

Área Temática: Empreendedorismo, Startups e Inovação

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: ESTRATÉGIAS DOS
SALÕES DE BELEZA ÉTNICA NA PANDEMIA COVID-19**

RESUMO

Este artigo refere-se ao afroempreendedorismo feminino. Apresentando como proposta compreender as estratégias que mulheres negras empreendedoras, da Baixada Fluminense – RJ, do segmento de beleza afro no contexto da pandemia da COVID-19 no período de 2020 a 2023. A pesquisa justifica-se por abordar um tema com caráter social, econômico e cultural. Com abordagem qualitativa, do tipo exploratória e descritiva, apoiada com o levantamento bibliográfico realizado nas bases de dados da Capes e do Google Acadêmico. Reuniu aspectos do mercado de trabalho para essa minoria política, bem como o impacto da pandemia e as motivações para empreender na área da beleza ao expor as desigualdades e injustiças vividas pela população em sua trajetória histórica. Constatou-se que as mulheres negras aumentaram sua representatividade no empreendedorismo como estratégia de sobrevivência devido à falta de oportunidade no mercado de trabalho. O afroempreendedorismo é um fenômeno anunciado em diversas áreas do conhecimento, com uma quantidade tímida de comunicações envolvendo os temas e variáveis nas áreas de gestão. Espera-se que este artigo possa contribuir para as discussões sobre o afroempreendedorismo, em especial o feminino, principalmente por se tratar de um fenômeno potente ainda pouco estudado no campo da administração, área ocupada majoritariamente por homens e não negros.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo feminino. Empreendedorismo. Estratégias. Salão de beleza. Pandemia COVID-19.

ABSTRACT

This article refers to female Afro-entrepreneurship. Presented as a proposal to understand the strategies of black women entrepreneurs, from Baixada Fluminense – RJ, from the Afro beauty segment in context of the COVID-19 pandemic in the period from 2020 to 2023. The research is justified by addressing a theme with social, economic and cultural characteristics. With a qualitative approach, of the exploratory and descriptive type, through bibliographic survey carried out in the databases of Capes and the Academic Google. It brought together aspects of the labor market for this political minority, as well as the impact of the pandemic and the motivations for undertaking in the area of beauty by exposing the inequalities and injustices experienced by the population in its historical trajectory. It was found that black women increased their representation in entrepreneurship as a survival strategy due to the lack of opportunity in the labor market. Afro-entrepreneurship is a phenomenon announced in several areas of knowledge, with a timid amount of communication involving the themes and variables in management areas. It is expected that this article can contribute to discussions on Afro-entrepreneurship, in particular the female, mainly because it is a potent phenomenon still little studied in the field of administration, an area that is mostly occupied by men and non-black men.

Keywords: Female Afro-entrepreneurship. Entrepreneurship. Strategies. Afro beauty salon. COVID-19 Pandemic.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa apresenta o tema que envolve o empreendedorismo realizado pelas mulheres negras de Nova Iguaçu, Baixada Fluminense do Rio de Janeiro, na área da beleza étnica. A escolha justifica-se enquanto mulher negra, estudante e trabalhadora residente na região que acompanha de perto as construções simbólicas e materiais das atividades das mulheres que decidem empreender na área da beleza afro. Trazendo como pressuposições que essas mulheres, muitas vezes são alijadas do mercado, por serem negras, não terem formação entendida como suficiente, qualificada e adequada para a ocupação de cargos/funções, e por serem moradoras das periferias e da baixada fluminense que carregam os estigmas de lugares que só habitam homens e mulheres envolvidos na criminalidade.

Santos (2019, p. 64) acredita que “ao buscar empreender, a mulher negra promove valorização de autoestima, independência econômica e emancipação”. É possível ir além dessa concepção, o empreendedorismo representa uma atividade libertadora, que empodera e exhibe a resistência deste grupo étnico. O empreendedorismo negro pode ser caracterizado como um fenômeno transformador.

Destacam-se no estudo informações que refletem a realidade do cenário da pandemia derivada da COVID-19¹ que afetou positiva e negativamente as atividades das mulheres empreendedoras. A partir das pressuposições e das considerações acima chega-se a seguinte questão da pesquisa: como as mulheres negras utilizaram estratégias para empreender no contexto de pandemia na área da beleza na perspectiva étnica numa região da baixada fluminense?

Nesse sentido, busca-se compreender como essas mulheres utilizaram estratégias para driblar esse sistema forjado que as excluem e as caracterizam como inaptas. Algumas categorias como a criação e a implementação dos empreendimentos, a divulgação e a sustentabilidade dos processos contribuíram para reunir elementos que envolvem estratégias, foram reunidas com a finalidade de materializar alguns conceitos e abordagens.

