



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA -UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – CAMPUS I

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

ANDRÉ LUIS DE JESUS SALES

**AFROEMPREENDEDORISMO: HISTÓRIAS DE
AFROEMPREENDEDORES PERIFÉRICOS**

Salvador/BA
2024

ANDRÉ LUIS DE JESUS SALES

**AFROEMPREENDEDORISMO: HISTÓRIAS DE
AFROEMPREENDEDORES PERIFÉRICOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Estadual da Bahia (UNEB), Campus I Salvador, como requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientadora: Prof. Me. Tânia Ferreira dos Santos Bomfim

SALVADOR/BA
2024


ANDRÉ LUIS DE JESUS SALES

**AFROEMPREENDEDORISMO: HISTÓRIAS DE
AFROEMPREENDEDORES PERIFÉRICOS**


Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração do Departamento de Ciências Humanas do *Campus I* (DCH I) da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Salvador, 19 de dezembro de 2024.


Banca Avaliadora:

Documento assinado digitalmente
 **TANIA FERREIRA DOS SANTOS BOMFIM**
Data: 27/12/2024 22:57:41-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professora Me Tânia Ferreira dos Santos Bomfim (Orientadora)
Instituição: UNEB – Universidade do Estado da Bahia
Última Titulação: Mestrado
Instituição da Última Titulação: Fundação Visconde de Cairu

Documento assinado digitalmente
 **FELIPE RODRIGUES BOMFIM**
Data: 30/12/2024 19:48:08-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professor Dr. Felipe Rodrigues Bomfim
Instituição: UNEB – Universidade do Estado da Bahia
Última Titulação: Pós doutorado
Instituição da Última Titulação: UFBA – Universidade Federal da Bahia

Documento assinado digitalmente
 **KATIA SILENE LOPES DE SOUZA ALBUQUERQUE**
Data: 30/12/2024 11:31:07-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Professora Me. Katia Silene Lopes de Souza Albuquerque
Instituição: UNEB – Universidade do Estado da Bahia
Última Titulação: Mestre
Instituição da Última Titulação: UFBA – Universidade Federal da Bahia

AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos são muitos e bem especiais!

Primeiramente agradeço a Deus, meu mentor e baluarte.

Aos amigos e familiares que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão do curso.

Aos colegas de faculdade pela parceria.

A Deise pela força e incentivo.

A professora Tânia pelas orientações sempre oportunas e pela dissipação das dúvidas que insistiam em não me deixar.

A todos que de alguma forma me ajudou a transformar esse sonho em realidade.

*Sonho que se sonha só,
É só um sonho que se sonha só,
Mas sonho que se sonha junto, é realidade.*
(Raul Seixas)

Muito obrigado!
André

“A diferença entre um sonho e um objetivo é um prazo.”
(Steve Smith)

RESUMO

A presente investigação trata-se de um estudo de caso guiado pelo método biográfico cujo tema é o Afroempreendedorismo no Nordeste de Amaralina, bairro periférico localizado em Salvador/BA. O Afroempreendedorismo é uma subcategoria do Empreendedorismo Negro que tem como escopo a partir da divulgação da cultura afro-brasileira, ser ferramenta de luta e resistência no combate ao racismo em todas as formas e os preconceitos que acometem o povo negro. O Nordeste de Amaralina apesar de estar geograficamente bem localizado, ter uma produção cultural relevante e boa infraestrutura, é conhecido apenas por conta da violência. No bairro há um comércio local forte, explorado principalmente por pessoas negras, chamadas de afroempreendedoras. O estudo de abordagem qualitativa e caráter exploratório partiu do seguinte questionamento: como os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina concebem o afroempreendedorismo? O objetivo geral foi investigar se os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina, concebem as suas atividades como afroempreendedoras. Os resultados mostram que para os entrevistados, as atividades desenvolvidas são afroempreendedoras, uma vez que visam fortalecer a cultura afro-brasileira, ser um instrumento de combate ao racismo, além de fundamental para o empoderamento econômico e social dos mesmos e da comunidade onde vivem. Conclui-se que o afroempreendedorismo é concebido pelos participantes da pesquisa, como um movimento que fornece subsídios para que a população negra que vive num bairro estigmatizado pela marginalidade, tenha orgulho da sua identidade étnico-racial e tenha condições de enfrentar as vulnerabilidades e os preconceitos que a assola, visando uma sociedade justa, igualitária, antirracista e sobretudo, inclusiva.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. *Black Money*. Cultura Negra. Empreendedorismo Negro. Nordeste de Amaralina.

ABSTRACT

This research is a case study guided by the biographical method whose theme is Afro-entrepreneurship in the Northeast of Amaralina, a peripheral neighborhood located in Salvador/BA. Afro-entrepreneurship is a subcategory of Black Entrepreneurship that aims to disseminate Afro-Brazilian culture and be a tool for struggle and resistance in the fight against racism in all its forms and the prejudices that affect black people. The Northeast of Amaralina, despite being geographically well located, having a relevant cultural production and good infrastructure, is known only because of violence. The neighborhood has a strong local commerce, explored mainly by black people, called Afro-entrepreneurs. The study of qualitative approach and exploratory character started from the following question: how do black entrepreneurs of the Northeast of Amaralina conceive of Afro-entrepreneurship? The general objective was to investigate whether black entrepreneurs of the Northeast of Amaralina conceive of their activities as Afro-entrepreneurial. The results show that for the interviewees, the activities developed are Afro-entrepreneurial, since they aim to strengthen Afro-Brazilian culture, be an instrument to combat racism, and are fundamental for the economic and social empowerment of the interviewees and the community in which they live. It is concluded that Afro-entrepreneurship is conceived by the research participants as a movement that provides support so that the black population living in a neighborhood stigmatized by marginality, can be proud of their ethnic-racial identity and be able to face the vulnerabilities and prejudices that plague them, aiming for a fair, egalitarian, anti-racist and, above all, inclusive society.

Keywords: Afro-entrepreneurship. Black Culture. Black Entrepreneurship. Black Money. Northeast of Amaralina.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa físico do bairro do Nordeste de Amaralina/2024.....	35
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perfil dos Empreendedores Negros do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador -BA/2024.....	40
Quadro 2 – Afroempreendimentos do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador-BA/2024.....	43

LISTA DE SIGLAS

- BIRD**- Banco Interamericano de Desenvolvimento
- CF/1988**- Constituição Federal de 1988
- CNPJ**- Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
- CSSS**- Centro de Saúde Sabino Silva
- Dieese**- Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
- GEM**- Global *Entrepreneurship* Monitor
- IBGE**- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- MEI**- Microempreendedor Individual
- MNU**- Movimento Negro Unificado
- MTE**- Ministério do Trabalho e Emprego
- NES**- NORDESTEuSOU
- ObservaSSA**- Observatório de Bairros Salvador
- ONU**- Organização das Nações Unidas
- PNAD**- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
- SciELO**- Biblioteca Científica Eletrônica Online
- Sebrae**- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- SEDUR**- Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Urbanismo
- SEI**- Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia
- UBS**- Unidade Básica de Saúde
- UFBA**- Universidade Federal da Bahia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 EMPREENDEDORISMO.....	16
2.1.1 Fatores Motivacionais para Empreender.....	18
2.1.2 Empreendedor: características e habilidades.....	20
2.1.3 Tipos de Empreendedorismo.....	21
2.2 EMPREENDEDORISMO NEGRO.....	22
2.2.1 Afroempreendedorismo.....	25
2.2.2 Empreendedorismo Negro e Afroempreendedorismo: semelhanças e diferenças.....	28
2.2.3 Movimento <i>Black Money</i>	29
3 PERCURSO METODOLÓGICO.....	31
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	31
3.1.1 Estudo de Caso, Método Biográfico, Pesquisa Qualitativa e Pesquisa Exploratória.....	31
3.1.2 Plano de Coleta de Dados.....	32
3.1.3 Área de Investigação.....	34
4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	39
4.1 Perfil dos Afroempreendedores Negros do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador- BA/2024.....	40
4.1.1 Afroempreendimentos do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador- BA/2024.....	42
4.1.2 Motivação, Desafios, Projeções e Perspectivas.....	45
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
REFERÊNCIAS.....	56

1 INTRODUÇÃO

A Organização das Nações Unidas (ONU), declarou o período compreendido entre os anos de 2015 a 2024, como a Década Internacional dos Afrodescendentes. Para as Nações Unidas, ao declarar esta Década, a comunidade internacional reconhece que os povos afrodescendentes representam um grupo diferenciado cujos direitos humanos precisam ser promovidos e protegidos. Além disso, reconhecem também, à igualdade racial sempre e em todo lugar.

De acordo com Sílvia Rucks¹, a Década foi pensada visando promover o “reconhecimento e a valorização das contribuições da população afrodescendente no mundo e no Brasil, como parte do caminho para eliminar o racismo e construir uma sociedade mais justa, próspera e pacífica para todas as pessoas”. Para a ONU (2015), promover o respeito, proteção e cumprimento de todos os direitos humanos e liberdades fundamentais das pessoas afrodescendentes, como reconhecido na Declaração Universal dos Direitos Humanos é um dos principais objetivos da Década.

No Brasil, mesmo a Constituição Federal de 1988 (CF/88), preconizando que todos somos iguais perante à lei e que conforme o Art. 20 é crime “praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, com pena de reclusão de um a três anos e multa” (Brasil, 1988), o povo negro é comumente discriminado, humilhado e preterido, simplesmente por conta da cor da pele. Assim, atos de preconceito e discriminação acontecem em todos os lugares e em todas as esferas e dimensões da sociedade brasileira e um dos campos onde a população negra mais sofre com o racismo é o mercado de trabalho.

Segundo Camila Boehm da Agência Brasil (2023), dados de uma pesquisa do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), publicada em 2023, revelaram que mesmo com todos os avanços, como por exemplo a Lei de Cotas para o ingresso no ensino superior e para concursos, o mercado de trabalho no país, ainda é visto como espaço de reprodução da desigualdade racial, não apenas na inserção, mas principalmente, nas possibilidades de ascensão.

Ainda de acordo com Boehm (2023), os dados compilados pelo Dieese mostram que a taxa de desocupação dos negros é sistematicamente maior do que dos demais trabalhadores. Apesar de representar 56,1% da população em idade de

¹ Sílvia Rucks, coordenadora residente da ONU no Brasil, 20 de novembro de 2023.

trabalhar, os negros correspondem a mais da metade dos desocupados (65,1%). A taxa de desocupação é de 9,5%, sendo 3,2% acima da taxa dos não negros.

Assim, em concomitância com o que preconiza o Dieese, a Década reconhece ser necessário um amplo trabalho de sensibilização para que políticas públicas sejam elaboradas e implementadas com o objetivo de reduzir o preconceito, a desigualdade de renda e a baixa representação da população negra no mercado de trabalho. O Dieese sugere segundo Boehm (2023), que uma das vias para reduzir tais distorções é o empoderamento econômico dessa população, seja criando mais oportunidades de trabalho, seja fomentando o Empreendedorismo Negro ou Afroempreendedorismo.

No cenário baiano, apesar da Bahia ser de acordo com dados da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI, 2023), o estado mais negro do Brasil com 80,8% da sua população autodeclarada negra, “subsistem condições segregadoras de participação dos grupos raciais e de gênero em nossa estrutura produtiva. Essas condições se cristalizam com surpreendente durabilidade na história do país”. (Lima; Benevides, 2018, p. 39). Isso significa dizer que, no que se refere a uma colocação no mercado de trabalho, o negro baiano ainda é um dos mais prejudicados.

Nessa estrutura da sociedade baiana, para além dos problemas sociais desencadeados pela segregação social (marginalidade, desemprego etc.), o empoderamento econômico por meio do Empreendedorismo Negro ou Afroempreendedorismo, mostra-se como uma real oportunidade de negócios. Contudo, é importante ressaltar que, embora as atividades empreendedoras realizadas por pessoas negras já estejam consolidadas no Brasil e na Bahia, principalmente por conta da forte ligação com à ancestralidade, nem sempre o empreendedor negro tem a consciência da importância da sua atividade para o fortalecimento da sua identidade racial e para o abrandamento das dificuldades enfrentadas pelo simples fato de ser negro.

Vale ponderar que dentro do contexto do empreendedorismo, pessoas não brancas encontram obstáculos e desafios que as impedem de viabilizar e/ou implementar os seus projetos, simplesmente por conta da cor da pele. É preciso admitir que quando os empreendedores negros moram em bairros periféricos, como o Nordeste de Amaralina, as chances de tornam-se mínimas e os entraves são bem maiores.

O Nordeste de Amaralina é um bairro periférico da cidade de Salvador com uma

população majoritariamente negra estimada em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em cerca de 21 mil habitantes. Apesar de se tratar de uma região com produção cultural significativa, com nomes importantes em diversas formas de expressão artística e uma vista privilegiada, é lembrado pelos demais soteropolitanos, como um dos bairros mais violentos da capital, sendo muitas vezes subestimado e temido (SEI, 2023).

Contudo, mesmo com os problemas sociais e estruturais que assolam o bairro, foi observado que o comércio do Nordeste de Amaralina é muito forte e diversificado, e que há uma infinidade de atividades comandadas e administradas por pessoas negras. Os empreendimentos negros vão desde a venda de folhas para banhos e tratamentos espirituais, a academias e salões de beleza especializados em cabelos crespos. São lojas de roupas e acessórios, barbearias, restaurantes, bares e muitos outros, cujos nomes e/ou estruturas remetem à temática afro-brasileira. Acerca do comércio local ressalva-se que a visão que se tem do bairro, inibe à expansão de algumas das atividades desenvolvidas.

Assim, com a pesquisa intitulada *Afroempreendedorismo: histórias de afroempreendedores periféricos*, buscou-se refletir acerca da concepção e do significado das atividades afroempreendedoras para os empreendedores negros e também, dos entraves e desafios enfrentados. Diante do exposto, a escolha do afroempreendedorismo em bairros periféricos como objeto de estudo é fruto tanto da experiência como Agente de Empreendedorismo e empreendedor do ramo ótico, quanto morador do Nordeste de Amaralina.

