

Configuración de empresas de inmigrantes brasileños-canadienses en el área metropolitana de Toronto, Canadá**Brazilian-Canadian Immigrant Businesses Configuration in the Greater Toronto Metropolitan Area, Canada**

Michel Mott Machado,¹ Caroline Shenaz Hossein,² Roberto Pessoa de Queiroz Falcão³ y Eduardo Picanço Cruz⁴

RESUMEN

El propósito del artículo es examinar el empleo por cuenta propia y una muestra de microempresas de inmigrantes brasileños en Toronto, Canadá, revelar sus mecanismos de redes sociales, la influencia de la cultura y del capital humano. La metodología abarcó la aplicación de 74 cuestionarios a empresarios brasileño-canadienses y 42 entrevistas semiestructuradas, con el objetivo de comprender sus experiencias y relaciones vividas. Los resultados incluyen indicar como causas de la migración a la inseguridad económica, la inestabilidad política y la violencia, así como demostrar que el capital social es fundamental para el inicio y el desarrollo de los negocios, viéndose motivados a emprender sus propios negocios por necesidad, debido a barreras en el mercado laboral. Al ser un estudio exploratorio, el artículo se limita a discutir aspectos descriptivos de la comunidad brasileña de empresarios. Sin embargo, sus implicaciones podrían abarcar nuevos estudios que impliquen la formulación de políticas migratorias para recién llegados, estudios longitudinales o comparaciones con otras etnias.

Palabras clave: 1. emprendimiento de inmigrantes, 2. microempresas, 3. autoempleo, 4. brasileños, 5. Toronto.

ABSTRACT

The purpose of the present article is to examine self-employment and a sample of micro-enterprises of Brazilian immigrants in Toronto, Canada, and to unveil their social networking mechanisms, the influence of their culture, and human capital. The methodology encompassed the application of 74 questionnaires to Brazilian-Canadian entrepreneurs and 42 semi-structured interviews, aiming at understanding their experiences and relationships. The contributions include stating economic insecurity, political instability, and violence as reasons for migration and showing that social capital is essential for starting and developing a business as entrepreneurs often were driven out of necessity due to barriers in the labor market. As an exploratory study, the article is limited to discussing descriptive aspects of the Brazilian community of entrepreneurs. However, its implications might encompass new studies that involve creating migration policies for newcomers, longitudinal studies, or comparisons with other ethnicities.

Keywords: 1. Immigrant entrepreneurship, 2. micro-enterprises, 3. self-employment, 4. Brazilians, 5. Toronto.

Recibido: 28 de julio de 2020

Aprobado: 28 de septiembre de 2020

Publicación web: 30 de julio de 2021

¹ Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza (CEETEPS), São Paulo, Brasil, michelmottmachado@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3444-8271>

² Associate Professor of Global Development and Political Science, University of Toronto Scarborough, Canadá, carolinehossein@yahoo.com, <https://orcid.org/0000-0002-6696-2064>

³ Universidade do Grande Rio (UNIGRANRIO-PPGA), Río de Janeiro, Brazil, robertopqfalcao@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8125-0938>

⁴ Universidade Federal Fluminense (UFF), Río de Janeiro, Brasil, epicanco@id.uff.br, <http://orcid.org/0000-0003-4484-3256>



- 2 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

INTRODUCCIÓN⁵

La migración de brasileños hacia Norteamérica es un fenómeno en curso. El incremento de evidentes conflictos políticos y crisis económicas fortalece la voluntad de más brasileños a emigrar en busca de una mejor vida. La migración ocurre en todo el mundo, las personas buscan nuevas oportunidades como proponen autores como Trenz y Triandafyllidou (2017), Nazareno, Zhou y You (2018), Cruz, Falcão y Mancebo (2019), así como Buettner y Muenz (2020). El económico es uno de los factores impulsores más importantes de la migración internacional (Borjas, 2018). Además, la geopolítica migratoria de la división internacional del trabajo que tiene lugar, motiva a los brasileños a cambiar su residencia a otros países (Baeninger, 2018; Kerwin, 2020). Aun así, no todos los inmigrantes tienen las calificaciones profesionales o los recursos financieros para moverse con facilidad y frecuencia. En algunos casos no hay relación entre sus empleos previos y sus ocupaciones en el país receptor (Borjas, 2018).

Muchos inmigrantes que quizá no tienen habilidades que puedan aplicar de forma inmediata, ven el emprendimiento como una posible forma de inclusión social y económica en occidente (Akbar, 2019). Los brasileños entrevistados en este estudio también ven a los negocios como una forma de integrarse por sus propios medios en la sociedad canadiense a través del aprendizaje del inglés, ganarse la vida y ajustarse a las normas culturales. En muchos países occidentales se tiene conocimiento sobre el emprendimiento inmigrante (Dheer, 2018).

Estudios de Basu y Altinay (2002) y de Altinay y Altinay (2008) revelan aspectos culturales de negocios e integración étnica entre comunidades indias, de África del este, asiáticas, paquistaníes, bangladesíes y turcas en Londres, Reino Unido. Además, uno de los primeros estudios de Light (1972) en relación con empresas étnicas en Norteamérica, que se enfocó en el autoempleo de chinos, japoneses, negros y otras minorías en desventaja, le permitió expandir la teoría del emprendimiento inmigrante (Light y Rosenstein, 1995). Otros estudios económicos han abordado inmigración histórica y modelos de iniciativas comerciales en contextos latinoamericanos (Bandieri y Almaraz, 2020; Torres, Moreno y Limón, 2020).

No obstante, parece haber un vacío en términos del entendimiento del emprendimiento de los inmigrantes brasileños, si bien la literatura ha documentado casos en los Estados Unidos, Japón y Portugal aparece (Cebulko, 2018; Cruz, Falcão y Barreto, 2017; Diniz, Guimarães y Fernandes, 2019; Neves, 2017; Shishito y Baeninger, 2016). Antes de los años ochenta Brasil era de cierta forma un país que recibía inmigrantes (Patarra y Fernandes,

⁵ Este artículo se desprende del proyecto posdoctoral *Brazilian Immigrant Entrepreneurship in Toronto* realizado en York University, con apoyo de La Fundación de Apoyo a la Investigación Científica del Estado de São Paulo-FAPESP (Proceso 2018/11276-0); y la llamada MCTIC/CNPq No. 28/2018-*Comparative Study of the Immigrant Entrepreneurship of the Brazilian Communities in Portugal and Canada*.

2011), desde su pasado como colonia portuguesa y los flujos migratorios desde Europa, el Oriente Medio y Asia en el siglo XIX y al principio del XX. Estos pobladores también se involucraron en iniciar actividades comerciales y empresariales en Brasil.

Desde los años ochenta los brasileños han migrado para escapar de la violencia diaria, racismo, inflación y crisis políticas y económicas (Margolis, 2013). Canadá y su ambiente internacional progresista resaltan como una sociedad tolerante con oportunidades de empleo y negocios abundantes. Habiendo llamado la atención de los brasileños, muchos consideraron mudarse a Canadá (Ministério das Relações Exteriores, 2016). Desafortunadamente, no hay muchos datos ni estudios sobre las experiencias de brasileños-canadienses. Este trabajo es uno de los primeros estudios que examinan sus razones para migrar y sus actividades de negocios en el Área Metropolitana del Gran Toronto, la ciudad más grande de Canadá. En consecuencia, los objetivos de este artículo son tres:

- 1) Identificar microempresas de inmigrantes brasileños y la configuración de autoempleo en el Área Metropolitana del Gran Toronto (Durham, Halton, Peel y York), Canadá (ver mapas 1 y 2).
- 2) Describir los emprendimientos en términos de historias de vida, capital humano y motivación.
- 3) Entender sus mecanismos de redes sociales, la influencia de su cultura y el capital humano involucrado en estos lazos sociales.

En este artículo las definiciones de pequeños negocios se tomarán de fuentes relevantes. A pesar de que varias definiciones aplican en diferentes contextos, la heterogeneidad de los pequeños negocios demanda hacer adaptaciones de acuerdo con cada sector, localidad geográfica u otros contextos en los que se localizan las firmas (Tonge, 2001). Por lo tanto, las investigaciones actuales no sólo han encontrado emprendedores de pequeños negocios, sino también autoempleados y dueños de micronegocios. El autoempleo está estrechamente relacionado con inmigrantes y su definición se relaciona con los individuos que realizan algún trabajo por pago o ganancia familiar, ya sea en efectivo o en especie (Blanchflower, 2000).

Además de esto, un tipo particular de pequeño negocio es la microempresa, que se define como un negocio que emplea menos de 10 personas y con frecuencia sólo una o dos (Birks, Fluitman, Oudin, Salome y Sinclair, 1994).

Finalmente, es conveniente notar que el carácter exploratorio y descriptivo de esta investigación puede develar nuevas preguntas de investigación para futuros estudios de otros investigadores, como se sugiere en las consideraciones finales. Esto es probablemente una de las principales contribuciones de esta investigación exploratoria (Snyder, 2019). Basados en el estudio de Goza (1999), los autores agregan evidencia sobre la comunidad brasileña en Toronto y sus actividades empresariales.

- 4 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

SITUANDO EL DISCURSO SOBRE EMPRENDIMIENTOS ÉTNICOS E INMIGRANTES

A pesar del crecimiento de las cifras de migrantes en el mundo, aún hay limitaciones sobre la investigación en emprendimientos inmigrantes y étnicos (Brzozowski, 2019). La primera restricción se relaciona con su concentración en pocos países (principalmente Canadá, Estados Unidos y algunas naciones de Europa Occidental) y grupos étnicos (latinos, chinos, coreanos y pocos estudios sobre brasileños). Una segunda es que existe un número insuficiente de conceptos teóricos desarrollados para el análisis del fenómeno y enfoques metodológicos limitados. Como se corroboró en otras revisiones de la literatura como por ejemplo en Cruz y Falcão (2016), Ma, Zhao, Wang y Lee (2013), y Aliaga-Isla y Rialp (2013), existen varios tópicos desatendidos en localidades geográficas menos comunes como Asia, Europa de Este, África, Sudamérica y de grupos étnicos inmigrantes en desventaja (inmigrantes pobres, personas LGBTQ+, etnicidades racializadas, entre otras).

Estudios enfocados en emprendimientos inmigrantes y étnicos son el resultado de interacciones interdisciplinarias (Cruz y Falcão, 2016). La formación de este campo de investigación considera la preponderancia de la sociología y economía en su inicio, y más tarde, la geografía y los estudios urbanos (Light y Rosenstein, 1995; Portes y Zhou, 1992). Los análisis de aspectos sociológicos y económicos se apoyaron en diferentes teorías o marcos, tales como los de la teoría de capitales de Bourdieu (2008), teorías relacionadas con asimilación étnica y cultural (Alba y Nee, 1997), aspectos organizativos culturales y ecológicos (Evans y Leighton, 1990), y la integración variada aplicada al contexto de negocios de inmigrantes (Kloosterman y Rath, 2001). Aparte, varios autores evidencian el papel del emprendimiento y autoempleo en la integración social y generación de ingresos de los inmigrantes (Alba y Nee, 1997; Griffin-EL y Olabisi, 2018; Mosbah, Debili y Merazga, 2018; Zhou, 2004).