Como percurso conceitual foi realizada uma revisão de referenciais teóricos, levantamento de dados em sites especializados e em bases de dados da Comunidade Acadêmica Federada (CAFe) conveniada ao portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e da plataforma de pesquisa Google Acadêmico com publicações no período de (2020 a 2023) na área de gestão de negócios. Para referendar conceitos a respeito de empreendedorismo, buscou-se em José Dornelas (2016). Acerca de afroempreendedorismo, recorreu-se a Maria Angélica dos Santos (2019) e Eliane Quintiliano Nascimento (2018). Ao buscar sentido e significados de estratégia, o estudo baseou-se em Daniela Ferreira (2017). Outros autores também foram consultados como suporte no embasamento da pesquisa. Considerou-se a extração de informações nas bases do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômico (DIEESE, 2021 e 2022), do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020 e 2021), do Portal FGV (2022) acerca da participação das mulheres no mercado de trabalho e do Portal

¹A COVID-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global.

<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus> - Acesso: 01/02/2022

Geledés (2021), organização da sociedade civil que se posiciona em defesa de mulheres e negros.

1 PARADIGMAS DO EMPREENDEDORISMO

Os paradigmas relacionados ao empreendedorismo circulam por contextos econômicos, políticos e sociais. Conceitos, contexto e tipos de empreendedorismo no Brasil foram apresentados com a finalidade de ilustrar o cenário do objeto da pesquisa antes de adentrar na temática do fenômeno do afroempreendedorismo.

Segundo Dornelas (2016, n.p.) o empreendedorismo é compreendido como “o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades”. Ao trazer a perspectiva a respeito das estratégias utilizadas pelas mulheres em seus empreendimentos, nos ajuda a buscar e observar o processo de transformação das ideias em oportunidades.

O papel da mulher tem revelado uma eminente participação a partir das contradições e disposições da sociedade, majoritariamente masculina. Os avanços e os retrocessos, os posicionamentos e as conquistas instauram novas formas de trabalho e de concepções no que tange as atividades realizadas por mulheres que escrevem as suas histórias. A mulher no mundo do trabalho inicia o apagar de uma linha tênue entre o público e o privado. Contudo, para as mulheres negras esse desenho ainda tem uma linha com contornos bem grossos e tem cor.

Para Santos (2019, p.27) “o empreendedorismo possui um marcador individual, partindo de um movimento do sujeito empreendedor, que se externaliza e impacta a coletividade, inovando, criando, ousando se embrenhar por novos caminhos”. As mulheres negras registram as suas criações ao despontarem em obras realizadas para e por elas numa sociedade que enxerga o monocromático. Ao revelarem a arte na estética que o salão de beleza, espaço de pertencimento, proporciona às suas modelos. Descreve empreendedor como aquele que cria e se responsabiliza por um negócio assumindo riscos que podem trazer ganhos ou prejuízos, são pessoas ousadas, criativas e inovadoras.

A temática do empreendedorismo no Brasil reporta além das questões econômicas e políticas, as sociais, que estão imbricadas diretamente com o desenvolvimento e a legislação. Ao observar a citação de Dornelas (2016) percebe-se o reconhecimento de que o empreendedorismo no Brasil foi planejado e está em execução por meio de políticas públicas. Na década de 90, observa-se um destaque para o empreendedorismo a partir de muitas iniciativas desenhadas pelo SEBRAE e Sociedade Brasileira para Exportação de Software (SOFTEX) (DORNELAS, 2016).

De acordo com Fabrete (2019), o estímulo ao empreendedorismo veio em meados de 1990, com o investimento do governo e auxílio das entidades de apoio aos pequenos negócios. Os empreendedores passaram a receber suporte e informações sobre criação e administração de novos empreendimentos. As entidades de apoio aos pequenos empreendimentos tiveram grande valia no crescimento do empreendedorismo brasileiro.

As realidades são diferentes, assim como as motivações que levam uma pessoa a empreender. Para Santos (2019), há pessoas que experimentam empreender por necessidade enquanto outras o fazem por identificar oportunidades de mercado, independente das motivações este ato impacta as ações empreendedoras.

Segundo Dornelas (2016), o empreendedorismo, pode iniciar por oportunidade, ligado ao desenvolvimento econômico, em que o empreendedor sabe aonde quer

chegar, cria uma empresa com planejamento prévio, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa à geração de lucros, empregos e riqueza. E por necessidade, em que o desempregado e a falta de alternativas de trabalho levam a pensar de forma empírica, na realização de uma atividade que produza condições para a sua sobrevivência. Geralmente, são atividades informais e, sem planejamento resultam no fracasso, o que implica em não desenvolvimento econômico e agravando as estatísticas de criação e mortalidade dos negócios.

Para Santos (2019) empreendedorismo para muitos negros é visto como única alternativa, uma estratégia de sobrevivência. Decidem abrir seus negócios devido as oportunidades reduzidas no mercado convencional pelo simples fato de serem negros.

