

Área Temática: Empreendedorismo, Startups e Inovação

**EMPREENDEDORES NEGROS EM NEGÓCIOS SOCIAIS:
UM ESTUDO EXPLORATÓRIO**

Resumo: Este trabalho aborda a questão da diversidade racial no ambiente empresarial brasileiro, concentrando-se em empreendedores negros cujas iniciativas podem ser categorizadas como negócios sociais. Apesar das desigualdades raciais existentes no Brasil, têm-se observado um aumento no número de empreendedores negros no país. Isso sugere que o empreendedorismo se tornou uma estratégia de enfrentamento da exclusão e da pobreza para a população afro-brasileira. No entanto, a falta de estudos abordando essa temática já foi identificada na literatura. Para preencher essa lacuna, foi realizado um estudo estruturado a partir da seguinte pergunta de pesquisa: Como empreendedores negros que estabeleceram negócios sociais experienciam as tensões entre a dimensão sociopolítica de suas iniciativas, representada pelo ativismo em torno da questão racial, e a necessidade de estruturar suas empresas para gerar resultados econômicos? Para responder a essa pergunta, foi conduzida uma investigação de caráter exploratório e de natureza qualitativa, envolvendo entrevistas em profundidade com empreendedores negros que lideram negócios sociais focados na diversidade racial. Estas entrevistas tiveram como objetivo reconstruir aspectos das histórias de vida dos empreendedores e mapear suas experiências à frente dessas iniciativas. Os resultados revelaram que os entrevistados estão cientes das tensões entre os aspectos sociais/políticos e os aspectos econômicos/negócios de suas iniciativas. Por um lado, eles se identificam como ativistas, embora enfatizem que seu ativismo está direcionado para o mundo dos negócios. Por outro lado, eles enfrentam desafios ao tentar se inserir em uma lógica econômica dominada pela população branca, que muitas vezes não compreende plenamente as questões raciais e de classe envolvidas em seus empreendimentos. Essa pesquisa contribuiu para preencher a lacuna referente aos estudos raciais no campo da Administração e também para a reflexão sobre as tensões entre o ativismo político e os objetivos econômicos nos negócios sociais. Além disso, aponta para o surgimento do afro-empreendedorismo como uma estratégia de afirmação identitária e de empoderamento econômico na quarta onda dos movimentos negros no Brasil pós-abolição.

Palavras-chave: diversidade racial; empreendedorismo negro; negócios sociais.

Abstract: This work addresses the issue of racial diversity in the Brazilian business environment, focusing on black entrepreneurs whose initiatives can be categorized as social businesses. Despite the racial inequalities that exist in Brazil, an increase in the number of black entrepreneurs in the country has been observed. This suggests that entrepreneurship has become a strategy for coping with exclusion and poverty for the Afro-Brazilian population. However, the lack of studies addressing this topic has already been identified in the literature. To fill this gap, a study was carried out based on the following research question: How do black entrepreneurs who have established social businesses experience tensions between the sociopolitical dimension of their initiatives, represented by activism around racial issues, and the need to structure their companies to generate economic results? To answer this question, an exploratory and qualitative investigation was conducted, involving in-depth interviews with black entrepreneurs who lead social businesses focused on racial diversity. These interviews aimed to reconstruct aspects of the entrepreneurs' life histories and map their experiences leading these initiatives. The results revealed that the interviewees are aware of the tensions between the social/political and the economic/business aspects of their initiatives. On the one hand, they identify themselves as activists, although they emphasize that their activism is aimed at the business world. On the other hand, they face challenges when trying to fit into an economic logic dominated by the white population, which often does not fully understand the racial and class issues involved in their ventures. This research contributed to filling the gap regarding racial studies in the field of Administration and also to reflection on the tensions between political activism and economic objectives in social business. Furthermore, it points to the emergence of Afro-entrepreneurship as a strategy for identity affirmation and economic empowerment in the fourth wave of black movements in post-abolition Brazil.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho aborda a questão da diversidade racial no ambiente empresarial brasileiro, concentrando-se em empreendedores negros cujas iniciativas podem ser categorizadas como negócios sociais. A importância desse tema pode ser percebida no reconhecimento da Organização das Nações Unidas (ONU), que declarou o período que vai de 2015 a 2024 como a Década Internacional dos Afrodescendentes. Tal reconhecimento destaca a necessidade de promover a igualdade de direitos humanos e a inclusão das populações afrodescendentes na dinâmica socioeconômica global, reconhecendo o legado da escravidão, do tráfico de escravos e do colonialismo que afetou essa população. (COSTA; FERREIRA, 2006).

No contexto brasileiro, essa temática se torna ainda mais premente devido à história do país, marcada pelo sistema colonial escravista, que resultou na inserção subalterna da população negra na sociedade. Mesmo após a abolição da escravidão no final do século XIX, não foram implementadas políticas eficazes para a integração dos afrodescendentes na sociedade de classes em formação. Além disso, políticas de imigração foram promovidas com o objetivo de "embranquecer" a população brasileira, alegando que o grande contingente de negros condenaria o país ao fracasso (ANDREWS, 1998; DOMINGUES, 2002; MUNANGA, 2004; FERNANDES, 2008; CHALHOUN; SILVA, 2009).

Essa subordinação histórica dos afrodescendentes se manifesta em desigualdades socioeconômicas evidentes no Brasil contemporâneo. Indicadores revelam disparidades significativas entre negros (pretos e pardos) e brancos, como insegurança alimentar, falta de saneamento básico, menor expectativa de vida, taxas de desemprego mais altas e renda média inferior para a população negra (GRUPO DE TRABALHO DA ONU PARA AFRODESCENDENTES, 2014).

No entanto, apesar dessas desigualdades, observa-se um aumento no número de empreendedores negros no Brasil. Barretto (2013) aponta que o percentual de empreendedores negros cresceu significativamente entre 2001 e 2011. Isso sugere que o empreendedorismo se tornou uma estratégia de enfrentamento da exclusão e da pobreza para a população afro-brasileira.

Este fenômeno de aumento do empreendedorismo na população afro-brasileira tem implicações significativas. Por um lado, pode ser uma estratégia de superação da pobreza e da exclusão. Por outro lado, está relacionado ao ativismo negro voltado para o mundo empresarial. Movimentos como o "black money" envolvem o boicote de consumidores afro-brasileiros a empresas que perpetuam representações negativas em sua comunicação ou não promovem a inclusão racial em suas equipes de trabalho. Esse movimento busca fazer com que o dinheiro circule entre consumidores negros e empreendedores afro-brasileiros (FOLHA DE S.PAULO, 2015).