No obstante, la naturaleza multidisciplinaria del tema (Etemad, 2017) resalta como un reto para la investigación en este campo. A pesar de que se reconoce que la mayoría de los estudios no recurren a una teoría específica para representar los perfiles de emprendedores inmigrantes, algunas proposiciones teóricas se abordan: 1) capital humano (Becker, Murphy y Tamura, 1990), para analizar las características educativas y de antecedentes profesionales de los inmigrantes; 2) la teoría cognitiva social (Bandura, 1989), para estudiar la influencia del ambiente social en la búsqueda de oportunidades de emprendimiento; 3) la teoría del capital social (Dubos, 2017), para investigar cómo funcionan las redes sociales y presentar similitudes entre emprendedores inmigrantes localizados en distintas partes del mundo; 4) la cultura nacional (McSweeney, 2002), para comprender dimensiones individuales y colectivas; y 5) las teorías de interseccionalidad y perspectiva psicológica (Cole, 2009), para analizar el comportamiento empresarial de mujeres inmigrantes, por ejemplo (Aliaga-Isla y Rialp, 2013).

Otros estudios buscaron analizar modelos teóricos complementarios de asimilación espacial y estratificación por localidad (Iceland y Wilkes, 2006), que tocan aspectos relacionados con el campo de la geografía y los estudios urbanos. Debería ser mencionado que los mecanismos de supervivencia que se originan de la ecología organizacional, estudiados en sociología y el área de administración de negocios, también se discuten desde varias etnicidades, así como el tema del género en emprendimientos (Cruz y Falcão, 2016).

Además, cierta literatura estudia mercados étnicos (Logan, Alba y McNulty, 1994) y transnacionalismo (Portes, Haller y Guarnizo, 2002), fenómenos considerados formas alternativas de adaptación económica de las minorías étnicas en las sociedades. Estos estudios se basaron en la teoría de redes (Galloway y Thacker, 2013) aplicadas al contexto transnacional. Además, un factor clave identificado en emprendimientos étnicos de inmigrantes transnacionales es lo que se ha llamado la formación de las redes sociales, puesto que trabaja, en concurrencia, como mecanismo de apoyo y guía en la selección de los destinos y oportunidades de negocios (Cruz, Falcão y Barreto, 2017). A lo largo de estas líneas, tres formas de redes sociales aparecen dentro de los contextos inmigrantes: redes de origen (étnicos o nacionales), redes de destino y redes de industrias, también llamadas “redes de práctica” (Drori, Honig y Wright, 2009). Las redes formadas en los “enclaves étnicos” reducen las barreras para la inmigración mientras que incrementan las oportunidades económicas de los recursos para establecer emprendimientos inmigrantes (Cruz, Falcão y Barreto, 2017).

También, Zhou (2004) propone tres categorías básicas de emprendimiento en contextos étnicos o inmigrantes. Primera: la “minoría intermediaria”, o “intermediarios minoritarios”, que tienen una posición intermedia entre el grupo dominante y los individuos en el enclave, es generalmente representado por dueños de pequeños negocios. Segunda: “nichos de mercado étnicos”, representados por negocios intensivos en trabajo y con baja remuneración enfocados en sectores de la economía en barrios empobrecidos donde ofrecen “productos exóticos” en mercados tradicionales. Tercera: “economías de enclave”, que funcionan como una entidad cultural integrada con fuertes lazos de solidaridad/coeticidad, acceso privilegiado a capital financiero y fuerza laboral étnica, además de estar geográficamente concentradas.

No obstante, desde la perspectiva de emprendimientos étnicos, se considera que las necesidades étnicas específicas pueden crear un nicho de mercado dentro de la comunidad (Light, 1972), fomentando barreras para la entrada de competidores (Masurel, Nijkamp, Tastan y Vindigni, 2002). Aún así, agrega la posibilidad de formas no convencionales de suministro y distribución (Wilson y Portes, 1980), tales como ofrecimiento de capital financiero alternativo (Greene, 1997).

Además, algunas comunidades étnicas se establecen en una zona geográfica específica, lo que puede promover un ecosistema de compañías que surten a este mercado étnico específico (Zhou, 2004). Otra posibilidad que se observa es adaptar una estrategia de

- 6 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

suministro para el mercado dominante en centros urbanos grandes (Portes, 1981). De esta forma, en general, se puede considerar que hay dos tipos de emprendedores inmigrantes: aquellos que socialmente se identifican con sus comunidades debido a lazos de cultura, tradición o falta de requisitos (como el dominio del idioma), y aquellos que no se identifican con sus pares (misma etnia) o incluso los desprecian. Estos distintos caminos también influyen en su decisión de enfocar sus negocios en ciudadanos locales o en sus enclaves étnicos (Alba y Nee, 1997; Zhou, 2004).

USO DE LA TEORÍA DEL CAPITAL SOCIAL PARA CONOCER ACERCA DE MICROEMPRESAS BRASILEÑO-CANADIENSES Y PERSONAS AUTOEMPLEADAS

Históricamente, Canadá se reconoce como un país que ha adoptado una política de migración selectiva basada en calificaciones y habilidades profesionales (Borjas, 1993; Knowles, 2016) y el multiculturalismo como política de Estado (Machado y Teixeira, 2019). En 2002 el país definió tres categorías básicas de residencia permanente: 1) reunificación familiar; 2) económica; 3) humanitaria (Fraga, 2018). No obstante, la migración es todavía un objeto de tensiones políticas y sociales, en particular las relacionadas con las limitaciones para entrar al mercado de trabajo (Fraga, 2018), los resultados de discriminación a minorías racializadas (Akbar, 2019), y que son comunes en sociedades multiculturales (Nabavi y Lund, 2012).

La inmigración brasileña durante la segunda mitad de los años ochenta se impulsó por la agitación histórica y económica permanente. Emigrantes brasileños se enfocaron en países como Canadá, Estados Unidos y de Europa Occidental predominantemente. Estos flujos continuaron creciendo durante los años noventa y dos mil (Sega, 2018). Por ejemplo, fueron de 0.8 millones en los años ochenta a 1.4 millones en 1996, y a 1.8 millones en 2003 (Ministério das Relações Exteriores, 2016). Canadá se convirtió en un destino para inmigrantes brasileños debido a su seguridad económica y social, opuesto a la inseguridad social, política y económica brasileñas (Schervier, 2005).

De acuerdo con las últimas estadísticas brasileñas, 39 300 brasileños vivieron en Canadá durante 2015 (Ministério das Relações Exteriores, 2016), siendo el Área Metropolitana del Gran Toronto (Provincia de Ontario) el principal centro de inmigración, que acoge al mayor contingente de inmigrantes brasileños en Canadá (Sega, 2018). A partir de 2016, 10 520 brasileños vivían en Toronto (Statistics Canada, 2017). La mayoría de ellos son trabajadores con estudios universitarios de clases medias, que trabajan en trabajos formales y en el sector informal (Margolis, 2013; Sega, 2018).

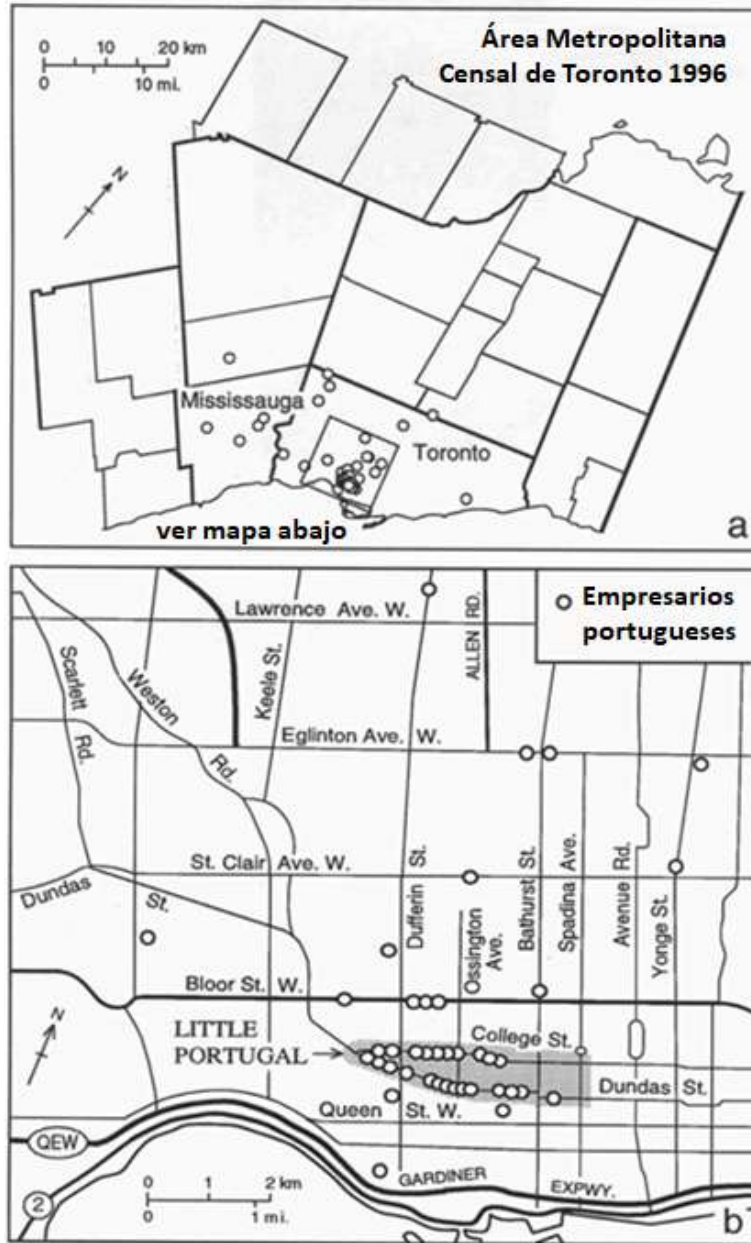
Una de las estrategias más comunes para inmigrantes adultos jóvenes brasileños consiste en solicitar una visa de estudiante mientras desarrollan redes sociales y “experiencia en trabajo canadiense”, crucial para acceder a empleos mejor pagados (Trilokekar y El Masri, 2019). Sin embargo, los brasileños recién llegados frecuentemente encuentran un trabajo, primero en el sector informal, en distintas actividades como construcción, servicios de

limpieza, restaurantes, etcétera (Sega, 2018). Por otro lado, Goza (1999) evidenció la existencia de inmigrantes que llegaron a Toronto después de 1987, cuando las visas ya eran un requisito para los brasileños. Entraron al país diciendo que eran “refugiados”, lo que les permitió trabajar, estudiar y recibir beneficios sociales hasta que todas sus apelaciones en la corte se agotaran.

Mientras tanto, muchos desarrollaron habilidades en inglés y vivieron la “experiencia canadiense”, lo que les permitió tener el puntaje suficiente en la escala de inmigración canadiense y se convirtieron en ciudadanos legales. Goza (1999) también resalta que estos inmigrantes tenían una escolaridad relativamente alta y estaban muy motivados para triunfar, así que incluso aquellos que expresaron un deseo de regresar a Brasil se integraron bien en la sociedad del país de acogida, lo que resultó en un deseo de quedarse permanentemente en Canadá. Ese trabajo seminal impulsó diversas investigaciones sobre brasileños. De acuerdo con Cruz, Falcão y Mancebo (2019), muchos de estos brasileños recién llegados trabajan en negocios de portugueses. Debido al idioma en común y algunas similitudes en su origen cultural, los brasileños se integraron en las redes sociales de las comunidades portuguesas. Como parte del capital social, estos lazos iniciales les permiten desarrollar redes locales. Más importante, es un acceso a una experiencia de aprendizaje que puede conducir y reproducir el desarrollo de emprendimientos étnicos (Cruz, Falcão y Mancebo, 2019; Teixeira, 2001). Adicionalmente, Teixeira (2001) define la región donde estos negocios portugueses se encuentran en el Área Metropolitana del Gran Toronto (mapa 1).

