

ARÉA TEMÁTICA: EMPREENDEDORISMO, *STARTUPS* E INOVAÇÃO

**EVIDÊNCIAS EMPREENDEDORAS: UMA ANÁLISE DOS NEGÓCIOS
CONDUZIDOS POR AFRODESCENDENTES EM FLORIANO (PI)**

RESUMO

O afroempreendedorismo é uma forma de resistência e empoderamento econômico para o povo negro. Sendo possível criar uma sociedade mais justa e inclusiva, com o propósito de solucionar a desigualdade sofrida por afrodescendentes, com intuito diminuir as disparidades de renda e promover a inclusão econômica e valorização da cultura afrodescendente. O trabalho teve como proposta o estudo de caso múltiplo de caráter exploratório-descritivo, com objetivo principal entender os desafios, dilemas e oportunidades relacionados com os negócios abertos pelos afroempreendedores na cidade de Floriano-Piauí. Os desafios enfrentados pelos afroempreendedores incluem escassez de capital inicial, falta de acesso a redes de contatos, dificuldade em obter crédito e financiamento, e as instabilidades do mercado. E seus dilemas são persistência de preconceitos raciais, falta de apoio institucional e falta de representatividade nos setores empresariais. Mas, os resultados da pesquisa apontam para importância do empreendedorismo para os negros como uma forma de mudança positiva profissional e pessoal. Por fim, foi constatado que a cor da pele não é um fator que interfere na gestão dos negócios, pois suas habilidades, experiências, conhecimentos de mercado, qualidade de produto ou serviço, estratégia de negócios e resiliência determinam a evolução do empreendimento.

Palavras-chave: Empreendedorismo negro. Afroempreendedorismo. Empreendedorismo étnico-racial. Floriano.

ABSTRACT

Afro-entrepreneurship is a form of resistance and economic empowerment for black people. It is possible to create a fairer and more inclusive society, with the purpose of solving the inequality suffered by Afro-descendants, with the aim of reducing income disparities and promoting economic inclusion and appreciation of Afro-descendant culture. The purpose of this work was the multiple case study of an exploratory-descriptive nature, with the main objective of understanding the challenges, dilemmas and opportunities related to the businesses opened by Afro-entrepreneurs in the city of Floriano-Piauí. Challenges faced by Afro-entrepreneurs include scarcity of start-up capital, lack of access to networks, difficulty obtaining credit and financing, and market instabilities. And its dilemmas are the persistence of racial prejudices, lack of institutional support and lack of representation in the business sectors. However, the research results point to the importance of entrepreneurship for black people as a form of positive professional and personal change. Finally, it was found that skin color is not a factor that interferes with business management, as their skills, experiences, market knowledge, product or service quality, business strategy and resilience determine the evolution of the enterprise.

Keywords: Black entrepreneurship. Afroentrepreneurship. Ethnic-racial entrepreneurship. Floriano.

INTRODUÇÃO

O contexto socioeconômico mundial, na atualidade, revela diversos desdobramentos relacionados à dinâmica econômica e as suas mais variadas vertentes. O capitalismo, como modelo determinista e implacável, que a todos impõe regramentos e submissões, a partir da ordem econômica advinda dos mercados, desvela a sua face mais cruel. Todavia, na ausência de alternativas que tornem as relações societárias mais humanizadas, trazendo para o bojo das construções coletivas o aspecto subjetivo do sujeito social, implica na busca de encaminhamentos que tornem a vida das pessoas menos penosa e mais digna.

Assim, empreender foi fundamental para reinvenção do negro após a abolição escravatura, pois tornou a busca pela equidade entre raças, mais próxima. Por sua vez, a história do povo negro iniciou com uma representação contumaz de trabalho escravo, inferioridade, de servidão ao branco. Logo, de acordo com Villaverde (2014 apud PEREIRA, 2022), o afroempreendedorismo, é uma iniciativa fundamental para promover o próprio desenvolvimento social e econômico do Brasil, junto a microempresas e empreendedores individuais afro-brasileiros. A Pesquisa do PNAD realizada no período de 2012 a 2021 mostra que o Brasil conta com uma população de 213,3 milhões de habitantes, dos quais 43,0% dos brasileiros se declararam como brancos, 47,0% como pardos e 9,1% como pretos (PNDA, 2022). Sendo que os pretos estão mais presentes no Nordeste, onde há 11,4% de pessoas que se declaram de cor ou raça preta, o que corresponde a um percentual maior em comparação as demais regiões. Por outro lado, a pesquisa apontou que a maior centralização da cor branca é na região Sul, com 75,1% (PNAD, 2022).