Os negócios sociais enfrentam uma complexa tensão entre objetivos econômicos e objetivos sociais, muito mais acentuada do que nas empresas tradicionais (IIZUKA; VARELA; LARROUDE, 2015). É precisamente a reflexão sobre essa tensão que motiva este artigo, que busca contribuir para preencher uma lacuna na pesquisa em Administração relacionada à questão racial e ao afroempreendedorismo. A falta de estudos abordando essas temáticas tem sido identificada na literatura (COSTA; FERREIRA, 2006; CONCEIÇÃO, 2009; ROSA, 2014; JAIME, BARRETO E OLIVEIRA, 2018), tornando esta pesquisa ainda mais relevante.

O problema de pesquisa centraliza-se na seguinte pergunta: Como empreendedores negros que estabeleceram negócios sociais experienciam as tensões entre a dimensão sociopolítica de suas iniciativas, representada pelo ativismo

em torno da questão racial, e a necessidade de estruturar suas empresas para gerar resultados econômicos? Para responder a essa pergunta, foi conduzida uma investigação de caráter exploratório e de natureza qualitativa, envolvendo entrevistas em profundidade com empreendedores negros que lideram negócios sociais focados na diversidade racial. Estas entrevistas tiveram como objetivo reconstruir aspectos das histórias de vida dos empreendedores e mapear suas experiências à frente dessas iniciativas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A discussão teórica deste trabalho está estruturada em três partes. A primeira parte sintetiza o debate sobre a diversidade racial, com ênfase no mundo empresarial, e contextualiza a presença do tema no campo da Administração. Na segunda parte, são apresentados conceitos de empreendedorismo e negócios sociais. Por fim, na terceira parte traça-se um breve histórico do movimento negro no Brasil no período posterior à abolição do sistema colonial escravista.

2.1. DIVERSIDADE RACIAL NO MUNDO EMPRESARIAL

A literatura científica no campo da Administração no Brasil mostra que a temática da diversidade racial nas empresas ainda carece de pesquisas substanciais (VIEIRA; CALDAS, 2006; COSTA; FERREIRA, 2006; CONCEIÇÃO, 2009; ROSA, 2014; SOUZA; 2015; GOUVÊA, 2017; JAIME; BARRETO; OLIVEIRA, 2018). Mesmo que a questão racial tenha sido amplamente estudada nas ciências sociais, particularmente na sociologia e na antropologia, ela foi negligenciada no campo da Administração (JAIME; BARRETO; OLIVEIRA, 2018).

Além disso, os estudos étnico-raciais tradicionalmente não enfocaram a inserção da população negra no mundo empresarial, seja como executivos em grandes empresas, seja como empreendedores (JAIME; BARRETO; OLIVEIRA, 2018). Os temas mais abordados nessas disciplinas foram os movimentos negros, as religiões de matriz africana, a cultura negra e as políticas públicas de ação afirmativa (JAIME; BARRETO; OLIVEIRA, 2018). Somente recentemente, estudos sociológicos e antropológicos começaram a investigar a presença de executivos negros no setor privado (LADEIA, 2006; SOUZA, 2015; JAIME, 2016), no setor público (SANTANA, 2009) e os empresários negros (FIGUEIREDO, 2012).

A complexidade da identidade racial no Brasil é ressaltada, onde a categorização racial não se limita às características físicas, mas inclui elementos como classe social e status (MUNANGA, 2004). O termo "afrodescendente" é usado para se referir a pessoas com ascendência africana, independentemente de sua aparência física (PRIBERAM, 2017). A identidade racial é vista como uma afirmação política (MUNANGA, 2004).

A falta de representação de pesquisadores negros na Administração é apontada como um fator que contribui para a falta de estudos sobre diversidade racial (COSTA; FERREIRA, 2006). O mito da democracia racial no Brasil é destacado como um desafio, pois obscurece a desigualdade racial e dificulta a inclusão da questão racial na agenda de pesquisa (JAIME; BARRETO; OLIVEIRA, 2018).

Vale a pena enfatizar que existem estudos sobre os chamados salões étnicos (REZENDE; MAFRA; PEREIRA, 2018), mas é importante destacar que essas análises abordam esses empreendimentos predominantemente sob uma perspectiva teórica pós-colonial. Elas concentram-se principalmente em examinar como esses salões étnicos contribuem para desafiar o estigma historicamente associado à identidade negra. No entanto, essas investigações geralmente deixam de lado as complexidades

subjacentes à administração desses negócios, assim como as tensões que podem surgir entre o seu caráter de ativismo político e a sua natureza como empreendimentos econômicos.

Em resumo, este referencial teórico ressalta a necessidade premente de pesquisas que abordem a diversidade racial no ambiente empresarial, destacando a falta de estudos nessa área e a importância de preencher essa lacuna. Reconhece também a complexidade da identidade racial no Brasil e a persistência do racismo, bem como a importância de promover a inclusão da questão racial na agenda de pesquisa da Administração e de explorar a relação entre negócios e ativismo racial no contexto empreendedor (COSTA; FERREIRA, 2006).

2.2 EMPREENDEDORISMO SOCIAL E NEGÓCIOS SOCIAIS

Os negócios sociais, uma abordagem inovadora que combina objetivos econômicos e sociais, têm suas raízes na década de 70 com a criação do Grameen Bank liderado por Muhammad Yunus, vencedor do Prêmio Nobel da Paz em 2006. Esses empreendimentos, embora ainda não amplamente aceitos pelas grandes corporações, surgem como uma alternativa ao capitalismo tradicional, visando equilibrar as disparidades sociais e ambientais (IIZUKA et al, 2014). Essa ideia se alinha com a crescente ênfase no empoderamento coletivo nos últimos anos, destacando a capacidade das pessoas e grupos para promoverem mudanças em suas comunidades e sociedades (VALOURA, 2006).

Os negócios sociais têm como propósito principal atender às necessidades da sociedade, abordando problemas sem solução, principalmente para populações desfavorecidas (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010). Eles oferecem oportunidades de acesso a produtos e serviços de qualidade a preços compatíveis com a realidade de grupos mais vulneráveis, além de emprego e renda, direcionando-se para melhorar as condições de vida das populações na base da pirâmide (SCHERER, 2014). Esses empreendimentos têm desempenhado um papel crucial na abordagem de questões sociais persistentes, como a pobreza e a exclusão social (ASSAD, 2012).

Os negócios sociais são particularmente relevantes para a população de baixa renda e grupos minorizados, pois buscam proporcionar acesso a bens e serviços anteriormente inacessíveis para esses grupos (PRAHALAD; HART, 2002). Eles podem ser implementados por organizações da sociedade civil ou empresas com fins lucrativos, desempenhando um papel essencial na melhoria da qualidade de vida dessas populações (MÁRQUEZ; REFICCO; BERGER, 2010).