2 O NEGRO NO BRASIL E O MERCADO DE TRABALHO EXCLUDENTE

De acordo com Santos (2019), o regime escravocrata não foi homogêneo e nem ocorreu simultaneamente. O Brasil, último país a libertar os negros escravizados, o fez no papel, ao assinar a lei áurea², porém isso não significou realmente a liberdade para essas pessoas. Ainda permanecem reféns da falta de inclusão no mundo do trabalho, na sociedade com a invisibilização e a restrição de direitos. Segundo Berth (2019), há a existência de barreiras sociais para que a população negra não tenha mobilidade social e não alcance determinadas posições sociais, reservado às pessoas não negras. Impeditivo como desigualdade de acesso principalmente na educação e no mercado de trabalho. Forma um grupo étnico engessado e limitado sem condições para mudar de posição social.

A inserção das mulheres negras no mercado de trabalho acontece de maneira diferenciada. Segundo o Portal FGV, (2022), “a situação das mulheres negras se torna mais crítica, porque aglutina as desvantagens associadas às desigualdades de gênero e de raça”. Este segregamento na inserção de negros, principalmente das mulheres negras no mercado de trabalho, expressa a interseccionalidade de raça e gênero. Entende-se, de acordo com Collins (2020), a interseccionalidade das relações de poder que envolvem dois ou mais fatores sociais como raça, classe, etnia, faixa etária, gênero e outros que funcionam de maneira unificada.

Diante de um mercado seletista e excludente, a alternativa tem sido para muitos negros, e sobretudo para as mulheres negras, ingressar no empreendedorismo de sobrevivência, entendido para esse trabalho o conceito de “movimento de empreendedorismo de sobrevivência”, criado pelo Instituto Êxito de Empreendedorismo, em junho de 2020, para auxiliar pessoas que estavam sem saber onde buscar o equilíbrio financeiro no momento do isolamento social, provocado pela pandemia da COVID-19, tendo como metodologia *lives* com temas que convergissem para os reais desafios, apresentando formas de estimular o empreendedorismo, assim como entrevistas em redes nacionais de televisão a fim de conhecer casos de sucesso e aspectos práticos como conhecer o mercado, iniciar a produção, prestação de serviços entre outros. De acordo com o informativo do SEBRAE (2021), o afroempreendedorismo no Brasil nasceu da necessidade de driblar a falta de

² “A lei n. 3.353, de 13 de maio de 1888, talvez seja o mais breve e famoso ato legal da história do Brasil. Mais conhecida como Lei Áurea, possui apenas dois artigos: “Art. 1º É declarada extinta, desde a data desta Lei, a escravidão no Brasil”. <http://mapa.an.gov.br/index.php/menu-de-categorias-2/276leiaurea#:~:text=3.353%2C%20de%2013%20de%20maio,Lei%2C%20a%20escravid%C3%A3o%20no%20Brasil.aceso: 25/05/2023>

oportunidade e de igualdade entre raças e reforçado durante a pandemia. O empreendedorismo permite a movimentação das pessoas negras e leva-as a ocupar uma nova posição social.

3 AFROEMPREENDEDORISMO COMO ESTRATÉGIA DE SOERGUMENTO

Esse fenômeno pode ser conhecido como empreendedorismo afrodescendente ou empreendedorismo negro. O ato de empreender para o negro começa antes mesmo da abolição, quando alguns poucos negros ainda escravizados com permissão de seus senhores comercializavam ou exerciam atividades extras a fim de conseguir recursos para comprar sua liberdade.

Segundo Santos (2019), o senhor firmava um acordo com negros ou negras escravizado, onde neste acordo o senhor liberava os negros para exercerem trabalhos externos que gerassem ganho e que fosse repartido. Estes acordos ficaram conhecidos como relação de ganhos e de brechas camponesas. Silva (2017, p.1) afirma que “durante os períodos de escravização e pós-abolição no Brasil, muitos (as) negros (as) desempenhavam atividades que lhes geravam renda, no intuito de garantir a sua sobrevivência”. Nesta circunstância, este grupo étnico foi obrigado a se reinventar através de atividades que gerassem renda.

Santos (2019) define como afroempreendedorismo aonde o negro ou negra empreende sem a necessidade de referência de pertencimento étnico racial. Basta que o empreendedor se declare negro ou negra.

Nascimento (2018) defende que o afroempreendedor precisa mais que se autodeclarar negro ou pardo, afirma que além da autodeclaração é preciso que seus produtos valorizem a identidade estética/cultural africana e afro-brasileira, e contradiz Santos (2019) ao dizer que basta que a atividade empreendedora seja praticada por pessoas que autodeclaram negro. Segundo Nascimento (2018) se este apenas se autodeclarar, e seus produtos ou serviços não estiverem ralações com a identidade afro, este seria um empreendedor negro e não afroempreendedor. Essas discordâncias nas definições acontecem devido as poucas obras e sobre o tema que ainda é pouco discutido no meio acadêmico.

Em alguns casos as atividades empreendedoras do negro nascem do compartilhamento de saberes que são transferidos entre as gerações como forma de resgatar a história. Conforme SEBRAE (2021), geralmente os afroempreendedores procuram trabalhar com produtos e serviços que remetem às suas origens.