Dessa forma, o empreendedorismo, particularmente em países em desenvolvimento, como o Brasil, torna-se fundamental para a formação de um mercado sólido e promissor. Visto que é necessário compreender o empreendedorismo em uma nova perspectiva, como estimulador da inclusão e ascensão de um povo marcado ao longo da história por escravidão, preconceito e desigualdade social.

REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contextualizando a presença dos negros no Brasil

A narrativa da nação brasileira que consiste na pluralidade de vários povos, advinda da entrada de africanos escravizados que contribuíram com o desenvolvimento e diversidade ao país, por volta do século XVI, segundo EBC (2022). Dentre todas as Américas, a nação brasileira teve destaque, pois escravizou o maior número de africanos, e foi uma das últimas nações a abolir a escravidão, entretanto, a abolição foi um gesto político que se configurou como um problema para os escravizados, já que na ocasião de sua promulgação, não existiu nenhum planejamento estratégico para integrar o ex-escravo a sociedade brasileira. (OLIVEIRA; PIMENTA, 2016). A transformação passou a ser a definição chave na trajetória do afrodescendente no Brasil, pois com a segregação do jugo colonial africano e sua legitimação no solo brasileiro, pode respaldar a valorização da africanização que influenciou a valorização da identidade afro, que está atrelada a autoestima, anseios das necessidades da população negra que ao longo dos anos obteve retratação pela anos sofridos graças a movimentos sociais e políticas públicas. Ademais, segundo Munanga (1999, p. 110-111), "A miscigenação roubou o

elemento negro sua importância numérica, diluindo-o na população branca". Por mais que tenha ocorrido um aumento de pessoas que se declaram de pele negra, ainda possui um baixo valor percentual em comparação o branco. Esse paralelo pode ser explicado pela junção do negro com o branco, que possui uma existência plural e complexa já que a população brasileira não possui uma identidade unitária.

2.2 Breves aportes sobre empreendedorismo

O capitalismo se aplica ao bem comum, seu ideal que trouxe destaque a necessidade do homem em busca da realização de seus anseios, com a justificativa de possibilitar a democracia a todos, em virtude das reações imediatas a distribuição dos frutos do capitalismo que não foi equânime no Brasil. A prevalência da globalização impôs a muitas empresas brasileiras a procurar alternativas para aumentar a competitividade, reduzir custos e manter-se no mercado (DORNELAS, 2008). O empreendedorismo é associado às consequências da reestruturação produtiva, como (desemprego, baixos salários, trabalho flexível/informal (NASCIMENTO, 2018). E, por meio das condições e eventos do ambiente que se vivem, os indivíduos se empregaram como meio de sobrevivência (CHINYAMURINDI, 2016).

Segundo os dados fornecidos pelo SEBRAE (2021), os números de empreendedores existentes no Brasil são 28,6 milhões de empreendedores: 9,8 milhões de homens negros, 8,7 milhões de homens brancos, 5,0 milhões de mulheres brancas e 4,7 mulheres negras. Além da discriminação racial existente no Brasil, a categorização de gênero nos índices coloca em destaque o abismo que há entre homem e mulher, justificada pelo homem empreendedor ter empresas de rápido crescimento, escaláveis e de alta tecnologia e a femininas microempresas e pequenos negócios (IIZUKA; COSTA, 2022). Mas, pode-se apontar como estímulo a falta de satisfação no trabalho anterior, o desejo de ser independente, a flexibilidade de horário, e a melhor qualidade de vida com motivos impulsionadores para a criação de negócios (MACHADO e tal., 2016). Mediante o exposto, outro aspecto a ser considerado é compreender como se torna um empreendedor.

No ponto de vista de Drucker (1987, p. 33-34) "O empreendimento é movido pelo seu comportamento e não pelo traço de personalidade. E sua base são o conceito e a teoria, e não a intuição". Para ele, as ações do indivíduo no cotidiano, como a busca pelo aperfeiçoamento sobre conhecimentos administrativos, tornam-se alcançável empreender.

Com efeito, o ensino de empreendedorismo tem sido protagonizado nas Instituições de Ensino Superior (IES), tendo em vista o seu papel socioeconômico num ambiente onde os postos de trabalho estão escassos.

2.3 Empreendedorismo afrodescendente: histórico e complexidades

Ao redor do mundo, empreendedores afrodescendentes e inovadores compartilham o legado de superar obstáculos e ir em busca de sucesso. Mas a falta de valorização profissional, assumir sua identidade étnico racial, e racismo no ambiente corporativo são fatores relevantes para permanência ou início de um negócio (REZENDE; MAFRA; PEREIRA, 2018). Só que empresários negros possuem menos chances de iniciar um negócio promissor do que o branco, já que os empreendimentos dos negros têm receitas e lucros mais baixos, contratam

menos funcionários e são mais propensos a fechar do que empresas de propriedade de brancos (FAIRLIE; ROBB, 2014).