Esses empreendimentos também são associados à inovação social, que se concentra na criação de soluções mais eficazes e justas para problemas sociais (PHILLS; DEIGLMEIER; MILLER, 2008). Eles procuram fundir a criação de valor social e econômico em um modelo organizacional, gerando valor não apenas para os consumidores, mas também para todas as partes interessadas, incluindo colaboradores, fornecedores e investidores (IIZUKA, VARELA, LARROUDE, 2015).

No entanto, a definição exata e o funcionamento dos negócios sociais variam de acordo com a região geográfica e o contexto cultural. Na Europa, eles estão ligados à economia social e à ação coletiva, enquanto nos Estados Unidos são frequentemente associados a empresas que resolvem problemas sociais e ambientais (GRASSL, 2012; PRAHALAD, 2010). Em países em desenvolvimento, como o Brasil, o termo "negócio social" é mais proeminente (COMINI, 2016).

Outra abordagem inclui os "negócios inclusivos", que envolvem a população de baixa renda no desenvolvimento econômico, seja como consumidores, seja como

empregados, estabelecendo conexões entre negócios e comunidades (TEODÓSIO; COMINI, 2012). Esses empreendimentos podem ser implementados tanto por organizações focadas exclusivamente na população localizada na base da pirâmide, quanto por empresas que buscam incorporá-la em suas atividades tradicionais.

A mensuração do impacto socioambiental desses empreendimentos é complexa, pois vai além da geração de renda e envolve fatores multidimensionais, como educação, saúde e capital social (SEN, 2000; TORRES; BARKI, 2013). Além disso, os negócios sociais também podem contribuir para a redução de custos de transação entre populações vulneráveis ou pequenos produtores (BARKI et al., 2015).

Em resumo, os negócios sociais representam uma abordagem inovadora que visa equilibrar objetivos econômicos e sociais, atendendo às necessidades da sociedade, especialmente das populações vulneráveis e grupos minorizados. Sua definição e seu funcionamento variam, refletindo as especificidades geográficas e socioculturais de cada local. Esses empreendimentos têm desempenhado um papel fundamental na abordagem de problemas sociais persistentes e na promoção da inovação social.

2.3 BREVE HISTÓRICO DO MOVIMENTO NEGRO NO BRASIL

A questão racial no cenário brasileiro tem sido discutida desde o final do século XIX até os tempos atuais, com base em diferentes perspectivas e abordagens de intelectuais e movimentos sociais. Inicialmente, o médico Nina Rodrigues defendeu a ideia de que a mistura de raças resultaria em seres humanos sem valor, especialmente para os negros (MUNANGA, 2009). Outros intelectuais, como Silvio Romero, Oliveira Vianna e João Batista de Lacerda, consideraram a miscigenação como uma forma de promover o branqueamento da população brasileira (MUNANGA, 2004, 2009).

Na década de 1930, Gilberto Freyre trouxe uma perspectiva mais positiva, descrevendo o Brasil como um país mestiço e destacando a miscigenação como uma fonte de força nacional (FREYRE, 2003). No entanto, pesquisas financiadas pela UNESCO nos anos 1950 concluíram que a democracia racial brasileira era um mito, destacando a falta de democratização da riqueza, cultura e poder entre negros e brancos. O sociólogo Florestan Fernandes aprofundou essa análise e acreditava que o avanço do capitalismo poderia reduzir as desigualdades raciais, mas essa visão foi refutada por outros estudiosos (HASEMBALG, 1979; HASEMBALG; SILVA, 1992).

O movimento negro pós-abolição passou por várias fases, incluindo a formação da Frente Negra Brasileira em 1931 e a criação do Movimento Negro Unificado em 1978, buscando combater a discriminação racial e promover a igualdade (JAIME, 2016). O surgimento de ONGs ligadas ao movimento negro nas décadas de 1980 e 1990 profissionalizou a luta antirracista e mobilizou recursos de agências internacionais. A criação da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR) resultou em conquistas importantes, como a Lei das Cotas (SANTOS, 2007).

Apesar dos avanços, o conservadorismo nas eleições de 2018 e a chegada de um presidente que rejeita as reivindicações dos movimentos sociais representaram desafios para o movimento negro. No entanto, novos atores, como blogueiros e empreendedores negros, estão emergindo e contribuindo para a discussão sobre igualdade racial no Brasil (JAIME, 2016).

O Quadro 1 sintetiza essas principais correntes do movimento negro no Brasil e traz uma etapa mais contemporânea deste movimento, relativa ao empreendedorismo negro, objeto deste artigo.

Quadro 1 – Marcos Temporais do Movimento Negro

Marcos Temporais	Período	Principal objetivo
Frente Negra Brasileira	1931	Tinha explicitamente um propósito político e com o slogan “elevação da raça”, buscava mobilizar os “homens de cor” a assumirem uma conduta íntegra e ocuparem postos de destaque na sociedade brasileira.
Teatro Experimental do Negro	1944	Protestar contra a discriminação racial, formar atores e dramaturgos negros capazes de ler a realidade racial do Brasil, bem como resgatar a herança africana na sociedade brasileira, que naquela época era negada e relegada pelo eurocentrismo.
Movimento Negro Unificado	1978	Com uma agenda extensa, envolvendo reivindicações em diferentes áreas, o que consequentemente resultou em uma influência marcante na dinâmica da sociedade brasileira, provocando diversas respostas do Estado no que se refere à questão racial.
ONGs Negras	Final dos anos 1980 e início de 1990.	Reivindicação de uma ação mais efetiva do Estado brasileiro no seu dever de combater o racismo e eliminar as desigualdades raciais, inclusive por meio da implementação de políticas de ação afirmativa.
Blogueiros e blogueiras negras e os empreendedores negros em negócios sociais	A partir de 2010.	Reflete o momento econômico contemporâneo, em que a economia, e mais especificamente o mercado, possuem grande centralidade.

Fonte: Os autores baseados em Jaime (2016).

3. ABORDAGEM METODOLÓGICA E ESTRATÉGIAS DE INVESTIGAÇÃO

Antes de apresentar a abordagem metodológica e as estratégias que foram utilizadas para operacionalizar a investigação, fazem-se necessários alguns esclarecimentos sobre o referente empírico do trabalho (empreendedores negros), ainda que as bases para sua definição já tenham sido discutidas no referencial teórico.

Falar em empreendedores negros, tal como pensado no marco desse estudo, pressupõe entender previamente a que se referem as noções de empreendedor e empreendedor social. O termo empreendedor é entendido nesse trabalho como foi popularizado a partir da teoria schumpeteriana da destruição criativa (Schumpeter, 1950).