As experiências vivenciadas cotidianamente despertaram a necessidade de ampliar os conhecimentos sobre a temática, e assim contribuir de forma efetiva com os afroempreendedores locais, para que juntos possamos além de ascender economicamente, entender a importância das nossas atividades enquanto ferramentas de divulgação da cultura negra e de combate ao racismo e todas as formas de preconceito e segregação que imperam na sociedade, principalmente o sociocultural e o religioso.

A necessidade de discutir a temática está arraigada em mim, homem negro, que é sempre preterido na busca por uma colocação no mercado de trabalho, mesmo que a pessoa não negra que esteja disputando a vaga comigo, não possua a mesma qualificação ou não tenha a experiência exigida para ocupar o cargo pretendido. Um homem que percebe o afroempreendedorismo como instrumento para o

enfrentamento das vulnerabilidades econômicas e sociais que atrapalham a vida de negros e negras, moradores do Nordeste de Amaralina, que assim como eu, são os mais impactados.

Ante o exposto questiona-se: como os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina concebem o afroempreendedorismo? Para responder ao questionamento, o objetivo geral foi investigar se os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina, concebem as suas atividades como afroempreendedoras. Os objetivos específicos elencados foram:

- Explorar o conceito e concepções de afroempreendedorismo.
- Identificar os desafios e entraves que dificultam as atividades afroempreendedoras no Nordeste de Amaralina.
- Analisar com base na literatura selecionada, as motivações, perspectivas e projeções dos afroempreendedores participantes da pesquisa.

Visando melhor compreensão do tema investigado o estudo está dividido em cinco seções. Na primeira, encontra-se a Introdução com a contextualização do tema, justificativa, o problema de pesquisa e os objetivos propostos. Na segunda, apresenta-se com base nos autores selecionados, o referencial teórico, com o conceito de empreendedorismo, tipos e alguns dos principais fatores motivacionais. Ainda na segunda seção, apresentam-se os conceitos e as impressões dos autores acerca do empreendedorismo negro, afroempreendedorismo e *Black Money*, que são os objetos da pesquisa.

A terceira seção foi dedicado à metodologia da pesquisa apresentando o caminho metodológico escolhido para a sua realização. Ela é composta por três subseções, a saber: a) Delineamento da Pesquisa; b) Plano de Coleta de Dados; c) Área de Investigação. Na quarta seção foi feita a análise dos resultados com base na literatura consultada e nos dados coletados *in loco*. Encerra-se o trabalho com as considerações finais e as referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Ao iniciar qualquer pesquisa é fundamental para melhor compreensão do objeto investigado, que sejam definidos e esclarecidos significados, concepções e conceitos de termos pertinentes ao tema principal, de acordo com os campos de investigação. Entende-se que tal procedimento, contribuirá para a ampliação dos conhecimentos, tanto por parte do pesquisador, quanto dos leitores acerca da temática que será discutida.

Assim, inicia-se esta investigação com breves considerações sobre o empreendedorismo. Em seguida, discorre-se sobre empreendedorismo negro, afroempreendedorismo e o *Black Money*, com o objetivo de entender como a economia preta se tornou fundamental para o empoderamento econômico do povo negro e uma das principais ferramentas na batalha contra o racismo estrutural que impera na sociedade brasileira, e em especial em Salvador, uma das cidades com a maior população negra fora da África.

2.1 EMPREENDEDORISMO

Devido ao relevante papel que desempenha na sociedade contemporânea, o empreendedorismo tem merecido o interesse por parte de ciências como a Psicologia, Economia, Administração, Sociologia e muitas outras. Segundo Capella (2016), o interesse pelo empreendedorismo, por parte de variadas áreas do conhecimento, tem levado à imprecisão acerca de um único conceito. Para autores como Franco e Gouvêa (2016), definir empreendedorismo não é uma tarefa fácil, devido à complexidade que abarca este fenômeno que envolve inúmeros fatores.

Segundo Nascimento (2017), diferentemente de outros conceitos da área econômica que são universais, o empreendedorismo é definido a partir de uma série de conceitos que se interligam. Na atualidade, muitos estudos analisam o empreendedorismo para além do ponto de vista econômico e financeiro e o mesmo já é concebido como um processo criador de riquezas, uma estratégia de inclusão social, também como um fenômeno cultural, que envolve atitudes e comportamentos a partir das percepções dos empreendedores com o mundo que os cerca.

Para Baggio e Baggio (2014, p. 26), o ato de empreender pode ser compreendido como sendo “a arte de fazer acontecer com criatividade e motivação,

que consiste no prazer de realizar com sinergismo e inovação qualquer projeto pessoal ou organizacional, em desafio permanente às oportunidades e riscos”. Ou seja, é avocar um comportamento proativo diante de questões que precisam ser resolvidas. No entendimento dos autores supracitados, o comportamento empreendedor estimula o indivíduo e transforma realidades.

Neste sentido, os autores supracitados afirmam, assim como Schumpeter (1988), que o empreendedorismo é o resultado da “destruição de velhos conceitos que por serem velhos não encantam e nem surpreendem mais as pessoas. Trata-se de uma “destruição criativa, através da qual produtos ou métodos de produção existentes são destruídos e substituídos por novos”. (Baggio; Baggio, 2014, p. 23).

Já para Amartine e Queiroz (2022, p. 4), o empreendedorismo pode ser definido como o “processo de tomar e colocar em prática, decisões sobre objetivos e utilização de recursos que contribuem para o desenvolvimento de comunidades locais, promovendo o crescimento econômico regional e até a revitalização de áreas e espaços urbanos”. Assim sendo, movimento relevante para o desenvolvimento das sociedades.

Para o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae, 2022), órgão que fomenta o empreendedorismo no país, o mesmo possui um conceito que pode estar “relacionado ao comportamento, ou, se preferirem, à atitude de pessoas que buscam soluções e enxergam oportunidades em cenários não necessariamente favoráveis. Assim, o empreendedorismo pode ser atribuído não somente à pessoa que cria o seu próprio negócio, mas também àquelas que realizam mudanças transformadoras em empresas já existentes”.

De acordo com Jesus (2023), enquanto parte dos sistemas de opressão o empreendedorismo está situado no campo das discussões sobre o Capitalismo. Nesta perspectiva, é definido como instrumento direto para à exploração da mão de obra e para geração de excedente, realização de riqueza e acumulação de bens e riquezas. Compreende-se do exposto que embora seja questionável a complexidade dos motivos que levam uma pessoa a empreender e que não há uma definição acabada, não há dúvida que o mesmo é de suma importância para o empreendedor e para a sociedade em geral, não só pelos ganhos financeiros, mas principalmente pelas possibilidades que a ação empreendedora oferece.

Por fim, apresenta-se o conceito *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de empreendedorismo: “o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um novo

negócio, seja uma atividade autônoma e individual, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (GEM, 2019, p. 20). A nível de esclarecimento, o GEM é um consórcio de equipes de pesquisadores na área de empreendedorismo vinculados a renomadas instituições acadêmicas e de pesquisa de mais de cem países.

Nascimento (2018), ressalta que apesar da multiplicidade de conceitos para o empreendedorismo, há pelo menos três termos que são comuns à maioria deles: inovação, criatividade e intuição. Ou seja, qualquer que seja a corrente de estudo, todo e qualquer empreendimento se caracteriza por ser algo inovador, fruto de um sonho e da criatividade e intuição de alguém.

2.1.1 Fatores Motivacionais para Empreender

Segundo Ribeiro e Krakauer (2016), não há uma receita pronta para motivar o empreendedor. A motivação deve ser construída e mantida de forma totalmente pessoal, ou seja, cada um tem a sua forma de empreender, tem seus motivos, aspirações, necessidades, sonhos e objetivos diferentes. Quanto às motivações relacionadas ao surgimento de interesses para empreender, Gilad e Levine (1986, *apud* Ribeiro; Krakauer, 2016) defendem a ideia de que há dois modelos de motivação: a empurrada e a puxada, do inglês *push and pull theories of entrepreneurship*.

A empurrada afirma que os empreendedores surgem em decorrência de fatores negativos, como insatisfação no trabalho; perda de emprego; problemas na carreira. Já a motivação puxada argumenta que o surgimento do empreendedor é fruto de fatores positivos, tais como potencial lucratividade e sucesso na empreitada. (Ribeiro; Krakauer, 2016, p.118)

Para o Relatório GEM (2010), a motivação para empreender pode acontecer por dois fatores primordiais: a necessidade e a oportunidade. O empreendedorismo por oportunidade, é descrito como aquele que traz mais benefícios para a economia dos países, onde o empreendedor criativo e inovador, enxerga o segmento como uma oportunidade de crescer financeiramente, uma oportunidade de negócio lucrativa e investe.

Já os empreendedores por necessidade, são pessoas que perderam o emprego, ou não possuíam emprego formal, e tiveram que abrir um negócio, como alternativa de ocupação e renda apenas para a sobrevivência. É importante pontuar

que, mesmo o empreendedorismo por necessidade pode gerar oportunidades de negócios e se transformar em empreendimentos por oportunidade. (GEM, 2010)

Ainda sobre a motivação para empreender Monteiro (2020), baseada em David McClelland (1961), diz que o empreendedor é motivado por três necessidades: a necessidade de realização voltada para a competição e superação de obstáculos pessoais, ambientais e de negócios; a necessidade de poder que remeta a reputação e a posição social; e a necessidade de afiliação, ou seja, de manter relacionamentos com outras pessoas e ser aceito pelo grupo. (Monteiro, 2020, p. 13)

Entende-se do exposto, que qualquer pessoa pode ser um empreendedor. Tudo depende da necessidade ou da oportunidade: o desempregado que se torna dono de uma oficina automotiva ou lava jato, a funcionária de um salão que após ser demitida monta o seu próprio salão, uma cozinheira de um restaurante que fora da sua escala de trabalho, fornece na vizinhança marmitas como forma de aumentar a sua renda, a modelo negra que foi rejeitada para uma campanha e começa a ensinar outras meninas negras a “modelar”, são muitos exemplos.

Vale ressaltar que o fato da pessoas empreendedora ter um emprego formal, não implica na sua atividade empreendedora. Porém ela não pode ser registrada como Microempreendedor Individual (MEI). Todavia, para que possa empreender, precisam possuir algumas características, habilidades e competências, além de traços pessoais. A criação de empresas é algo muito complexo, influenciado por fatores como o clima, a cultura do lugar, o grau de conhecimento, o perfil da clientela, o retorno financeiro etc.

Não se pode esquecer que o empreendedor não é somente um fundador de novas empresas ou o construtor de novos negócios. Uma vez que conforme Baggio e Baggio (2014, p. 25), “o empreendedor é essencial ao processo de desenvolvimento econômico (...) Em outras palavras, não haverá desenvolvimento econômico sem que na sua base existam líderes empreendedores”. Compreende-se do exposto que para os autores supracitados, o empreendedor precisa ser valorizado porque é ele quem enxerga as oportunidades e com rapidez e as aproveita antes que outros o façam. Portanto, figura de suma importância na sociedade.

No tópico a seguir, serão apresentadas segundo a literatura consultada, algumas das características e habilidades necessárias aquelas pessoas, que decidem empreender e obter sucesso, independente do segmento ou ramo de negócio. É importante considerar, que as características e habilidade listadas, são pessoais e

variam de acordo com cada indivíduo, como o ramo de negócio escolhido, objetivos, aspirações e necessidades.

2.1.2 Empreendedor: características e habilidades

Observou-se que apesar da literatura consultada mostrar que não há consenso sobre o que é e o que não é empreendedorismo, os estudiosos do tema concordam no que diz respeito a algumas características, que são comuns aqueles que buscam empreender: iniciativa para criar um novo negócio; amor pelo que faz; utilização dos recursos disponíveis de forma criativa, potencial para transformar o ambiente social e econômico onde vive e aceitação dos riscos e das possibilidades de fracassar. (Sebrae, 2024)

Na contemporaneidade são considerados empreendedores, homens e mulheres das mais variadas profissões e níveis de escolaridade, que se dispõem a trabalhar por conta própria (donos dos próprios negócios), em projetos diversificados, mantendo-se ativos e ativas no mercado de trabalho, transformando contextos em oportunidades. Para Amartine e Queiroz (2022), o empreendedor é aquele que consegue fazer as coisas acontecerem, tem tino e sensibilidade para criar e implementar negócios bem como capacidade para identificar oportunidades.

Para o Sebrae (2022), empreendedor é aquele que transforma sonhos e ideias em realidade, seja para o seu próprio benefício ou para o benefício de uma comunidade. É importante pontuar que as características, as habilidades e as competências necessárias aqueles que desejam criar o seu próprio negócio, não podem ser confundidas como os traços pessoais, estes são apenas uma pequena parcela no processo de empreender. (Monteiro, 2020)

Em consonância com o exposto acima, o Sebrae (2024) elenca algumas das características indispensáveis aquela pessoa que deseja se tornar empreendedora: a) capacidade de ter iniciativa e ir em busca de oportunidades; b) persistência; c) saber calcular riscos; d) preocupação com qualidade e eficiência na produção, distribuição e comercialização dos produtos e serviços ofertados ao consumidor; e) comprometimento; f) manter-se sempre bem-informada; g) planejar as ações; h) poder de persuasão e autoconfiança.

Devido à complexidade que é para implementar um negócio, é importante que o futuro empreendedor tenha em mente que precisa estar presente em todas as fases

de implementação e que tenha independência para realizar as atividades necessárias visando o crescimento da empresa. Agora que já se sabe quais são as características essenciais e os motivos para empreender, na próxima seção a reflexão será em torno dos tipos de empreendedorismo.

2.1.3 Tipos de Empreendedorismo

No que se refere aos tipos de empreendedorismo a literatura mostra que não existe unanimidade entre os autores quanto a uma única tipologia que abarque toda a complexidade do fenômeno, e por conta disso, há várias abordagens sobre o assunto. De acordo com Ribeiro e Krakauer (2016), estudos como os que foram realizados por Shane Venkataraman (2000) e Sarasvathy e Venkataraman (2011), destacam a necessidade de se compreender os tipos de empreendedorismo, a partir de uma ótica que considere as ações e interações dos empreendedores com o contexto no qual ele está inserido.

A tipologia mais antiga segundo Ribeiro e Krakauer (2016) é a de Adam Smith (1961), que divide os empreendedores entre artesãos e oportunistas. Esta divisão teve algumas de suas definições modificadas entre 2000 e 2010 e desde então, alguns estudiosos passaram a tipificar, classificar ou mesmo dividir os empreendedores por região, comunidade étnica ou geográfica, outros por questões comportamentais e outros ainda por estilos de empreender.