Quadro 1 – Características identificadas nos estudos realizados com empreendedores afrodescendentes

Dimensão	Características apontadas nos estudos
Dificuldades	<ul style="list-style-type: none">• Permanência nos negócios;• Menor acesso a capacitação;• Menor acesso ao crédito;• Fatura menos;• Baixo nível de escolaridade;• Menor número de empregadores negros.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Acrescenta inovação e criatividade no mercado;• Possui o maior número de negros nos negócios;• O Brasil é um país miscigenado;• Maior número de habitantes pretos(as) no Brasil.
Desafios	<ul style="list-style-type: none">• Insegurança como empreendedor(a);• Desigualdade econômica;• Preconceito racial;• Excesso de trabalho;• Falta de valorização profissional.

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

A partir da análise feita tomando o a seção 2.2 como parâmetro, adicionada pelos estudos desenvolvidos e apontados na seção 2.3, é possível identificar como o afroempreendedor requer mais inclusão nos negócios. Assim, em relação a dimensão Dificuldades, aborda a cor da pele como parâmetro que determina qual a posição social a pessoa está inclusa. Posto isso, empreender surge como uma solução, mas não devemos romantizá-la já que é a única opção para que população negra possa sobreviver (BAIA; COSTA, 2022). A ação de empreender para população negra fortalece e identificação e inclusão, sendo uma ideologia (NASCIMENTO; TREVILIN, 2021). Adicionalmente, para que as oportunidades sejam aplicadas é necessário superar todos os desafios, como, por exemplo: a insegurança para atuar como empreendedor; a desigualdade econômica; o preconceito racial; o excesso de trabalho, e a falta de valorização profissional, visto que são considerados obstáculos para aqueles que decidem investir no segmento (BARKI; MACEDO; LEÃO, 2019).

No que concerne ao posicionamento quanto à distribuição de renda, o Brasil está 60ª posição dentre 82 economias em um ranking de mobilidade social divulgado em 2020 pelo Fórum Econômico Mundial, tendo uma das piores posições de mobilidade social ascendente, ou seja, quem nasce em uma família pobre pode levar muitas gerações para ascender a uma classe com renda média.

A baixa mobilidade social aliada à desigualdade de oportunidades promove atritos na sociedade. Assim, caso o nível de mobilidade social fosse aumentado, poderia funcionar como uma alavanca para o crescimento econômico (WORLD ECONOMIC FORUM, 2020).

E nesse ambiente com desigualdades, desafios e grandes obstáculos, surgem como oportunidades a inovação, a criatividade no mercado, o maior número de negros nos negócios, visto que o Brasil, sendo um país miscigenado e tendo o maior número de habitantes pretos(as), os afrodescendentes naturalmente tendem a ingressar no segmento empreendedor. São oportunidades que potencializam o valor

agregado ao afrodescendente, fortalecendo suas ações que despertam o pertencimento identitário e o fortalecimento de vínculos, os quais visam à produção de identidade negra positiva e de combate ao racismo.

2.4 Empreendedorismo conduzido por negros no Brasil

A cultura do povo negro é marcada por força e compassada busca pela identidade do povo afrodescendente, pois cria e designa tais indivíduos a grupos, fortalecendo suas histórias e compartilhando conhecimentos. Para Silva (2017), o termo afroempreendedorismo está relacionado à ação de empreender protagonizada pelos indivíduos autodeclarados como negros(as) e pardos(as), que independentemente do tipo de negócio, é considerado empreendedor(a). Nesse contexto, se inclui empoderar como colocar em evidência uma cultura que foi excluída. Ao longo dos anos essa população buscou sua representatividade, fortalecendo sua visibilidade, através dos meios de comunicação, que foi necessária, como influência na redefinição do não-branco.

Assim, a revista brasileira Raça (2022) surgiu com propósito de expor conteúdo relacionado a cultura afro, dar a voz a população negra, e designar a inclusão racial e de gênero, que favorece o povo negro com mais visibilidade mostrando seus feitos ao longo de sua caminhada. Além de iniciativas sem fins lucrativos, como Coletivo de Empresários e Empreendedores Afrobrasileiros (CEABRA) que tem o objetivo de incentivar e fortalecer o desenvolvimento de gerações, renda e promover capacitação aos afrodescendentes.

