

AFROEMPREENDEDORISMO E OS DESAFIOS DE INOVAÇÃO NO MERCADO

Nayane Oliveira Martins¹
Adilson Vagner de Oliveira²

RESUMO: A pesquisa foi realizada com o objetivo de investigar algumas experiências de afroempreendedores no Brasil ao fortalecer o mercado de trabalho. O estudo tem o propósito de revelar também como esses empreendedores têm feito para lidar com questões raciais e como deram início a esse negócio já que para a sociedade, o termo afroempreendedor ainda é novidade. A intenção do trabalho foi buscar pessoas que empreenderam para sair de uma crise particular e deram início a um pequeno negócio específico que representa a cultura negra e hoje faz parte da renda familiar. Para responder às questões abordadas foi utilizado o método de pesquisa qualitativa, com a aplicação de um questionário que foi enviado para 5 (cinco) pessoas, sendo essas de várias regiões do Brasil. Os resultados apontam que a) os afroempreendedores entrevistados primeiramente se capacitaram na área de empreendedorismo étnico para planejar a criação do negócio; b) os serviços oferecidos costumam ser inovadores no mercado; c) trata-se de empreendimentos de pequeno porte.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. Mercado. Oportunidade. Inovação.

ABSTRACT: The research was carried out with the objective of investigating some experiences of Afro-entrepreneurs in Brazil in strengthening the labor market. The study also aims to reveal how these entrepreneurs have been dealing with racial issues and how they started this business, since for society, the term Afro-entrepreneur is still new. The intention of the work was to look for people who undertook to get out of a particular crisis and started a specific small business that represents black culture and is now part of the family income. To answer the questions addressed, the qualitative research method was used, with the application of a questionnaire that was sent to 5 (five) people, from various regions of Brazil. The results show that a) the Afro-entrepreneurs interviewed were first trained in the area of ethnic entrepreneurship to plan the creation of the business; b) the services offered are usually innovative in the market; c) these are small businesses.

Keywords: Afro-entrepreneurship. Market. Opportunity. Innovation.

1. INTRODUÇÃO

Ao dar início aos seus empreendimentos, os afroempreendedores têm ganhado destaque no mercado por levar em seus trabalhos o diferencial ao

¹ Graduada do Curso de Gestão de Recursos Humanos. Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Avançado Tangará da Serra

² Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Avançado Tangará da Serra.

trabalhar com a demanda de produtos ou oferta de serviços que promovem o autorreconhecimento racial e a constante busca pelo aperfeiçoamento desses trabalhos, o que os tornam diferentes dos outros empreendedores. Muitos dão início ao empreendimento por não ter oportunidade de encontrar um emprego satisfatório e por sentirem a necessidade de começar uma nova forma de ganhar dinheiro e lidar com a crise persistente na realidade do brasileiro nos últimos anos.

A grande maioria pequenos e microempresários, e alguns ainda não possuem CNPJ, porém estão trabalhando para si mesmo e assim se tornam empreendedores, pois acabam tendo como base seus próprios produtos ou serviços. Os afroempreendedores trabalham com diferenciais, muitos trazem como base para dar início ao próprio negócio os conhecimentos que foram passados pela família de geração em geração, como receitas, serviços ou produtos artesanais, entre outros. São fatores que esses empreendedores têm como ponto positivo para se manterem diante a competitividade mercadológica.

Para os afroempreendedores, abrir o seu próprio negócio acaba se tornando um processo mais difícil que para outros, pois ainda lidam com a rejeição de fornecedores e desrespeito de clientes. Desse modo, a fim de compreender o fenômeno do afroempreendedorismo, utilizou-se como base para o estudo teórico os seguintes autores Benevides (2018); Campos (2018); Nascimento (2018); Nogueira (2014); Oliveira (2019); Teixeira (2017).

Tratar o tema de afroempreendedorismo é importante, pois revela particularidades sobre esse tipo de empreendimento que, muitas vezes, surgem da necessidade de inovar no mercado, produzindo oportunidades de oferecer produtos e serviços exclusivos à população negra. O tema traz consigo conhecimentos pois muito se ouve sobre empreendedorismo negro, mas afroempreendedores ainda são poucos, justamente por empreender com o intuito de levar às pessoas um pouco da cultura negra e a representatividade da luta contra o racismo, essa estratégia de se empreender ainda é novo diante ao mercado que é tão inovador e competitivo. Muitos desses empreendedores se sentem motivados ao verem que os negros estão conseguindo crescer e assim estão tendo mais coragem em dar início ao negócio.