No Guia do Educador do Sebrae (2017), os tipos de empreendedorismo são classificados em: empreendedorismo coletivo, social e individual. O empreendedorismo coletivo ou compartilhado, é aquele que se apresenta sobre as formas de associativismo que podem ser traduzidas em entidades formalizadas como sendo de representação política e sindical até as ações de compra coletiva. As principais formas de organização de empreendedorismo coletivo são: Consórcio; Redes de empresas; Cooperativa; Associação; Empresas de participação comunitária etc.

Quanto ao empreendedorismo social, o Sebrae ensina que há vários conceitos, porém, um dos pontos comuns é que este tipo de empreendimento requer acreditar em uma causa, dedicação e paixão por parte de seus empreendedores, pois visa a redução de desigualdades, a inclusão social/produtiva, a geração de renda e a

responsabilidade social. Além do exposto, os empreendedores sociais consideram a conscientização social e cada vez mais as organizações estão profissionalizadas.

O empreendedorismo individual é aquele que tem um único investidor. É quando uma única pessoa trabalha por conta própria. Como na maioria das vezes o empreendedor individual não paga nenhuma taxa para exercer a sua atividade empreendedora, é também chamado de trabalhador informal ou camelô. Quando ele se legaliza, se transforma num Microempreendedor Individual (MEI). (Sebrae, 2017)

Para se tornar um MEI, não é permitido ao trabalhador ser dono ou sócio de outras empresas, mas poderá exercer outras atividades como autônomo ou ter relação formal de trabalho em outra empresa (carteira assinada). São exemplos de MEI: fotógrafo, pipoqueiro, manicure, professor de reforço escolar, técnico em conserto de *notebooks*, celulares, marceneiro, mecânico etc. Vale pontuar que o empreendedor individual só pode ter um único funcionário legalizado. (Sebrae, 2017)

Coaduna-se com autores com Amartine e Queiroz (2022), Monteiro (2020), Baggio e Baggio (2014), quando afirmam que o empreendedorismo tem um papel fundamental para a sociedade, pelos benefícios que oferece. Na atualidade o viés empreendedor bastante discutido é o Empreendedorismo Negro, comumente chamado de Afroempreendedorismo pelos benefícios trazidos para a população afro-brasileira. O empreendedorismo desenvolvido por negros, além de instrumento de empoderamento econômico, é também porta voz da cultura afrodescendente, colaborando para a autoafirmação da identidade racial.

Dando continuidade ao referencial teórico, apresenta-se algumas impressões acerca do Empreendedorismo Negro, para logo em seguida, versar sobre o objeto de pesquisa que é o Afroempreendedorismo, que conforme apontado por Freitas (2018), trata-se de uma subcategoria do Empreendedorismo Negro e, portanto, são dois movimentos que apesar de terem em comum o fato de serem geridos por empreendedores negros, possuem objetivos diferentes.

2. 2 EMPREENDEDORISMO NEGRO

Conforme observado em parágrafos anteriores, a população negra brasileira sempre teve tratamento diferenciado no mercado de trabalho. O negro é constantemente preterido por conta da cor da pele e uma das maneiras de ascender socialmente, é montando o seu próprio negócio (Boehm, 2023; ONU, 2015). Antes de

iniciar a reflexão acerca do empreendedorismo negro é válido ressaltar que apesar de constantemente ser denominado de afroempreendedorismo pelo fato de ser gerido por pessoas negras, tais movimentos diferem quanto ao objetivo e finalidades dos negócios desenvolvidos.

No empreendedorismo negro destacam-se indivíduos afros que abrem e gerem as suas próprias empresas, sem qualquer finalidade étnico-racial. Já o afroempreendedorismo como será descrito adiante, refere-se aos indivíduos autodeclarados pretos ou pardos que abrem negócios, criam micros ou pequenas empresas com o objetivo de valorizar e propagar a identidade e a cultura negra (Oliveira Júnior; Pesseti, 2022; Nascimento, 2018).

Para Vieira *et al.* (2023), considerando todo o contexto histórico do negro no Brasil no que diz respeito ao mercado de trabalho, observa-se que desde a época da colonização, que essa população é marginalizada e desassistida pelo sistema socioeconômico e trabalhista. Reafirmando os resultados da pesquisa do Dieese (2023), o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) pontua que o país tem taxa de desemprego mais alta para a população negra, principalmente, para as mulheres sem formação acadêmica e/ou qualificação.

Ainda de acordo com o MTE, apesar da permissão legal para a escravização de pessoas humanas ter acabado, a exclusão fruto do racismo ainda impacta a inserção da população negra nos ambientes de trabalho.

A exclusão do mercado de trabalho leva esses trabalhadores a exercerem atividades precarizadas e até em condições análogas à escravidão. Levantamento de dados do seguro-desemprego para pessoas resgatadas em condições análogas à escravidão, de 2002 a 2024, mostram que 66% dos trabalhadores que recebam o benefício são negros. (Ministério do Trabalho e Emprego, 2024)

Em consonância com a citação acima, Amartine e Queiroz (2022), trazem que na história brasileira a população negra foi direcionada desde sempre de forma impositiva no mercado de trabalho para a execução de atividades que exigiam menor qualificação técnica e acadêmica e maior esforço físico. Tais atividades tinham como finalidade apenas suprir demandas para a sobrevivência. É somente no período pós-abolicionista, que negros e negras passam a ter uma nova visão e começam a enxergar outras oportunidades diante das demandas.

Os negros libertos, além de encontrarem escassas oportunidades e opções de trabalho, devido à falta de qualificação profissional, foram inseridos em um ambiente

extremamente adverso e preconceituoso. Trabalhavam como carregadores, alfaiates, faxineiros, sapateiros, carpinteiros, vendedores ambulantes, ou ainda nas plantações. O mercado de trabalho formal brasileiro se caracterizava como inacessível para a população negra. (Silva, 2021)

Não dispo de oportunidades, os ex-escravizados continuaram ocupando posições sociais subalternas e subempregos. Isso porque no momento da abolição, a mão de obra que acabara de ser libertada, não recebeu nenhum tipo de assistência, como terrenos para moradia e alocações em trabalhos remunerados, para se manter. Foram substituídos por imigrantes, principalmente os italianos (Amartine; Queiroz 2022).

Nesse contexto, eram facilmente perceptíveis as dificuldades e os problemas encontrados pelos negros que precisaram se reinventar para conseguirem sustento e emprego. A falta de espaço e oportunidade no mercado formal e também a questão racial, foi a motivação para que buscassem outros meios de sobrevivência. É nesse momento, que o negro começa a empreender, passando a ser dono do seu próprio negócio (Silva, 2021).

É fundamental destacar, que os negócios realizados por pessoas negras, não é nenhuma novidade. O negro já empreende no país há mais de 130 anos. Novo é a consciência que se tem acerca do empreendedorismo negro, ou seja, enquanto arma poderosa no combate ao racismo e outras mazelas advindas da segregação racial. Novo é o entendimento que se trata de poderosa ferramenta de inclusão social e imprescindível para que o negro possa ascender economicamente falando (Jesus, 2023).

Segundo Silva (2017), o empreendedorismo negro surgiu como um meio em que os pretos encontraram para alcançar melhores oportunidades no mercado de trabalho. Essa inserção de maneira autônoma, permite que indivíduos autodeclarados negros, ocupem espaços que em sua grande maioria, são ocupados por brancos. O empreendedorismo negro é, portanto, à ação de empreender protagonizada por negros e negras apenas como uma forma de serem donos dos seus próprios negócios.

De acordo com Santos (2019), o empreendedorismo negro em sentido amplo, diz respeito ao movimento empreendedor realizado por negras e negros. Esse movimento, ainda segundo a mesma autora, pode ser focado em um negócio que pense de forma ampla, como por exemplo abrir um supermercado, uma loja de roupas ou um restaurante, mas também pode ser um modelo de negócio focado como público

alvo pessoas negras, que envolva apenas pessoas negras em todo processo produtivo, distribuição, atendimento a clientes, *marketing* etc.

Segundo Zanella e Magalhães (2023), embora o empreendedorismo possibilite oportunidades de mercado para os pretos e pardos, ainda há dificuldades a serem enfrentadas. Tais dificuldades ainda segundo as autoras supracitadas, são principalmente sociais e econômicas, decorrentes do racismo estrutural que impedem e atrapalham a viabilização de crédito, capacitação de recursos, expansão dos negócios e potencializam a desconfiança no empreendimento.

Mesmo um estudo realizado pelo Sebrae em 2023 revelar, que os negros, seja como micro ou pequenas empresas, já representam 51% dos empreendedores brasileiros, as questões étnicas influenciam a dinâmica dos empreendimentos empresariais realizados pelos negros. Assim, em um contexto social marcado pelo racismo e pela ideologia do branqueamento, ser empresário (a) negro (a) tem um significado a mais, ou seja, a cor da pele importa nas suas estratégias (Zanella e Magalhães, 2023).

Para se ter uma ideia do alcance econômico dos negócios geridos por negros no Brasil, incluídas aí ações afroempreendedoras, o mercado movimentou cerca de R\$ 1,73 trilhão por ano. A pesquisa “Afroempreendedorismo Brasil”, realizada e divulgada em 2021 pela RD *Station*, Inventivos e o Movimento *Black Money*, mostrou que o segmento é, em sua grande parte, feminino, solitário e engloba áreas de estética, gastronomia, moda, audiovisual e comunicação, além da música e da economia criativa (Luz, 2023).

O Brasil registrou nas últimas décadas conforme Tavares, Silva e Monarcha, (2018), a evolução de indicadores socioeconômicos que embasa a construção de uma sociedade mais justa e desenvolvida, onde o empreendedorismo tem sido protagonista, principalmente, o empreendedorismo negro. Compreende-se que mais do que uma oportunidade de evoluir na vida, as atividades empreendedoras realizadas por negros, trata-se também de um fenômeno de inclusão social e meios de combate ao racismo e à desigualdade racial existente no Brasil e no Mundo caracterizando-se como atividades afroempreendedoras.

2.2.1 Afroempreendedorismo

Conforme observado anteriormente, os negros, mesmo sendo fundamental

para o desenvolvimento socioeconômico e cultural do Brasil, sempre foi um grupo historicamente discriminado no mercado de trabalho. A história revela que para que os afrodescendentes brasileiros, conseguissem evoluir economicamente falando, foi necessário criar estratégias de sobrevivência e uma delas foi a participação em atividades empreendedoras.

O resultado de tudo isso é que na contemporaneidade, quase metade do total das atividades empreendedoras no Brasil são comandadas por negros. Para os especialistas, mesmo não sendo nenhuma novidade, uma das razões para o aumento destas atividades, é que as pessoas negras passaram a se reconhecer como tal. A partir de então, ser negro passou a ser um ônus e motivo de orgulho pra muita gente que viu no movimento denominado afroempreendedorismo, uma maneira de alavancar e ascender (Almeida, 2018).

Segundo Luz (2023), o surgimento do termo afro no vocabulário da economia brasileira é novo, assim como o reconhecimento de que o público que consome os produtos denominados afros representa uma grande e potencial fatia de mercado nacional, haja visto que metade da população brasileira é negra. Segundo o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BIRD), o Brasil possui, hoje, 11 milhões de empreendedores afrodescendentes. Mas, o que é afroempreendedorismo?

Da mesma forma que ocorre com o empreendedorismo, Matos (2020), salienta que definir o afroempreendedorismo não é uma tarefa simples uma vez que o termo é difícil de ser delimitado, pois envolve uma série de aspectos heterogêneos em sua concepção. O afroempreendedorismo é de acordo com Freitas (2018), uma subcategoria no mundo do empreendedorismo negro. Trata-se de qualquer empreendimento focado no público específico, cuja intenção é a valorização da cultura afrodescendente.

Segundo Jesus (2023), devido à complexidade que envolve todo o processo, o afroempreendedorismo pode ser considerado de duas formas. Primeiro, simplesmente como a ação de empreender das pessoas negras. Nesta concepção, ou seja, no sentido *lato sensu*, o que caracteriza o afroempreendedorismo, é a condição étnica do empreendedor e não a sua atividade. A segunda concepção, ou seja, no sentido *stricto sensu* além de um corpo negro, é necessário à observância de critérios mais taxativos e determinados. Neste caso, é preciso que o empreendedor atue em consonância com os ideais antirracistas e antidiscriminatórios, pautando-se numa prática ética desracializada (Jesus, 2023).

O afroempreendedorismo ganhou destaque nacional com a pesquisa “Os donos do negócio do Brasil”, feita pelo Sebrae, a partir dos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) publicada em 2013. Segundo o Sebrae, os “donos do negócio” são os empreendedores, com ou sem Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), que estão à frente de um empreendimento. Àquela época, a pesquisa revelou que 50% dos donos de negócio brasileiros eram negros, categoria populacional, formada por pessoas pardas e pretas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (Sebrae, 2015)

No Brasil, as atividades consideradas afroempreendedoras, foram se desenvolvendo aos poucos. Começaram com serviços artesanais e caseiros, depois, várias outras atividades fomentaram a abertura de seus próprios negócios. Para Santos, Silva e Lucena Neto (2020), a expansão do afroempreendedorismo deu-se devido à uma tendência do mercado para que sejam ofertados produtos e serviços exclusivos, exigindo cada vez mais opções inovadoras para se apresentarem perante a sociedade.

Teixeira (2017), pontua que o crescimento do empreendedorismo afro se deve às conquistas e superações que a população negra alcançou nos últimos anos. Para o mesmo autor, ainda que a população negra que almeja o empreendedorismo sofra discriminações raciais e preconceituosas em um contexto totalmente desigual, a participação de empreendedores e empreendedoras negras aumentou de modo significativo ao longo do tempo.

O afroempreendedorismo, de acordo com Nogueira (2013), teve seu marco no Brasil em 1996, quando um grupo de empresários e profissionais negros reuniu-se em Brasília com o objetivo de criar uma organização empresarial. Na época, a ideia estava voltada em torno da ampliação da participação de empresas afro-brasileiras na realização de negócios no Brasil e no exterior. Após a visita do grupo ao Senegal a iniciativa passou a ter real possibilidade de desenvolver projetos brasileiros que pudessem ser comercializados no mercado africano.