Tendo isso vista o afroempreendedorismo no Brasil está mais ligado ao comércio, comunicação e indústria de cuidados (FORBES, 2021). Também há um maior índice de negros existente como empreendedores, e possuem uma proporção de empregadores (com colaboradores) maior do que por conta própria (sem colaboradores), além de apresentar menor percentual nos negócios formais. (SEBRAE, 2021). É pertinente ressaltar a realidade que o branco é o favorito no mundo dos negócios, por mais que não precise percorrer a mais que os da cor negra para evoluir no cenário profissional e financeiro.

Nogueira e Barreto (2013) enfatizam que as micro e pequenas empresas de negros ocupam um papel de destaque e são uma alternativa cada vez mais atraente e democrática de crescimento profissional para grupos marginalizados, o povo negro. Embora essa realidade desigual para a população negra gere desgaste, o ativismo feminino se impõe, defendendo sua cor, força e feminilidade nos negócios, como a empreendedora afro-brasileira Maitê Lourenço, CEO da aceleradora BlackRocks Startups, líder de uma empresa liderada por mulheres negras que possui o objetivo de promover o acesso da população negra a tecnologia inovadora que conecta empreendedores a capital e oportunidades no ecossistema de startup (FORBES, 2021).

A interação do empreendedorismo afrodescendente está atrelada ao empreendedorismo social juntamente com a inovação, já que tem o papel de ampliar ideias de gestão com objetivo de desenvolvimento social e econômico. Sendo que empreendedorismo social cria valor ao coletivo junto a iniciativas provedoras, de transformação social, equidade e inclusão (LOPES; NEVES; TOLENTINO, 2022). O afroempreendedorismo é a forma de lutar contra o racismo já que promove visibilidade positiva ao povo negro (NASCIMENTO, 2018).

3 METODOLOGIA

Diante do problema de pesquisa definido, foi selecionada a abordagem qualitativa para o desenvolvimento da presente pesquisa, mesmo porque as entrevistas que foram realizadas em campo permitem consubstanciar este tipo de método. Conforme os autores Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa qualitativa é a melhor opção de se aprofundar, investigar e interpretar os objetos de pesquisa e contribuir para descrever os fatos. A pesquisa possui natureza exploratório-descritiva. Para Vieira (2010), o uso da pesquisa exploratória tem o propósito de expandir os estudos acerca de temas pouco estudados e desprezados, justificando-se em procedimentos que garantem o aprimoramento do assunto.

Quanto à pesquisa descritiva, segundo Gil (2002), por meio dela é possível desmembrar as características de uma população específica ou de determinado fenômeno por meio da relação entre variáveis e a utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados. No que concerne ao método de pesquisa, o estudo se enquadra como estudo de caso múltiplo (YIN, 2010).

O estudo de caso consiste no aprofundamento exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que compreenda seu conhecimento de forma mais minuciosa e completa (GIL, 2002). Os dados foram coletados por entrevistas semiestruturadas, com os proprietários de 05 (cinco) empresas. As entrevistas, para Gil (2008), são uma das técnicas de coletas de dados mais adequadas no âmbito das ciências sociais, não apenas para coleta de dados, mas também com objetivos voltados para diagnóstico e orientação.

Desse modo, entrevistar estimula soluções mais profundas e abrangentes do entrevistado (GIL, 2002). O roteiro de entrevistas foi dividido em quatro partes: I – O perfil socioeconômico dos afrodescendentes; II – Fatores condicionantes da ação empreendedora de afrodescendentes; III – O processo empreendedor de afrodescendentes e as dificuldades sociais, e IV – Relatos dos desafios, dilemas e oportunidades enfrentados pelos participantes do estudo.

A coleta de dados foi feita junto a 05 (cinco) empreendedores negros na cidade de Floriano. A seleção dos participantes foi feita adotando-se o método *snow ball* (bola de neve), sendo que o primeiro participante foi selecionado de forma intencional, em razão da sua reconhecida autoidentificação como empresário negro, em Floriano, atuando há mais de 20 anos no ramo. Os demais entrevistados foram sendo entrevistados a partir da indicação do primeiro (E1), que indicou E2 que indicou E3, e assim sucessivamente.

A cada abordagem feita, foi perguntado do(a) candidato(a) a participante se ele(ela) se autoidentificava como pertencente à etnia negra. Confirmando o posicionamento livre da pessoa contatada, partiu-se para a etapa seguinte, que foi conhecer se eram empreendedores, atuando na cidade de Floriano. Assim, considerando não apenas a dificuldade de obter posições étnicas que satisfizessem o objeto do estudo, os sujeitos da pesquisa também deveriam ser empreendedores, em qualquer segmento (comercial, industrial ou de serviços). Para Parker, Scott e Geddes (2019, p. 3), “A amostragem em bola de neve é um dos métodos mais populares de amostragem em pesquisa qualitativa, essencial para o qual são consideradas as características de *networking* e encaminhamento”.