- 8 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

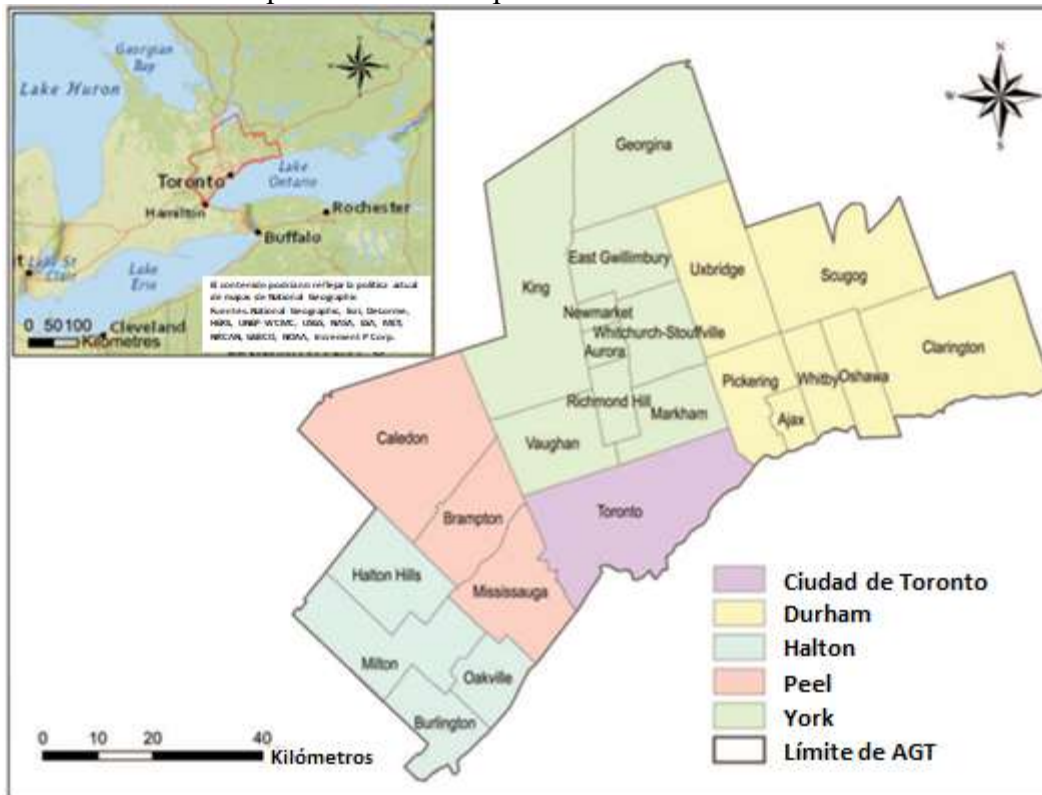
Mapa 1. La ciudad de Toronto y ubicación de negocios portugueses



Fuente: tomado del artículo “*Construyendo una economía étnica em Toronto, Canadá*” (Teixeira, 2001).

En relación con el Área Metropolitana del Gran Toronto y sus distritos, estos se muestran en el mapa 2.

Mapa 2. Área Metropolitana del Gran Toronto



Fuente: tomado del artículo “Examining urban expansion in the Greater Toronto Area using Landsat imagery from 1974-2014” (Wang, Li, Wang y Li, 2015).

Para los inmigrantes, en general, emprender es un importante medio de inserción social y económica, incluido el autoempleo (Hiebert, 2003). Los emprendedores brasileños inmigrantes están sujetos a la interacción entre su cultura étnica, capital humano y estructuras de oportunidad (Cruz, Falcão y Mancebo, 2019). Por un lado, algunos negocios étnicos no promueven el dominio del idioma local, y por el otro, esta falta de dominio o un acento marcado pueden convertirse en barreras para el éxito de sus carreras (Colakoglu, Yunlu y Arman, 2018) o para negocios enfocados hacia consumidores locales.

Las estructuras sociales tienden a jugar un papel como mecanismo de soporte para el emprendimiento inmigrante (Cruz, Falcão y Barreto, 2017). Aparte de esto, parecería que las redes tienden a facilitar las oportunidades económicas, principalmente por medio de recursos para establecer negocios que involucran inmigrantes (Drori, Honig y Wright, 2009). Además, tanto Martes y Rodriguez (2003), como Margolis (2013), muestran una fuerte conexión entre actividades religiosas, al asistir a la iglesia, y el desarrollo de redes sociales, que en algún momento conducirán a la creación de negocios étnicos.

Muchos estudiosos contribuyeron a la discusión sobre el capital social (Bourdieu, 2008; Coleman, 1988; Lin, 1999). Coleman (1988), por ejemplo, define la funcionalidad del capital social como una variedad de entidades con dos elementos en común: todas contienen algún

- 10 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

aspecto de estructuras sociales y facilitan ciertas acciones de los actores –ya sea personas o empresas– dentro de la estructura (Coleman, 1988). En específico, es un cambio en las relaciones entre actores que producen capital social (Becker, Murphy and Tamura, 1990; Coleman, 1988).

Estos cambios sólo son logrados a través de la comunicación. Por ejemplo, Lin (1999) relaciona interacciones y redes con ganancias. El capital social mejora el resultado de las acciones, incluyendo acceso a canales de información estratégica, a normas y sanciones efectivas y la configuración de estructuras de obligaciones, expectativas y confiabilidad. Inmigrantes mejor informados pueden acceder a proveedores, empleados y conocimiento acerca de los consumidores (Portes y Zhou, 1992), reduciendo el costo de la transacción para la organización. Los lazos sociales pueden ejercer influencia sobre los agentes de otras compañías u organizaciones gubernamentales y tener un papel crítico en las decisiones. Estas redes pueden también certificar las credenciales sociales de los individuos (Coleman, 1988), algunos de los cuales reflejan su acceso a recursos a través de redes y relaciones sociales. Empero, se espera que los lazos sociales refuercen la identidad y el reconocimiento. La concentración espacial de inmigrantes en algunos vecindarios también promueve negocios étnicos en medio de redes sociales (Portes y Zhou, 1992).

En Canadá, las llamadas “presentaciones afectuosas” son particularmente típicas en relaciones de negocios, esenciales para explicar por qué el capital social funciona en acciones instrumentales y expresivas no tomadas en cuenta por formas del capital personal tales como el capital económico o humano. Las relaciones sociales son complejas, por lo tanto, una forma de capital social que puede ser valiosa al facilitar algunas acciones individuales relacionadas con asuntos laborales o comerciales puede ser inútil e incluso nociva para otros (Coleman, 1988).

Cuando se compara contra otras formas de capital, debido a su naturaleza, el capital social también es menos tangible y más volátil, relacionado con relaciones cambiantes entre personas que facilitan la acción (Lin, 1999). Mientras que el capital físico (financiero) es tangible debido a su conexión con bienes, inversiones, el capital humano es, por el contrario, un poco menos tangible pues se relaciona con el conocimiento y habilidades adquiridos por los individuos. Como Portes (1995) muestra, los lazos sociales también juegan un papel importante en la recepción o exclusión de externos, lo que es visto, especialmente en comunidades étnicas o inmigrantes, como presión ejercida para adecuarse a las libertades individuales e iniciativas de negocios.

Aparte del capital social, otros aspectos de integración mixta están presentes en cada conjunto de inmigrantes (Kloosterman y Rath, 2001). Los inmigrantes brasileños también enfrentan barreras en la práctica de su negocio, siendo el acceso limitado a financiamiento un problema persistente (Teixeira, Lo y Truelove, 2007). Por lo tanto, a pesar del compromiso canadiense con el multiculturalismo, distintos contextos pueden amplificar la discriminación hacia los inmigrantes y las adversidades para los negocios, como puede ser

la dificultad para validar la formación médica (Foster, 2008) y para la obtención de una visa de residencia permanente (Oppenheimer, Prakash y Burns, 2016), o barreras para los negocios de inmigrantes (Collins y Low, 2010).

Dependiendo de las olas de inmigración, los inmigrantes muestran una diversidad de mezclas de capitales económicos y humanos, como lo evidencian las comunidades brasileñas en Florida, Estados Unidos (Cruz, Falcão y Barreto, 2017). Además, existen diferentes subculturas y orígenes étnicos raciales brasileños, dependiendo de sus grupos étnicos, como los brasileño-japoneses *-dekassegui-* (Ryakitimbo y Hossain, 2019), brasileños africanos (Gonçalves de Lima y Brasileiro, 2020), u otros europeos de piel blanca con herencia brasileña (Cebulko, 2018).

Otro aspecto a considerar es el que tiene que ver con posibles mecanismos de desconfianza limitada entre miembros de la misma etnia, en contraste con la red institucional, como las cámaras de comercio y asociaciones de inmigrantes (Cruz, Falcão y Barreto, 2017). Así mismo, debe ser considerado que las diferencias de clases sociales pueden reproducirse en el extranjero (Kristen, 2019); así como las estructuras de oportunidades y el público objetivo de las compañías pueden estar sujetos a la afiliación de inmigrantes en sus comunidades (Cruz, Falcão y Mancebo, 2019).

MÉTODOS Y ENFOQUES

Esta investigación aplicó un enfoque de métodos mixtos siguiendo procedimientos detallados (Creswell y Creswell, 2017), que se desarrollaron entre julio y diciembre de 2019, como se reporta más adelante. Tratamos de revelar aspectos de microempresas y de configuración de autoempleo en inmigrantes brasileños, describiendo a los emprendedores y sus mecanismos de redes sociales, y también la influencia de su cultura y capital social integrados en estos lazos sociales, usando integración mixta (Kloosterman y Rath, 2001), teorías de capital social (Coleman, 1988; Lin, 1999), trabajos seminales en migración a Canadá (Goza, 1999), y emprendimiento de inmigrantes como inspiración (Portes y Zhou, 1992).

RECOLECCIÓN DE DATOS

Los cuestionarios de la encuesta se aplicaron para tener una perspectiva de la muestra y cuantificar los hallazgos de 74 emprendedores y dos miembros de los consulados brasileños y canadienses. Primero, los investigadores contactaron a un oficial Comisario de Negocios en Brasil, quien les presentó a cinco empresarios brasileño-canadienses. Ellos les presentaron a otros emprendedores brasileños por medio de muestreo de bola de nieve (Goodman, 2011). La plataforma *LinkedIn* fue un medio importante para establecer contacto directo con los emprendedores con quienes posiblemente se entrevistarían.

- 12 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

Una sesión de seguimiento de entrevistas semiestructuradas se llevó a cabo con las 42 personas de este conjunto. La muestra de participantes se definió por medio del criterio de accesibilidad, siendo no probabilístico e intencional. Los entrevistados tenían que ser brasileños, con residencia en el Área Metropolitana del Gran Toronto, sin considerar el tipo de industria, tamaño o años de establecimiento. La muestra debía incluir la duración de estancia en Canadá, proporción equivalente de hombres y mujeres, edades variadas y antecedentes educativos/académicos. La recolección de datos se realizó en un área que concentra varios emprendimientos de brasileños inmigrantes, el extremo oeste de Toronto, Lansdowne, y otras áreas de acuerdo con la ubicación de negocios. El cuestionario contenía información relacionada con su perfil sociodemográfico, estatus de visa a la entrada a Canadá, razones para emigrar, información del negocio (cuánto ha estado en operación, tipo y formalidad).