Hoje, o afroempreendedorismo possui relevante importância cultural, gerando uma identidade tanto em quem o pratica, quanto em quem consome os produtos e os serviços definidos como afros. Neste contexto, a oferta de produtos e serviços diferenciados, principalmente os que remetem a identificação com a cultura afro-brasileira já é uma realidade e o consumo cresce cada vez mais. (Amartine; Queiroz, 2022; Nogueira, 2013; Tavares; Silva; Monarcha, 2018; Teixeira, 2017)

Segundo Matos (2020), o empreendedorismo negro é tão forte no Brasil que nos últimos anos, tem-se visto um aumento no número de pesquisas acadêmicas e institucionais sobre a temática em todo o território nacional. Um exemplo é o Projeto Brasil Afroempreendedor vinculado ao Instituto Adolpho Bauer que fez em 2016, um levantamento sobre o perfil do afroempreendedorismo brasileiro, seguindo a metodologia de monitoramento dos pequenos negócios comandados por pessoas negras, pensando em políticas públicas para o fortalecimento desse tipo de modelo de negócios.

Dentre os resultados obtidos, de 1.277 afroempreendedores que foram entrevistados, 748 eram mulheres (cerca de 59%), com faixa etária entre 30 e 40 anos, classe média, tiveram acesso ao ensino superior, mas haviam aberto seu próprio negócio por necessidade. Outro dado interessante é que, os produtos e serviços mais consumidos são das áreas de moda e confecção, artesanato e comércio varejista, sendo que mais de 57% correspondem de empresas familiares, enquanto mais de 48% com a participação da família nuclear (cônjuge e/ou filhos) (Matos, 2020).

Outro dado apresentado pela pesquisa diz respeito a origem do afro negócio, onde (...). A maior parte não foi criada por necessidade (apenas 23,4% o foram), mas por oportunidade (39,5%) ou outras motivações (37%) (Matos, 2020). Contudo, conforme mostram Zanella e Magalhães (2023), por conta do racismo estrutural que impera na sociedade brasileira, ora as tentativas desses empresários são viabilizadas, ora não passa de mais uma ideia e são abortados ainda no campo da idealização.

2.2.2 Empreendedorismo Negro e Afroempreendedorismo: semelhanças e diferenças

Para Nascimento (2017), o prefixo “afro” carrega consigo um valor muito significativo para os empreendedores negros, isso porque muitas vezes compreendem o empreendedorismo não apenas como uma atividade comercial e de geração de renda, mas também uma forma de valorização da cultura africana e afro-brasileira, e também como um meio de enfrentamento ao racismo, além do fortalecimento de suas raízes e identidade étnico-cultural.

Conforme revelado na literatura consultada, existe um objetivo por trás da prática da maioria dos afroempreendedores, muitos consideram que o mercado entre pessoas negras, a troca de serviços e produtos que valorizam etnicidade afro-

brasileira e a formação de uma rede de empregabilidade entre empreendedores negros são formas de ativismo contra o racismo (Amartine; Queiroz, 2022; Teixeira, 2017; Tavares; Silva; Monarcha, 2018).

O afroempreendedorismo, é uma iniciativa fundamental para promover o próprio desenvolvimento social e econômico do Brasil, junto a microempresas e empreendedores individuais afro-brasileiros. Não é somente empreender, ele deve ser sustentável tanto para a pessoa que está produzindo, também para quem oferece serviço para a produção e criar uma cadeia com a intenção de que todos cresçam (Tavares; Silva; Monarcha, 2018).

Além disso como assevera Jesus (2023), o afroempreendedor também precisa trabalhar somente com a temática racial e observar se a cadeia produtiva se estrutura com um viés antirracista. Desta forma, o que diferencia o Empreendedorismo Negro do Afroempreendedorismo, é que as atividades afroempreendedoras tem um impacto social, porque ele foca numa população que é mais da metade da população brasileira. São cerca de 110 milhões de brasileiros que não se veem representados no mercado de consumo, por produtos e serviços.

O afroempreendedorismo é, portanto, uma forma de criar oportunidades e espaço para o desenvolvimento dos milhares de afroempreendedores que têm seus sonhos, mas não têm, de certa forma, acessibilidade a esclarecimentos, para colocar em prática as suas empresas, uma vez que existe uma grande dificuldade de pessoas negras conseguirem empréstimos em bancos comuns por conta do racismo estrutural (Jesus, 2023; Tavares; Silva; Monarcha, 2018; Zanella; Magalhães, 2023).

Esse modelo de negócio, focado numa temática e com viés antirracista, fez surgir uma espécie de circulação da economia que é chamada de *Black Money*, conceito que nasceu nos Estados Unidos para classificar um movimento econômico centralizado na produção e consumo de pessoas negras. Aqui no Brasil, o *Black Money*, foi fundado pela especialista em tecnologia Nina Silva, é dinheiro que circula de mãos pretas, gerando riqueza dentro da comunidade negra (Luz, 2023; Zanella e Magalhães, 2023).

2.2.3 Movimento *Black Money*

Conforme exposto anteriormente, o empreendedorismo negro assim como o afroempreendedorismo é concebido como uma maneira utilizada pela população

negra para o seu fortalecimento e empoderamento, utilizando sua cultura e experiências como principais motivações. Uma forma de empreender que se relaciona com o dinheiro que circula entre a comunidade negra é o *Black Money*, movimento que visa o empoderamento econômico-financeiro da população negra (Luz, 2023; Zanella e Magalhães, 2023).

O *Black Money* segundo Dirlene Silva (2023), é um movimento liderado pelo ativista negro jamaicano Marcus Garvey, que surgiu nos Estados Unidos no início do século XX, com o objetivo de ressignificar o termo, que até então era sinônimo de dinheiro obtido ilegalmente. Ressignificado, o *Black Money* incentiva o investimento da comunidade negra nela mesma. No Brasil o movimento é mencionado como uma possível forma de enfrentar o racismo, promovendo a circulação de dinheiro entre a comunidade negra.

Segundo Dias (2020), os dois nortes que movimentam o *Black Money* são: “se não me vejo, não compro” e “vou adquirir de empreendedores negros para circular o dinheiro entre os afrodescendentes”. O *Black Money* defende a valorização e respeito ao consumidor negro e mostrou-se importante para a reformulação das dinâmicas empresariais e de consumo. Durante anos os negros consumiram produtos com os quais não se identificavam, e a partir do momento em que os empreendedores negros vão ganhando espaço no mercado, essa realidade muda.

A representatividade faz com que o consumidor adquira um produto e esse movimento se estende às campanhas publicitárias, nas quais a presença de negros chama a atenção desse público. Para Santos (2019), o *Black Money* confirma uma ideologia de resistência, que empreende práticas associativistas entre negros para que, juntos, formem um corpo estratégico de luta contra o preconceito racial, práticas discriminatórias e problemas sociais.

Tal resistência exige muito esforço dos que se propõem a empreender, pois, de acordo com Zanella e Magalhães (2023), uma pesquisa realizada pela Feira Preta em parceria com o Plano DCE e o JP Morgan, 39% dos negros que solicitaram crédito receberam resposta negativa sem explicação. No Brasil, os negros têm o seu pedido de crédito negado três vezes mais do que os brancos.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Este capítulo apresenta o caminho metodológico escolhido para a realização da pesquisa. Para autores como Minayo (2017), quando tal delineamento é bem feito, tem-se a garantia de bons resultados. O estudo em questão objetivou foi compreender como o Afroempreendedorismo é concebido pelos empreendedores negros do Nordeste de Amaralina. Para alcançá-lo o capítulo foi composto de três seções. Delineamento da pesquisa, plano de coleta de dados e área de investigação.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Na busca pela resposta da questão que norteou a presente investigação, a metodologia escolhida foi o estudo de caso amparado pelo método biográfico. Quanto à abordagem, a opção foi pela pesquisa qualitativa e quanto aos objetivos teve-se a noção que a pesquisa exploratória seria a ideal para contemplar os objetivos propostos e ajudar na elucidação do problema de pesquisa.

3.1.1 Estudo de Caso, Método Biográfico, Pesquisa Qualitativa e Pesquisa Exploratória

No que diz respeito à escolha do estudo de caso para conduzir o presente estudo, a preferência por esta metodologia decorre do fato de ser uma estratégia de pesquisa científica, referenciada por diversos pesquisadores e explorada em variados campos do conhecimento, por possibilitar uma visão holística sobre um evento, um fato um fenômeno, resultando em informações e análises consistentes para tomada de decisões e reorientação de ações (Tormes; Monteiro, 2018).

A escolha pelo estudo de caso justifica-se também, diante das possibilidades interpretativas que oferece, podendo contribuir, de modo singular, para que o pesquisador consiga compreender problemáticas relacionadas a indivíduos, grupos sociais, organizações, programas, políticas, quando permite realizar análises amplas e significativas sobre o objeto de pesquisa. No caso específico, esclarecer aspectos importantes acerca das atividades afroempreendedoras no Nordeste de Amaralina (Gil, 2017).

Já a escolha do método biográfico ocorre pelo fato desta metodologia segundo

Santos e Davel (2021), priorizar os princípios da oralidade como meio para a compreensão de fenômenos e situações, a partir da narração de uma trama de acontecimentos vivenciados pelas pessoas pesquisadas, que servirão de base para a análise e discussão dos resultados encontrados, portanto, o método ideal de condução da presente pesquisa.

Entende-se assim como os mesmos autores supracitados, que os métodos biográficos ao valorizarem a voz do entrevistado como contador de história vivida, enfatizam os fluxos “entre o indivíduo (subjetividade, identidade) e o contexto (histórico, social, organizacional, laboral, familiar, etc.), sendo útil em pesquisas onde esta relação é preponderante” (Santos; Davel, 2021, p. 432). No campo da Administração, suas características favorecem o estudo de diversos temas como estratégia, gestão de carreiras, identidade, liderança, tomada de decisão, mudança organizacional, dentre outros.

Já o fato da presente pesquisa ser classificada como qualitativa, é fruto basicamente do caráter exploratório-descritivo que acompanha esse tipo de pesquisa. Esta metodologia busca explorar, entender, descrever, classificar, explicar e analisar os fenômenos e dados obtidos sem a obrigatoriedade de medir ou mesmo mensurá-los. Mesmo que em alguns momentos, seja necessário fazer alguma reflexão quantitativa de algum dado coletado, neste estudo, a ênfase é dada à análise qualitativa. Compreende-se assim como Gil (2017), que ambas as abordagens podem coexistir pacificamente num estudo.

Quanto aos objetivos, a investigação caracteriza-se como uma pesquisa exploratória. A escolha decorre da definição apresentada por Gil (2017), quando afirma que as pesquisas exploratórias têm como objetivos, ampliar os conhecimentos acerca do tema e assim, facilitar maior familiaridade do pesquisador com o problema, com o objeto da pesquisa, permitindo a construção de hipóteses de se for o caso, ou tornar a questão mais clara e também pelo fato de serem bastante empregadas em estudos de caso por envolverem pessoas ligadas com o problema objeto da pesquisa.

3.1.2 Plano de Coleta de Dados

Para a coleta de dados além de intensa pesquisa bibliográfica, realizou-se também pesquisa de campo. Para a pesquisa de campo, os procedimentos utilizados foram as entrevistas em profundidade, observações participantes, aplicação de

questionários e conversas informais. As entrevistas em profundidade permitiram uma compreensão detalhada das experiências, atitudes, crenças e intenções dos participantes. Nesse sentido, o estudo de caso foi conduzido com a realização de entrevistas semiestruturadas.

A entrevista semiestruturada é uma forma de explorar assuntos a partir da busca por experiência, informações e percepções dos entrevistados para serem analisados e apresentados de forma estruturada. A entrevista foi realizada com pressupostos elencados pelo entrevistador com o objetivo de recolher respostas da experiência subjetiva da sua fonte (Santos; Davel, 2021).

O roteiro utilizado para as entrevistas foi elaborado de maneira a entender a partir do perfil dos afroempreendedores e das suas histórias de vida, as motivações que os levaram a empreender tendo como pano de fundo a cultura afro-brasileira, bem como os desafios, as projeções e as perspectivas futuras. Optou-se por esse tipo de entrevista para possíveis interpretações pertinentes que possam acrescentar ainda mais informações ao estudo. As entrevistas foram realizadas nos meses de outubro e novembro de 2024.

É importante pontuar que o convite para participar da pesquisa foi estendido a mais de 30 empreendedores negros, porém, apenas oito deram o retorno e aceitaram fazer parte da investigação. Tem-se o entendimento que diante da complexidade que é o afroempreendedorismo, que trata-se de uma pequena amostra. Sabe-se que quanto maior o número de entrevistados, mais representativos serão os resultados. Contudo, vale salientar que foi suficiente para que a pergunta norteadora fosse respondida e os objetivos alcançados. O questionário foi composto de 12 questões mistas, ou seja, abertas e fechadas, claras, concisas e relevantes para os objetivos da pesquisa. As questões foram as mesmas para todos os entrevistados.

Para a pesquisa bibliográfica, também chamada de levantamento bibliográfico, foram utilizados diversos tipos de fontes de informação, como materiais já publicados em livros, periódicos, artigos de jornais, teses e dissertações, *sites* da internet etc. Para a sua realização, fez-se buscas em bancos de dados online, a exemplo, da Biblioteca Científica Eletrônica Online (SciELO), repositórios de centro de estudos e faculdades como a Universidade Federal da Bahia (UFBA).

Além das bases de dados acima citadas, fez-se buscas em *sites* como do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), da Secretaria Municipal de Desenvolvimento e Urbanismo (SEDUR) no Observatório de Bairros Salvador

(ObservaSSA) e muitos outros. Após a seleção dos estudos, foi realizada leitura interpretativa e fichamento. As buscas tiveram início em maio de 2024 e se estenderam até novembro do mesmo ano. Para a seleção dos estudos e publicações, foram adotados critérios de inclusão e exclusão.