2. O que é empreendedorismo?

Entende-se por empreendedores, os pequenos e microempresários que oferecem serviços ou produtos para obtenção de renda, iniciativas que busquem soluções para a resolução de problemas sociais e econômicos, ou ainda, a capacidade de criar algo a que se dedicar e receber, eventualmente, recompensas satisfatórias e independência financeira (OLIVEIRA, 2019). Diante da observação do desenvolvimento do empreendedorismo e o impacto causado pela atividade que contribui para o desenvolvimento econômico no país, existe um reconhecimento sobre a importância do progresso da economia. A inovação de produtos e de processos de produção é o que move a economia de um país, ou seja, a economia é promovida pela atividade inovadora dos empreendedores (BENEVIDES, 2018).

Para Verardi (2012), o empreendedorismo começa quando uma ou mais pessoas veem uma oportunidade de criar algo e com o potencial eles acabam fazendo disso um empreendimento, como por exemplo, produtos, mercados, processo de produção, matéria-prima, gestão. Esse tipo de processo é o que revoluciona as mudanças sociais, políticas, econômicas e demográficas.

Portanto, o empreendedorismo pode ser visto de duas formas, sendo elas, por necessidade ou oportunidade. Para GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) os empreendedores por necessidade fazem parte daqueles que representam a população que não tem outra opção de trabalho. Já os empreendedores por oportunidade são aqueles que se identificam com algo que eles percebem que pode ser um bom negócio (GEM, 2011, p. 89). O empreendedor movido por oportunidade é capaz de escolher um empreendimento dentre as opções possíveis de carreiras (CORRÊA, 2014).

A internet é um dos fatores que possibilitam, de certa forma, as oportunidades para as relações de trabalho e influenciam também a economia, pois os empresários têm uma plataforma mais ampla para atrair os clientes. O momento atual é visto como a era do empreendedorismo, pois as pessoas estão mais propícias às mudanças, a superar as barreiras comerciais e até mesmo culturais (VERARDI, 2012). O empreendedorismo vem ganhando forças conforme as consequências produtivas que vem enfrentando, como por exemplo o desemprego, baixos salários e trabalhos informais (NASCIMENTO, 2018).

Além disso, Verardi (2012) define o empreendedor como sendo alguém com disposição para assumir riscos, em benefícios ao aproveitamento de oportunidades que outras pessoas veriam como empecilhos. O ato de se ensinar ou desenvolver uma pessoa a empreender é recente. No Brasil já existe um ensino superior de empreendedorismo na forma de projeto, o Projeto de Ensino Universitário de Empreendedorismo (PEUE) que se trata de uma parceria entre o SEBRAE Nacional e o instituto Euvaldo Lodi (IEL). Esses projetos auxiliam os empreendedores que estão começando, na condução de seus negócios.

2.1 Afroempreendedorismo

A palavra afroempreendedorismo e afroempreendedor geram dúvidas quanto ao seu significado, e justamente por conta da falta de literatura sobre o assunto, no meio acadêmico, há uma dificuldade para definir o que seria afroempreendedorismo. O afroempreendedorismo se trata do tipo de negócio que o empreendedor se declara preto ou pardo, onde produz e oferece serviços que estejam de acordo com sua identidade étnica e cultural, a estética negra e a cultura africana ou afro-brasileira. Já o empreendedor negro refere-se àquele que declara preto ou pardo e que desenvolve seu negócio, sem fazer alguma referência ao pertencimento racial, tanto em seus produtos quanto na prestação de seus serviços (NASCIMENTO, 2018).

Dessa forma, a diferença fundamental entre o afroempreendedorismo e o empreendedorismo negro está no caráter identitário da empresa, com princípios de reconhecimento étnico e valorização da cultura através de produtos estilizados e serviços personalizados à população negra. O empreendedorismo negro é uma das atividades essenciais para o desenvolvimento do país, dada à realidade étnica do país, seja através dos micros ou pequenos empreendedores em todo o Brasil. Essa forma de trabalhar no país é considerada uma estratégia para a população negra brasileira, pois tem como função gerar empregos para muitos cidadãos de referências pretas e pardas que acabam influenciando outras pessoas (CAMPOS, 2018).