Para conferir análise às respostas, recorreu-se à técnica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2010). A análise de conteúdo se resume a um conjunto de técnicas que analisam a comunicação entre pessoas de diferentes formas, através de procedimentos sistemáticos e objetivos para descrever os conteúdos (BARDIN,

2010). Desse modo foge a padronização de respostas, trazendo liberdade nas respostas dos entrevistados, facilitando a coleta de informações (MANZINI, 2004).

Este trabalho foi realizado seguindo os padrões dispostos na Resolução N° 466/2012, que trata de pesquisas que envolvem seres humanos, buscando resguardar os direitos e deveres dos participantes da pesquisa diante da incorporação de aspectos éticos, visando estabelecer os possíveis riscos e benefícios (BRASIL, 2012).

Neste particular, a pesquisa encontra-se em consonância às conformidades estabelecidas pela CNS n° 510/16, que ressalta a proteção que é necessária aos contribuintes da pesquisa, levando em consideração também os aspectos éticos, que tem como propósito a disposição das normas aplicáveis a pesquisas desse gênero, nas quais há a utilização de dados adquiridos diretamente com os participantes, e de informações identificáveis, garantindo a segurança e proteção dos participantes (BRASIL, 2016). Para tanto, a pesquisa fez uso do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que é um instrumento de proteção e defesa dos interesses do investigador em relação às informações obtidas durante o estudo (DINIZ, 2010).

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS ACHADOS

Para obter os dados necessários para responder à questão norteadora do estudo e atender os objetivos da pesquisa, foi necessária a realização de pesquisa de campo, realizada no período de 25 de maio a 7 de junho de 2023. A partir das entrevistas com cinco participantes, 3 participantes do sexo masculino e 2 do sexo feminino, com o nível escolar do ensino fundamental completo a Graduação. Os participantes foram identificados por códigos: E1, E2, E3, E4, E5. Para cada questão formulada, os respondentes ficaram à vontade para discorrer sobre os temas e aspectos que envolvem a sua atuação enquanto empreendedor afrodescendente. A partir desta etapa, a presente pesquisa passa a apresentar as falas dos entrevistados, tomando como balizador a seção III – Perfil Empreendedor. Nesta etapa, os entrevistados expuseram o seu ponto de vista de maneira fluida e sem haver qualquer tipo de constrangimento ou óbices. No que diz respeito à questão 15 [Por que você tomou a decisão de empreender?], assim responderam os entrevistados:

E1: Necessidades financeiras.

E2: Sonho de infância de ter meu próprio negócio.

E3: Já vendia no supermercado, por isso desejei ter meu próprio negócio.

E4: Tenho o espírito empreendedor, sou muito visionária. Trabalhei muito para os outros, mas sempre quis juntar alguma coisa para ir mais além.

E5: Por influência da minha tia, que não quis mais abrir um negócio e repassou para mim o empreendimento.

Diante dos posicionamentos dos entrevistados, percebe-se, à luz do que apresentou o estudo de Machado et al., (2016), e Alencar, Moura e Melo (2017) que apresentam a motivação de empreender originada de necessidades e interesses do indivíduo com objetivo de realização pessoal, ou reestruturação do meio produtivo (NASCIMENTO, 2018). Quanto à questão 17 [Que dificuldades você pode nos

relatar no que concerne ao período inicial do seu negócio? Quais foram vivenciadas por você de forma marcante?], os entrevistados assim responderam:

- E1: Mudança de endereço do meu negócio e meu antigo foco em clientes turistas.
- E2: Fornecedor e dificuldade financeira.
- E3: Capital de giro.
- E4: Capital de giro, pois pago mais imposto do que lucro e pandemia da COVID-19.
- E5: Greve dos professores.

No que concerne às respostas dos entrevistados, pode-se trazer o Quadro 1 na coluna dimensão das dificuldades, já que a falta de apoio e incentivo financeiro reflete no dia a dia do(a) empreendedor(a) negro(a). Além disso, a entrevistada 3 relatou que foi abordada por uma cliente e, questionada: “por que sua loja só tinha modelos brancas?”, a entrevistada relatou a dificuldade de encontrar modelos negras para sua loja, e ainda disse que já tentou procurar, mas falhou. Esse relato traz a falta de representatividade e o preconceito que estão interligados ao fator histórico do negro, especialmente aqueles que estão envolvidos com algum tipo de negócio.