La segunda fase de la recolección de datos incluyó entrevistas semiestructuradas, que tenían la intención de probar varios aspectos de la trayectoria migratoria individual, experiencias al iniciar y administrar sus negocios y las estructuras de oportunidad específicas que encuentran. Otros temas incluyeron la importancia de las redes sociales y mecanismos para la sobrevivencia y éxito de sus negocios, problemas financieros, asesoría en asuntos administrativos y legales, asociaciones, proveedores locales, y finalmente asuntos de logística y apoyo a negocios.

Las entrevistas fueron grabadas en audio y transcritas en su totalidad. La duración promedio fue de una hora y media; se llevaron a cabo en los días, lugares y tiempos más convenientes para los entrevistados.

Los investigadores recurrieron a observación de campo mientras deambulaban en áreas como la Avenida Lansdowne, en Toronto, con gran concentración de emprendimientos de inmigrantes brasileños. Los negocios incluían panaderías, tiendas, salones de belleza, agencias de viaje, centros de remesas monetarias y cafeterías brasileñas. Algunos de estos no son propiedad de brasileños, a pesar de su identidad brasileña. Se utilizó una libreta de campo para tomar notas y registrar las impresiones y puntos de vista. Medios impresos brasileños como anuncios en revistas y periódicos sirvieron para triangular los datos. Cuando los empresarios no respondieron el cuestionario enviado por correo electrónico, los investigadores enviaron el cuestionario por segunda vez por mensajería WhatsApp, lo que resultó efectivo.

Análisis de datos

Para el análisis de los datos obtenidos a través de la encuesta, se usó estadística descriptiva simple. En relación con la interpretación de los datos de las entrevistas, se usó el método de análisis de contenido (Bardin, 2011), incluyendo pre-análisis, exploración material y tratamiento de resultados (por ejemplo, codificación e inferencia).

En primer lugar, se realizó un pre-análisis, de esta forma el material se organizó, produciendo el cuerpo de investigación. Se eligieron los documentos, se formularon hipótesis y desarrollamos indicadores para guiar la interpretación final y observar, primero, la exhaustividad de toda la temática sin omitir parte alguna; segundo, la representatividad, que considera una muestra que representa la población, y homogeneidad, en cuyo caso los datos se deben referir al mismo tema, usando las mismas técnicas de recolección de datos; tercero, la relevancia necesaria para adaptar los instrumentos a los objetivos de la investigación. Por último, exclusividad en la categorización. Los resultados obtenidos se codificaron y subsecuentemente fueron comparados con la literatura reciente para alcanzar los objetivos de investigación y contribuir al desarrollo del campo de estudio.

HALLAZGOS: RESULTADOS EMPÍRICOS Y DISCUSIÓN

Esta sección presenta la recolección de datos de los 74 entrevistados y una discusión acerca de los hallazgos. Aparte, 42 personas participaron en las entrevistas semiestructuradas, lo que mejoró la comprensión de sus trayectorias.

La Tabla 1 presenta el perfil sociodemográfico de los participantes con base en el cuestionario de la encuesta y otros aspectos generales como escolaridad, género, raza, estado civil y tiempo de residencia en Canadá.

Tabla 1. Perfil sociodemográfico de los participantes, 2019-2020
(N=74)

	Hombre	Mujer
Género	36.50%	63.50%
Edad (años)	Hombre	Mujer
18-24	1.40%	0.00%
25-34	6.70%	15.20%
35- 44	17.70%	19.30%
45-54	6.70%	12.40%
55-64	4.00%	13.80%
65+	0%	2.80%
Lugar de nacimiento en Brasil (provincia)		
São Paulo	17.58%	21.62%
Minas Gerais	6.77%	14.86%
Paraná	2.70%	1.35%
Rio de Janeiro	2.70%	8.11%
Bahía	1.35%	4.06%
Pernambuco	1.35%	2.70%
Rio Grande do Sul	1.35%	2.70%
Goiás	0%	2.70%
Rondônia	0%	2.70%
Espírito Santo	0%	1.35%

- 14 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

Sergipe	0%	1.35%
Ceará	1.35%	0%
Distrito Federal	1.35%	0%
Estado civil		
Casado	25.70%	41.90%
Divorciado	4.10%	9.50%
Soltero	6.70%	6.80%
Separado	0%	2.70%
Viudo/a	0%	1.30%
N/R	0%	1.30%
Actividad previa en Brasil		
Empleado	18.90%	35.10%
Emprendedor	14.90%	18.90%
No trabajaba	2.70%	8.10%
N/R	0%	1.40%
Raza		
Ascendencia europea	25.68%	39.18%
Ascendencia brasileña de color	5.42%	14.86%
Ascendencia asiática	1.35%	5.41%
Ascendencia africana	2.70%	4.05%
N/R	1.35%	0%
Escolaridad		
Post-graduado	20.30%	24.30%
Licenciatura o equivalente	8.00%	25.70%
Preparatoria técnica	4.10%	8.10%
Preparatoria	4.10%	4.10%
Primaria	0%	1.30%
Tiempo en Canadá (en años)		
Menos de 1	5.40%	1.30%
1-2	6.80%	4.10%
3-4	6.80%	13.50%
5-6	4.10%	2.70%
7-9	1.30%	2.70%
10-19	5.40%	20.30%
20-29	5.40%	10.80%
30-39	1.30%	8.10%
Condiciones laborales a llegada a Canadá		
Sin perspectiva laboral	21.60%	50%
Emprendedor de antemano	9.50%	4.10%
Empleo formal	2.70%	1.40%
Empleo informal	1.40%	2.70%
N/R	1.30%	5.30%

Fuente: elaboración propia con base en el cuestionario de la encuesta.

Muchos entrevistados migran desde estados en el sureste de Brasil, en particular de São Paulo, Minas Gerais y Río de Janeiro (vea tabla 1). Los PIB de estos estados son los más altos del país, representando 32.2 por ciento, 10.2 por ciento y 8.8 por ciento del PIB total de Brasil, respectivamente. Esto se opone a la teoría tradicional de migración económica, impulsada únicamente por falta de recursos (Mayblin, 2019). No obstante, las políticas de migración selectivas de Canadá favorecen considerablemente mayores niveles educativos y culturales (capital humano). Ese es el caso de los emigrantes brasileños de clases media y alta quienes eligen países en los cuales pueden mejorar sus estándares de vida, escapando de la inestabilidad económica y política de su país de origen.

La mayoría de los participantes dejaron empleos en Brasil para emigrar a Canadá, de esta forma, las respuestas principales fueron “empleado” (54%) y emprendedor (33.8%) (tabla 1). Estos datos corroboran los hallazgos de Cruz, Falcão y Barreto (2017), lo que refuerza que entre inmigrantes brasileños la principal razón para emigrar no es económica sino relacionada con un mejor estándar y condiciones de vida. Además, 78.3 por ciento de los entrevistados declararon tener título universitario o posgrado. Esto corrobora otros estudios que destacan las calificaciones de los inmigrantes brasileños en países donde se requieren niveles de educación mínimos y dominio del idioma inglés (Cruz *et al.*, 2016), como por ejemplo, los migrantes brasileños en Australia. Al comparar las condiciones laborales a la llegada a Canadá por género, observamos una situación significativamente más desfavorable para las mujeres que para los hombres (tabla 1).

En relación con su dominio del inglés y francés, los datos revelan un nivel alto en comprensión lectora en inglés (muy bien= 86.5%), fluidez conversacional (muy bien= 79.7%), producción escrita (muy bien= 73%), y comprensión auditiva (muy bien= 87.8%). Por el contrario, en relación con francés, hay un nivel bajo de comprensión lectora (casi nada=58.1%), comprensión oral (casi nada= 62.2%), comprensión escrita (casi nada=63.5%), u entendimiento (casi nada= 54.1%). No obstante, Finardi y França (2016) subrayan que la enseñanza de un idioma extranjero es particularmente incipiente en Brasil. Por otro lado, Bozorgmehr y Ketcham (2018) destacan que para que el migrante emprendedor tenga éxito es importante que hable el idioma nativo. Por ejemplo, los brasileños que residen en Montreal tienen mayores aptitudes para participar en el gobierno de Quebec. Sin embargo, hay resistencia de las autoridades, en parte debido a las dificultades lingüísticas en relación con el dominio del francés (Da Silva, 2017).

¿Quién fue entrevistado?

En relación con la segunda fase de la recolección de datos de las entrevistas semiestructuradas, la tabla 2 muestra el perfil de los entrevistados en cuanto a edad, escolaridad, tiempo de residir en Canadá y el tipo de emprendimiento.

Tabla 2. Descripción de emprendedores brasileños en el Área Metropolitana del Gran Toronto, 2019-2020 (entrevistas, N=42)

Entrevistado (ID)	Género (M / F)	Edad	Estado de nacimiento	Educación	Tiempo en Canadá (años)	Tipo de negocio	Número de empleados
E1	M	36	São Paulo	Licenciatura o equivalente	3	TI IT (Serv./Ley tecnología)	1
E2	F	52	Minas Gerais	Licenciatura o equivalente	18	Servicios sociales	Autoempleo
E3	M	36	São Paulo	Posgrado	1	TI (Serv./HRM)	4
E4	F	58	Río de Janeiro	Licenciatura o equivalente	26	Salud y bienestar	6
E5	F	62	Río de Janeiro	Posgrado	25	Servicios gráficos y editoriales	1
E6	F	57	Goiás	Secundaria	19	Servicios de belleza	7
E7	M	43	São Paulo	Posgrado	6	Servicios gráficos y editoriales	3
E8	M	49	Paraná	Posgrado	3	Alimentos y bebidas	5
E9	F	60	Minas Gerais	Secundaria	32	Alimentos y bebidas	12
E10	F	29	São Paulo	Licenciatura o equivalente	4	Alimentos y bebidas	3
E11	M	48	Minas Gerais	Secundaria	29	Abarrotes y supermercados	1
E12	F	72	Río de Janeiro	Licenciatura o equivalente	23	Clases y educación	Autoempleo
E13	M	43	Río de Janeiro	Posgrado	1	TI (Serv./Fintech)	2
E14	F	43	São Paulo	Licenciatura o equivalente	13	Servicios de limpieza	9
E15	F	43	Río Grande del Sur	Posgrado	18	Agencia de servicios	1
E16	F	43	São Paulo	Licenciatura o equivalente	22	Salud y bienestar	Autoempleo
E17	M	53	São Paulo	Licenciatura o equivalente	29	Transporte	16

E18	F	48	São Paulo	Posgrado	14	Servicios de limpieza	2
E19	M	24	São Paulo	Secundaria	6	Salud y bienestar	Autoempleo
E20	F	41	Goiás	Primaria	14	Moda y accesorios	2
E21	F	48	Río Grande del Sur	Secundaria	20	Joyería y relojería	3
E22	F	44	Minas Gerais	Secundaria	17	Servicios de limpieza	13
E23	F	55	Minas Gerais	Secundaria	22	Alimentos	2
E24	F	37	Bahía	Licenciatura o equivalente	10	Salud y bienestar	Autoempleo
E25	F	39	São Paulo	Posgrado	1	Servicios de asesoría	Autoempleo
E26	M	36	Pernambuco	Posgrado	4	Alimentos y bebidas	4
E27	F	55	Bahía	Secundaria	11	Servicios de belleza	4
E28	M	42	Minas Gerais	Posgrado	0.66	TI (Serv./Edu-tecnol.)	4
E29	M	27	Ceará	Posgrado	3	Consultoría	Autoempleo
E30	F	37	São Paulo	Licenciatura o equivalente	14	Consultoría	Autoempleo
E31	M	29	São Paulo	Posgrado	0.5	TI (Logística)	Autoempleo
E32	M	29	São Paulo	Licenciatura o equivalente	0.5	TI (Logística)	Autoempleo
E33	M	39	Paraná	Posgrado	0.5	Moda y accesorios	Autoempleo
E34	M	64	Minas Gerais	Posgrado	7	Consultoría	Autoempleo
E35	M	42	São Paulo	Licenciatura o equivalente	0.66	TI (Serv./IA)	2
E36	M	38	Bahía	Secundaria	12	Deportes y recreación	Autoempleo
E37	M	39	São Paulo	Posgrado	15	Deportes y recreación	4
E38	F	32	Sergipe	Posgrado	2	Deportes y recreación	Autoempleo
E39	F	37	São Paulo	Licenciatura o equivalente	0.5	Deportes y recreación	Autoempleo
E40	F	27	Bahía	Posgrado	5	Alimentos y bebidas	1
E41	M	31	Minas Gerais	Secundaria	10	Construcción y renovación	Autoempleo

- 18 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

E42	F	37	São Paulo	Posgrado	3	Consultoría	Autoempleo
RCB	M	N/A	-	N/R	N/A	Oficial del consulado brasileño	-
RCC	F	N/A	-	N/R	N/A	Oficial del consulado canadiense	-

Fuente: elaborado por los autores.