Os negros ainda vêm sofrendo racismo na sociedade brasileira, pois existe uma associação entre raça, cor e classe que demarca as relações sociais, sendo assim a maior parte dessa população ocupa posições de sobrevivência

irregulares, como, por exemplo, alto índice de rotatividade, baixa remuneração e as dificuldades no mercado de trabalho para arrumar um emprego. Dessa forma, mesmo tendo se passado mais de um século de abolição, negros e negras apresentam pouco desenvolvimento econômico no meio social, como aponta o Índice de Desenvolvimento Humano (NASCIMENTO, 2018).

Nos últimos anos, o Brasil tem passado por um processo de redução da desigualdade social, com incentivos de grupos políticos, educacionais e sociais, dando, assim, espaço para a inclusão social e a mobilidade de diferentes classes sociais. Como um exemplo de democratização, existem as micros e pequenas empresas que dão oportunidades para grupos que, muitas vezes, são discriminados no mercado de trabalho, sendo eles negros e mulheres (BENEVIDES,2018).

No Brasil, entre 1988 e 1991, algumas instituições foram criadas exclusivamente para empresários negros, como o Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial (CACE), na cidade de São Paulo, O Centro de Estudos e Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros (CEM) e o Círculo Olympio Marques (COLYMAR), as duas no Rio de Janeiro (CAMPOS, 2018).

O primeiro destaque ao Afroempreendedorismo foi com a pesquisa “Os donos do negócio no Brasil”, feita pelo SEBRAE, nos anos 2002 a 2012, publicada em 2013. Essa pesquisa realizada pelo SEBRAE mostra que o número de empreendedores negros subiu 27%. O relatório mostrou que 50% dos empreendedores eram negros, 49% brancos e 1% pertenciam a outros grupos, mostrando que relativamente os negros tem ganhado força e assim garantindo seu lugar diante o mercado de trabalho (NASCIMENTO, 2018).

É importante citar que o desenvolvimento e o fortalecimento do afroempreendedorismo revelam algumas particularidades do racismo, mesmo que os negros consigam um posto economicamente, ele continua passando por preconceitos e obstáculos como a dificuldade na conquista da credibilidade de fornecedores e clientes. Nesse contexto, os empreendedores têm mais dificuldades em abrir seu próprio negócio, pois em alguns casos ainda enfrentam os acessos reduzidos aos serviços bancários, financiamentos, serviços de formação e regularização de empresas ou até mesmo no dia a dia como empreendedores (CAMPOS, 2018).

Segundo Alves (2021), o afroempreendedorismo é representado, em grande parte, por mulheres que se tornam responsáveis pelo sustento da família. O afroempreendedorismo se torna uma estratégia na redução da desigualdade social, o fato da população negra se tornar empreendedora faz com que isso sirva a um movimento de apoio a outros empreendedores, assim serve como um agente multiplicador de conhecimentos, com o propósito de fazer com que gerações futuras evoluam através dos conhecimentos repassados de forma a motivar os futuros afroempreendedores.

Ainda conforme o autor, a pesquisa em si revela um público de mulheres na liderança, tanto na hora de empreender quanto no sustento do lar, muitas tomam a iniciativa por não conseguir um emprego e com as obrigações domésticas as levam a dar início ao negócio. Através do afroempreendedorismo é possível revelar mulheres empreendedoras que estão cuidando dos lares, estudando e ainda gerando a própria fonte de renda, se tornando mulheres empoderadas que estão através de suas vidas motivam outras mulheres a seguir adiante com seus negócios (ALVES, 2021).

Desse modo, torna-se válido destacar como o recorte de gênero pode ser significativo ao discutirmos o afroempreendedorismo, pois trata-se de um fenômeno econômico e também social de grande expressão para o futuro do país, uma vez que tem fortalecido principalmente as mulheres negras.

2.2 Desenvolvimento do Afroempreendedorismo

O Brasil registrou na última década, uma evolução na construção de uma sociedade mais desenvolvida. E nesse processo, o empreendedorismo teve grande importância. Além de ser uma oportunidade de evoluir na vida, ele também se trata de inclusão social. Com os negros participando dessa evolução o empreendedorismo tem passado por grandes transformações contribuindo para o crescimento econômico do país (NOGUEIRA, 2014).

Segundo Nogueira (2014), as informações dadas pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa (Sebrae), juntamente com a pesquisa realizada pelo PNDA, do IBGE, revelou-se que nos últimos anos a porcentagem de empreendedores negros passou de 43% para 49%, ou seja, um grupo de pessoas expressivo conquistou cada vez mais uma condição economicamente

significativa. O aumento desses empreendedores significa que eles estão dando um jeito de sobreviver e ganhar seu dinheiro de formas simples, muitos são donos de bares, padarias, armazéns, não chega a ser uma empresa grande, mas são atividades que geram lucros e que, e assim, os tornam microempreendedores.