4 OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO MERCADO DE TRABALHO

Em 2020, o mundo entrou numa crise devido à pandemia COVID-19, um período turbulento, de incerteza e insegurança, o mundo literalmente parou para tentar entender o que estava acontecendo.

De acordo com o DIEESE (2021, s.p) “a pandemia de COVID-19 afetou todos os trabalhadores, mas os impactos foram mais intensos sobre os negros”. Ainda de acordo com boletim do DIEESE (2021), durante o período pandêmico a população negra, sofreu grandes impactos, devido à falta de oportunidade de trabalho que este grupo étnico sofre ou pela necessidade de antecipar seu retorno ao mercado, por não dispor de reservas financeiras para permanecer em casa cumprindo o isolamento recomendado pelas autoridades.

Durante a pandemia as desigualdades se acentuaram entre negros e não negros. Segundo DIEESE (2022), a situação do mercado de trabalho no Brasil é

crítica. O desemprego cresce e com a perda dos postos de trabalho mais pessoas partem para a informalidade, e com este cenário aumenta a subutilização da mão de obra, e a precarização do trabalho, e trabalhadores têm seus rendimentos reduzidos.

5 SALÕES DE BELEZA AFRO NA VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE ÉTNICA

Para Berth (2019) os cabelos têm um papel singular no fortalecimento da autoestima, da autoafirmação, sobretudo para as mulheres, independente da etnia. As mulheres negras constantemente sofrem com os ataques de injúrias, de rejeição e de atos racistas que começam desde a infância e os episódios discriminatórios se repetem ao longo da vida.

Segundo Sant'Ana (2014, p.78) “a partir de 1980, o mercado brasileiro se voltou mais para os negros e ao que passou a ser chamado de “cabelo afro”. Com relação às informações da Associação Brasileira de Salões de Beleza - ABSB (2020), os serviços prestados por salões de beleza correspondem em média 95% do seu faturamento. O restante relaciona-se à revenda de produtos cosméticos.

A especialização em tranças ou penteados étnicos assume protagonismo nos serviços dos salões que atendem a esse público. Oportuniza para os cabeleireiros uma aposta na segmentação do mercado, de acordo com o SEBRAE (2021), confirmado pelo Geledés (2021) quando expressa que a atividade de trançar os cabelos se espalharam pelo estado do Rio de Janeiro, contribuindo para a ampliação de renda de homens e mulheres que atuam nesse cenário. “Trançar cabelos é uma expressão artística, é uma tradição ancestral e é um modo de sobrevivência financeira que sustenta várias famílias” (GELEDÉS, 2021, s.p).

Segundo Jesus (2019) a indústria da beleza, passou a diversificar sua produção produzindo produtos específicos para os cuidados da pele e cabelos da população negra ao identificar este grupo étnico como consumidores com grande potencial para a geração de lucros.

6 ESTRATÉGIA DOS SALÕES DE BELEZA AFRO EM MEIO A CRISE DA COVID-19

Segundo o SEBRAE (2020), com a crise provocada pela pandemia da COVID-19, o mercado de beleza sofreu grande impacto devido a suspensão das atividades. Para sobreviver à crise, salões de beleza e barbearias tiveram que se reinventar, fazendo adaptações aos seus negócios. Os empreendedores adotam estratégias que os conectassem aos clientes dando dicas de cuidados e fazendo atendimento online, assim como atendimento domiciliar ou presencial, respeitando os protocolos de distanciamento de saúde. Pois, diante das dificuldades, o mercado busca a reinvenção para a prestação de seus serviços.

Ferreira (2017, p. 17) define a “estratégia empresarial entendida como o conjunto de objetivos e políticas que guiam e orientam o comportamento da empresa no longo prazo, levando em conta os ambientes externo e interno”. Estratégia passa a ser o elemento que pode contribuir para o avanço das expectativas organizacionais como prejudicar seus processos, quando não bem desenhada e aplicada. Do ponto de vista do empreendedorismo feminino, no que tange as negras, pensar nas ações de forma rápida e apoiada em redes foi um fator de sobrevivência.

7 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa pautou-se na abordagem qualitativa, que segundo Gil (2002) permite que o trabalho seja analisado e alterado sempre que necessário, a fim de aprimorar as ideias originais. Quanto aos objetivos, segue-se a ação de exploração, pois para Birochi (2015, p. 64) tem como base “a revisão de trabalhos de autores consagrados e trabalhos recentes sobre o tema da área estudada”. É justificada para compreender as estratégias empregadas em meio à crise da COVID-19 por mulheres que fazem parte desse fenômeno potente ainda pouco estudado no meio acadêmico, principalmente no campo da administração. Assim como a descrição, que segundo Silva *et al* (2012, p.35) “tem a finalidade de descrever situações, fatos, opiniões ou comportamentos, buscando mapear a distribuição de um fenômeno na população ou no contexto pesquisado” e recorrendo as referências bibliográficas, de acordo com Gil (2002) desenvolvida com base em materiais disponíveis já registrados e utilizados, os livros e os artigos científicos, que tratam sobre um determinado tema.