Motivaciones para dejar Brasil y aventurarse en Canadá

Como se mencionó antes, uno de los principales motivos expresados para dejar Brasil tiene que ver con problemas de seguridad, a los que los entrevistados se refieren como “falta de seguridad”, “sentimiento de inseguridad” o “violencia” pero también “inestabilidad” para planear su vida en el largo plazo y buscar una “mejor calidad de vida”. Por tanto, como lo señala Schervier (2005), la seguridad parece tener un sentido más amplio, lo que se comprueba en las entrevistas.

[...] especialmente en relación con la seguridad, yo creo que ya había llegado a un nivel horrible (E7, comunicación personal, 30 de julio de 2019).

La inseguridad en general, no sólo la inseguridad pública [...] gobierno y seguridad política [...]. Brasil es muy inestable (E28, comunicación personal, 21 de octubre de 2019).

Aún con las dificultades del día a día, la violencia urbana es un factor importante (RCB, comunicación personal, 11 de julio de 2019).

Estos testimonios refuerzan el argumento de Cruz, Falcão, y Barreto (2017) acerca de que la emigración de brasileños, quienes están dispuestos a convertirse en emprendedores en el extranjero, tiene una fuerte conexión con el sentimiento de frustración y decepción con el país de origen, en este caso Brasil. Los autores creen que estos sentimientos afectan de manera directa dos puntos. Por un lado, la desconfianza entre brasileños afecta la formación de una red de emprendedores, y por el otro, inhibe el logro de negocios transnacionales (Drori, Honig y Wright, 2009) debido a que los empresarios no se sienten seguros invirtiendo sus ahorros en negocios en su propio país de origen.

Hay razones adicionales que consideran la búsqueda de desarrollo personal y profesional, estrategias de internacionalización de negocios e incluso la participación en un ecosistema de innovación maduro, como se declaró por parte de los entrevistados:

Al emigrar, llegan con una perspectiva profesional que con frecuencia comienza con la inscripción en una universidad, así esto se convierte en el primer paso de su proceso migratorio (RCB, comunicación personal, 11 de julio 11 de 2019).

Oportunidades, aprendizaje y crecimiento personal profesional (E10, comunicación personal, 8 de agosto de 2019).

La principal razón es de naturaleza personal, la educación de mis hijos y tal; y la segunda fue abrir un negocio global en su origen, desde el día uno (E13, comunicación personal, 19 de agosto de 2019).

Creo que es el apoyo para hacer lo que hacemos [...] es un ambiente maduro [...] (E35, comunicación personal, 8 de noviembre de 2019).

A su llegada al país receptor, mientras que la mayoría de los entrevistados se asentó en la ciudad de Toronto (94.6%), el Área Metropolitana del Gran Toronto también fue una opción. Las razones más frecuentes para elegir Toronto tienen que ver con “oportunidades de trabajo” y “tener conocidos, amigos o parientes en la ciudad”. En relación con el tiempo de estancia en Canadá, los periodos de 10 a 19 años y de 3 a 4 años son destacables (tabla 2). Además, al principio de los años ochenta la inmigración brasileña se relacionaba con la preexistencia de una comunidad portuguesa (Debiaggi, 2004), lo que resultó ser importante para la construcción de comunidades brasileñas en el extranjero –como en Boston, Filadelfia, Estados Unidos. De esta forma, tener una lengua en común facilita el viaje de un inmigrante. En relación con la ciudad de Toronto, Teixeira (2001) señala que Portugal ya tenía una larga relación con Canadá desde los siglos XV y XVI, motivada por actividades pesqueras. No obstante, la llamada emigración moderna, de acuerdo con el autor, comienza en los años cincuenta.

Acerca la condición laboral a su llegada a Canadá, desde una perspectiva de género vale la pena remarcar la situación relativamente más desfavorable de las mujeres en relación con los hombres, lo que puede sugerir un factor de influencia para que las mujeres sean más *proclives* a emprender (de manera formal o informal) que los hombres, ya sea debido a oportunidad o necesidad. Esto puede deberse a varias razones: “dificultad para continuar la carrera en la misma área desarrollada en el país de origen”; “flexibilidad en el uso del tiempo”; “inmigración motivada por el estatus organizacional expatriada de la pareja”, entre otros.

Finalmente, buscamos encontrar si los entrevistados intentaron regresar a vivir a Brasil, a lo que 71.6 por ciento respondió “No”. Las razones para dicho posicionamiento están estrechamente relacionadas con las razones para dejar el país. Los siguientes comentarios muestran evidencia de las justificaciones para no regresar al país de origen:

Creo que finalmente me adapté; fue muy difícil, pero después de mucho pelear [...] ya veo un mejor futuro acá [...] un país más estable [con] una cultura más sana [...] (E29, comunicación personal, 22 de octubre de 2019).

Yo creo que [...] este es el ambiente ideal para mí, para los negocios [...]. Socialmente, ¡tienes una estructura! [...], hay una sociedad más igualitaria. Por estas razones, no regresaría (E35, comunicación personal, 8 de noviembre de 2019).

- 20 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

Considero que el conocimiento que he adquirido acá, en cinco años, es mucho más de lo que adquirí en Brasil, [...] hoy, mi deseo es quedarme (E10, comunicación personal, 8 de agosto de 2019).

Redes de negocios y capital social

Varios aspectos influyen el establecimiento e inicio de un negocio. Como resultado, en la comunidad emprendedora de la comunidad de Toronto, las redes fueron uno de los principales facilitadores. Por lo tanto, 82.4 por ciento de los participantes expresó su importancia. Al preguntarles si consideraban que las redes actuales facilitaron la administración diaria de sus negocios, 89.2 por ciento respondió positivamente y 10.8 por ciento negativamente. Las siguientes declaraciones pueden evidenciar la relevancia atribuida a las redes en aspectos como la búsqueda de información:

Creo que ayuda al dar información acerca del mercado y cómo incorporar cambios en nuestro plan de trabajo [...] (E28, comunicación personal, 21 de octubre de 2019).

[...] en término de consejos, para abrir puertas, direcciones, para la venta comercial... (E26, comunicación personal, 5 de octubre de 2019).

Los participantes declaran que es crucial desarrollar una red de negocios desde el principio. Esto habilita el éxito de los negocios, acceso a clientes y posibles socios, como se establece:

[...] Creo que por sí mismo uno no llega lejos [...] cuando los inmigrantes llegan, necesitan construir una red fuerte [...] busqué a *Enterprise Toronto* y comencé a tomar los cursos que mencioné antes; [...] comencé a construir mi propio negocio, lo que fue excelente y relevante para la compañía (E10, comunicación personal, agosto 8, 2019).

La actividad en las redes es crucial para los emprendedores, pues se convierte en el acceso a clientes y a proveedores. Además, la información es vista como fundamental para guiar la toma de decisiones en cualquier fase del negocio. Los brasileños usan redes sociales como Instagram, LinkedIn y Meetups para establecer redes de negocios. Aparte, el programa de mensajería WhatsApp es especialmente importante tanto dentro de la comunidad brasileña como en su país de origen.

La *presentación cálida* se señala como una *estrategia* para acceder a clientes potenciales u otros actores relevantes, quienes tienden a trabajar de manera efectiva en el contexto canadiense; por lo tanto, su importancia es reconocida por los emprendedores. El término se refiere a una cierta aprobación, que funciona como una promoción de boca en boca por un tercero, que conoce a los individuos en ambos lados. Es comúnmente usado en ciclos de inversiones o fuerza de ventas (O'Brien, 2019); como lo dijo un emprendedor brasileño: "Acá usamos mucho LinkedIn y Meetups para crear nuevas redes, etcétera [...], para organizar una nueva reunión, tratar de conocer a alguien [...] después [de estas reuniones]

podemos tener una *presentación cálida*” (E31, comunicación personal, 30 de octubre de 2019).

Hacer negocios en Canadá está también relacionado con aspectos como la “sinceridad”, “objetividad”, “transparencia”, “tratar de comprender lo que importa” o “entender las verdaderas necesidades de los clientes”. De esta forma, se espera que los dueños de negocios cumplan sus compromisos, se profesionalicen, y respeten la ley. Las siguientes declaraciones ilustran dicho aspecto.

En primer lugar, ser transparente [...]. otra cosa, realmente trato de resolver problemas, [...] me trato de enfocar en lo que afecta al cliente, y de ahí ataco lo que es realmente relevante y [...] cosa curiosa, dentro del diseño de este marco, terminamos haciendo una serie de ajustes para realmente tratar de solucionar lo que importa [...] (E13, comunicación personal, 19 de agosto de 2019).

Sobre el capital social relacionado con negocios étnicos y cultura brasileña

Toronto se identificó como una ciudad bien organizada y dinámica, elegida para ser el centro de operaciones de la mayoría de negocios de inmigrantes brasileños, especialmente en la zona de West End.

La mayoría de negocios inmigrantes es de autoempleo o microempresas activas en varios sectores de provisión de servicios con una fuerte identificación con su comunidad étnica, lo que sugiere que el capital social es esencial para la formación de “nichos de mercados étnicos”. No obstante, algunos negocios se enfocan en el mercado local “dominante”, de acuerdo con la tipología propuesta por Cruz, Falcão, and Mancebo (2019).

En particular, los elementos culturales son esenciales para atraer clientes de la misma etnia, lo que revela una interrelación de cultura y capital social étnico. Al realizar un reconocimiento geográfico de los negocios, los investigadores pudieron verificar *in situ* algunos signos culturales de identidad brasileña como la bandera nacional, sus colores y ciertas *características* en la fachada. Estos marcadores culturales no eran infrecuentes en varios negocios. En algunos casos, la bandera del estado de origen del dueño del negocio reemplazaba a la de Brasil. Con frecuencia, los nombres de los negocios también se referían a Brasil y sus ciudades, o a sus expresiones lingüísticas regionales. Por ejemplo, en restaurantes, los menús estaban escritos en inglés y portugués. Ocasionalmente, en televisión por cable hay programas o música brasileños.