Hoje em dia, existem muitas empresas que estão trabalhando com a responsabilidade social que traz ações às organizações de valorização da população negra, buscando proteger o ambiente de trabalho e, ao mesmo tempo, gerando um investimento para a empresa (MYERS, 2003). Todas essas questões raciais são de suma importância, pois acabam influenciando as pessoas, tanto os consumidores quanto os profissionais, a ver uma oportunidade de negócio, tendo como exemplos, as multinacionais como a L'Oréal e a Johnson & Johnson que viram uma oportunidade de empreender com produtos que atendam às necessidades desses consumidores (TEIXEIRA, 2017).

Mesmo com o aumento da participação de negros nas atividades empreendedoras, é possível ver que diante do mercado de trabalho, ainda existem obstáculos para abrir a empresa e para mantê-la em funcionamento. Os empresários negros são os que mais passam por essa dificuldade (OLIVEIRA et al., 2019). Sendo assim, o movimento negro tem se mobilizado e buscado alternativas em forma de sobrevivência econômica e estão firmando a sua cultura e identidade. Para que possam ter seus produtos comercializados, esse tipo específico de empreendedor vem criando feiras negras em algumas cidades do Brasil, dessa forma eles observaram nas feiras uma oportunidade de ter um espaço para expor todos os seus produtos (TEIXEIRA, 2017).

São projetos que trabalham com o objetivo de disseminar o conhecimento da cultura afro-brasileira, por meio de projetos e 32 produtos culturais segmentados. Vêm se destacando pelo caráter inovador de seus costumes, tradições da cultura negra e fomentando negócios (ARMAN, 2015, p. 78-79).

Uma das feiras mais conhecidas é a Feira Preta que acontece anualmente em São Paulo, desde 2002. A feira dá oportunidade à cultura afro-brasileira de mostrar os conhecimentos culturais, como músicas, artes plásticas, cinema, dança, literatura, moda, e todo comércio de produtos voltados à comunidade

negra. Depois de anos de existência, a feira tornou-se uma referência de empreendedorismo étnico e fortalecimento da cultura negra. A Feira Preta é realizada por Adriana Barbosa que atende ao principal objetivo desse evento que é valorizar a cultura e fortalecer a identidade racial, ao promover o afroempreendedorismo. Essas feiras fazem parte do modelo de Economia Étnica para a população brasileira, esse conceito abrange toda a rede de empregadores ou empregados que pertencem a um grupo étnico ou de imigrantes (TEIXEIRA, 2017).

Sobre a Economia Étnica, da qual a Feira Preta faz parte, ela se refere aos grupos sociais que são especializados em ramos específicos de negócio, normalmente voltados para imigrantes e minorias étnicas em países diferentes do território de origem. No Brasil, muitos viram a oportunidade de emprego e outros viram que poderiam criar um negócio de autoemprego, a partir de planos de negócios com recorte étnico-racial. Ou seja, a economia étnica não envolve apenas o grupo específico de pessoas negras, o que realmente é trabalhado é o fato de melhor empreender e gerar empregos para os membros dessa comunidade (NETO, 2007).

3. METODOLOGIA

O estudo investigou afroempreendedores de várias regiões do Brasil, a partir de 5 empresárias. A pesquisa trabalhou com a abordagem qualitativa, com a intenção de coletar dados mais profundos, esse tipo de abordagem tende a ser recomendada para propostas de estudos do tipo *Small-n*, ou seja, com um número pequeno de entrevistados (YIN, 2016).

Para a coleta das informações, foram formuladas 12 perguntas para auxiliar na execução da entrevista e assim cumprir com os procedimentos fundamentais de estudos qualitativos. No decorrer das entrevistas, foram desenvolvidas outras perguntas complementares e assim pôde-se chegar ao material adequado para análise. A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem mais interpretativa do fenômeno investigado, pois na abordagem qualitativa utiliza-se de uma coleta de dados discursivos para que se possa melhor compreender quais foram as motivações, expectativas e atitudes que levaram as afroempreendedoras a abrir seu primeiro negócio (AUGUSTO, 2013).