Foram excluídos trabalhos escritos em línguas estrangeiras, incompletos, que não faziam relação com o objeto de estudo e fora do recorte temporal estabelecido, além de publicações de *blogs*, sites e de repositórios de trabalhos prontos não confiáveis como *Wikipédia*, *Slideshare* dentre outros, por não terem compromisso acadêmico. Foram incluídas nas referências estudos publicados entre os anos de 2014-2024, com exceção da Legislação Nacional acerca do tema. As palavras-chave utilizadas para facilitar a pesquisa bibliográfica foram: Afroempreendedorismo; *Black Money*; Cultura Negra; Empreendedorismo Negro e Nordeste de Amaralina. Os termos foram utilizados ora separadamente, ora em conjunto e o operador booleano foi o “and”.

3.1.3 Área de Investigação

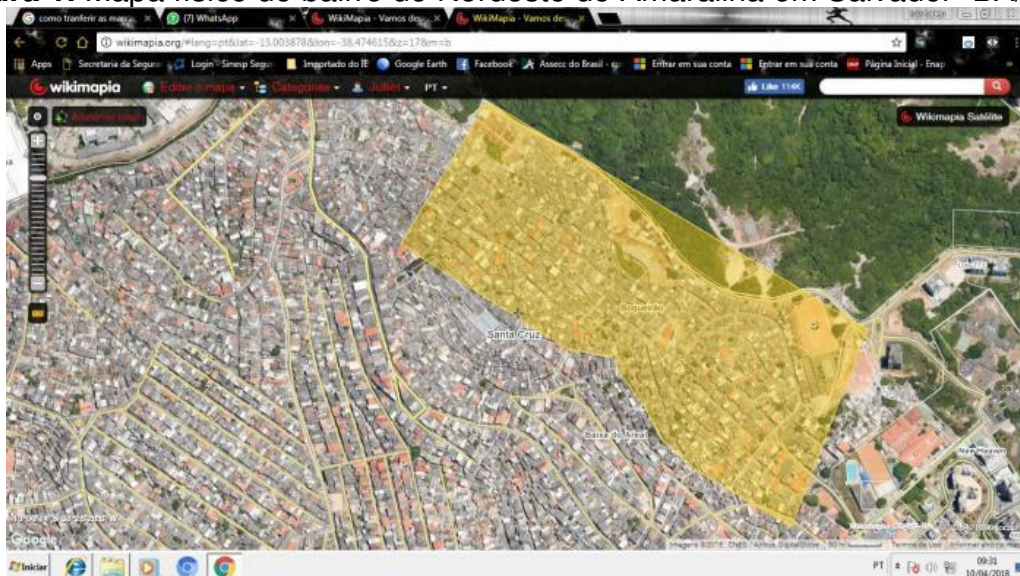
O Nordeste de Amaralina é um bairro localizado na parte sul de Salvador que junto aos bairros da Chapada do Rio Vermelho, Santa Cruz e Vale das Pedrinhas, formam o Complexo do Nordeste de Amaralina ou Aglomerado do Nordeste de Amaralina. De acordo com o Projeto de Lei nº 363/17, que dispõe sobre a delimitação e denominação dos bairros da capital baiana, o Aglomerado ou Complexo do Nordeste de Amaralina pertence à Região Administrativa VII (RA-VII), que engloba os bairros da região do Rio Vermelho.

É importante esclarecer que na presente investigação, a denominação “complexo”, termo popularmente utilizado para designar agregados de bairros populares, surgido durante as operações policiais em bairros populares do Rio de Janeiro, é não foi utilizado para nos referir ao local de pesquisa, uma vez que concorda-se com Dias (2018, p. 118), que trata-se de uma denominação “completamente vazia de sentido para contemplar os elementos que caracterizam estas formações de bairros, uma vez que não consegue colocar nada além dos itens segurança e violência”.

Também não foi utilizado o conceito Aglomerado do Nordeste de Amaralina, que apesar de remeter ao princípio da união na diferença, seja nas diferenças internas

dos bairros ou nas diferenças entre eles, e ser o conceito que melhor se adequa à realidade diária de interação existente em determinados bairros populares (Dias, 2017), o estudo está delimitado ao bairro do Nordeste de Amaralina conforme mostra a figura 1.

Figura 1. Mapa físico do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador- BA/2024



Fonte: Google Maps (2024).

O surgimento do Nordeste de Amaralina deu-se no início do século XX, quando o Rio Vermelho começa a ser cobiçado pela burguesia e os pescadores juntamente com os seus familiares, são obrigados a construírem suas casas nos arredores, ou seja, em Amaralina, instalando-se no alto da colina do Nordeste de Amaralina, defronte à praia de mesmo nome. Na época, as terras, grandes áreas de exploração agrícola, pertenciam à família Amaral, que aos poucos foram revendidas em lotes a baixo preço, ou invadidas ilegalmente. (Santos, 2019)

De acordo com Clara Souza Ferreira Rocha e Mayara Mychella Sena Araújo do Observatório de Bairros de Salvador (ObservaSSA), o Nordeste de Amaralina foi resultado de três formas de loteamento: os loteamentos legais, através da divisão das fazendas, em lotes menores pelos proprietários; os loteamentos ilegais, que são aqueles que não levam em consideração as exigências da lei municipal, estadual e federal de uso e parcelamento do solo; e, das invasões em terrenos próximos a essas áreas. É por esse último processo, que são ocupados 22% da superfície total atual do bairro.

Segundo Brebion; Lallias (2005 apud Rocha; Araújo, 2020), a população do

Nordeste de Amaralina se originou a partir da migração da população do bairro do Rio Vermelho, que inicialmente era formada por famílias de pescadores. Esse deslocamento se deu diante da pressão exercida pelo poder econômico dos novos interessados nas terras do Rio Vermelho, que passou a ser ocupado pelos integrantes da elite local, com residências de veraneio. Esse movimento provocou o deslocamento das residências dos pescadores para os arredores, as terras situadas na região nordeste do bairro de Amaralina.

Sobre a origem da ocupação do bairro, um estudo desenvolvido pela Escola de Arquitetura da Universidade Federal da Bahia, em 1974, indica que cerca de 30% da população das áreas do Nordeste de Amaralina e do seu entorno, era oriunda do Recôncavo Baiano, onde a parte leste do Nordeste de Amaralina, foi ocupada de forma mais intensa, quando da inauguração da Avenida Amaralina, em 1949, que ligava Amaralina à Pituba, facilitando seu acesso. (Rocha; Araújo, 2020)

Ainda sobre a ocupação do Nordeste de Amaralina e dos outros bairros que o circundam como Vale das Pedrinhas, Santa Cruz e Chapada do Rio Vermelho, Dias (2017), lembra que até 1944, toda a área era ocupada por apenas 1.320 habitantes, mostrando que apesar de ser uma das áreas mais densas de Salvador e mais próximas do Centro Antigo, seu processo de ocupação é recente.

Nessa época, de acordo com Souza (2008 *apud* Rocha; Araújo, 2020), faltava no bairro os serviços básicos, como esgoto, coleta de lixo, luz elétrica, transporte, e por isso a população começa a se organizar desde cedo para reivindicar seus direitos. Assim, em 1957, nasce a Sociedade de Defesa dos Moradores do Nordeste de Amaralina e Adjacências, com caráter reivindicatório, e que é fechada no período da ditadura militar, sendo posteriormente transformada na primeira escola comunitária do Nordeste de Amaralina, a Creche Coração da Mãe.

Dados do Censo/2010 do IBGE revelam que naquele ano, o bairro Nordeste de Amaralina contava com uma população total de 21.887 habitantes, a maior parte se autodeclarou parda (49,13%) e preta (39,35%), do sexo feminino (54,02%) e se encontrava na faixa etária de 20 a 49 anos (52,25%). No que diz respeito aos domicílios, 6,33% dos responsáveis não eram alfabetizados e apesar de 36,6% estar na faixa de 0 a 1 salário mínimo, a renda média dos responsáveis por domicílio no bairro era de R\$1.530,00. Já com relação a infraestrutura ofertada, 98,19% dos domicílios contavam com coleta de lixo, 99,55% com abastecimento de água e 98,38% com esgotamento sanitário (ObservaSSA, 2020).

A vinda da freira italiana Anna Sironi para o Nordeste de Amaralina na década de 1960, é o marco da organização religiosa do bairro. Em 1966 inicia-se a construção da Igreja de São José de Amaralina e em 1975 a Paróquia de Santo André, uma associação de moradores e uma escola comunitária. Além disso, o Nordeste de Amaralina, juntamente com o bairro de Santa Cruz, Vale das Pedrinhas e a Chapada do Rio Vermelho, passam a ser acompanhado por um casal de referência, responsável pelo acolhimento das famílias recém-chegadas, mobilização para comemorações coletivas, bem como registro do número de moradores.

Embora o bairro tenha escolas do Ensino Fundamental e Médio, Posto de Saúde, Delegacia de Polícia, uma Unidade Pacificadora da Polícia Militar, ser servido por linhas de ônibus, além de um intenso comércio com bares, armazéns, casas lotéricas, pequenos negociantes e diversos serviços, não existem no Nordeste de Amaralina agências bancárias, supermercados de grande porte, área de lazer, bibliotecas públicas e outros equipamentos urbanos considerados essenciais ao atual estágio do desenvolvimento humano (Rocha; Araujo, 2020).

Quanto ao serviço de transporte, o bairro conta com quatro (4) linhas de ônibus que operam das 5h da manhã até às 24h, assim distribuídas: Nordeste X Lapa via Cardeal da Silva e via Garibaldi; Nordeste X Ribeira e Nordeste X Pau da Lima. As linhas são chamadas de circulares, ou seja, não há mais um ponto final para a parada. Como o próprio nome sugere, os ônibus circulam pelas ruas do bairro. O encerramento da viagem não ocorre mais no Nordeste de Amaralina. Onde era o final de linha, é o largo onde acontece a feira dominical, que existe há mais de 50 anos, utilizada também como área de encontros e lazer.

No que diz respeito à produção cultural e artística do Nordeste de Amaralina, Saulo Moura, idealizador do NORDESTEuSOU (NES), afirma que o potencial cultural é um dos destaques do bairro. O NES, espécie de revista eletrônica, é um espaço aberto para artistas, personalidades, grupos sociais e religiosos e qualquer outra entidade situada/proveniente da comunidade, divulgar suas agendas e ações de esporte, lazer e entretenimento dentro da comunidade bem como notícias externas que direta ou indiretamente possam beneficiar a população da mesma.

Ainda conforme Saulo Moura, o NES utiliza-se das redes sociais para fortalecer a comunicação e o entretenimento com a comunidade sendo também o espaço reservado para reclamações e desfazer o mito de que o Nordeste de Amaralina é um bairro dominado pelo crime. O bairro conta com uma vasta produção artística e

cultural, que apesar de conhecida é pouco valorizada pela população soteropolitana por conta do estigma de bairro violento.

Historicamente o Nordeste de Amaralina é marcado pela arte e cultura. Há artistas em todas as formas de expressão artística. Há artesãos que utilizam variados materiais para compor as suas obras, artistas das artes visuais, músicos e muitos outros. A maioria tem como principal influência a matriz da cultura afro-brasileira e do recôncavo baiano, já que destaca expressões como o samba, a capoeira, a dança afro, o hip hop, celebração de Terno de Reis, festa de São Jorge, além de uma forte ligação com os Terreiros de Candomblé.

Até 2020, de acordo com observaSSA o Nordeste de Amaralina contava com uma Unidade Básica de Saúde (UBS) que é o Centro de Saúde Sabino Silva (CSSS) e com três escolas municipais, o Centro Municipal de Educação Infantil Dalia de Menezes e as escolas municipais Maria Amalia Paiva e Professora Anita Barbuda. O bairro possui ainda uma escola de âmbito estadual, o Centro Estadual de Educação Profissional em Saúde e Tecnologia da Informação Carlos Correa de Menezes Santana.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Compreender como os afroempreendedores do Nordeste de Amaralina concebem o afroempreendedorismo, este importante movimento cultural, social e econômico constituiu-se numa atividade bastante desafiadora, uma vez que o entendimento acerca da temática foi sendo construído, associando a pesquisa bibliográfica aos achados da pesquisa de campo, que incluem além dos relatos dos empreendedores entrevistados, a minha própria história e trajetória de vida. Participo dos processos de investigação não somente como pesquisador, na parte escrita e reflexiva, mas também como fonte de referência, já que sou um homem negro, empreendedor do ramo ótico e morador do referido bairro.

As narrativas apresentadas acerca das motivações que os levaram a empreender, as experiências como afroempreendedores, as dificuldades enfrentadas no mundo dos negócios, as perspectivas e projeções futuras dos seus empreendimentos, além da ida à feira que acontece todos os domingos no fim de linha do bairro há mais de 50 anos, tornaram possíveis a dissipação de algumas dúvidas.

As compras nos camelôs, as conversas informais com os empreendedores, as leituras nos *sites*, a participação em eventos da temática como a visita ao IV Encontro Nacional de Mulheres Negras Empreendedoras, que aconteceu no bairro do Curuzú, na sede do Ilê Aiyê e muitas outras, foram ações fundamentais para a ampliação dos saberes e para o aprimoramento das ideias, que serviram de apoio para o entendimento de como é que as pessoas negras empreendem, e quais as suas percepções sobre a própria ação empreendedora. Para tanto foram elaboradas três categorias.

A primeira dela foi o *Perfil dos Afroempreendedores*. Como já exposto anteriormente, participaram da pesquisa apenas oito indivíduos. É importante salientar que houve por parte do pesquisador, a compreensão que trata-se de uma amostra pequena para um tema tão complexo e relevante para a economia local, já que o comércio na área é forte e lucrativo, importante para a firmação e empoderamento econômico da comunidade. A segunda categoria, foi o *Perfil de negócios* e a última, *Motivação, desafios, projeções e perspectivas*.

Para melhor compreensão dos dados coletados, para apresentar a primeira e a segunda categorias, foram elaborados dois quadros. O quadro 1 traz informações referentes ao nível de escolaridade, gênero e idade. Já o quadro 2, apresenta dados

referentes ao perfil dos negócios desenvolvidos pelos afroempreendedores e breve descrição do público alvo, bem como a relação com o *Black Money*, ou seja, como compreendem a economia preta, o enquadramento jurídico e o ano de criação da empresa.

4.1 Perfil dos Empreendedores Negros do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador/BA-2024

De acordo com os dados coletados, o perfil dos entrevistados é bastante diversificado. São quatro indivíduos do gênero masculino e quatro do gênero feminino. No que diz respeito à formação apenas uma entrevistada ainda não concluiu o Ensino Fundamental, dois entrevistados possuem o Ensino Médio completo, dois cursam o Ensino Superior e uma é pós-graduada em Administração. As idades variam de 17 a 48 anos.