Otro objeto visible tiene que ver con la decoración de los negocios que son, por ejemplo, fotos de Brasil, de brasileños y de otros o artesanías de ese país. Durante las observaciones en sitio, notamos que la mayoría de los clientes eran brasileños o de origen brasileño, confirmando que estos negocios se dirigen a su audiencia étnica o “economía étnica de enclave” (Zhou, 2004). Por lo tanto, la fuerte presencia de identificación étnica o en objetos visibles refuerza la impresión de que los emprendedores están fuertemente identificados con su grupo étnico, lo que resulta en estar más dispuestos a desarrollar “estrategias de enclave”

- 22 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

(Achidi Ndofor y Priem, 2011), y a llegar a ser emprendedores del “enclave étnico” (Lee, 1999). De esta forma, la evidencia apunta a la estructura de oportunidades y al público objetivo de los negocios de inmigrantes, también sujetas a afiliación inmigrante y sus comunidades (Cruz, Falcão y Mancebo, 2019).

Las redes sociales de la misma etnia se relacionan con instituciones y organizaciones que les ayudan a migrar, conseguir empleo o de alguna otra manera a adaptarse al país de destino; por ejemplo, universidades, organizaciones de la diáspora, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, agencias de empleo privadas, corporaciones, organizaciones religiosas, culturales y otras. La evidencia apunta a un 51.35 por ciento de las firmas, lo que indica que la mayoría de los empleados es de origen brasileño, siendo la “naturalidad lingüística y cultural” un factor relevante. Ellas buscan una relación más cercana con su público objetivo, especialmente otros residentes brasileños o turistas.

El caso de los salones de belleza es un ejemplo. El dominio del portugués resulta ser importante, así como las habilidades técnicas de la profesión, ya que de acuerdo con uno de los testimonios: “los brasileños tienen más habilidad con algunos tipos de cabello “más difíciles”” (E27, comunicación personal, 7 de octubre de 2019).

Por otro lado, en la industria de servicios de limpieza, los empleados de origen brasileño no son esenciales, dado que el negocio no se enfoca en residentes brasileños. No obstante, en general en ambas actividades los brasileños parecen tener buena reputación por ser “hábiles”, “versátiles”, “flexibles” e “higiénicos”.

Desde el punto de vista de las oportunidades, las compañías que evolucionan y expanden sus negocios encuentran barreras para obtener créditos bancarios. Estas barreras sólo pueden ser superadas por medio de varios tipos de redes sociales, ya sea mediante las *presentaciones cálidas* o por medio de previa experiencia laboral en Canadá, ya que son requeridas informalmente para distintos procesos, desde solicitar una tarjeta de crédito, un empleo o rentar una casa o un local comercial. Además, las compañías que siguen enfocándose en *nichos en mercados étnicos*, e incluso en *economías de enclave*, se pueden beneficiar como una estrategia para entrar en el mercado. Sin embargo, esto podría limitar su crecimiento debido a las características socioeconómicas no tan favorables de la comunidad brasileña.

En relación con experiencia y comportamiento emprendedor, 41.89 por ciento de los inmigrantes brasileños inició su primer negocio en Canadá. El resto ya había tenido alguna experiencia en Brasil o Canadá. También se encontró que 51.35 por ciento de los entrevistados no hizo un plan de negocios antes de iniciar el emprendimiento en ese momento.

Cuando se les preguntó si abandonarían la idea de un emprendimiento si recibieran una oferta laboral bien remunerada en Canadá, cerca de 75.67 por ciento respondió que “No”. Las principales justificaciones están relacionadas con “hacer el trabajo que a uno le gusta”, “libertad para manejar tu tiempo”, “autonomía” y “pasarla bien”. Además, con respecto a sus ambiciones, 93.24 por ciento indicó estas se relacionan con “materializar su empresa”,

mientras que sólo 6.76 por ciento respondió “ser millonario”, lo que indica un deseo de “realización personal y satisfacción”. También fue común escuchar que “el dinero es una consecuencia”. Cuando se les preguntó si habían considerado solicitar un empleo en Canadá antes de salir de Brasil, sólo 64.86 por ciento respondió “No”. Esto sugiere, junto con la mayoría que declaró llegar “sin perspectiva de empleo”, que una parte considerable de los inmigrantes pudo haber decidido iniciar un negocio debido a la necesidad (von Bloh, Mandakovic, Apablaza, Amorós y Sternberg, 2020).

Al tratar de encontrar las principales dificultades experimentadas por los entrevistados, como emprendedores inmigrantes en Canadá, las respuestas más relevantes tienen que ver con “cómo hacer negocios” y “adaptación cultural”. Así como lo revelado en las entrevistas: “sin experiencia en Canadá [...], la falta de varios documentos [...] 70 por ciento de las dificultades que para obtener los primeros clientes no estaban relacionadas con el producto sino con el asunto cultural como barrera” (E1, comunicación personal, 8 de julio 8 de 2019).

Por lo tanto, “la adaptación cultural” en el sentido más amplio tiene un papel relevante en el establecimiento de los negocios, como lo expresan los entrevistados:

La dificultad es traer tu *equipaje* brasileño [...] la cultura [...] llegas a un país menos complicado, estás perdido [risas] (E35, comunicación personal, 8 de noviembre de 2019).

La principal dificultad que enfrentar acá es que reconcilies todo el ajeteo de tu vida personal que viene con los cambios. Emigrar es nacer de nuevo, [...] y además del lenguaje, el contexto cultural, es difícil hacer frente al proceso de adaptación (E33, comunicación personal, 31 de octubre de 2019).

La mayoría de los negocios brasileños estaba registrada formalmente (82.43%). Los emprendedores informales tienden a tomar más riesgos y enfrentar mayores dificultades al hacer negocios. Empero, varios reportaron haber iniciado sus actividades antes de formalizarse, lo que representa una forma de autofinanciar sus compañías (Ramadani, Bexheti, Dana y Ratten, 2019).

En relación con el tipo de propiedad del negocio, 68.9 por ciento indicó “propio” y 25.7 por ciento “en sociedad.” Dominan los negocios de servicios, principalmente “salud y bienestar” (16.2%), “alimentos” (12.2%), “consultoría” (10.8%), y “tecnologías de la información” (8.1%).

En relación con el mercado objetivo, 50 por ciento respondió enfocarse en “brasileños que viven en Canadá”, seguidos de 25.7 por ciento que dirige sus negocios a clientes “canadienses”. No obstante, la mayoría de las empresas que comienza operan en B2B (negocio a negocio), que se enfoca en compañías canadienses, brasileñas, europeas, asiáticas o latinoamericanas. Además, 71.6 por ciento reportó conocimiento previo en sus actividades, y 59.6 por ciento declaró conocer las características de sus clientes objetivo.

En relación con el capital inicial, 72.97 declaró invertir “sus propios recursos”, mientras que otros mencionaron usar una combinación de recursos propios y fondos semilla del

programa *Creative Destruction Lab*.⁶ También mencionaron recursos de “familia y amigos” o “préstamo bancario”. Como muestra de la rentabilidad, 23 por ciento declaró que aún no recuperaba su inversión inicial, mientras que 44.6 por ciento dijo que la recuperó “hasta en un año”.

Esto sugiere que un alto porcentaje de recuperación de inversión inicial en un año puede darse debido al poco capital usado inicialmente, de acuerdo con varias declaraciones. Por lo tanto, los recursos financieros para expandir sus negocios vienen generalmente de sus propios recursos o de ganancias retenidas debido a “falta de historia crediticia”, que se relaciona con lo que se llama “la experiencia canadiense”, que aplica al conseguir el primer empleo en Canadá. Como lo expresó uno de los miembros del consulado, los empleados tienden a preguntar “¿has trabajado en Canadá?, si no, “no te puedo contratar”. Es muy difícil tener esa primera oportunidad [...]. La llaman la “experiencia canadiense” [...] parece común acá, [...]” (RCC, comunicación personal, 24 de junio de 2019).

En relación con la duración de la compañía, la mayoría de ellos declaró que los negocios estuvieron en funcionamiento de “uno a dos años” (30.1%). En relación con el acceso a canales de información estratégica, 35.1 por ciento declaró haber pensado en crear un negocio en Canadá antes de salir de Brasil. Obtuvimos información acerca de Canadá y su mercado a través de varias fuentes como el Consulado Canadiense, el gobierno de Canadá, páginas electrónicas de inmigración, de la Cámara de Comercio de Brasil-Canadá, la Federación de Negocios Canadienses-Brasileños, el Consejo para la Ciudadanía Brasileña de Ontario, organismos gubernamentales (*Enterprise Toronto*, por ejemplo), incubadoras, asesores y abogados, además de contactos directos con otros emprendedores / profesionistas en la ciudad y “encuestas” o viajes de “investigación”. Se accede a sus reglas y aprobaciones a través de los mismos canales señalados como fuente de información estratégica:

Desde el punto de vista de las agencias y organismos, el Consulado canadiense y la Cámara de Comercio Brasil-Canadá en São Paulo son fuentes importantes en el entendimiento del ecosistema, datos y demás. La página de inmigración de Canadá es también muy importante [...] y desde mi experiencia, tuve clientes institucionales en el banco y clientes institucionales en Canadá (E13, comunicación personal, 19 de agosto de 2019).

[...] el programa de incubadoras nos ayudó mucho en el proceso (de desarrollo del negocio en Canadá). Nos ayudó mucho durante la misión de 15 días del programa, que se llevó a cabo en octubre de 2018. Después de eso regresé a Brasil para organizar mi proceso de inmigración y regresé aquí (Canadá) en abril de 2019 (E33, comunicación personal, 31 de octubre de 2019).

Por una parte, con mayor frecuencia los brasileños entienden la importancia de las redes y organizaciones de negocios. Por otra, hay un cierto discurso acerca de la ‘desconfianza’ dentro de la comunidad étnica misma, lo que en algún momento afectará el negocio. Entre

⁶ Iniciado en 2012 por la Rotman School of Management de la Universidad de Toronto, este programa promueve *startups* (empresas emergentes) y espíritu empresarial.

otras razones posibles esto puede deberse a la relación ambigua entre brasileños (Machado y Teixeira, 2016), que se puede representar a través de algunas declaraciones:

Los brasileños no se saben comportar. No entienden el espacio privado de los demás. Así que son intrusivos, hablan al mismo tiempo y más fuerte que los otros, eso se ve mal (E7, comunicación personal, 30 de julio de 2019).

[...] recibimos la orden de deportación, teníamos que regresar después de cuatro años [...] así que tuvimos que irnos, y tuvimos que pelear para regresar, [...] no les gustan los mentirosos, quien engaña [...]; cuando decidí regresar a Canadá, decidí tener la mentalidad canadiense [...] no odio a Brasil, [...], pero [...] [tuve que] hacer de lado la parte mala (de la cultura) (E22, comunicación personal, 28 de septiembre de 2019).

No me gusta trabajar con brasileños porque piden mucho (E14, comunicación personal, 10 de septiembre de 2019).

CONSIDERACIONES FINALES

En relación con la configuración de las microempresas brasileñas y autoempleo en el Área Metropolitana del Gran Toronto, Canadá, hay predominancia de un objetivo étnico y relaciones estrechas hacia la comunidad brasileña. Además, este artículo describe la trayectoria de emprendedores brasileños, así como las barreras y oportunidades que encontraron en Canadá.

Como se mencionó antes, la mayoría de los entrevistados viene de las áreas más acomodadas de Brasil y la mayoría se declaró blanca. El rango de edad predominante fue de 30 a 49. Tienen un buen nivel escolar y considerable dominio del inglés, no así del francés, que puede tener ciertas implicaciones para la posible movilidad en la provincia de Quebec, particularmente. Además, varios de ellos estaban interesados y tenían habilidades en tecnología, algunos emprendieron en compañías emergentes en el sector TI. Un fuerte ecosistema de emprendimiento e innovación en Toronto atrae a muchos de ellos a la región.