Por empreendedores sociais, por sua vez, entende-se uma categoria específica de empreendedores que correm riscos em benefício das pessoas a quem a sua organização serve (BRINCKERHOFF, 2000). Segundo Drayton (2003), o trabalho do empreendedor social é ver onde a sociedade está estagnada e encontrar uma nova maneira de resolver o problema. Vieira (2006, p. 32), por sua vez, apresentam uma definição mais completa desse agente social na passagem abaixo:

Os empreendedores sociais são aqueles que criam valores sociais através da inovação e da força de recursos financeiros, independente da sua origem, visando o desenvolvimento social, econômico e comunitário. [...] são os pioneiros na inovação de soluções para os problemas sociais e não podem descansar até mudarem todo o modelo existente da sociedade.

No que se refere ao termo negro, utilizado na expressão empreendedores negros, ressalta-se que neste trabalho os termos negro e afrodescendente serão utilizados indistintamente em referência aos brasileiros, de origem africana, que se reconhecem e são reconhecidos a partir dessas categorias identitárias. Tem-se consciência que o termo afrodescendente remete, em princípio, a origem geográfica dessa categoria de brasileiros, ao passo que o termo negro diz respeito ao seu fenótipo (cor da pele e outros traços morfológicos). Compreende-se, no entanto, com base na discussão já empreendida no referencial teórico, que ambos os termos dizem respeito à ideia de raça enquanto construção social. Em síntese, acredita-se que tanto afro-brasileiros quanto negros, aqui tomados como pretos e pardos, conforme designação do IBGE, dizem respeito ao mesmo sujeito social. Assim, empreendedores negros ou afro-empreendedores são entendidos aqui como uma categoria específica de empreendedores sociais, aqueles de origem africana e que se percebem ou são percebidos como negros.

Para avaliar como esses empreendedores experenciam as tensões entre a face econômica e a face sociopolítica dos seus empreendimentos foi realizada uma investigação de caráter exploratório e natureza qualitativa. O caráter exploratório da investigação se justifica pelo fato de serem ainda recentes tantos os estudos sobre negócios sociais, quanto as pesquisas sobre a questão racial no campo da Administração. E ainda mais aquelas sobre negócios sociais empreendidos por pessoas negras. E as investigações exploratórias se prestam mais ao uso de abordagens metodológicas qualitativas (MINAYO, 2001). Tal abordagem é ainda mais adequada no caso do presente estudo, uma vez que se pretendeu compreender as experiências de determinados sujeitos, tal como eles mesmos lhes dão sentido (GOLDENBERG, 2004; HAGUETTE, 2013). Dito de outra forma, a intenção da pesquisa foi lidar com um nível de realidade que não pode ser quantificado, posto que voltado para o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que correspondente a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos não redutíveis à operacionalização de variáveis (MINAYO, 2001).

Para operacionalizar a investigação, foram recuperados alguns aspectos das histórias de vida e dos percursos como empreendedores sociais de 3 empreendedores negros/as. A decisão de retomar alguns aspectos da história de vida desses empreendedores se justifica pela intenção de desvendar quais foram as influências (origem familiar, engajamento no movimento negro, participação no movimento estudantil, etc.) que os levaram à decisão de criar empreendimentos voltados para a diversidade racial. Portanto, tratou-se de buscar entender de onde vem a face sociopolítica dos negócios que criaram. A apreciação dos seus percursos como empreendedores, por sua vez, deu a oportunidade de compreender como vivem a tensão entre essa face sociopolítica e a dimensão econômica do negócio.

A quantidade de empreendedores negros que participaram da pesquisa não foi fixada a priori. Mas estimou-se que com 3 a 5 sujeitos seria possível construir dados suficientes para que se pudesse responder ao problema de pesquisa. E foi de fato o que aconteceu. A segunda e a terceira entrevistas apresentaram um padrão narrativo

próximo ao da primeira. Considerou-se então que se chegou a um nível de saturação adequado para uma pesquisa exploratória.

A escolha dos sujeitos entrevistados foi feita a partir de um levantamento no jornalismo de negócios com base em termos como afro-empresariado, empreendedores negros e empreendedoras negras. Apenas a título ilustrativo afirmou-se que um levantamento aleatório com esses termos levou a iniciativas como a Feira Preta, a Incubadora Afro Brasil e a Empregue Afro. Uma rápida consulta no site internet dessas organizações, por sua vez, resultou nas informações a seguir.

O Instituto Feira Preta é uma plataforma criada na cidade de São Paulo por Adriana Barbosa e que há 17 anos fortalece e valoriza a cultura negra no Brasil. Ela tem o objetivo de unir empreendedores que transformam a identidade negra em produtos, serviços e soluções criativas. A Incubadora Afro Brasileira é uma iniciativa gestada na cidade do Rio de Janeiro, que há dez anos se destina a formar pequenos empreendedores afrodescendentes. Comandada por Giovanni Harvey, é a primeira incubadora de empresas com uma abordagem étnico-racial no Brasil e tem como objetivo desenvolver o papel econômico da população negra através da implementação de planos de negócios. A Empregue Afro é uma consultoria de Recursos Humanos criada por Patrícia Santos e especializada na diversidade étnico-racial. Seu objetivo é valorizar a diversidade no mundo empresarial, por meio da inclusão, retenção e ascensão de profissionais negros e afrodescendentes por parte de empresas.

Todavia, dessas três experiências previamente mapeadas, apenas uma respondeu rápida e positivamente ao convite para participar da pesquisa, a Empregue Afro. Sendo assim, outras iniciativas de empreendedores negros foram mapeadas a partir dos de dois dos autores desse trabalho. E a acessibilidade foi o critério decisivo para a sua escolha como base empírica da pesquisa. Chegou-se assim à Diáspora.Black e ao Coletivo Meninas Mahin. Os responsáveis pelos três negócios estudados aceitaram que seus nomes fossem citados nesse trabalho. Para mapear aspectos das histórias de vida e os percursos empreendedores desses sujeitos foram realizadas entrevistas compreensivas (KAUFFMAN, 2011), nas quais foram reconstruídas algumas narrativas biográficas (BERTAUX, 2010). Tais entrevistas foram conduzidas por meio do uso de roteiros semiestruturados, ou seja, construídos a partir de um conjunto prévio de questões, adaptado em razão do fluxo da entrevista, entendida como processo dialógico (HAGUETTE, 2013). Os dados foram analisados por meio de uma primeira leitura panorâmica, seguida de uma leitura em profundidade de cada entrevista, como sugerem Bertaux (2010) e Kauffman (2011). Durante a leitura a atenção foi colocada sobre as formas como os entrevistados pensam a dimensão sociopolítica (o engajamento na luta antirracista e na promoção da diversidade racial) e a face econômica (a viabilidade financeira) dos empreendimentos que criaram.