Para realizar a seleção de pessoas foi realizada uma ampla pesquisa em redes sociais e páginas da internet. Com a pesquisa foi possível encontrar uma página no Facebook de afroempreendedores de todos os lugares do Brasil e local de divulgação dos trabalhos desenvolvidos pelos membros da página. Após a seleção de participantes em potencial, entrou-se em contato com vários empreendedores, sendo que cinco aceitaram participar das entrevistas. Logo em seguida, foram enviadas algumas perguntas, uns pelo WhatsApp, outros pelo Messenger e houve entrevistas por chamada de vídeo. Com o contato constante com os participantes, foi possível produzir outras perguntas através de conversas informais e assim obter os dados do estudo.

4. Resultados e Discussão

Nesta etapa do trabalho, são apresentados alguns resultados da pesquisa realizada com participantes de diferentes cidades do Brasil, revelando os principais motivos do estudo que tem sido discutir os desafios e oportunidades de inovação do mercado através do afroempreendedorismo. Desse modo, para ter um bom resultado, trabalhou-se com entrevistas em profundidade com 5(cinco) participantes, com perguntas abertas e respostas textuais com o intuito de melhor conhecer a carreira profissional de cada entrevistado para chegarmos às conclusões. As entrevistas foram feitas de forma mais informal, visando à troca de conhecimento e assim foi possível conhecer melhor o trabalho de cada um dos entrevistados. No quadro 1 é possível observar o perfil desses participantes:

Quadro 1 – Perfil das Participantes

Participantes	Idade	Gênero	Estado Civil	Escolaridade	Responsabilidade Na Economia Familiar
Participante 1	32	Feminino	Solteira	E.S* Completo	Divide Responsabilidade a
Participante 2	35	Feminino	Solteira	E.S. Completo	Único Responsável
Participante 3	37	Feminino	Casada	E.S. Completo	Único Responsável
Participante 4	42	Feminino	Solteira	E.S Incompleto	Único Responsável
Participante 5	50	Feminino	Casada	E.S. Completo	Divide Responsabilidade a

*Ensino Superior

Fonte: Dados da Pesquisa (2021)

O quadro 1 representa o perfil das participantes, o quadro foi dividido por partes onde se inicia com os entrevistados, porém não são revelados os nomes e assim são classificados pelo termo genérico de participantes e foram considerados pela ordem das entrevistas. Logo em seguida, vem a idade variando entre 30 a 50 anos, na coluna seguinte, o gênero que por mais que não tenha sido uma questão de exigência, somente as mulheres aceitaram participar.

A maioria das participantes era solteira, com formação superior, por último vem as responsabilidades econômicas familiares e como são divididas. Apenas duas entrevistas têm com quem dividir essa responsabilidade, uma delas é casada e divide a responsabilidade econômica da família com o marido, e a outra sendo ela solteira divide essa responsabilidade com sua filha, três delas são solteiras e tem a total responsabilidade, o que acaba contribuindo para que os afroempreendedores possam começar a empreender.

Quadro 2- Atividades Realizadas Pelos Participantes

Participantes	Cidades	Atividades desenvolvidos
Participante 1	Rondonópolis	Cerveja Artesanal
Participante 2	Rio de Janeiro	Maquiadora
Participante 3	São Paulo	Artesã
Participante 4	Tangará/ Cuiabá	Empresária
Participante 5	São Paulo	Costureira

Fonte: Dados da pesquisa (2021)

O quadro 2 descreve o local de origem das participantes e quais são as atividades que realizam. A participante 1 produz cerveja artesanal que aprendeu através de um projeto realizado pelo IFMT de Rondonópolis, direcionado às mulheres em vulnerabilidade social, a segunda participante se encontra no Rio de Janeiro, trabalha com maquiagem especializada em pele negra, a terceira participante fabrica bonecas negras, a participante 4 é proprietária de lojas de roupas com estampas e modelos que representam o movimento afro, ela possui uma loja em Tangará da Serra e uma em Cuiabá. A quinta participante reside em São Paulo e trabalha com a fabricação de gravatas com estampas de representatividade africana e afro-brasileira.

Na pesquisa com as entrevistadas, foi possível compreender que as afroempreendedoras têm seus negócios por sentirem que no momento em que deram início a esse empreendimento foi por necessidade, poderia ter dado errado, porém as oportunidades começaram a surgir, permitindo o crescimento profissional, viram que era possível expandir os negócios, pois estão conquistando aos poucos as clientes, crescendo e abraçando as oportunidades que aparecem para se manterem fortes no mercado.