A respeito da questão 18 [Você acredita que a cor da pele pode ser um indicativo de sucesso ou de fracasso de um empreendedor na condução de um pequeno negócio? Pode apresentar o seu ponto de vista?], os entrevistados assim se posicionaram:

- E1: Não, nunca tive essa visão. Pois sempre busquei me impor e buscar respeito recíproco.
- E2: Não, porque força de vontade que determina suas ações e não a cor.
- E3: Não, vai da pessoa mesmo. Muita gente se limita a cor, mas eu não. Tenho foco e isso é o bastante!
- E4: Não, depende da pessoa. Se a pessoa é fraca por dentro, ela pode ser branca, amarela, a cor que ela for ela vai ser fraca sempre. Porque tudo vai depender da mente da pessoa. Se pessoa for acomodada a sua cor não vai fazer diferença. A dificuldade vem do preconceito!
- E5: Não, a cor não dita a sua necessidade de empreender. É somente cor!

Com base no raciocínio dos entrevistados, a cor da pele não é um fator caracterizador de sucesso ou de fracasso do empreendimento, mas sim, de uma série de fatores, como habilidades, experiência, conhecimento de mercado, e resiliência, contrapondo o pensamento do autor Munanga (2018), o qual define a cor de pele um parâmetro de êxito nos negócios, baseando-se na ideia de estereótipos raciais e preconceitos. Quanto à questão 20 [Você sofre ou já sofreu algum tipo de preconceito a partir do momento que decidiu ser empreendedor(a)? Explique como isto se deu.] os entrevistados disseram:

- E1: Não, sempre me impôs. Mas, já sofri preconceito indireto.

E2: Sim, por ser negro as pessoas acham que meus ganhos são oriundos de roubo. Por ter a cor preta não posso ter os bens que um branco adquiri.

E3: Sim, as pessoas por verem que meu negócio é pequeno acaba desvalorizando meu trabalho.

E4: Não, mas já sofri de forma indireta, como ao perguntarem quem é o dono do estabelecimento, como se eu não pudesse ser a dona do estabelecimento.

E5: Não, nunca sofri preconceito.

O preconceito é uma realidade que um grupo minoritário enfrenta, como os afrodescendentes. Assim, a partir das respostas da questão 20, o estudo de Rezende, Mafra, Pereira (2018) se enquadra o pensamento da valorização do negro dependente da sua identidade étnico racial para abrir seu negócio. Entretanto, conforme os entrevistados, a cor da pele não é um fator para permanência ou desistência de um negócio. O que o faz ter sucesso ou não são as suas habilidades empreendedoras. Em sequência, sobre a questão 21 [Quais são os dilemas que você já sofreu ou sofre no ramo escolhido?], os entrevistados responderam:

E1: Falta de mão de obra qualificada

E2: Instabilidade do mercado.

E3: Não tenho.

E4: Capital de giro, por não ter apoio do governo em relação a impostos.

E5: Não tenho.

Diante das respostas da questão 21, pode-se conectar ao Quadro 1 – Características identificadas nos estudos realizados com empreendedores afrodescendentes. Na questão 22 [Empreender lhe proporcionou oportunidades? Se sim, relate quais oportunidades você identificou e como elas surgiram.], os entrevistados expuseram da seguinte forma:

E1: Sim, aquisição de bens e realização profissional.

E2: Comecei meu negócio com duas prateleiras montadas e agora tenho mais prateleiras. Então, sim consegui realização pessoal e estabilidade financeira!

E3: Sim, aquisição de bens.

E4: Sim, ganhei reconhecimento por meio de premiação nacional, viagens, vou para feiras nacionais e conhecimento.

E5: Sim, crescimento, personalidade. Sou feliz no ramo que escolhi.

Em meio as respostas dos entrevistados, fica explícito que empreender proporcionou aos empreendedores bons frutos, que promovem a igualdade racial, diversidade, melhoria de vida, e oportunidade de criar um ambiente de negócios mais inclusivo, pois de acordo com Cualheta et al. (2019), a ação de empreender é um modelo promissor de melhoria de vida para afrodescendentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio desse trabalho, foi possível observar e analisar a relevância do afroempreendedorismo como ferramenta modificadora na vida das pessoas negras, especialmente aquelas que decidem enfrentar os naturais desafios que o empreendedorismo exige em um contexto de elevada competição e forte carga étnica, como se constata no Brasil. Tomando a questão norteadora como balizadora, conclui-se que os desafios enfrentados pelos afroempreendedores incluem escassez de capital inicial, falta de acesso a redes de contatos, dificuldade em obter crédito e financiamento, instabilidades do mercado. Esses desafios limitam a capacidade dos étnico-raciais alcançar sucesso. Além disso, os dilemas afetam os afroempreendedores incluindo a persistência de preconceitos raciais, falta de apoio institucional e falta de representatividade nos setores empresariais.