4. RESULTADOS

A análise dos dados teve a finalidade compreender como empreendedores negros que criaram negócios sociais vivenciam as tensões entre o caráter sociopolítico de suas iniciativas, expresso no ativismo antirracista, e sua estruturação como empresa que precisa gerar resultado econômico. Como ficará evidente nos relatos apresentados a seguir, os três entrevistados têm consciência dessa tensão entre o social/político e o econômico/negócio que marca os seus empreendimentos. Todos se identificaram como ativistas, mas ressaltaram que se trata de um ativismo direcionado ao mundo dos negócios.

4.1 EMPREENDEDORES NEGROS ENTREVISTADOS: BREVE PERFIL

Vale ressaltar que todos são originários da periferia, estavam na faixa próxima aos 40 anos de idade no momento da entrevista e se autodeclararam ativistas negros do seu tempo.

Ednusa Ribeiro, com 40 anos de idade, é uma mulher divorciada e mãe de dois filhos, um jovem de 18 anos e uma adolescente de 11 anos. Ela nasceu no extremo leste de São Paulo, no bairro de Itaquera, e cresceu em uma família com pai e mãe trabalhadores. Embora nunca tenham passado por dificuldades financeiras graves, Ednusa descreve a sua infância como uma época em que tinham o necessário, mas não havia excessos. Segundo ela, "*Não faltou nada em casa, mas nunca teve sobrando. A gente tinha o necessário*".

A mãe de Ednusa faleceu quando ela tinha 18 anos, e o seu pai faleceu há dois anos, da realização da entrevista. Após a morte do pai, ela teve contato com o Coletivo Meninas Mahin.

A origem étnico-racial de Ednusa é uma mistura, com a mãe vindo do Sul de Minas Gerais e o pai de Jacobina, na Bahia. A questão racial sempre esteve presente em sua casa. Sua mãe costumava usar cabelo *black*, e Ednusa tinha uma admiração por isso desde a infância. Ela começou a trançar o cabelo ainda jovem. Sua mãe, apesar de não se esquivar de discutir a questão racial, tinha uma abordagem mais tranquila e menos combativa em relação ao racismo. No entanto, Ednusa sempre abordou de forma direta e objetiva a existência do preconceito e da discriminação racial com seu filho e sua filha. Ela acredita que seu filho mais velho e muitos de seus colegas têm uma postura ainda mais combativa contra o racismo, o que ela vê como resultado de uma geração que cresceu mais consciente e engajada. Como ela mesma aponta: "*A linguagem é outra. A minha mãe viu menos, mas já se falava muito em racismo. Eu cresci em um núcleo totalmente preto*".

Desde os 12 anos, Ednusa começou a participar do grêmio estudantil de sua escola. Cerca de três anos atrás, ela conheceu o Coletivo Meninas Mahin, quando sentiu que estava passando por uma transição em sua vida e buscava uma atuação mais militante e empreendedora. Ela se identificava como mulher negra e sentia que as mulheres negras já nascem militantes. Ela explicou: "*Porque mulher preta já nasce militando. É impressionante como a gente já causa no metrô, já causa aonde a gente chega, onde a gente sai. O empreendedorismo também é muito forte na mulher preta, pois a gente se vira, vai vender salgadinho, vai vender isso ou aquilo*".

Um dos outros empreendedores negros entrevistados foi Carlos Humberto, de 40 anos, solteiro e sem filhos, nascido em Nova Iguaçu/RJ. Sua família perdeu a casa devido a um episódio de violência, o que os levou a morar em um terreiro de umbanda em Belford Roxo/RJ, onde permaneceram por 14 anos. Durante sua infância, viveu em uma comunidade coletiva dentro do terreiro, considerando todos os moradores como irmãos, apesar das condições precárias de moradia, incluindo um único banheiro compartilhado. Desde os 12 anos, ele mostrou interesse em trabalhar em grupo, criando a organização Arte Zero, que organizava festas com a ajuda de seu pai e mãe.

Mais tarde, Carlos se envolveu na Pastoral da Juventude da Igreja Católica, começando sua jornada na militância. O ponto de viragem em sua vida foi ingressar no Movimento de Vestibulares para Negros e Carentes (PVNC), que mais tarde deu origem à Educafro. Esse movimento abordava questões de cotas para negros e indígenas nas universidades públicas e a ideia de uma universidade "preta", materializada mais tarde em São Paulo com a criação da Faculdade Zumbi dos Palmares (a Unipalmares).

A despeito das dificuldades econômicas que marcaram sua infância e adolescência, Carlos se formou em Geografia pela PUC Rio, com bolsa no programa de ações afirmativas. Na PUC, permitiu realizar um intercâmbio nos Estados Unidos, na Universidade de Harvard. Carlos trabalhou no Canal Futura e teve uma vida confortável, inclusive proporcionando uma casa para sua mãe. No entanto, após o falecimento de sua mãe, ele decidiu mudar de rumo, *“Naquele meu trabalho eu ganhava muito bem, mas já não fazia mais sentido. Eu estava precisando fazer alguma coisa nova”*. Encontrou pessoas que vieram a ser seus sócios e passou a se dedicar de forma muito intensa em um novo desafio, empreender a Diáspora.Black

A terceira entrevistada foi Patrícia, uma mulher de 39 anos e mãe de 4 filhos, cresceu em Heliópolis, São Paulo, criada por sua avó materna, que tinha origens na escravidão e contava histórias de sua vida. Patrícia cresceu com uma consciência racial ambivalente, não se identificando completamente como preta ou branca, o que a levou a questionar sua identidade. Sua mãe enfatizou as dificuldades que as mulheres enfrentam na vida, e seu pai desencorajou seu desejo de estudar Medicina, dizendo que não era para pessoas negras e pobres da periferia. Isso a levou a desistir do curso e seguir uma jornada acadêmica em Psicologia, Educação Física e, finalmente, Pedagogia.

No entanto, sua carreira mudou quando conseguiu um estágio na TV Bandeirantes, onde foi exposta ao mundo de Recursos Humanos (RH). Trabalhar lá abriu seus olhos para as disparidades sociais e econômicas, especialmente quando começou a perceber a falta de representação de negros em processos seletivos na empresa. *“Eu via pessoas negras, convivia com pessoas negras, mas quando ia fazer a seleção não havia negros. Esta foi uma inquietude”*, disse. Ela então se perguntava: *“Por que as pessoas negras não queriam trabalhar na Band se o slogan diz que é bom demais?”*. Essa lacuna a motivou a investigar por que pessoas negras não estavam sendo selecionadas, especialmente no mundo empresarial. Ela se envolveu em trabalhos sociais, participou de coletivos negros e eventos de militância, onde descobriu que muitos negros sentiam que não tinham oportunidades em grandes empresas.