Desse modo, através da entrevista foi relatado por todas as participantes a dificuldade de ter financiamentos aprovados e a dificuldades de se relacionar com fornecedores. De acordo os resultados, obtidos através das entrevistas, foi constatado que 50% dos participantes buscaram como apoio para começar os seus negócios amigos ou familiares, e os outros 50% decidiram retirar de uma pequena poupança que possuíam, uma delas relatou até de ter usado um pouco do FGTS que tinha adquirido ao longo de suas jornadas de trabalho. Mesmo com os desafios, essas mulheres não desistiram de buscar uma oportunidade no mercado e hoje estão conquistando seus objetivos de forma honesta e estão cada dia mais experiente para melhor lidar com os negócios.

Nas perguntas para a entrevista, foi questionado a maneira como essas participantes têm lidado com esses obstáculos, elas citaram que através do conhecimento que vem adquirindo elas costumam se planejar mais e assim pouco se utilizam de serviços de financiamentos, o fato de lidar com o preconceito, segundo as empreendedoras é algo que acontece, porém hoje em dia pouco se tem passado por isso, mas quando acontece sabem lidar com o fenômeno com muita calma e sabedoria.

Das 5 participantes, apenas 2 têm a empresa registrada, uma delas apresenta o seguinte relato:

Meu sonho, desejo e meta é conquistar mais público, fazer com que meu trabalho seja reconhecido como uma marca afro, que trabalha com produtos que traz a representatividade da minha cultura sem que eu passe por algum tipo de preconceito, pois muitas vezes sou questionada pelo público o porquê de trabalhar com algo que representa a cultura afro. Só quero que entendam e apoiem o meu conceito de trabalho, pois tudo que faço é com muito amor e carinho (PARTICIPANTE X, 2021).

Essa é a fala de uma das participantes que acaba enfrentando o preconceito, por públicos que não se identificam com o que elas trabalham.

Porém se trata de uma empreendedora determinada a seguir adiante e um dia poder fazer com que esse pequeno negócio se torne uma empresa registrada.

Em entrevista com essas empreendedoras, o mais interessante foi perceber a força de vontade e determinação em buscar conhecimentos para sempre estarem por dentro das inovações e novidades do mercado, e para adquiri-los estão constantemente estudando e acompanhando notícias e redes sociais.

Um dos fatos importantes da pesquisa foi descobrir o que essas empreendedoras têm feito para se manter no mercado atual, justamente, em meio a uma pandemia que se deu início no ano de 2019 que permanece até os dias atuais e por enfrentarem tantas barreiras que dificultam o trabalho dia após dia. Sendo assim, os afroempreendedores têm como destaque o fato de trabalhar de acordo com sua identidade, o que se torna algo diferente em meio ao mercado competitivo, os produtos oferecidos por elas são inovações para a sociedade, por trabalharem com produtos e serviços que muitas vezes as pessoas desconhecem, pois geralmente são conhecimentos que foram repassados exclusivamente ou produtos que elas podem ver que tenham relação com o processo de luta contra o racismo e valorização cultural, fundamentais ao afroempreendedorismo.

Além disso, mencionaram estar utilizando serviços de *delivery*, como forma de lidar com os problemas decorrentes pela pandemia da Covid-19, trabalham com divulgação pela internet, nas redes sociais e ainda em alguns casos, como serviços prestados de maquiagem que fazem parte da renda de uma das entrevistadas, ela atende em domicílio, essa maquiadora é especializada em fazer maquiagem em pele negra, um diferencial para o seu trabalho, pois atende a um público em geral e ainda tem especialização em peles negras. Enfim, são mulheres que estão atualmente se qualificando e se atualizando sobre tudo que pode contribuir para a realização profissional e o crescimento dos seus negócios.

Um exemplo que podemos citar é a cerveja artesanal, que é produzida por uma das entrevistadas que aprendeu a produzi-la no projeto Tereza de Benguela, esse projeto de formação foi realizado pelo Instituto do IFMT de Cáceres, uma iniciativa educacional com forte recorte de público-alvo ao oferecer formação a mulheres em vulnerabilidade social, hoje faz parte da renda de uma das entrevistadas. Segundo às empreendedoras, a inovação está nos

produtos vendidos ou serviços oferecidos por elas, sem falar na qualidade e na representação que podem desempenhar socialmente, tudo isso é realizado graças ao nível de conhecimento que cada uma vem adquirindo e adquiriu nos treinamentos.

