaptation and community building: The case of New York's Chinatown. Immigrant and minority entrepreneurship: the continuous rebirth of American communities*, (pp. 37-60).
- Zhuang, Z. C. (2019). Ethnic Entrepreneurship and Placemaking in Toronto's Ethnic Retail Neighbourhoods. *Special Issue on Urban Politics of Ethnic Entrepreneurship*, 110(5), 520-537. <https://doi.org/10.1111/tesg.12383>
- Zimmer, C., & Aldrich, H. (1987). Resource mobilization through ethnic networks: Kinship and friendship ties of shopkeepers in England. *Sociological Perspectives*, 30(4), 422-445. <https://doi.org/10.2307/1389212>
- Zolin, R., & Schlosser, F. (2013). Characteristics of immigrant entrepreneurs and their involvement in international new ventures. *Thunderbird International Business Review*, 55(3), 271-284. <https://doi.org/10.1002/tie.21543>