Esses dilemas dificultam o desenvolvimento e o crescimento dos afroempreendedores. Entretanto, foram identificadas oportunidades importantes para os afroempreendedores como reconhecimento, aquisição de bens e realização pessoal e profissional, fatores estes que fortalecem o desenvolvimento dos afrodescendentes. Portanto, a pergunta central [Que desafios, dilemas e oportunidades os afroempreendedores de Floriano-Piauí enfrentaram na realização do seu negócio?], foi satisfatoriamente respondida. No tocante aos objetivos (Geral e Específicos), pode-se constatar que, levando-se em consideração os relatos do afroempreendedores, todos foram alcançados em sua plenitude, conforme exposto a seguir. A respeito do objetivo geral, que foi descrever os desafios, dilemas e oportunidades relacionados com os negócios abertos pelos afroempreendedores tem-se desafios e dilemas consideráveis, mas oferece oportunidades vantajosas.

Assim, foi possível reconhecer que os obstáculos a serem superados exigem esforço, dedicação contínua, adaptação e inovação dos afroempreendedores e o entendimento que a cor da pele não determina um empreendedor(a) de sucesso ou fracasso, segundo o relato dos entrevistados. Restou evidenciado que é possível promover igualdade de oportunidades econômicas, contribuindo com educação empreendedora, como também que empreender promove melhoria de vida ao grupo minoritário, os afrodescendentes.

Esta pesquisa apresenta limitações, as quais são fundamentais serem equacionadas em novos estudos. Um dos impedimentos foi o contingente de pessoas que participaram do estudo, em razão do tempo exíguo (TCC), que impediu que fosse possível ampliar a amostra. Outro ponto que merece destaque, diz respeito à escassez de estudos que discutem o afroempreendedorismo na perspectiva do trabalho, ou seja, tomando uma análise geral sobre os desafios, dilemas e oportunidades que os afroempreendedores enfrentam na sua trajetória comercial.

Neste sentido, sugere-se que novos estudos sejam desenvolvidos, com o fito de aprofundar a discussão sobre este importante tema, em razão da sua importância não apenas no ambiente econômico, mas, sobretudo, no aspecto socioétnico, os quais têm conexão direta com a emancipação dos sujeitos sociais, com a formação de cinturões geradores de renda e de oportunidades e com a perspectiva de melhoria das condições de vida das pessoas, fomentando e fortalecendo a atividade econômica local.

REFERÊNCIAS

ALENCAR,Clea.M.M.*et al.* Empreendedorismo: **Empreendedor e suas principais motivações para empreender**. Sobral, CE: Editora Aiamis, 2017.

BAIA,Larissa.M. S; COSTA.Ramon.B. **Afroempreendedorismo feminino: uma trajetória entre resistência e precarização**. Diálogo com a economia criativa, Rio de Janeiro, 2022.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2010.

BARKI, Edgard;MACEDO, Márcio; LEÃO,Pablo. A hora e a vez do empreendedorismo negro.**GV Novos Negócios**. FGVcenn, v. 10 n. 10, 2019.

CHINYAMURINDI.Willie.T. A narrative investigation on the motivation to become an entrepreneur among a sample of black entrepreneurs in South Africa: Implications for entrepreneurship career development education. **Acta Commercii**.v.16, n.1.p.1-9, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.4102/ac.v16i1.310>

CUALHETA, Luciana. P; BORGES, Candido; CAMARGO, Altair; TAVARES, Lucas. An Entrepreneurial Career Impacts on Job and Family Satisfaction. **RAUSP Management Journal**, v. 54, n. 2, p. 125-140, apr./jun., 2019. DOI: <https://doi.org/10.1108/RAUSP-09-2018-0081>

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 3 ed. Rio de Janeiro: Elsevier,2008.

DINIZ, Debora. **A pesquisa social e os comitês de ética no Brasil**. In:FLEISCHER, SOARYA:SCHUCH,Patrice. Ética e regulação na pesquisa antropológica.Brasília: Universidade de Brasília, 2010.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO-EBC. **A luta pela abolição**, Brasília,15 mai,2022. Disponível em: <https://tvbrasil.ebc.com.br/caminhos-da-reportagem/2022/05/a-luta-pela-abolicao>. Acesso 10 set.2022.

FORBES: **O que as startups fazem pela economia?** .27 set, 2021. Disponível em:<https://forbes.com.br/forbes-collab/2021/09/maite-lourenco-o-que-as-startups-fazem-pela-economia/>. Acesso: 04 dez.2022.