O afroempreendedorismo no Brasil é considerado uma forma estratégica de grande relevância para a população negra brasileira, em função da criação de empregos e renda para milhões de cidadãos, pois os empreendimentos proporcionam autoidentificação entre negros e negras, se embasando com referências de sucesso que, conseqüentemente, influenciam na autoestima população negra.

Vale lembrar que na comercialização desses produtos que possuem origens na luta constante contra o racismo e na valorização racial, o afroempreendedorismo repassa a todos um projeto étnico e social de construção da identidade negra, por meio dos seus símbolos e sem falar que toda essa razão racial desenvolve no Brasil uma participação no mercado empresarial e, conseqüentemente, pode ser visto como um posicionamento político e econômico.

5. Considerações Finais

Segundo a última pesquisa do SEBRAE (2018), número de empreendedores negros chegou ao maior contingente na história do Brasil. Esse grupo representa cerca de 38,8% dos pequenos negócios contra 32,9% dos brancos, sem falar que vem liderando também o ranking de empresários já estabelecidos, como iniciantes.

Com o resultado da pesquisa do Sebrae, isso tem mostrado como a valorização da identidade negra tem influenciado indiretamente os afroempreendedores a empreender e revelar ao público toda sua trajetória e seus hábitos e costumes que fizeram e fazem parte da sua história de vida.

Desse modo, pode-se afirmar que o estudo atendeu aos seus objetivos através de coletas de dados que foram realizadas por meio das entrevistas e assim foi possível identificar os desafios que os afroempreendedores têm enfrentado, ainda alguns problemas no momento de dar início aos negócios e que ainda lidam com o preconceito, podendo trazer impacto na atuação desses

empreendedores dificultando a expansão e trabalho dos pequenos empresários. Outro ponto a ser observado é que a pesquisa revelou o fato dessas empreendedoras terem o desejo de crescerem profissionalmente, pois todas são micro ou pequenas empreendedoras e assim estão buscando profissionalizarem cada vez mais para que possam crescer e assim terem empresas registradas e até mesmo ampliar os negócios.

De acordo com a pesquisa, mesmo que seja difícil para empreender no Brasil e que exista dificuldade em processos de empréstimos e financiamentos, a persistência e força de vontade mostram que é possível, e assim os resultados do estudo demonstram o crescimento e luta constante dos afroempreendedores acaba incentivando outras pessoas negras e assim ajuda a contribuir para o crescimento econômico do país.

O fato de poder discutir como essas empresárias que têm trabalhado com a oferta de serviços e produtos representativas da luta contra o racismo e o reconhecimento étnico mostra a importância e o diferencial que as empreendedoras tem ao ofertar seus trabalhos.

Com todas as dificuldades apontada pelo estudo é possível relatar que é possível fazer de uma necessidade se tornar uma oportunidade, pois para se empreender exige inovação, criatividade e planejamento, isso as empreendedoras mostraram ter. E assim o que começou como um pequeno negócio, com poucas clientes, poucas demandas de serviços é possível atrair um público maior e assim podem surgir oportunidades de se ampliar o seus negócios, além de trabalharem com demandas de produtos e serviços diferenciados acaba reduzindo o nível de concorrência em relação a outras empresas. As oportunidades surgem através de características de um trajeto pela qual as afroempreendedoras estão passando, de trazer algo novo e diferenciado as pessoas.

REFERÊNCIAS

ALVES, T. E.; FONESCA, F.C.R.P; **Motivação do Afroempreendedorismo Feminino e a Economia Étnica: Um Levantamento em São Luiz (MA)**. Rio de Janeiro, V.9, N1, jan.-abr.2021

AUGUSTO, Cleicle; SOUZA, José P.; DELLAGNELO, Eloise H; CARIO, Silvio. Pesquisa Qualitativa: rigor metodológico no tratamento da teoria dos custos de

transação em artigos apresentados nos congressos da Sober (2007-2011). **Revista de Economia e Sociologia Rural**. 2013, vol.51, n.4, pp.745-764

BENEVIDES, M.T.; LIMA, S. K.A. Economia Colaborativa e Afroempreendedorismo: Uma Análise Sobre Articulação Desses Dois Conceitos no Ujamaa Coworking. Regis – **Revista em Gestão, Inovação e Sustentabilidade**. v.4, no1, 2018. Disponível em:

<http://ojs.bce.unb.br/index.php/regis/article/view/31406/pdf> Acesso 18/01/2021

CAMPOS, A. A. **A Valorização do Negro no Brasil e o Afroempreendedorismo**. Monografia (Graduação em Administração). Instituto de Ciências Sociais Aplicadas Departamento de Ciências Administrativas Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana-MG, 2018.