Ao frequentar eventos universitários sobre questões raciais, ela foi incentivada a criar um projeto de empregabilidade para negros. Isso levou à criação da "Empregue Afro", um projeto focado em aumentar a representação de afrodescendentes em empresas. *“A ONU tinha começado uma campanha de valorização dos afrodescendentes. Empregabilidade e afrodescendentes eram as palavras da moda”*.

Esses empreendedores negros têm trajetórias diversas, mas compartilham a experiência de enfrentar desafios relacionados à identidade racial e ao empreendedorismo. Suas histórias refletem a complexidade da questão racial no Brasil e como ela influencia suas vidas e escolhas profissionais.

4.2 AS TRAJETÓRIAS DOS EMPREENDEDORES

Ednusa lidera o Coletivo Meninas Mahin, fundado em 2016, a partir de um curso de turbantes e tranças promovido por uma ONG no bairro Cidade José Carvalho, Zona Leste de São Paulo. O curso incentivava mulheres negras a participarem de oficinas de tranças e turbantes. Patrocinado pelo Instituto Camargo Correia, o projeto culminou na criação de produtos que gerariam renda na comunidade.

O grupo expandiu seus esforços, realizando feiras para mostrar seus produtos e serviços, percebendo que estavam criando um negócio com impacto social, fortalecendo as mulheres e gerando renda na região.

Elas estabeleceram parcerias com organizações locais e agora contam com cerca de 80 empreendedoras cadastradas, realizando feiras regulares para promover o empreendedorismo de mulheres negras na Zona Leste de São Paulo. Apesar de não gerar lucro, o Coletivo mantém taxas acessíveis para as empreendedoras e promove pequenos polos de vendas na região. O Coletivo Meninas Mahin é liderado por duas mulheres, com cerca de 80 empreendedoras cadastradas que participam das feiras. Eles organizam feiras regulares na Praça das Professoras, no bairro Cidade Antônio Estevão de Carvalho, e também aceitam convites para eventos corporativos e de outros coletivos culturais. O foco é destacar o empreendedorismo de mulheres negras na Zona Leste de São Paulo.

Embora o Coletivo não gere lucro, também não incorre em prejuízos. As empreendedoras pagam uma taxa para expor seus produtos nas feiras, e essa taxa é mantida abaixo do valor de mercado para fortalecer as empreendedoras e criar pequenos polos de vendas na Zona Leste.

Carlos fundou a Diáspora.Black, um *marketplace* focado em turismo consciente e na valorização da população negra. A empresa tem dois modelos de negócios principais: vender turismo, ofertas e hospedagem para o público em geral, e permitir que as pessoas ofereçam hospedagem em sua plataforma, com ênfase em destinos relacionados à cultura afro-brasileira. A Diáspora.Black agora se concentra em oferecer roteiros de "turismo pedagógico", que proporcionam uma experiência enriquecedora para os clientes.

A empresa tem conexões em 45 países e 135 cidades, com uma rede de mais de 5.600 clientes. A Diáspora.Black está focada em estabelecer parcerias e vínculos comerciais para fortalecer ainda mais seu *marketplace* e promover o turismo consciente.

Patrícia, por sua vez, criou a Empregue Afro no final de 2004. Seu objetivo inicial era capacitar jovens negros para processos seletivos em grandes multinacionais. Ela começou com palestras sobre como montar currículos e se comportar em entrevistas, direcionadas especificamente para jovens negros.

A Empregue Afro posteriormente se transformou em uma consultoria que trabalha com empresas para promover a igualdade racial no ambiente de trabalho. Patrícia decidiu dedicar-se integralmente à Empregue Afro após ter trabalhado em RH por muitos anos e perceber a necessidade de mudanças na inclusão de pessoas negras nas empresas.

A consultoria tem colaborado com empresas como Uber, Natura e outras, fornecendo serviços de recrutamento e seleção para candidatos negros. Embora a Empregue Afro ainda não seja lucrativa, está crescendo e ganhando visibilidade no campo da diversidade e inclusão racial no Brasil.

Em resumo, o Coletivo Meninas Mahin, a Diáspora.Black e a Empregue Afro são iniciativas distintas que têm em comum o foco na promoção da igualdade racial e no empreendedorismo de pessoas negras, cada uma atuando em sua área específica de maneira significativa.

4.3 ATIVISMO E NEGÓCIO: VISÕES DAS TENSÕES

Os negócios sociais apresentam uma complexa tensão entre seus objetivos econômicos e suas metas sociais, muito mais intrincada do que aquela observada nas empresas tradicionais (IIZUKA; VARELA; LARROUDE, 2015). Quando consideramos empreendedores negros, essa dinâmica se torna ainda mais peculiar. Estamos falando de empreendedores que não apenas são negros, mas que também criam negócios direcionados especificamente para a comunidade negra. Esse fenômeno se

diferencia, portanto, tanto dos empresários negros que não direcionaram seus empreendimentos para suas comunidades étnico-raciais, quanto dos empreendedores de outros grupos populacionais cujas empresas não têm um foco semelhante, como, por exemplo, empresas com objetivos ambientais.

Essa distinção coloca uma complexidade adicional na relação entre o aspecto econômico e o social para esses empreendedores negros. Como mencionado por Carlos da Diáspora.Black em uma conversa com o professor Edgard Barki da EAESP-FGV, "*nunca em um negócio da população negra vai deixar de ter o ativismo*", esta afirmação Esse ponto reflete as descobertas desta pesquisa, uma vez que todos os três empreendedores entrevistados se consideram ativistas negros do seu tempo, além de evidenciar que tipo de empreendimento frente ao capitalismo tradicional (IIZUKA et al, 2014), com empoderamento coletivo (VALOURA, 2006) atendendo as necessidades da sociedade, abordando problemas sem solução, (YUNUS; MOINGEON; LEHMANN-ORTEGA, 2010), para melhorar as condições de vida das populações na base da pirâmide (SCHERER, 2014).

Ednusa inicialmente não se via como ativista, mas ao longo do tempo percebeu que se tornou uma militante e articuladora. Ela destacou que ser ativista não requer necessariamente uma filiação formal, mas sim a ação. Para ela, estar envolvida com o Coletivo Meninas Mahin nas feiras aos domingos é uma forma de militância. Ela poderia optar por descansar em casa, mas escolhe se reunir com outras mulheres para atuar. Ela afirma que essa atitude é uma forma de ativismo, embora de uma maneira menos contestatória e mais positiva.

Carlos à frente da Diáspora.Black exemplifica o compromisso intrínseco dos empreendedores negros com o ativismo desde o início de suas trajetórias empresariais. Ele estabeleceu um modelo de negócios que prioriza a capacitação do setor de turismo para atender a população negra com qualidade, destacando a importância vital de equilibrar o ativismo com a sustentabilidade econômica do empreendimento. Conforme Márquez, Reficco e Berger (2010) afirmam, empreendimentos como este desempenham um papel crucial na melhoria da qualidade de vida dessas populações.