Os critérios de elegibilidade foram: bases da Capes e Google Acadêmico, o ano de publicação, 2020-2023, para evidenciar o período entre e posterior ao isolamento social devido à pandemia da COVID -19, idioma em português, área de Ciências Sociais Aplicadas e publicações em revistas e cadernos relacionados a área de gestão e empreendedorismo. A busca iniciou com as palavras-chave: mulheres negras empreendedoras; afroempreendedorismo feminino; estratégia de negócio; salão de beleza afro e pandemia COVID-19, consultadas com “aspas”. Em seguida os levantamentos bibliográficos. Na sequência, a seleção do que deveria ser desprezado e o que poderia ser encaminhado para o fichamento.

Para a seleção dos artigos, observou-se inicialmente, o aparecimento em qualquer parte do artigo, investigando indícios das categorias definidas a priori, a saber: a criação e implementação dos empreendimentos, divulgação e sustentabilidade dos processos. Respeitando os critérios de elegibilidade.

Na plataforma da Capes foi encontrado pela palavras-chave: “afroempreendedorismo”, apenas um artigo. A seguir, no Quadro 1, identifica o achado.

Quadro 1 – Plataforma Capes

AUTORES	TÍTULO	DESCRITORES	ANO
ROSA, C. M. da; VASCONCELLO S, S. L. de; FALASTER, C. D.	As cores do empreendedorismo no Brasil: efeitos da etnia sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental.	“afroempreendedorismo”	2022

Fonte: Autora, 2023.

O artigo encontrado na plataforma da Capes foi excluído, porque não apresentava relações com os critérios desenhados para a pesquisa. Embora, os autores explorassem o termo empreendedorismo estes não abordavam as categorias pré-definidas.

Na plataforma do Google acadêmico foram encontrados pelas palavras-chave: “mulheres negras empreendedoras”, “afroempreendedorismo” e “estratégia”, três artigos, sendo um repetido, demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 - Plataforma Google Acadêmico

AUTORES	TÍTULO	DESCRITORES	ANO
ALMEIDA, E.; DIAS, P.; SANTOS, E.	Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional	“mulheres negras empreendedoras”	2021
LOPES, R. de O.; NEVES, M. D.; TOLENTINO, R. de S. da S.	Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores		2021
LOPES, R. de O.; NEVES, M. D.; TOLENTINO, R. de S. da S.	Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores	“afroempreendedorismo” ”estratégia”	2021

Fonte: Autora, 2023.

Como resultado da busca, retornaram três artigos na plataforma Google Acadêmico, sendo um descartado por ser repetido. Dos dois artigos encontrados, um foi selecionado para análise e o outro excluído, pois não apresentava relação com o objeto de pesquisa.

O artigo Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores (LOPES, 2021), foi selecionado por se aproximar das categorias para análise, que são: criação e implementação dos empreendimentos, divulgação e sustentabilidade dos processos.

7.1 ANÁLISE DO ARTIGO SELECIONADO

No artigo selecionado para análise as autoras referem-se ao afroempreendedorismo como estratégia de sobrevivência, sobre a luta por inclusão social, a utilização do marketing como técnica de gestão e a contribuição do empreendedorismo e inovação social para o fortalecimento do empreendedorismo realizado por negros. Aborda o empreendedorismo e a inovação social que ampliam e contornam o afroempreendedorismo em sua pesquisa.

Embora, não haja intenção de analisar os tipos de empreendedorismo e elementos que promovam a inovação nessa pesquisa, a contribuição do estudo de Lopes (2021), apresenta conceitos e discussões que norteiam o objeto dessa pesquisa. A autora, entende que empreendedorismo social tem uma missão social, com propósito de criar valor social ao coletivo, são negócios que promovem a transformação social com equidade e inclusão. O entendimento da autora que o empreendedorismo social promove a transformação social associa-se com o ato de empreender para a população negra. O afroempreendedorismo é um fenômeno transformador, compreendido como estratégia de inclusão no mercado de trabalho e

na sociedade. O afroempreendedorismo promove mobilidade, inclusão e transformação social.

Na compreensão do SEBRAE (2023), a inovação social está atrelada ao desenvolvimento de soluções inovadoras para problemas e necessidades que afetam toda a sociedade. Lopes (2021), apresenta a proposta de inovação baseada em Monteiro, 2019.