Los inmigrantes brasileños comparten una razón para dejar su país de origen principalmente debido a un sentimiento de inseguridad, por lo tanto buscaban una mejor calidad de vida y nuevas oportunidades profesionales en Canadá. Un estado de inconformidad social en Brasil se combina con la efectividad del discurso oficial canadiense de ser “un país de oportunidades”, “multicultural”, con “excelente nivel educativo”, etcétera. Son tanto factores que impulsan (a salir de Brasil) y atraen (inmigrantes), y que parecen trabajar como *desencadenantes* para quedarse en Canadá y no intentar repatriarse. En cuanto a las condiciones laborales, al llegar fueron desfavorables, lo que los colocaba en condición de vulnerabilidad, lo que sugiere un *impulso* para crear un negocio por necesidad u ocuparse en actividades de autoempleo.

La información se considera fundamental para guiar la toma de decisiones en cualquier momento del negocio, mientras que las redes son cruciales para acceder a clientes

potenciales y recursos organizacionales. Adicionalmente, la *presentación cálida* es vista como una *estrategia* para acceder a clientes potenciales, socios de negocios u otros actores relevantes. Generalmente, Toronto fue elegido por emprendedores brasileños para establecerse debido a las oportunidades laborales y los conocidos que tienen ahí. Los negocios portugueses en la zona facilitan la comunicación entre los recién llegados y generan una concentración de actividad brasileña cerca de ellos. Las mujeres son más proclives a iniciar sus propios negocios debido a tres aspectos. Primero, continuar con la trayectoria que tenían en su lugar de origen, segundo, la falta de flexibilidad en los horarios al trabajar con otros. Finalmente, debido a su estatus migratorio como esposas de expatriados.

La investigación muestra que la mayoría de los negocios de brasileños inmigrantes consiste en microempresas o de autoempleo activas en el sector de los servicios en distintas actividades, con frecuencia con fuerte identificación con su comunidad étnica. De esta forma, elementos culturales como la decoración tradicional son importantes para atraer clientes de la misma etnicidad, revelan la interrelación de cultura y capital social étnico.

Otro signo de identificación étnica de la mayoría de los negocios se relaciona con el empleo de brasileños, la ‘naturalidad lingüística y cultural’ es un factor relevante para la atención a clientes brasileños, así como para residentes y turistas. Desde la perspectiva de la oportunidad, las compañías que evolucionan y expanden sus negocios encuentran barreras para obtener crédito bancario, lo que se supera solamente por medio de actividad en redes, *presentaciones cálidas* o de contar con experiencia previa en Canadá. Las dificultades iniciales experimentadas por los empresarios se relacionan con su ‘adaptación cultural’, en el sentido más amplio.

Además, al revelar sus mecanismos de redes sociales, los investigadores hallaron una fuerte influencia de su capital humano y cultural en medio de estos lazos sociales. Los emprendedores brasileños inmigrantes ven la creación y el mantenimiento de redes como fuente de nuevos contactos, que al final se podrían convertir en clientes. Aparte, estas redes tienen un papel determinante como *mecanismo de apoyo* para los negocios, lo que se considera un factor esencial para facilitar las oportunidades económicas, principalmente con recursos para el establecimiento y mantenimiento de negocios. No obstante, hay un discurso de “desconfianza y desunión” que tiende a debilitar las posibles ganancias que vengan del capital social dentro de la comunidad étnica brasileña misma.

Otras contribuciones para los profesionales y la teoría tienen que ver con las barreras y facilitadores del establecimiento de empresarios brasileños inmigrantes residentes en Toronto. Por lo tanto, parece plausible sugerir las siguientes líneas de acción: 1) expandir sus redes (capital social), en este caso, fuera de su comunidad étnica; 2) desarrollar/fortalecer la inteligencia cultural/mentalidad global, incluyendo el punto de vista del *cómo hacer negocios* en Canadá; 3) adaptar el producto y/o servicio para llegar a una mayor audiencia, más allá del enclave/nicho étnico, sin necesariamente excluirlo; 4) desarrollar medios alternativos de capitalización (cooperativas, por ejemplo); 5) elevar el nivel de educación

formal, capacitación y experiencias (capital humano) para mejorar la capacidad de gestión de negocios.

Finalmente, para futuros estudios en emprendimientos brasileños e inmigración, proponemos profundizar el análisis por tipo de negocio. También se recomienda explorar casos de negocios que operen en una situación informal, así como estudiar los patrones de emprendimientos de inmigrantes brasileños en compañías emergentes. Posteriormente, se sugiere llevar a cabo un análisis con base en el modelo de orientación de mercado y decisiones estratégicas y realizar análisis con perspectiva de género y a profundidad de las características del emprendimiento de mujeres brasileñas en Canadá.

Traducción: Luis Cejudo-Espinosa

REFERENCIAS

- Achidi Ndofor, H. y Priem, R. L. (2011). Immigrant entrepreneurs, the ethnic enclave strategy, and venture performance. *Journal of Management*, 37(3), 790-818.
- Akbar, M. (2019). Examining the factors that affect the employment status of racialized immigrants: A study of Bangladeshi immigrants in Toronto, Canada. *South Asian Diaspora*, 11(1), 67-87.
- Alba, R. y Nee, V. (1997). Rethinking Assimilation Theory for a New Era of Immigration. *The International Migration Review*, 31(4), 826-874. <https://doi.org/10.2307/2547416>
- Aliaga-Isla, R. y Rialp, A. (2013). Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: Previous findings and ways forward. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 819-844.
- Altinay, L. y Altinay, E. (2008). Factors influencing business growth: The rise of Turkish entrepreneurship in the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(1), 24-26. <https://doi.org/10.1108/13552550810852811>
- Baeninger, R. (2018). Migrações transnacionais na fronteira: Novos espaços da migração Sul-Sul. En R. Baeninger y A. Canales (Coords.), *Migrações Fronteiriças* (pp. 462-474). Campinas, SP: Editora Unicamp.
- Bandieri, S. y Almaraz, A. (2020). Business families in Southern Patagonia: From the end of the 19th Century to the first decades of 20th century. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 5(2), 33-79.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American psychologist*, 44(9), 1175-1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* [Trad. L. A. Reto y A. Pinheiro]. Lisboa, PT: Edições 70.
- Basu, A. y Altinay, E. (2002). The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 20(4), 371-393. <https://doi.org/10.1177/0266242602204001>

- Becker, G. S., Murphy, K. M. y Tamura, R. (1990). Human Capital, fertility, and economic growth. *Journal of political economy*, 98(5), S12-S37.
- Birks, S., Fluitman, F., Oudin, X. y Sinclair, C. (1994). *Skills acquisition in micro-enterprises: evidence from West Africa*. Paris, FR: Organisation for Economic Co-operation and Development. Development Centre/World Bank; International Labour Organization. Recuperado de https://ilo.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay/alma993033953402676/41ILOINST:41ILO_V2
- Blanchflower, D. G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, 7(5), 471-505.
- Borjas, G. J. (1993). *Immigration policy, national origin, and immigrant skills: A comparison of Canada and the United States*. Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Borjas, G. J. (2018). Lessons from immigration economics. *The Independent Review*, 22(3), 329-340.
- Bourdieu, P. (2008). The Forms of Capital. En N.W. Biggart (Ed.), *Readings in Economic Sociology* (pp. 280-291). Oxford, Inglaterra: Blackwell Publishers Ltd.
- Bozorgmehr, M. y Ketcham, E. (2018). Adult Children of Professional and Entrepreneurial Immigrants: Second-Generation Iranians in the United States. En M. Mostafavi Mobasher (Ed.), *The Iranian Diaspora: Challenges, Negotiations, and Transformations* (pp. 25-49). Houston, Estados Unidos.: University of Texas Press.
- Brzozowski, J. (2019). Entrepreneurship and economic integration of immigrants: A critical review of literature. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 23(6), 584-604.
- Buettner, T. y Muenz, R. (2020). *Migration Projections: The Economic Case*. [Publicación electrónica] Washington, D.C. Global Knowledge Partnership on Migration and Development/The European Commission, Germany's Federal Ministry of Economic Cooperation and Development/Swiss Agency for Development and Cooperation. Recuperado de https://www.knomad.org/sites/default/files/2020-02/KNOMAD_Paper_MigrationProjectionsTheEconomicCase%20TBuettner_RMun ez.pdf
- Cebulko, K. (2018). Privilege without papers: Intersecting inequalities among 1.5-generation. *Brazilians in Massachusetts. Ethnicities*, 18(2), 225-241.
- Colakoglu, S., Yunlu, D. G. y Arman, G. (2018). High-skilled female immigrants: Career strategies and experiences. *Journal of Global Mobility*, 6(3/4), 258-284.
- Cole, E. R. (2009). Intersectionality and research in psychology. *American Psychologist*, 64(3), 170-180.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the creation of Human Capital. *American journal of sociology*, 94, S95-S120.
- Collins, J. y Low, A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 97-111.

- Creswell, J. W. y Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Cruz, E. P., Jesus, D. D., Falcão, R. de Q., Lopes, L. A. C., Petri, F. C., Melo, Y. D. y Junior, R. D. S. (2016). *Relatório de pesquisa sobre Brasileiros na Austrália*. Niterói, RJ: Universidade Federal Fluminense.
- Cruz, E. P. & Falcão, R. P. (2016). Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante Étnico. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)*, 11(3), 78-94.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. Q. y Barreto, C. R. (2017). Exploring the evolution of ethnic entrepreneurship: The case of Brazilian immigrants in Florida. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(5), 50-70.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. y Mancebo, R. C. (2019). Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 18, 227-255.
- Da 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.
- Debiaggi, S. (2004). *Psicologia, e/imigração e cultura*. Brazil: Casa do Psicólogo.
- Dheer, R. J. S. (2018). Entrepreneurship by immigrants: A review of existing literature and directions for future research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 555-614. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0506-7>
- Diniz, G. C. S., Guimarães, L. O. y Fernandes, D. M. (2019). Empreendedorismo Imigrante e Étnico: O Papel das Redes Sociais no Processo Empreendedor de um Imigrante Sírio no Brasil. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext*, 14(2), 161-174.
- Drori, I., Honig, B. y 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>
- Dubos, R. (2017). *Social Capital: Theory and research*. Nueva York: Routledge.
- Etemad, H. (2017). Towards a conceptual multilayered framework of international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 15(3), 229-238. <https://doi.org/10.1007/s10843-017-0212-5>
- Evans, D. S. y Leighton, L. S. (1990). Some empirical aspects of entrepreneurship. En Z.J. Acs Y D. B. Audretsch (Eds.), *The economics of small firms: A European Challenge* (pp. 79-99). Países Bajos: Springer.
- Finardi, K. R. Y França, C. (2016). O inglês na internacionalização da produção científica brasileira: Evidências da subárea de linguagem e linguística. *Revista Intersecções*, 9(19), 234-250.
- Foster, M. (2008, septiembre 19). The global talent crisis. *Bloomberg*. Recuperado de <https://www.bloomberg.com/news/articles/2008-09-19/the-global-talent-crisisbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>