Os indivíduos entrevistados são todos residentes no Nordeste de Amaralina e justificam as suas ações afroempreendedoras porque já foram vítimas além do racismo, também do preconceito social por morarem no referido bairro. Para manter preservada a identidade dos entrevistados, a opção foi atribuí-los um nome relacionado ao empreendimento como por exemplo, o nome do estabelecimento.

Fazem parte da amostra duas trançistas, um barbeiro especializado em cortes de cabelos crespos, uma loja de roupas e acessórios com a temática afro. Há ainda um vendedor de folhas e produtos ligados às religiões de matriz africana, um fotógrafo com experiência na cobertura de eventos da comunidade afrodescendente, uma afroempreendedora social e outra do ramo de comidas e bebidas.

Quadro 1 – Perfil dos Empreendedores Negros do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador -BA/2024

Autoafirmação (Afroempreendedores)	Idade	Gênero	Nível de Escolaridade
Afro Hair	30 anos	Feminino	Ensino Médio
Banhos que Curam	34 anos	Masculino	Ensino Médio
Afro Afeto	42 anos	Masculino	Ensino Superior
Barber Black	48 anos	Masculino	Ensino Superior em conclusão
Sabores da África	36 anos	Feminino	Pós-graduação

Academia Punho Black	48 anos	Feminino	Ensino Superior
Bella Tranças	17 anos	Feminino	Ensino Fundamental em conclusão
Coisa de Preto	46 anos	Masculino	Ensino Superior em conclusão

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Como é possível observar o quadro apresenta dados bastante diversificados. A sua análise revela conformidade apenas no que diz respeito ao perfil dos entrevistados no quesito autoafirmação. Todos os entrevistados se consideram afroempreendedores, ou seja, aqueles que empreendem a partir da perspectiva de raça e demonstram isso através do propósito dos seus negócios, dos ramos e dos nomes relacionados a costumes e simbologias africanas como por exemplo, Banhos que Curam.

No tocante ao afroempreendedorismo, os sujeitos participantes dizem atuar com bases nos ideais antirracistas e antidiscriminatórios, demonstrando que têm consciência étnico-racial e principalmente social agindo em conformidade com o que apontam estudiosos como Almeida (2018); Jesus (2023) e Santos (2021). Os entrevistados consideram o afroempreendedorismo uma forma de resistência, uma luta diária que os ajuda a combater o racismo e todas as formas de preconceito, mesmo com a falta de investimento e de uma rede de apoio.

Clientes já desistiram de fechar compras, fazer o cabelo, unhas etc., e já se comprometeram até pagar mais caro por um serviço ser feito no seu domicílio, para não ter que vir até o endereço, relatou um dos entrevistados. *“Olham as fotos dos produtos, dos trabalhos, nos segue nas redes sociais, mas quando entram em contato, quando sabe que o espaço físico é no Nordeste, simples desistem”* (Bella Tranças). *“Até distribuidoras desistem de vender para não ter que vir aqui fazer entregas”* (Afro Hair, 2024).

Quatro dos entrevistados alegam que já tiveram empréstimos negados por instituições bancárias, mesmo não estando com restrições no nome. Acreditam que o racismo e o fato de morarem no Nordeste de Amaralina, seja a principal causa. Ainda conforme os mesmos, os episódios de racismo estrutural e constrangimento por conta da cor da pele e preconceito social relacionado à moradia, se repetem a todo o instante. Seja na busca por um emprego, ou mesmo pelo simples ato de adentrar num *shopping*. As desculpas são as mais variadas possíveis.

Pedem comprovação de renda, fiadores etc., como bem relata o entrevistado abaixo: *“fiz toda a negociação por telefone, quando cheguei com os documentos para assinar o contrato, a atendente disse que imaginava outra pessoa. Na hora da comprovação do endereço, o clima ficou mais tenso ainda, mas a contratação foi efetuada”* (Coisa de Preto, 2024).

Observa-se sintonia entre a fala dos entrevistados e o apontado por Zanella e Magalhães (2023, p. 34): “o racismo institucionalizado na sociedade brasileira opera como fator importante, ora inviabilizando as tentativas desses empresários, ora lhes impondo dificuldades adicionais” (...). Ou seja, ser afroempreendedor em Salvador, num bairro rotulado como o Nordeste de Amaralina, exige uma carga maior de força e resistência.

4.1.1 Afroempreendimentos do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador-BA/2024

Os produtos e serviços comercializados pelos entrevistados são variados e muito colaboram para a formação positiva e aumento da autoestima dos negros da comunidade, fomentando o autozelo e aproximando-os de suas raízes africanas e fortalecendo a construção da autoidentidade de forma a perceber a importância da valorização da ancestralidade, conforme apontado por Dias (2018), para que desta forma *“se vejam como pessoas bonitas, que têm cabelos bonitos, que podem vestir qualquer tipo de roupa”*. (Afro Afeto, 2024)

Conforme apurado, o tempo de funcionamento das lojas e estabelecimentos varia de seis meses há mais de 32 anos. São afroempreendimentos que fortalecem a economia do bairro e preservam a tradição dos ancestrais. São comércios herdados ou criados a partir de uma situação de preconceito ou racismo em outros lugares. Ou então, pelo fato dos seus donos não se sentirem representados na sua própria comunidade. Quatro dos entrevistados não se enquadram a nenhum perfil jurídico, comprovando que a maioria dos afroempreendedores vive na informalidade.

Embora se declarem afroempreendedores no sentido literal da palavra conforme lecionam Jesus (2023) e Simão (2017), no que diz respeito ao público alvo, conforme exposto no quadro 2, houve consenso entre os entrevistados que não há segmentação com seus públicos. De acordo com os mesmos, todas as pessoas, independentemente de cor, raça, religião, nível social ou cultural, bem como ideologias

político-partidárias, podem consumir ou se beneficiar dos seus produtos.

Quadro 2 – Afroempreendimentos do bairro do Nordeste de Amaralina em Salvador-BA/2024

EMPREENDEDOR	TIPO DE NEGÓCIO	PÚBLICO ALVO/ RELAÇÃO BLACK MONEY	ENQUADRAMENTO JURÍDICO	ANO DE CRIAÇÃO
Afro Hair	Beleza Afro. Aplicação de <i>mega-hair</i> , alongamento de cabelos, tranças e penteados afros.	Todos os clientes e consumidores são muito bem-vindos, independentemente de raça, etnia ou religião. Assim como a sua clientela, a rede de fornecedores e a de apoio são diversificadas, embora prefira produtos afros.	MEI	2018
Banhos que Curam	Vendas de folhas e produtos utilizados pelas religiões de matrizes africanas como incenso, imagens, velas, quartinhas, charutos etc.	Público em geral, preferencialmente adeptos de religiões de matrizes africanas. Só compra os produtos que comercializa nas mãos de pessoas negras e de preferência do “Axé”.	MEI	1992
Afro Afeto	Moda e acessórios afros, como colares e brincos, camisetas com estampas de imagens de Orixás e outros símbolos africanos.	A maior parte dos clientes são pessoas ligadas ao MNU adeptos do Candomblé, Umbanda e outras religiões de matrizes africanas. Adepto do <i>Black Money</i> .	Nenhum	2021
Barber Black	Barbearia especializada em cortes de cabelos crespos.	Atende a todos, mas principalmente, jovens negros com cortes estilizados. Negocia com todos, contudo, a preferência é sempre pelo fornecedor afroempreendedor.	MEI	1997
Sabores da África	Comida, bebidas e eventos. Restaurante especializado em comida baiana (caruru, vatapá) e outras de origem africana como a feijoada.	Não faz distinção entre clientes e nem de fornecedores. Ainda mais que o seu principal produto é cerveja e não tem cervejaria de afroempreendedor.	MEI	2024
Academia Punho Black	Afroempreendimento Social. Oferece gratuitamente aula de boxe e defesa pessoal para mulheres negras, preferencialmente moradores do Nordeste de Amaralina.	Mulheres negras do Nordeste Amaralina. Negocia com qualquer fornecedor.	Nenhum	2012
Bella Tranças	Beleza Negra. Aplicação	Atende a qualquer pessoa. Só	Nenhum	2023

	de mega-hair, alongamento de cabelos, tranças, penteados afros	compra material de trabalho como fibras, miçangas, palhas da costa etc., de afroempreendedores. Já tem a sua rede de apoio.		
Coisa de Preto	Afroempreendimento Cultural. Fotografia em eventos voltados para a cultura negra como concursos de beleza, passeatas, manifestações, feiras etc.	Modelos afros. Eventos ligados à cultura negra. No que diz respeito ao <i>Black Money</i> a preferência é por clientes negros, até porque cobra valores mais baixos do que o praticado pelo mercado.	Nenhum	

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

No que se refere ao *Black Money*, ou seja, a forma como lidam com o dinheiro, e como gerem a economia dos respectivos afroempreendimentos, a maioria diz que infelizmente ainda não possui uma rede de apoio e nem fornecedores exclusivos. Conforme salienta Afro Hair, assim como os seus clientes e consumidores, a sua rede de fornecedores e de apoio são diversificadas, embora a preferência seja por produtos afros, específicos para cabelos crespos. Esta é a mesma concepção do Barber Black, que diz atender e negociar com todos, porém a preferência é sempre pelo fornecedor afroempreendedor.

Já Plantas que Curam, apesar de dizer que atende a qualquer pessoa, só compra os produtos que comercializa nas mãos de pessoas negras e de preferência que seja adepta do Candomblé ou Umbanda. O afroempreendedor do Afro Afeto, afirma que o fato de ser integrante do Movimento Negro Unificado (MNU), sabe a importância do movimento *Black Money*, assim sendo, na hora de comprar produtos e materiais para fabricar as suas roupas e acessórios, diz que a preferência é fortalecer o movimento sempre.

Sabores da África afirma não fazer distinção entre clientes e nem entre fornecedores, ainda mais que o seu principal produto de comercialização é a cerveja e não tem cervejaria de afroempreendedor. Diferentemente de Bella Tranças que diz atender qualquer pessoa, mas só compra material de trabalho como fibras, miçangas, palhas da costa etc., de afroempreendedores e para isso já tem a sua rede de apoio e fornecedores como forma de fortalecer os “manos” (Dias, 2018)

Em relação ao *Black Money*, Coisa de Preto diz que por conta da especificidade do seu negócio que é a cobertura de eventos ligados à cultura negra, entende perfeitamente a importância de que o dinheiro gerado, circule entre a comunidade

negra. Por isso, a preferência é por clientes negros, até porque cobra valores mais baixos do que o praticado pelo mercado, para que todos possam adquirir os seus produtos.

Infere-se do exposto pelos entrevistados, que embora compreendam a filosofia do movimento *Black Money*: “se não me vejo, não compro” e “vou adquirir de empreendedores negros para circular o dinheiro entre os afrodescendentes” (Dias, 2018) e o concebam como uma ideologia de resistência (Santos, 2019), para que, coletivamente, formem um corpo estratégico de luta contra o preconceito racial, ações discriminatórias e problemas sociais, o *Black Money* ainda é uma prática distante.

4.1.2 Motivação, Desafios, Projeções e Perspectivas

No que diz respeito à motivação que os levaram a empreender, os desafios, as projeções e perspectivas futuras, os dados coletados permitiram uma melhor interpretação dos fatos narrados. A análise qualitativa das narrativas possibilitou ir além da transmissão de informações. Nas audições, nas escutas durante os bate-papos informais e na leitura dos questionários enviados via *WhatsApp*, foi possível capturar a partir das respostas, as emoções, as tensões e os anseios dos entrevistados.

A afroempreendedora Afro Hair por exemplo, salão especializado em tranças e alongamentos de cabelos, diz que viu na criação da sua empresa inicialmente, a oportunidade de ter o seu próprio negócio. “*Construir a minha independência financeira e assim melhorar a qualidade de vida de minha família. Depois, ajudar a elevar a autoestima das mulheres negras que não possuem cabelos longos e que não se sentem bem com os cabelos curtos e crespos*”. Afro Hair revelou ainda, que antes de começar o processo de alongamento, exalta a beleza de todo tipo de cabelo bem como a textura, mas que o seu papel é fazer o que a cliente deseja.

Durante a entrevista ficou evidente o quanto se autoafirma e reafirma a sua identidade de mulher negra. Em relação aos desafios enfrentados, salienta que assim como ela, a maioria dos afroempreendedores do Nordeste de Amaralina com quem se relaciona e troca experiências, enfrenta inúmeras dificuldades por conta do racismo estrutural e preconceitos social que os afetam de forma perversa. Cita a burocracia para a concessão de créditos, como um dos principais desafios a ser superado. Além disso, refere-se à falta de recursos visando a constante atualização acerca de novas

técnicas e materiais de trabalho.

Observa-se a partir do que fora apontado pela entrevistada que a mesma concorda com o que fora apontado por Zanella e Magalhães (2023, p. 33) quando afirmam que, considerando a valorização da atividade empreendedora na organização social contemporânea, que “a conquista do povo negro poderia ser equacionada com a criação de pequenos negócios que fossem conduzidos e apoiados pela comunidade negra e toda sociedade em geral”. Ressalta que ser empreendedor no Brasil não é fácil e que ser afroempreendedor é pior ainda.

Com relação às projeções futuras, diz que o seu sonho é: “*me qualificar na área, ter uma vasta clientela, atingir recursos para abrir uma filial em outro local, podendo ser até em outra cidade ou estado*”. Como sugestão, refere-se à adoção de políticas públicas que contemplem todos os afroempreendedores e não só aqueles de marcas ou produtos conhecidos, além de capacitação financeira para ajudar os que apresentam dificuldades com a falta de experiência e conhecimento de ferramentas para ajudar na prosperidade do negócio (Sellis, 2023).

O afroempreendedor Banhos que Curam, tem uma barraca que vende folhas e produtos utilizados nos cultos de religiões de matriz africana. Quanto aos motivos para empreender, conta que a motivação maior foi dar continuidade ao trabalho iniciado pelo pai há mais de 30 anos. “*Meu pai (falecido) era adepto do Candomblé e vendia só hortaliças e temperos. Ele observou que havia muitas pessoas no bairro que também eram da mesma religião e que assim como ele, sabiam da importância de folhas e ervas como alternativa para se curarem de doenças e fortalecerem a espiritualidade. Daí a ampliação da variedade dos produtos oferecidos*”.