A inovação implica a acentuação de determinadas características já presentes nas dinâmicas de desenvolvimento local e nas iniciativas ligadas à economia social e solidária, como sejam a territorialização das decisões, a aposta na democracia participativa ou o investimento em processos de aprendizagem coletiva. Mas também significa o desenvolvimento de novas capacidades e competências (*skills*), assim como é suposto encorajar a adoção de novas fórmulas organizacionais e de novas estratégias operacionais. (MONTEIRO, 2019, p. 17)

Os autores Monteiro 2019; Lopes 2021, consideram que a inovação social, tem o objetivo de proporcionar respostas aos problemas sociais. Monteiro (2019), observa que a abordagem em sua definição sobre inovação tem ligação com os apontamentos sobre a prática do empreendedorismo negro abordado nesta pesquisa, o autor relaciona ao desenvolvimento local, à economia social e solidária, a contribuição do afroempreendedorismo para o desenvolvimento local com a geração de emprego, renda e oportunidades. Quando cita o incremento de novas capacidades e competências, associam-se a capacidade do empreendedor negro de se reinventar, para driblar a falta de oportunidade, buscar criar alianças, parcerias, aproximação com clientes e fornecedores como estratégias de sobrevivência, sobretudo das dificuldades enfrentadas durante o período pandêmico. Quanto a territorialização das decisões e a aposta na democracia participativa, adicionam-se ainda a participação da população excluídas nas criações de políticas públicas, na tentativa de reduzir as desigualdades de acesso ao mercado de trabalho e a educação, a discriminação interseccional de gênero e raça, a segregação socioespacial.

Lopes (2021), ao discutir a respeito das ações investidas pela população negra mostra a estratégia de criação e implementação dos empreendimentos, e destaca que o empreendedorismo para essa população surge como uma alternativa de ascensão, que geralmente são negócios que nascem da necessidade, por falta de oportunidade no mercado de trabalho.

Na visão de Dornelas (2016), implica o empreendedorismo por necessidade ou o movimento do empreendedorismo por sobrevivência, quando a pessoa fica desempregada e a falta de alternativas de trabalho levam a realizar uma atividade para a sua sobrevivência. Santos (2019) destaca que as desigualdades estão latentes quando afirma que as pessoas negras ainda permanecem reféns da falta de inclusão no mundo do trabalho e na sociedade. Berth (2019) relata que há impeditivos sociais para que a população negra não tenha mobilidade social e não alcance determinadas posições sociais, reservado às pessoas não negras. Berth; Santos (2019) confirmam a escassez de oportunidade para este grupo. Ainda de acordo com Santos (2019) empreendedorismo para muitos negros é visto como uma estratégia de sobrevivência.

Quanto a divulgação, Lopes (2021), refere-se ao marketing na dimensão da comunicação, como forte técnica de gestão e como resposta de novos métodos de promoção de vendas e de produtos. Com foco na vulnerabilidade social e impacto ambiental. Lopes (2021) relata sobre o uso de estratégias nas abordagens dos problemas sociais, com utilização do marketing e iniciativas sociais, que podem gerar visibilidade para esses empreendedores mais vulneráveis.

O artigo analisado possibilitou reflexões a respeito do tema e do objeto estudados ao reforçar que o negro ou negra geralmente empreende por necessidade de sobrevivência. O ato de empreender para essa população contribui para a redução das desigualdades e enseja a ascensão social e econômica, além de promover transformação social. Destaca o marketing como estratégia de comunicação como gerador de elementos que destaquem os feitos das empreendedoras, assim como os desafios enfrentados.

8 CONSIDERAÇÕES

Como mulher negra e moradora da Baixada Fluminense acompanhei de perto os desafios enfrentados por empreendedoras negras num momento de medo e incertezas provocada pela pandemia, períodos tensos. Os momentos que a população negra sofreu mais com os impactos, quando foi exigido da população o isolamento social, este grupo não podia dar-se ao luxo de se isolar, sabendo que exercem suas atividades para sobreviver, a grande parte não possui reservas financeiras. Os salões de beleza por não serem um serviço essencial precisaram ter suas atividades interrompidas.

O afroempreendedorismo torna-se, portanto, um fenômeno transformador que promove valorização da autoestima, independência econômica, emancipação e libertação. Pretendia-se analisar os salões de beleza étnicos, um segmento fortemente ligado as origens do povo negro, um local de resgate das suas raízes, um espaço de pertencimento, de valorização da identidade e de representatividade, mas as publicações encontradas não atenderam a intenção da pesquisa. Ao recorrer aos periódicos, a perspectiva era de encontrar um número satisfatório de publicações no campo da administração, por se tratar de um fenômeno potente e pelo advento da pandemia. Logo, depara-se com uma escassez de publicações e as poucas encontradas não correspondiam com os objetivos da pesquisa.

Devido ao tímido número de publicações, considera-se que a questão norteadora: como as mulheres negras empreendem no contexto de pandemia na área da beleza numa região da baixada fluminense e os objetivos da pesquisa onde pretendia-se identificar as estratégias utilizadas pelas empreendedoras negras de salões de beleza étnico durante o período de isolamento social da pandemia COVID-19, não foram respondidos, visto que não foi possível encontrar artigos com os descritores e critérios de elegibilidade definidos para avançar no percurso do estudo nas bases pesquisadas.