30 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

- Fraga, M. V. (2018). Política de imigração do Canadá: Diversificação étnica e integração econômica. En L. Bógus y R. Baeninger, (Orgs.), *A nova face da emigração internacionalno Brasil* (p. 179) [Ebook]. São Paulo, BR: EDUC-Editora da PUC-SP.
- Galloway, A. R. y Thacker, E. (2013). *The exploit: A theory of networks* (1st ed.) (Electronic Mediations). Estados Unidos: University of Minnesota Press.
- Goodman, L. A. (2011). Comment: On Respondent-Driven Sampling and Snowball Sampling inHard-to-Reach Populations and Snowball Sampling Not in Hard-to-Reach Populations.*Sociological Methodology*, 41(1), 347-353. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9531.2011.01242.x>
- Goza, F. (1999). Brazilian Immigration to Ontario. *International Migration*, 37(4), 765–789. <https://doi.org/10.1111/1468-2435.00093>
- Greene, P. G. (1997). A resource-based approach to ethnic business sponsorship: A considerationof Ismaili-Pakistani immigrants. *Journal of Small Business Management*, 35(4), 58-71.
- Griffin-EL, E. W. y Olabisi, J. (2018). Breaking boundaries: Exploring the process of intersectivemarket activity of immigrant entrepreneurship in the context of high economic inequality.*Journal of Management Studies*, 55(3), 457-485.
- Hiebert, D. (2003). Canada: A false consensus. En R. Kloosterman y J. Rath (Eds.), *Immigrantentrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization* (pp. 39-60). Oxford, Inglaterra: Berg.
- Iceland, J. Y Wilkes, R. (2006). Does socioeconomic status matter? Race, class, and residentialsegregation. *Social problems*, 53(2), 248-273.
- Kerwin, D. (2020). International Migration and Work: Charting an Ethical Approach to the Future.*Journal on Migration and Human Security*, 8(2), 111-133. [10.1177/2311502420913228](https://doi.org/10.1177/2311502420913228)
- Kloosterman, R. y Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored. *Journal of ethnic and migration studies*, 27(2), 189-201.
- Knowles, V. (2016). *Strangers at our gates: Canadian immigration and immigration policy, 1540-2015*. Toronto: Dundurn Press.
- Kristen, C. (2019). Language assimilation and the education of immigrant students. In R. Becker(Ed.), *Research Handbook on the Sociology of Education*, (pp. 519-534). Cheltenham, UK:Edward Elgar Publishing.
- Lee, J. (1999). Retail Niche Domination Among African American, Jewish, and Korean Entrepreneurs: Competition, Coethnic Advantage and Disadvantage. *American BehavioralScientist*, 42(9), 1398-1416. <https://doi.org/10.1177%2F00027649921954967>
- Light, I. (1972). *Ethnic Enterprise in North America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Light, I. (1979). Disadvantaged minorities in self-employment. *International Journal of Comparative Sociology*, 20(1-2), 31-45. <https://doi.org/10.1163/156854279X00157>

- Light, I. y Rosenstein, C. (1995). Expanding the interaction theory of entrepreneurship. In A. Portes (Ed.), *The Economic Sociology of Immigration* (pp. 166-212). Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Gonçalves de Lima, I. T. y Brasileiro, L. T. (2020). A cultura Afro-Brasileira e a educação física: Um retrato da produção do conhecimento. *Movimento-Revista de Educação Física da UFRGS*, 26(e26022), 1-14. <https://doi.org/10.22456/1982-8918.93164>
- Lin, N. (1999). Building a network theory of Social Capital. *Connections*, 22(1), 28-51.
- Logan, J. R., Alba, R. D. y McNulty, T. L. (1994). Ethnic economies in metropolitan regions: Miami and beyond. *Social forces*, 72(3), 691-724.
- Ma, Z., Zhao, S., Wang, T. y Lee, Y. (2013). An overview of contemporary ethnic entrepreneurship studies: Themes and relationships. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(1), 32-52. <https://doi.org/10.1108/13552551311299242>
- Machado, M. M. y Teixeira, M. L. (2016). *Em busca da diferença e da igualdade: reflexões sobremulticulturalismo e interculturalismo*. Porto Alegre, BR: IV Congresso Brasileiro de Estudos Organizacionais.
- Machado, M. M. y Teixeira, M. L. (2019). Em busca da diferença e da igualdade: reflexões sobremulticulturalismo e interculturalismo. In A. P. Lombardi (Org.), *Arqueologia das Ciências Humanas e Sociais Aplicadas 4* (pp. 73-83). Ponta Grossa, PR: Atena, 73-83.
- Margolis, M. L. (2013). *Goodbye, Brazil: Émigrés from the land of soccer and samba*. Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Martes, A. C. B. y Rodriguez, C. L. (2003). Church membership, Social Capital, and entrepreneurship in Brazilian communities in the US. En C.H. Stiles y C.S. Galbraith (Eds.), *Ethnic entrepreneurship: Structure and process* (Vol. 4) (pp. 171-201). Bingley, Reino Unido: Emerald Group Publishing Limited.
- Masurel, E., Nijkamp, P., Tastan, M. y Vindigni, G. (2002). Motivations and performance conditions for ethnic entrepreneurship. *Growth and Change*, 33(2), 238-260.
- Mayblin, L. (2019). Producing slow violence: Imagining asylum as economic migration. En L. Matthews (Coord.), *Impoverishment and Asylum. Social Policy as Slow Violence*, (pp. 46-73). Nueva York: Routledge.
- McSweeney, B. (2002). Hofstede's Model of National Cultural Differences and their Consequences: A Triumph of Faith - A Failure of Analysis. *Human relations*, 55(1), 89-118. <https://doi.org/10.1177/0018726702551004>
- Ministério das Relações Exteriores. (2016). *Brasileiros pelo mundo: Estimativas populacionais*. Retrieved from <https://sistemas.mre.gov.br/kitweb/datafiles/BRMundo/pt-br/file/Brasileiros%20no%20Mundo%202011%20-%20Estimativas%20-%20Terceira%20Edi%C3%A7%C3%A3o%20-%20v2.pdf>
- Mosbah, A., Debili, R. y Merazga, H. (2018). First-generation immigrant entrepreneurship in Malaysia: What do we know so far? *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 351-357.

- 32 Configuração de empresas de imigrantes brasileiro-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

- Nabavi, M. y Lund, D. E. (2012). The tensions and Contradictions of Living in a multiculturalnation in anera of bounded identities. En J. Norris, R. Sawyer y D.E. Lund (Eds.), *Duoethnography: Culture, identity and curriculum* (pp. 177-198). Inglaterra: Routledge.
- Nazareno, J., Zhou, M. y You, T. (2018). Global dynamics of immigrant entrepreneurship: Changing trends, ethnonational variations, and reconceptualizations. *International Journalof Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 780-800. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0141>
- Neves, S. (2017). Intersectional subjectivities: Narratives of Brazilian Immigrant Women in Portugal. En M. Han y C. Cunha (Eds.), *The Subjectified and Subjectifying Mind* (pp. 23-40). Charlotte, NC: Information Age Publishing.
- O'Brien, S. (2019, febrero 22). How To Increase Your Odds of Success With A Warm Introduction. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/susanobrien/2019/02/22/how-to-increase-your-odds-of-success-with-a-warm-introduction/#622166024e89>
- Oppenheimer, D. B., Prakash, S. y Burns, R. (2016). Playing the Trump card: The enduring legacy of racism in immigration law. *Berkeley La Raza Law Journal*, 26(1), 1-45.
- Patarra, N. L. y Fernandes, D. (2011). Brasil: País de imigração. *Revista Internacional em Língua Portuguesa-Migrações*, 3(24), 65-96.
- Portes, A. (1981). 13 Modes of Structural Incorporation and Present Theories of Labor Immigration. *International Migration Review*, 15(1), 279-297.
- Portes, A. (1995). *The economic sociology of immigration: Essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Portes, A., Haller, W. J. y Guarnizo, L. E. (2002). Transnational entrepreneurs: An alternativeform of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review*, 67(2), 278-298.
- Portes, A. y Zhou, M. (1992). Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant anddomestic minorities. *Ethnic and racial studies*, 15(4), 491-522.
- Ramadani, V., Bexheti, A., Dana, L. P. y Ratten, V. (2019). *Informal ethnic entrepreneurship: An overview*. En V. Ramadi, L. P. Vana, V. Ratten y A. Bexheti (Eds.), *Informal EthnicEntrepreneurship* (pp. 1-7). Suiza: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99064-4_1
- Ryakitimbo, C. M. y Hossain, B. (2019). Network Analysis on Increasing Brazilian Migrants inHamamatsu, Japan. *Asian Journal of Social Science Studies*, 4(4), 35-52. <https://doi.org/10.20849/ajsss.v4i4.670>
- Schervier, Z. (2005). Brasileiros no Canadá: Em busca de segurança? *Interfaces Brasil/Canadá, Revista Brasileira de Estudos Canadenses*, 5(1), 231-252. <https://doi.org/10.15210/interfaces.v5i1.6512>
- Sega, R. (2018). Canadá em quatro tempos: O fluxo migratório de brasileiros para Toronto. In L.Bógus (Ed.), *A Nova face da emigração internacional no Brasil*, (pp. 205-234). São Paulo, BR: Editora PUC.

- Shishito, K. T. y Baeninger, R. (2016). Brasileiros no Japão: A expectativa temporal na imigração de kassegui. *Anais do XVII Encontro Nacional de Estudos Populacionais*, (pp. 1-16). Caxambu, BR: Associação Brasileira de Estudos Poulacionais. Recuperado de <http://www.abep.org.br/publicacoes/index.php/anais/article/view/2375/2328>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Statistics Canada. (2017). 2016 Canadian Census. Recuperado de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/index-eng.cfm>
- Teixeira, C. (2001). Construindo uma economia étnica em Toronto, Canadá. *Scripta Nova: revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 77(94). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-77.htm>
- Teixeira, C., Lo, L. y Truelove, M. (2007). Immigrant Entrepreneurship, Institutional Discrimination, and Implications for Public Policy: A Case Study in Toronto. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 25(2), 176-193. <https://doi.org/10.1068/c18r>
- Tonge, J. (2001). *A review of small business literature part 1: Defining the small business*. England, UK: Manchester Metropolitan University Business School.
- Torres, V. G. L., Moreno, L. R. M. y Limón, M. L. S. (2020). Sea Urchin, the Origin of an Export Venture Driven by Japanese Immigrants. En A. A. Alvarado y O.J Montiel Méndez (Eds.), *The History of Entrepreneurship in Mexico* (pp. 125-146). Bingley, Reino Unido: Emerald Publishing Limited.
- Trenz, H. J. y 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. D. y El Masri, A. (2019). “International students are... Golden”: Canada’s changing policy contexts, approaches and national peculiarities in attracting international students as future immigrants. En A. H. Kimm y K. Min-Jung (Eds.), *Outward and upward mobilities: International students, their families, and structuring institutions*, (pp.25–55). Canadá: University of Toronto Press.
- Von Bloh, J., Mandakovic, V., Apablaza, M., Amorós, J. E. y 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>
- Wang, L., Li, W., Wang, S. y Li, J. (2015). Examining urban expansion in the Greater Toronto Area using Landsat imagery from 1974-2014. *Geometica*, 69(2), 161-172. <https://dx.doi.org/10.5623/cig2015-203>
- Wilson, K. L. y Portes, A. (1980). Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami. *American Journal of Sociology*, 86(2), 295-319. <https://doi.org/10.1086/227240>

- 34 Configuración de empresas de inmigrantes brasileño-canadienses en el área metropolitana...
Mott Machado, M., Shenaz Hossein, C., Pessoa de Queiroz Falcão, R. y Picanço Cruz, E.

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>