FORBES: Pesquisa sobre afroempreendedorismo no Brasil revela que 48,6% dos negócios ainda não têm faturamento. jul ,2021. **Forbes Tech**. Disponível em:<https://forbes.com.br/forbes-tech/2021/07/pesquisa-sobre-afroempreendedorismo-no-brasil-revela-que-486-dos-negocios-ainda-nao-tem-faturamento/>

FERRAZ.Janaynna. M. Armadilha da identidade e crítica ao empreendedorismo social: a exploração da opressão. **Katálysis**, v. 25, n. 2, p. 252-261, maio/ago., 2022. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-0259.2022.e84255>

FAIRLIE, Robert. W; ROBB, Alicia. M. **Why Are Black-Owned Businesses Less**

Successful, than White-Owned Businesses? The Role of Families, Inheritances, and Business Human Capital. UC Santa Cruz: Department of Economics, UCSC, 2014. Retrieved from: <https://escholarship.org/uc/item/86r7z28d>.

GIL, Antônio. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA-IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Características gerais dos moradores 2020-2021**, 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/07/populacao-ibge-2021-22jul2022.pdf>. Acesso em: 30 de janeiro de 2023.

IZUKA, Edson. S.; COSTA, Heise. S. Negócios inclusivos liderados por mulheres empreendedoras: busca por avanços teóricos e empíricos. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, RJ, v. 20, n. 4, p. 417–435, 2022. DOI: 10.1590/1679-395120220011.

LOPES, Renata.O; NEVES, Marianna. D.; TOLENTINO, Renata. S. S. Inovação social: estudo das ações e valores criados pelos afroempreendedores. **Revista Pretexto**, v. 23, n. 2, p. 67-85, abril-junho, 2022.

MARCONI, Marina. A. LAKATOS, Eva. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MACHADO, Hilka. P. V; GAZOLA, Sebastião; FABRICIO, Joiceli.S; Anez, Miguel.E. Women entrepreneurs: reasons and difficulties for starting in business. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 17, n. 3, p. 15-38, maio/jun. 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao>.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra.** Petrópolis: Vozes, 1999.

MANZINI, E. J. **Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e roteiros.** In: Seminário Internacional Sobre Pesquisas e Estudos Qualitativos. A Pesquisa Qualitativa em Debate. Bauru. São Paulo. nº 2. 2004.

NOGUEIRA, João. C; BARRETO.Luiz. Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios e perspectivas para o século 21. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Projeto Brasil Afroempreendedor.** Florianópolis: Atilénde. 2013.

OLIVEIRA, Kelly. C.; PIMENTA, Sonia. M. O. O racismo nos anúncios de emprego do século XX. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 16, n. 3, p. 381-399, set./dez., 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-4017-160301-4615>.

PARKER, Charlie; SCOTT, Sam; GEDDES, Alistair. Snowball Sampling. In: Paul Atkinson. Sage Research Methods Foundations. London, UK: SAGE Publications

Ltd., 2019. Disponível em:
https://eprints.glos.ac.uk/6781/1/6781%20Parker%20and%20Scott%20%282019%29%20Snowball%20Sampling_Peer%20reviewed%20pre-copy%20edited%20version.pdf. Acesso em 11 jul. 2023.

REVISTA RAÇA BRASIL. **Quem Somos**. 2022. Disponível em:
<https://revistaraca.com.br/sobre/> Acesso em: 10 out 2022.

REZENDE, Ana.F.; MAFRA, Flávia.L.N.; PEREIRA, Jussara.J. **Revista Organizações e Sociedade** . v. 25, n. 87, p. 589-609, out./dez, 2018. DOI: 10.1590/1984-9250873.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Empreendedorismo afrodescendente: confira desafios e oportunidades**, 2021. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/empreendedorismo-afrodescendente-confira-desafios-e-oportunidades,c6fc15eeaffeb710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acesso em: 03 dez 2022.

SILVA, Gleicy. M. **Empreendimento sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da feira preta** em São Paulo. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. UNESP. São Paulo, p. 290, 2017. DOI: 10.11606/T.8.2017.tde-06022017-113032

The Global Social Mobility Report 2020 Equality, Opportunity and a New Economic Imperative. **World Economic Forum**. Platform for Shaping the Future of the New Economy and Society. January, 2020. Disponível em:
<https://www.weforum.org/reports/global-social-mobility-index-2020-why-economies-benefit-from-fixing-inequality#report-nav>. Acesso: 14 de janeiro de 2023

VIEIRA, José. G.S. **Metodologia de pesquisa científica na prática**. Curitiba: Fael, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.