Patrícia como fundadora da Empregue Afro reflete seu profundo compromisso com o ativismo e sua visão de que seu trabalho é uma trilha aberta para outros negros. Conforme destacado por Assad (2012), iniciativas como essa desempenham um papel crucial na abordagem de questões sociais persistentes, como a pobreza e a exclusão social, demonstrando a relevância de seu empreendimento na esfera social. Patrícia realiza um trabalho de conscientização nas empresas, enfatizando que, apesar de sua natureza política e de ativismo negro, ele está intrinsecamente conectado aos objetivos de negócios e ao setor de recursos humanos de seus clientes.

Os empreendedores negros enfrentam desafios ao equilibrar seu ativismo social com as demandas de seus negócios, simplificando conceitos para alcançar comunidades menos privilegiadas. No entanto, eles valorizam a solidariedade dentro da comunidade negra, apoiando outros empreendedores e promovendo produtos e serviços dessa comunidade. Isso reflete sua resiliência e determinação na busca por um futuro mais inclusivo e igualitário no Brasil.

Em resumo, as vivências compartilhadas pelos empreendedores negros entrevistados evidenciam os desafios complexos que enfrentam na busca pelo equilíbrio entre os aspectos econômicos e sociais de seus empreendimentos. Paralelamente, esses empreendedores estão profundamente comprometidos com o ativismo negro e a promoção da igualdade racial em suas respectivas áreas de atuação, alinhando-se com os princípios da inovação social. Suas experiências

representam uma aplicação prática dos conceitos de fusão de valor social e econômico, conforme proposto por Phills, Deiglmeier e Miller (2008), buscando não apenas atender às necessidades dos consumidores, mas também beneficiar todas as partes interessadas, incluindo colaboradores, fornecedores e investidores, como destacado por Iizuka, Varela e Larroude (2015). Estes empreendedores exemplificam como o ativismo e os negócios podem se entrelaçar de maneira poderosa, contribuindo para um futuro mais inclusivo e igualitário em nossa sociedade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho aborda a questão da diversidade racial, apresentando os resultados de uma pesquisa sobre empreendedores negros cujas empresas podem ser categorizadas como negócios sociais. No Brasil, temos visto um aumento desse fenômeno, que tem recebido atenção de institutos de pesquisa e da mídia especializada em negócios. Vários veículos de comunicação têm publicado matérias sobre as experiências de empreendedores negros na criação e expansão de empresas voltadas principalmente para a comunidade afro-brasileira, muitas vezes referidas como afro-empendedorismo, e que compartilham características de negócios sociais.

Essa pesquisa aborda uma lacuna teórica importante, pois há uma escassez de estudos no campo da Administração no Brasil que tratem da questão racial, especialmente no contexto do afro-empendedorismo. E a maioria deles não aborda as complexidades envolvidas na gestão desses negócios.

Este estudo propõe uma abordagem que investiga as tensões entre o caráter sociopolítico das iniciativas dos empreendedores negros e a necessidade de estruturá-las como empresas que geram resultados econômicos, uma questão mais complexa do que nas empresas tradicionais. O problema de pesquisa foi formulado da seguinte maneira: "Como os empreendedores negros que criaram negócios sociais vivenciam as tensões entre o caráter sociopolítico de suas iniciativas, expresso no ativismo em torno da questão racial, e sua estruturação como empresa que precisa gerar resultado econômico?" Para responder a essa pergunta, foi conduzida uma investigação de caráter exploratório e natureza qualitativa, envolvendo entrevistas em profundidade com três empreendedores negros que lideram negócios sociais voltados para a diversidade racial.

Os resultados revelaram que os entrevistados estão cientes das tensões entre os aspectos sociais/políticos e econômicos/negócios de suas iniciativas. Por um lado, eles se identificam como ativistas, embora enfatizem que seu ativismo está direcionado para o mundo dos negócios. Por outro lado, eles enfrentam desafios ao tentar se inserir em uma lógica econômica dominada pela população branca, que muitas vezes não compreende plenamente as questões raciais e de classe envolvidas em seus empreendimentos.

Vale ressaltar que os empreendedores entrevistados estão em diferentes estágios de desenvolvimento de seus negócios, com alguns obtendo retornos financeiros mais estáveis do que outros. Porém, todos enfrentam desafios relacionados ao capital de giro para manter seus empreendimentos.

Essa pesquisa contribuiu para preencher a lacuna de estudos raciais no campo da Administração e também para a reflexão sobre as tensões entre o ativismo político e os objetivos econômicos nos negócios sociais. Além disso, aponta para o surgimento do afro-empendedorismo como uma estratégia de afirmação identitária e de

empoderamento econômico na quarta onda dos movimentos negros no Brasil pós-abolição.

Contudo, há espaço para aprofundamento desses temas em estudos futuros, incluindo a ampliação do número de entrevistados e a análise das redes que apoiam esses empreendedores negros em seus negócios sociais. Também é importante investigar as divergências entre os entrevistados em relação à percepção de seus empreendimentos como negócios sociais ou de impacto, o que contribuirá para uma compreensão mais completa desse fenômeno em expansão.

6. REFERÊNCIAS

- ANDREWS, George. **Negros e Brancos em São Paulo (1888-1988)**. Bauru: Edusc, 1998.
- ASSAD, Fernando Amiky. **Negócios sociais no Brasil: oportunidades e desafios para o setor habitacional**. 2012. 143 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.
- BARRETTO, Luiz. A força dos negros no empreendedorismo. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013, p. 31-55.
- BERTAUX, Daniel. **Narrativa de vida: a enquete e seus métodos**. São Paulo: Paullus, 2010.
- BRINCKERHOFF, Peter C. **Social entrepreneurship: the art of mission-based venture development**. New York: Wiley, 2000.
- CHALHOUB, Sidney; SILVA, Fernando Teixeira da. Sujeitos no imaginário acadêmico: escravos e trabalhadores na historiografia brasileira desde os anos 1980. **Cadernos AEL**, Campinas, v. 14, n. 26, p. 13-57, set. 2009.
- COMINI, Graziela. **Negócios sociais e inovação social: um retrato de experiências brasileiras**. 2016. 166f. Tese (Livre-Docência em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- COMINI, Graziella; BARKI, Edgard; AGUIAR, Luciana Trindade. A three-pronged approach to social business: A Brazilian multi-case analysis. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 47, n. 3, p. 385-397, set. 2012.
- CONCEIÇÃO, Eliane Barbosa da. A negação da raça nos estudos organizacionais. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 33., 2009, São Paulo. **Anais eletrônico...** São Paulo: Anpad, 2009. p. 1-16. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EOR1426.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2019.
- COSTA, Silvia G.; FERREIRA, Carolina da Silva. Diversidade e minorias nos estudos organizacionais brasileiros: presenças e lacunas na última década. In: ENCONTRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS, 4., 2006, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: EnEO, 2006. p.1-13.
- DOMINGUES, Petrônio José. Negroes having white souls? The whitening ideology in the interior of the black community in São Paulo, 1915-1930. **Estudos Afro-Asiáticos**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 3, p. 563-600, out. 2002.
- DRAYTON, Willian. **Social entrepreneurs**. 2003. Disponível em: <http://www.ashoka.org/fellows/social_entrepreneur.cfm> Acesso em: 17 out. 2018.
- FERNANDES, Florestan. **A integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Editora Globo, 2008. 2v.
- FIGUEIREDO, Angela. **Classe Média Negra: Trajetórias e Perfis**. Salvador: EDUFBA, 2012.