As pressuposições que essas mulheres, muitas vezes são alijadas do mercado, por serem negras, não terem formação entendida como suficiente, qualificada e adequada para a ocupação de cargos/funções, e por serem moradoras das periferias e da baixada, tem confirmação quando encontram-se nas referências a rejeição da mulher negra, por sua condição histórica, pelos impeditivos sociais e por essas mulheres empreenderem por necessidade, em razão da falta de oportunidade no mundo do trabalho contemporâneo.

O artigo selecionado, Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores (LOPES, 2021) contribuiu com as categorias escolhidas, ao confirmar que a população negra, geralmente empreende por necessidade. Quase sempre ato de empreender para o homem ou para a mulher negra, é uma estratégia para driblar a falta de oportunidade do mercado racista e excludente. Dessa maneira, compreende-se que o afroempreendedorismo, sobretudo o feminino como atividade

econômica se tornou uma estratégia de sobrevivência, de visibilidade e de mobilidade social para esse grupos social.

Vale ressaltar que o crescimento do empreendedorismo por necessidade acende um sinal de alerta, pois este crescimento geralmente pode ter relação com o aumento do desemprego, da subutilização da mão de obra, da precarização do trabalho, da raça e do gênero e de outros fatores que contribuem para que uma pessoa busque no empreendedorismo renda para sua subsistência. É urgente a criação e implementação de políticas públicas inclusivas para reduzir a desigualdade social e romper com práticas de segregação.

Espera-se que este estudo possa contribuir com as discussões sobre o afroempreendedorismo, em especial o feminino, por ser o grupo mais vulnerável por questões de discriminação de raça e gênero. Entende-se a necessidade de discussões no meio acadêmico, sobretudo por ser um fenômeno potente ainda pouco estudado no campo da administração uma área que majoritariamente é ocupada por homens e homens não negros.

REFERÊNCIAS

ABSB - Associação Brasileira de Salões de Beleza - **Relatório Anual 2020** - disponível em: <<http://www.saloesbrasil.com.br/site/relatorio-anual-2020/>> acesso em: 14/02/2022.

ALMEIDA, E. ;DIAS, P.;SANTOS, E. (2021). - **Desafios de empreendedoras na economia criativa periférica: Um olhar interseccional**. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração. 15. 122-146. 10.12712/rpca.v15i1.47233. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/pca/article/view/47233>> Acesso em: 23/05/2023.

BERTH, J. - **Empoderamento** / Joice Berth. – São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019. 184p. (Feminismos Plurais / coordenação de Djamila Ribeiro).

BIROCHI, R. - **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; Brasília: Capes: UAB, 2015.

COLLINS, P. H. - **Interseccionalidade** [recurso eletrônico] / Patricia Hill Collins, Sirma Bilge ; tradução Rane Souza. - 1. ed. - São Paulo: Boitempo, 2020.

DIEESE- Boletim especial 20 de novembro - Dia da Consciência Negra - **Desigualdade entre negros e não negros se aprofunda durante a pandemia – 2021**. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2021/conscienciaNegra.html>>. Acesso em: 07/02/2022.

DIEESE - Boletim Especial 8 de março Dia da Mulher - **Mulheres no mercado de trabalho brasileiro: velhas desigualdades e mais precarização** - 2022 Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2022/mulher.html>>. Acesso em:14/02/2023.

DIEESE - Boletim Especial 20 de novembro Dia da Consciência Negra - 2022 - **A persistente desigualdade entre negros e não negros no mercado de trabalho**

Disponível em:

<<https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2022/boletimPopulacaoNegra2022.pdf>>

Acesso em: 14/02/2023.

DORNELAS, J. - **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** – 6. ed.

– São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

ECONOMIA IG. Instituto Êxito lança movimento **Empreendedorismo de**

Sobrevivência. 2020. Disponível em: <<https://economia.ig.com.br/2020-06-02/instituto-exito-lanca-movimento-empreendedorismo-de-sobrevivencia.html>>

Acesso em: 20/06/2023.

FABRETE, T. C. L. – **Empreendedorismo** – 2. Ed. – São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2019. Disponível em:

<<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Loader/173412/pdf>>. Acesso em:

25/10/2022.

FERREIRA, D. A. - **Empreendedorismo e Gestão. Estratégia e Marketing.**

Coleção Empreendedorismo e Gestão. Organizadora: Sandra R. H. Mariano. Niterói, RJ – ed. Eduff, 2017.

GIL, A. C. - **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JESUS, C. M. de. - **O estilo afro em evidência: Problematizando as novas hierarquias da indústria de beleza para cabelos crespos.** Cad. Gên. Tecnol.,

Curitiba, v. 12, n. 40, p. 199-212, jul./dez., 2019. Disponível em:

<<https://periodicos.utfpr.edu.br/cgt>>. 28/03/2022.