Entende-se que a motivação de Banhos que Curam é validada por Almeida (2018), quando afirma que, algumas formas de enfrentar o sistema e combater o racismo estrutural, os afroempreendedores usam como estratégias para impulsionar seus negócios, o pertencimento étnico, apostando assim em produtos voltados para a identidade negra. Quanto aos desafios elencados, para manter ativo o seu negócio, alega dentre outros motivos além da dificuldade na obtenção de créditos por meio das instituições bancárias, “*o racismo estrutural, o preconceito contra as religiões de matriz africana, e também certo desconhecimento da população acerca do poder curativo das plantas. Algumas pessoas pensam que folhas são só para fazer ebó, macumba*”.

Com relação às projeções futuras, diz que pretende promover melhorias e ampliação da estrutura física e investir no *marketing* para alcançar mais clientes, além

disso, implementar um serviço de pronta entrega e buscar ajuda do Sebrae no que se refere ao planejamento de um plano de negócios (Sellis, 2023). No que se refere à pronta entrega, diz que vê nesse serviço, uma oportunidade (Rocha, 2014) de incrementar o seu afroempreendimento uma vez que algumas pessoas têm vergonha de entrar em loja que vendem produtos de “macumba”, assim sendo, não correriam esse “risco”.

O afroempreendedor Afro Afeto é militante do Movimento Negro Unificado (MNU) e confecciona camisetas com imagens que remetem à afrodescendência. Quando questionado acerca do motivo que o levou a empreender a partir da temática africana de forma incisiva responde: *“vi na divulgação da cultura africana uma oportunidade de ganho financeiro e disseminação da cultura africana e a partir da representatividade, confeccionar e comercializar algo que transmitisse a nossa identidade através de materiais afro-baianos se desprendendo da conotação do que se diz sobre o afro, sem esquecer do legado e de toda a construção sócio-identitária que aqui reside”*. Observa-se na fala de Afro Afeto, total concordância com Almeida (2018); Jesus (2023); Sellis (2023); Silva (2017); Simão (2017) e outros.

No que se refere à questão do pertencimento étnico, mais uma vez concorda-se com Almeida (2018), quando afirma que é algo de suma importância quando se trata de afroempreendedorismo. O nome da loja já reforça a identidade do seu proprietário que acaba incitando de maneira subliminar, as pessoas que se identificam com a temática a procurarem a loja para adquirirem os seus produtos. No que se refere aos desafios para implementar o seu afroempreendimento e manter-se atuante, pontua:

São muitos os desafios. O principal deles foi desenvolver artigos de vestuário e acessórios que unissem a beleza, o conforto, a inovação ao simbolismo das religiões de matriz africana, além de tentar reduzir os preconceitos sofridos por tudo que represente o negro e a África pela maioria da população. Atualmente o grande desafio é dissociar os gastos pessoais dos custos empresariais” (Afro Afeto, 2024).

Compreende-se do exposto acima, a necessidade de um plano de negócios conforme sugere Silva (2019). Um plano que o ajude a gerenciar o seu negócio para que os objetivos propostos sejam alcançados. Ou seja, além de fortalecer a cultura negra, que o empodere economicamente falando.

Quanto às projeções e perspectivas para o futuro, diz que deseja *“formar parcerias que possibilitem a ampliação do negócio, além de adequar os modos de*

produção às políticas sustentáveis, com objetivo de tornar a marca uma referência no ramo da moda preta de forma representativa e, sobretudo, sustentável". Além disso, pretende se valer das políticas públicas existentes, para a concessão de crédito e assim melhorar a estrutura física e estética da loja e oficina (Oliveira Junior; Passeti, 2020).

O entrevistado Barber Black, confessa que quando iniciou o negócio não tinha ideia do alcance do seu projeto. Na verdade, como diz, ele não foi motivado e sim "empurrado": *"meu pai pediu para um amigo barbeiro me ensinar a cortar cabelo, e após aprender o ofício eu percebi que poderia ter o meu próprio dinheiro e ajudar no sustento da nossa família."* No que se refere às dificuldades iniciais, revela a falta de confiança da clientela devido à falta de experiência e idade. Na época tinha apenas 17 anos.

Na atualidade, o maior desafio trazido pelo entrevistado é a grande concorrência no bairro e a dificuldade na aquisição de crédito para fazer as melhorias necessárias. No tocante às projeções futuras para curto e longo prazo, pontua que pretende investir em qualificação por meio de cursos para acompanhar as tendências no que se refere aos cuidados com cabelos crespos, tais como cortes, tinturas, *designer* etc., que valorizem a estética e a beleza do negro.

Infere-se da fala de Barber Black assim como Sellis (2023, p. 14), que ao criar negócios voltados para a valorização da identidade negra, "os afroempreendedores estão desafiando estereótipos e contribuindo para a valorização da cultura afro. Essa atuação vai além dos aspectos comerciais e busca promover a visibilidade e o reconhecimento da comunidade negra".

Além de ampliar a estrutura física da barbearia, melhorando a qualidade dos serviços ofertados Barber Black diz que tem a vontade de ampliar o seu negócio. Entende as melhorias como a oportunidade de tornar a sua barbearia a melhor do bairro e assim atrair mais clientes (Rocha, 2014). *"Tenho como uma das principais metas, compor um quadro de funcionários qualificados, incluindo a contratação de mais dois ou três barbeiros, manicures, designers de sobrancelhas, trancistas e futuramente, promover oficinas e ensinar a profissão para crianças carentes do bairro como forma de mudar a realidade."*

A entrevista com a afroempreendedora Sabores da África rendeu diversos saberes. Neta de um dos maiores ícones da culinária baiana, diz que a grande motivação para iniciar e continuar com o seu afroempreendimento, foi continuar o

legado da sua avó. *“Eu sou neta de Dinha do Acarajé, mulher preta, que mesmo sem instrução acadêmica, se tornou uma das maiores fomentadoras da cultura negra e uma das principais afroempreendedoras deste estado. Através do acarajé, seu principal produto de comercialização, levou o nome da Bahia para fora do estado, do país, sendo homenageada em um dos carnavais de Salvador”.*

Quantos os desafios a serem superados em relação ao seu afroempreendimento, Sabores da África percebe que ter a referência da avó não lhe garante o sucesso. Acredita que o fato de ser praticante do Candomblé, seja o maior deles. Por isso, mesmo não fazendo acepção de clientes, prefere atender a adeptos da sua religião. *“As pessoas de outras religiões, acham que todas as comidas, que todos os pratos, que tudo que fazemos, são oferecidos a ídolos, que se elas comerem, poderão ser castigadas. Há pessoas que por conta da religião, não sobem nem no nosso passeio”*, concluiu.

Segundo Oliveira Junior e Pesseti (2020), os empreendedores negros, ao focarem no seu próprio público, além de alcançarem o sucesso, superando barreiras como racismo, falta de capital e pouca experiência, ajudam na conscientização da importância da identidade negra, empoderando tanto os empreendedores quanto os consumidores. Outra dificuldade apontada foi aliar teoria e prática. Como pós-graduada em Administração, diz que nem sempre consegue conciliar as teorias aprendidas na universidade com o cotidiano do seu restaurante.

Além do citado acima, a entrevistada busca conquistar os clientes com os novos produtos oferecidos no cardápio, pois, além do acarajé, outros petiscos também são oferecidos. Por fim, refere-se em conquistar a aceitação das pessoas que a comparam com a avó e combater a falta de informação acerca da religião. No que se refere às projeções futuras diz que estão em seus planos: *“a ampliação da infraestrutura do meu restaurante para que possa prestar um melhor serviço e atender a um maior número de pessoas, já que o ambiente só comporta 40 clientes. Também almejo implantar o serviço de delivery, que se tornou uma tendência no mercado e assim triplicar o faturamento”.*

A afroempreendedora da Academia Punho Black desenvolve um tipo de afroempreendimento classificado como afroempreendedorismo social, onde busca por meio do esporte, empoderar as mulheres da sua comunidade, em sua grande maioria jovens negras e em situação de vulnerabilidade, para vencerem as barreiras do racismo e preconceito através do esporte. A afroempreendedora da Academia Punho

Black utiliza os conhecimentos que têm acerca do boxe para promover a disseminação da prática de esportes visando à saúde e bem-estar, e além disso, oferecer aulas de defesa pessoal para meninas residentes no bairro e adjacências.

No que se refere à motivação para empreender, diz que quando adolescente costumava envolver-se em brigas de rua que se intensificavam durante o Carnaval. Um amigo e morador do bairro que treinava boxe, viu nela grande potencial para o esporte e resolveu convidá-la para treinar em sua academia. *“Fui convidada por um amigo a fazer aulas de boxe por brigar muito nas ruas, até com garotos na minha infância. Gostei da ideia, comecei a treinar e depois passei a competir, me tornei campeã baiana e brasileira na modalidade”*.

Quanto aos desafios, o maior deles foi a quebra do tabu que boxe é um esporte masculino e que toda mulher que o pratica fica masculinizada ou que é homossexual. Segundo a entrevistada, a maioria das pessoas tinha uma visão estereotipada e preconceituosa do esporte. *“Um outro desafio que precisei enfrentar também diz respeito à questão de gênero. Na época que eu comecei a treinar, os incentivos por parte da Federação Baiana de Boxe (FBB), eram destinados a lutadores do sexo masculino. Para os treinamentos e dar continuidade à carreira, tive que construir uma academia na laje de minha casa com a ajuda de amigos e parentes.”*

Ainda de acordo com a afroempreendedora, após a sua aposentadoria, percebeu que poderia dividir com as mulheres do seu bairro, principalmente as pretas, um pouco do conhecimento adquirido no ringue. Assim, com o objetivo de melhorar a autoestima e possibilitar que elas se defendam da violência doméstica e de assédios na rua, começou a ensinar algumas técnicas de defesa pessoal e os fundamentos do boxe. Vale ressaltar que mulheres não negras e de outras comunidades também são atendidas. Alega que o seu objetivo além de formar atletas é contribuir para a formação de cidadãos conscientes da sua origem e da sua importância na construção social deste país.

Constam das suas projeções futuras, construir um centro de treinamento, com equipamentos de alta tecnologia e acompanhamento multidisciplinar, visando oferecer melhor infraestrutura para a formação de atletas competitivas. Almeja através do boxe, empoderar mulheres negras e promover a desconstrução das estruturas perpetuadas pelo poder da branquitude sobre a população negra e em especial meninas pretas periféricas. (Nascimento, 2018). *“Desejo servir de modelo positivo para que as mulheres atendidas pela minha academia, possam se espelhar”*. Encerra a entrevista

afirmando que: *“lugar de mulher é onde ela quiser!”*

A mais nova das nossas entrevistadas é a afroempreendedora da Bella Tranças, salão de beleza especializado em tranças e penteados afros que funciona na sua própria residência, atendendo mulheres de todas as faixas etárias, buscando por meio das tranças, enfatizar uma das principais formas de expressão artística da afrodescendência que são as tranças e os penteados afros. Que segundo ela na África antiga, era símbolo de beleza e poder.

A motivação de Bella Tranças para empreender reforça o apontado por Sellis (2023, p. 14), que diz que: *“ao criar negócios voltados para a valorização da identidade negra, os afroempreendedores estão desafiando estereótipos e contribuindo para a valorização da cultura afro, mantendo-se fiel às suas origens e crenças culturais”*. Sobre os desafios, alega que inicialmente foi conquistar a confiança dos clientes: *“devido à minha idade e por ser nova no ramo, às vezes não era a escolhida para trançar. As clientes achavam que eu não tinha capacidade de atender às suas expectativas”*.

Uma outra dificuldade encontrada de acordo com Bella Tranças, foi quebrar paradigmas que tranças são só para pessoas negras. *“Eu atendo qualquer pessoa, independente de cor ou raça”*. Quanto às projeções para o futuro estão: *“possuir meu próprio salão pois trabalho visitando os clientes ou então na sala de casa, me tornar uma referência no ramo como a Negra Jô e a Ana Teles. Além disso, pretendo ter a minha própria marca de cosméticos e maquiagem para pele negra e cabelos crespos, visando fortalecer a beleza negra e os laços ancestrais”*. (Santos, 2019)

O último dos entrevistados é o Coisa de Preto, empresa especializada em cobertura de eventos afrodescendentes (desfiles, concursos, casamentos, programas em geral). Quando questionado sobre a motivação para empreender responde que *“no começo a fotografia era apenas um hobby. Com o passar do tempo, tive a percepção que a atividade poderia ser uma forma de promoção e valorização da beleza e cultura negra, fazendo com que os traços e as manifestações culturais e religiosas, fossem a marca registrada do meu trabalho.”*

Coisa de Preto ressalta que o nicho escolhido que é a cobertura de eventos voltados para a população negra, na época em que começou, o número de profissionais voltado para a temática era escasso. Viu na escassez, uma oportunidade de aumentar a sua renda, mesmo cobrando preços mais baixos do que os praticados pelo mercado (Rocha; 2014; Souza Junior; Pesseti, 2020).

Quanto aos desafios, Coisa de Preto refere-se à invisibilidade imposta pelo setor como um grande desafio a ser vencido. *“O mercado restringe a contratação de fotógrafos negros para os seus eventos, pois não acreditam no potencial dos fotógrafos não brancos. Os outros desafios são de caráter pessoal além de não ter tempo para empreender pois possui trabalho formal, falta recursos para a aquisição de equipamentos, pois a fotografia é uma atividade dispendiosa”.*

Já no que se refere às projeções futuras, o afroempreendedor pontua que fazem parte dos seus planos, ter o seu próprio estúdio com equipamentos de alta qualidade, buscar sempre a qualificação profissional, tornar-se reconhecido no mercado e futuramente, montar uma espécie de laboratório de fotografias com o intuito preparar gratuitamente jovens negros da sua comunidade para serem profissionais da fotografia, principalmente aqueles que estão em situação de vulnerabilidade, para que possam a partir da arte de fotografar, encontrar um caminho que os levem a ascender e dessa forma mudar as suas realidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) caracterizado como um estudo de caso, teve como objeto de investigação as atividades afroempreendedoras no Nordeste de Amaralina. A sua realização buscou responder ao seguinte questionamento: como os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina concebem o afroempreendedorismo? Após a sua finalização, é possível assegurar que os empreendedores negros entrevistados têm uma percepção positiva acerca do afroempreendedorismo e o concebem como um movimento de luta e resistência contra o racismo estrutural e as desigualdades que permeiam a nossa sociedade em relação ao povo negro.