CORRÊA, S. V.; REIS, F. R.; VALE, V. M. G. Motivações Para o Empreendedorismo: Necessidade Versus Oportunidades? **RAC**. Rio de Janeiro, v.18, n. 3, art. 4, pp. 311-327, Maio/Jun. 2014.

FEIRA PRETA, 2021. Home Page. Disponível em: <<https://feirapreta.com/>> Acesso em: 07/08/2021

MYERS, A. O Valor da Diversidade Racial nas Empresas. **Estudos Afro-Asiáticos**, Ano 25, nº3, pp.483-515. 2003. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/eea/a/vjBSjLMzqqk6gL5Vd8JKb8K/?lang=pt>> acesso em 18/03/2021

NASCIMENTO, E. Q. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. In: **Anais... III Seminário de Ciências Sociais -PGCS UFES**. 12 a 14 de novembro de 2018, UFES, Vitória\ES 2018. Disponível em <https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718> acesso em 18/01/2021.

NETO, M.S.; TRUZZI, O. M. S. Economia e empreendedorismo étnico: balanço da experiência paulista. **RAE**. VOL. 47, No 2, ABR./JUN.2007 Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/qTKJZWHVWGQ9FQGnDT5VXrd/?lang=pt>

NEGO, J.; FEIRA PRETA: Festival Feira Preta, 2020. Disponível em: <<http://festivalfeirapreta.com.br/>>. Acesso em 07/08/2021

NOGUEIRA, C. J.; **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro**. Florianópolis,SC: Atilende,2014. Disponível em: <<http://www.institutoiab.org.br/wp-content/uploads/2014/03/iab-livro-miolo-web.pdf>> Acesso em 20/03/21

OLIVEIRA, Luiz. **O Afroempreendedorismo no Brasil**. Correio Braziliense.06/10/2019. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/eu-estudante/trabalho-e-formacao/2019/10/06/interna-trabalhoeformacao-2019,795253/e-a-hora-de-impulsionar-empreendedores-negros.shtml>> acesso em 22/01/2021

OLIVEIRA, T. S. **Redes Sociais na Internet e a Economia Étnica**: breve estudo sobre o afroempreendedorismo no Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas e Sociais) Universidade Federal do ABC, Santo André-SP, 2019. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2018/resumos/R13-1135-1.pdf>> acesso em 17/01/2021

REZENDE, F. D. CUNHA. Razões emergentes para a validade dos estudos de caso na ciência política comparada. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº6. Brasília, julho-dezembro de 2011. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/KFWXKW9VQNmQTt7BZpsV4rx/?lang=pt&format=pdf>> Acesso em 26/07/2021

TEIXEIRA, L. G.; **Afroempreendedores: desafios e oportunidades para empreendedores negros no Distrito Federal**. Monografia (Graduação em Administração) Faculdade de Economia, administração e contabilidade Departamento de administração. Brasília-DF, 2017. Disponível em <<https://bdm.unb.br/handle/10483/20741>>. Acesso em 20/01/2021.

VERARDI, L. S. **Empreendedorismo**: Revisando conceitos e contextos. Monografia (Especialização em Psicologia Organizacional). Instituto de Psicologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2012.

YIN, Robert. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

Questionário

- 1- Fale sobre como deu início ao seu negócio;
- 2- Conte-nos o que levou você a começar a empreender?
- 3- Qual foi o maior desafio visto, para dar início a esse empreendimento?
- 4- Quais os procedimentos de financiamento que você teve acesso para dar início à sua empresa?
- 5- Fale sobre o diferencial do seu trabalho;
- 6- Como você vê o seu negócio daqui a 5 ou 10 anos?
- 7- Como você busca inovações para se manter atualmente no mercado competitivo?
- 8- O que você prioriza na busca do seu crescimento profissional e no crescimento da sua empresa?
- 9- Como se sentem em relação a sua atuação como empreendedor?
- 10- De que forma você percebe a questão racial como um ponto de conflito na hora de pensar em abrir uma empresa no Brasil?
- 11-Caso tenha ocorrido conte-nos se alguma vez chegou a passar por alguma situação de preconceito, tanto com clientes ou fornecedores de produtos para o seu negócio? Como fez para lidar com o acontecido?
- 12- Na sua opinião existe alguma dificuldade para se empreender no Brasil? Se sim, conte-nos quais são.