LEI n. 3.353/1888 - Lei Áurea - Arquivo Nacional MAPA **Memória da Administração Pública Brasileira.** 2016. Disponível em:

<<http://mapa.an.gov.br/index.php/menu-de-categorias-2/276leiaurea#:~:text=3.353%2C%20de%2013%20de%20maio,Lei%2C%20a%20es cravid%C3%A3o%20no%20Brasil>>. Acesso: 25/05/2023.

LOPES, R. de O.; NEVES, M. D.; TOLENTINO, R. de S. da S. - **Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores.** 2021-

Disponível em: <<https://repositorio.fumec.br/xmlui/handle/123456789/892>> Acesso em: 23/05/2023.

MONTEIRO, A. **O que é a Inovação Social? Maleabilidade Conceitual e**

Implicações Práticas. Dados, v. 62, n. 3, e20170009, 2019. ISSN: 0011-5258

[viewed 10 December 2019]. DOI: 10.1590/001152582019187. Disponível em:

<<http://ref.scielo.org/vbpmnn>> Acesso em: 23/05/2023.

NASCIMENTO, E. Q. - **Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica.** vol.3, 2018. Disponível em:

<<https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718>> - Acesso em: 05/02/2022.

Portal FGV - **A participação das mulheres negras no mercado de trabalho - 2022** <<https://portal.fgv.br/artigos/participacao-mulheres-negras-mercado-trabalho>>. Acesso em: 14/02/2023.

Portal Geledés **Mapeamento de trançistas afro do estado do Rio de Janeiro - 29/09/21**. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/mapeamento-de-trancistas-afro-do-estado-do-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 02/02/2022.

ROSA, C. M. da; VASCONCELLOS, S. L. de; FALASTER, C. D. (2022). **As cores do empreendedorismo no Brasil: efeitos da etnia sobre a renda, sob uma perspectiva comportamental**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 11(1), Artigo e1933. <<https://doi.org/10.14211/regepe.e1933>> Acesso em: 23/05/2023.

SANT'ANNA, D. B. de - **História da beleza no Brasil** / Denise Bermuzzi de Sant'Anna. – São Paulo: Contexto, 2014. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Loader/35255/pdf>> Acesso em: 06/04/2023.

SANTOS, M. A. dos. - **O Lado Negro do Empreendedorismo: afroempreendedorismo e *black Money***. Belo Horizonte: Letramento. 2019.

SEBRAE. **Salão de Beleza e Barbearia: insights sobre consumidores e estratégias - 2020**. Disponível em: < <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/pesquisa-em-redes-sociais/salao-de-beleza-e-barbearia-insights-sobre-consumidores-e-estrategias> >. Acesso em: 07/02/2022.

SEBRAE. **Empreendedorismo afrodescendente: confira desafios e oportunidades - 2021** - Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/aa3dcb9a72e4603cfdc1fc201f297a54/\\$File/30781.pdf#:~:text=O%20empreendedorismo%20afrodescendente%20surgiu%20no,para%20conseguir%20sustento%20e%20em%20prego](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/aa3dcb9a72e4603cfdc1fc201f297a54/$File/30781.pdf#:~:text=O%20empreendedorismo%20afrodescendente%20surgiu%20no,para%20conseguir%20sustento%20e%20em%20prego) >. Acesso em: Acesso em: 07/02/2022.

SEBRAE. **“Novo Normal” aponta caminhos para os profissionais da beleza** 03/02/2021 Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/novo-normal-aponta-caminhos-para-os-cabeleireiros,16e15993c4617710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=A%20pan-demia%20do%20Coronav%C3%ADrus%20afastou,garantir%C3%A3o%20maior%20destaque%20no%20mercado> >. Acesso em: 05/02/2022.

SEBRAE. **Afroempreendedorismo: Cultura e ancestralidade em um mercado diverso e crescente - 2021** – disponível em: <https://www.sebraeatende.com.br/system/files/2021-05/afroempreendedorismo_1.pdf > Acesso em: 07/02/2022.

SEBRAE. **O que é inovação social e o que se pode aprender com ela - 2023**. Disponível em: < <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-inovacao-social-e-o-que-se-pode-aprender-com-ela,9ebca6273d716810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Inova%C3%A7%C3%A3o%20social%20%C3%A9%20desenvolver%20solu%C3%A7%C3%B5es,que%20impactam%20toda%20a%20sociedade.&text=Cada%20vez%20mais%20pessoas> >

[%20e, inova%C3%A7%C3%A3o%20social%20tem%20ganhado%20relev%C3%A2ncia](#) >. acesso em: 23/06/2023.

SILVA, J. C. F. da - **Empreendedorismo e identidade afrodescendente: o caso da REAFRO** - Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) - 2017 - Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/169902>> Acesso em: 14/02/2022.

SILVA, L. V. da; MACHADO, L.; SACCOL, A. (org.); AZEVEDO, Débora. **Metodologia de pesquisa em administração** – Uma Abordagem Prática. Editora: UNISINOS. 2012.