FOLHA DE S.PAULO. **Brasil adere à ação que boicota empresas sem negros**. 2015. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/04/1611312-brasil-adere-aacao-que-boicota-empresas-sem-negros.shtml>> Acesso em: 20 jan. 2019.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala**: formação da família brasileira sobre o regime da economia patriarcal. Rio de Janeiro: Global, 2003.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOUVÊA, Josiane Barbosa. O que há por trás do discurso da harmonia racial no país da miscigenação? **Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 4, n. 10, p. 915-955, ago. 2017.

GRASSL, Wolfgang. Business models of social enterprise: A design approach to hybridity. **ACRN Journal of entrepreneurship Perspectives**, London, v. 1, n. 1, p. 37-60, fev. 2012.

GRUPO DE TRABALHO DA ONU PARA AFRODESCENDENTES. **Relatório da Missão Brasil**, 2014. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/grupo-de-especialistas-da-onu-sobreafrodescendentes-chega-ao-brasil-em-sua-primeira-missao-ao-pais>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 2013.

HASEMBALG, Carlos. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

HASEMBALG, Carlos; SILVA, Nelson. **Relações raciais no Brasil contemporâneo**. Rio de Janeiro: Editora Rio Fundo, 1992.

IIZUKA, Edson Sadao et al. Empreendedorismo social e negócios sociais: Revisão crítica e agenda de pesquisa. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (SEMEAD), 17., 2014. São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA-USP, 2014. p. 1-17

IIZUKA, Edson Sadao; VARELA, Carmen Augusta; LARROUDE, Elisa Rodrigues Alves. Social business dilemmas in Brazil: Rede Asta case. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 55, n. 4, p. 385-396, jul/ago. 2015.

JAIME, Pedro. **Executivos negros**: racismo e diversidade no mundo empresarial. São Paulo: Edusp-Fapesp, 2016.

JAIME, Pedro; BARRETO, Paula; OLIVEIRA, Cloves. Lest we forget! Presentation of the Special Issue "Racial dimensions in the corporate world". **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 25, n. 87, p. 542-550, out/dez. 2018.

LADEIA, Renato. **Acesso e Mobilidade Profissional de Afrodescendentes em Empresas Paulistas**. 2006. 252 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

MÁRQUEZ, Patricia; REFICCO, Ezequiel; BERGER, Gabriel. Introduction: A fresh look at markets and the poor. In: SOCIAL ENTERPRISE KNOWLEDGE NETWORK - SEKN (Ed.). **Socially inclusive business**: Engaging the poor through market initiatives in Iberoamerica. Cambridge: Harvard University Press, jan. 2010. cap 1, p. 1-25.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **Pesquisa Social**. Teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MUNANGA, Kabengele. Entrevista concedida à Camila RAMOS e Glauco FARIA. **Revista Fórum**, Ano 8, n. 77, p.14-19, 2009.

_____. **Rediscutindo a Mestiçagem no Brasil**: Identidade Nacional versus Identidade Negra. Belo Horizonte: Autêntica, 2004a.

PHILLS, James A.; DEIGLMEIER, Kriss; MILLER, Dale T. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, California, v. 6, n. 4, p. 34-43, out. 2008.

PRAHALAD, C. K. **A riqueza na base da pirâmide**: como erradicar a pobreza com o lucro. Porto Alegre: Bookman, 2010.

PRAHALAD, C. K.; HART, S. L. The fortune at the bottom of the pyramid. **Strategy + Business**, New York, v. 26, n. 1, p. 1-14, jan. 2002.

PRIBERAM. **Dicionário**. 2017. Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/afrodescendente>>. Acesso em: 10 dez 2017.

REZENDE, Ana Flávia; MAFRA, Flávia Luciana Naves; PEREIRA, Jussara Jéssica. Black entrepreneurship and ethnic beauty salons: possibilities for resistance in the social (re) construction of black identity. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 25, n. 87, p. 589-609, out/dez. 2018.

ROSA, Alexandre Reis. Relações raciais e estudos organizacionais no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea**, São Paulo, v 18, n 3, p. 165-187, maio 2014.

SANTANA, Ivo. **À margem do centro**: ascensão social e processos identitários entre negros de alto escalão no serviço público – o caso de Salvador. 2009. 343 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – UFBA, Salvador, 2009.

SANTOS, Sales Augusto. **Movimento negro, educação e ações afirmativas**. 2007. 554 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade de Brasília/UnB, Brasília, 2007.

SCHERER, Patrícia Cristina. **Entendendo os negócios com impacto social**: uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio. 2014. 114 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. New York: Harper and Row, 1950.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.

SOUZA, Andrea Alcione. **Cor e ascensão profissional**: negros em cargos de comando. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2015.

TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa; COMINI, Graziella. Inclusive business and poverty: prospects in the Brazilian context. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 47, n. 3, p. 410-421, jul/set. 2012

TORRES, Haroldo; BARKI, Edgar . Por uma classificação dos negócios com impacto social. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM GESTÃO SOCIAL, 7., 2013, Belém, **Anais...** Belém, ENAPEGS, 2013. p. 1-16

VALOURA, Leila de Castro. Paulo Freire, o educador brasileiro autor do termo empoderamento, em seu sentido transformador. 2006. Disponível em: <<http://siteantigo.paulofreire.org/Crpf/CrpfAcervo000120>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

VIEIRA, M. M. F.; CALDAS, M. P. Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. **RAE-revista de administração de empresas, São Paulo**, v. 46, n. 1, p. 59-70, jan/mar. 2006.

VIEIRA, Renata M. F. **Empreendedorismo social**: uma concepção de programas de projetos sociais no contexto da formação acadêmica. 2006. 182 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. Building social business models: Lessons from the Grameen experience. **Long range planning**, London, v. 43, n. 2, p. 308-325, abr. 2010.