Os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina concebem o Afroempreendedorismo como um movimento que além de transmitir diversos conhecimentos e promover o fortalecimento da identidade e autoafirmação étnico-racial, pode gerar emprego e renda, sendo, portanto, indispensável para a economia do bairro, além de combater algumas das injustiças sociais que caracterizam as periferias da nossa cidade.

O objetivo geral elencado foi investigar se os empreendedores negros do Nordeste de Amaralina, concebem as suas atividades como afroempreendedoras. A pesquisa de campo assim como a pesquisa bibliográfica, possibilitaram o alcance de tal objetivo. Os afroempreendedores dos Nordeste de Amaralina concebem as suas atividades não só como meio de sobrevivência, mas como um espaço para que possam além de divulgar a cultura afro-brasileira, transformá-lo em um lugar de fala e instrumento de empoderamento em todas as suas dimensões.

Os empreendedores negros entrevistados foram unânimes em afirmar que buscam por meio das suas atividades, mostrar para os seus clientes e para a comunidade negra local, que os negros não são seres inferiores só porque têm a cor da pele preta e traços diferenciados daqueles impostos pela branquitude eurocêntrica, mas que se vejam como cidadãos de direitos, cujos ancestrais deixaram importante legado e que tiveram participação significativa na formação do povo brasileiro e no desenvolvimento econômico no país.

A intenção em refletir acerca desta temática surgiu a partir da necessidade de como homem preto, afroempreendedor e morador do Nordeste de Amaralina, ampliar os conhecimentos sobre o assunto e assim, contribuir de forma efetiva com os

afroempreendedores da comunidade, para que juntos possamos além de ascender economicamente, entender a importância das nossas atividades como ferramentas de divulgação da cultura negra e combate ao racismo.

O exame dos estudos selecionados com o apoio das experiências dos entrevistados, revelou que o empreendedorismo negro e conseqüentemente o afroempreendedorismo, surgidos na busca por melhores condições de sobrevivência dos ex-escravizados que precisaram reinventar a sua própria condição socioeconômica, mesmo com as dificuldades encontradas, como a falta de apoio, de políticas públicas mais inclusivas, preconceito racial e discriminação social para a obtenção de créditos, cresceu muito nos últimos anos e que o mercado movimenta por ano no país, cerca de R\$2 bilhões de reais, constituindo-se num mercado importante para a economia nacional.

Embora os dados coletados com a pesquisa de campo tenham revelado que ser empreendedor negro no Brasil trata-se de um movimento que exige muito esforço dos que se propõem a empreender, já que na maioria das vezes a concessão de crédito e outros procedimentos necessários para a abertura do negócio lhe são negados apenas por conta da cor da pele e do racismo estrutural, fica a lição de resistência, característica peculiar do povo negro.

Por meio da pesquisa foi possível também “contar” a verdadeira história do Nordeste de Amaralina, diferentemente daquela que é mostrada pela grande mídia, quando o bairro só é retratado por conta das questões relacionadas à segurança pública. O Nordeste de Amaralina revelado é um bairro com um comércio forte e uma produção cultural relevante, que apesar da violência, tem muito a oferecer. Sugere-se como melhorias para fomentar o afroempreendedorismo no bairro, mais atenção por parte do governo em todos os âmbitos.

Que sejam elaboradas políticas de crédito exclusivas para que os empreendedores negros possam impulsionar os seus negócios, incentivando a valorização do *Black Money* até mesmo como uma forma de reparação, já que o mercado de trabalho ainda continua sendo seletivo e excludente. Que sejam dadas aos afroempreendedores oportunidades de expandirem os seus negócios para que continuem a mostrar a herança cultural deixada pelos nossos ancestrais.

A realização do estudo possibilitou ao pesquisador melhor compreensão sobre o tema, trouxe novos esclarecimentos que serão de grande valia na luta contra o racismo e outras mazelas que sofrem os negros e negras desta cidade,

essencialmente os moradores do Nordeste de Amaralina. Por fim, entende-se que apesar de relevante a amostra não foi suficiente e que a pesquisa não esgota a matéria, corroborando para a necessidade de novos estudos para investigar outros aspectos acerca do afroempreendedorismo. Pretende-se que a pesquisa possa servir de embasamento e referência para novos trabalhos relacionados à temática.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvio. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

AMARTINE, Daniela Nunes de; QUEIROZ, Marcos Vinícius Lustosa. Discutindo o afroempreendedorismo: reflexões sobre o conceito a partir dos casos brasileiro e colombiano. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 18, n. 2, p.1-24, mar. 2022.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**. Passo Fundo, v. 1, n. 1, p. 25-38, jan. 2014. Disponível em: <https://seer.imed.edu.br/index.php/revistas/article/view/612/522>. Acesso em 23 maio. 2024.

BOEHM, Camila. Mercado de trabalho reproduz desigualdade racial, aponta Dieese. **Agência Brasil**. São Paulo, 21/11/2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-11/mercado-de-trabalho-reproduz-desigualdade-racial-aponta-dieese>. Acesso em 23 out. 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em: 19 ago. 2018.

CAPELLA, Ana Cláudia Niedhardt. Um estudo sobre o conceito de empreendedor de políticas públicas: ideias, interesses e mudanças. **Cadernos EBAPE.BR**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/37qLWD45Dq4pJN6wpfp69hC/?lang=pt>. Acesso em 29 maio. 2024.

DIAS, Clímaco César Siqueira. **Práticas socioespaciais e processos de resistência na grande cidade: relações de solidariedade nos bairros populares de Salvador**. 2018. 286p. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Instituto de Geociências, Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/25600>. Acesso em 13 nov. 2024.

DIAS, Guilherme Soares. O que é *black money*? **Guia Negro**, 2020. Disponível em: <https://guianegro.com.br/o-que-e-blackmoney/>. Acesso em:30 nov. 2024.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, v.5, n.3, 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil: 2019** \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores --Curitiba: IBQP, 2020. 200 p. : il. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em 3 jun.2024.

JESUS, Daiane Santos de. **Afroempreendedorismo: trajetórias de vida e negócios de pessoas negras no Brasil**. Tese (Doutorado). Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2023, 260 f. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/38666>. Acesso em 23 ago. 2024.

LUZ, Márcia. Estudo aponta que o afroempreendedorismo movimentou cerca de R\$ 1,73 trilhão por ano. **Jornal Correio**, Salvador, 3 ago. 2023. Agenda Bahia. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/estudio-correio/afro-empreendedorismo-ainda-e-um-desafio-no-brasil-0823>. Acesso em 23 nov. 2024.

MATOS, Suelen Karini Almeida de. Afroempreendedorismo e Movimento Black Money: economia étnica como forma de resistência. **44º Encontro Anual da ANPOCS/ SPG 18 – Economias populares, processos de regulação e desigualdades**. Disponível em: <https://www.anpocs2020.sinteseeventos.com.br/arquivo/downloadpublic?q=>. Acesso em 29 nov. 2024.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **Desigualdade racial persiste no mercado de trabalho brasileiro**. Ministério do Trabalho e Emprego. Brasília, 19 de novembro de 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/Novembro/desigualdade-racial-persiste-no-mercado-de-trabalho-brasileiro>. Acesso em 24 nov. 2024.

MONTEIRO, Valticléia Henrique Targino. **Perfil empreendedor dos profissionais de arquivo no setor público: uma análise a partir dos arquivistas e técnicos de arquivo da Universidade Federal da Paraíba**. Monografia (Graduação). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020, 48 p. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/26538/1/VHTM23032023.pdf>. Acesso em 23 ago. 2024.

MOURA, Saulo. História do Nordeste de Amaralina. **NORDESTEuSOU**. Disponível em: <https://historiadordestedeamaralina.blogspot.com/2013/07/de-fazenda-bairro-nordeste-de-amaralina.html>. Acesso em 18 nov. 2024.

NASCIMENTO, Eliane Quintiliano. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. **III Seminário de Ciências Sociais – PGCS UFES**. Vitória-ES, nov. 2018, Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718>. Acesso em: 12 jun. 2024.

OBSERVATÓRIO DE BAIROS SALVADOR (ObservaSSA). **Nordeste de Amaralina**. Disponível em: <https://observatoriobairrossalvador.ufba.br/bairros/nordeste-de-amaralina>. Acesso em 20 nov. 2024.

OLIVEIRA, Aline Lopes Oliveira; ALMEIDA, Carolaine de Oliveira; PEREZ, Gustavo; SLOMSKI, Vilma Geni; SOUZA JUNIOR, Antonio Vicente Tavares de. Fatores determinantes do comportamento empreendedor de concluintes do curso de Ciências Contábeis. **R. Linceu On-line**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 94-124, Jan/Jun, 2022. Disponível em: https://liceu.fecap.br/LICEU_ON-LINE/article/view/1906/1172.

Acesso em 23 nov. 2024.

OLIVEIRA JÚNIOR, Antonio Benedito de; PESSETI, Angelica de Oliveira.
Empreendedorismo Negro: Empoderamento, Identidade e Nicho de Mercado.
In: XLIV ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE
PÓSGRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 44., 2020. Anais... Rio de Janeiro:
ANPAD, 2020. Disponível em: http://www.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=MjgzMDY=.
Acesso em 20 nov. 2024.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Uma década dedicada aos povos de ascendência africana.** Disponível em: <https://decada-afro-onu.org/>. Acesso em 23 ago. 2024.

RIBEIRO, Artur Tavares Vilas Boas; KRAKAUER, Patrícia Viveiros de Castro.
Empreendedorismo por estilo de vida: estudo exploratório sobre fatores
motivacionais, características e gestão. **Revista de Gestão e Secretariado.** v. 7, n.
1 (2016). Disponível em: <https://www.revistagesec.org.br/secretariado/issue/view/17>.
Acesso em 8 jun. 2024.

ROCHA, Estevão Lima de Carvalho. Oportunidade ou necessidade? Um estudo do
impacto do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. **Revista Gestão e
Análise**, Fortaleza, v. 3, n. 1/2, p. 31-46, jan./dez. 2014. Disponível em:
<https://periodicos.unichristus.edu.br/gestao/article/view/146/377>. Acesso em 30 ago.
2024.

SALVADOR (BA). **Projeto de Lei nº 363/17, de 18 de setembro de 2017.** Dispõe
sobre a delimitação e denominação dos bairros do Município de Salvador, Capital do
Estado da Bahia, na forma que indica, e dá outras providências. Salvador: Câmara
Municipal de Salvador. [2017]. Disponível em:
[https://www.cms.ba.gov.br/uploads/ordem-do-dia/ORDEM_DO_DIA_DE_18-09-
2017_2017915105554990841.pdf](https://www.cms.ba.gov.br/uploads/ordem-do-dia/ORDEM_DO_DIA_DE_18-09-2017_2017915105554990841.pdf). Acesso em 20 nov. 2024.

SANTOS, Fabiana Pimentel; DAVEL, Eduardo Paes Barreto. Métodos biográficos
para a pesquisa em Administração: princípios, potencialidades, práticas e desafios.
READ | Porto Alegre – Vol. 27 – N.º 2 – Maio/Agosto 2021 – p. 430-461. Disponível
em: metodosbiograficosparapesquisaemadm_READ2021. Acesso em 23 out. 2024.

SANTOS, Ana Carolina Moraes dos. **Grana preta: por um afroempreendedorismo sustentável na internet.** Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em
Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação e Design
(FAAC), da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Bauru,
2021, 125 f. Disponível em:
[https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/6815ce45-0f48-403b-a544-
6d4812160dba/content](https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/6815ce45-0f48-403b-a544-6d4812160dba/content). Acesso em 20 jun. 2024.

SANTOS, Eyder Siqueira dos; SILVA, Iracema Rocha da; LUCENA NETO, Antônio
Pereira de. Empreendedorismo Cultural: desafios e oportunidades para gestores
culturais em Imperatriz, Maranhão, Brasil. **Revista Eletrônica Científica Ensino
Interdisciplinar- RECEI.** Mossoró, v. 6, n.19, p. 1-19, out. 2020.

SELLIS, Lillian Aparecida Vieira. **Escurecendo sobre o Afroempreendedorismo e Black Money no Triângulo Mineiro**. (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Uberlândia, Ituiutaba, 2023, 49p. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/39386>. Acesso em 30 nov. 2024.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (Sebrae). **Hábitos que ajudam o empreendedor a ter sucesso**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/habitos-que-ajudam-o-empendedor-a-ter-sucesso,e37c626e99a62810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em 23 maio. 2024.

_____. **10 características de um empreendedor e como adquiri-las**. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/caracteristicas-de-um-empendedor>. Acesso em 10 jun. 2024.

_____. **Educação Empreendedora. Crescendo e Empreendendo**. Sebrae, 2017. Disponível em: <
https://www.sebrae.com.br/file_source/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GE_curso_crescendo_empendedor.pdf>. Acesso em 17 jun. 2024.

_____. **Os donos de negócio no Brasil: análise por faixa de renda (2003-2013)**. / Marco Aurélio Bedê (Coordenador) – Brasília: Sebrae, 2015. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/74d370a3cf14ec9a3f95b02b98be8d91/\\$File/5771.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/74d370a3cf14ec9a3f95b02b98be8d91/$File/5771.pdf). Acesso em 23 out. 2024.

_____. **O perfil do empreendedorismo por raça/cor e gênero, no Brasil**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-perfil-do-empendedorismo-por-racacor-e-genero-no-brasil,effabec394316810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Existem%20no%20Brasil%2028%2C6,e%204%2C7%20mulheres%20negras..> Acesso em 29 nov. 2024.

SILVA, Esther Cezar da. **Pretos no topo: uma série de podcasts sobre a inserção de jovens negros universitários no mercado de trabalho**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Brasília, 2021, 125 f. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/30765/1/2021_EsterCezarDaSilva_tcc.pdf. Acesso em 14 jun. 2024.

SILVA, Jéssica Cristina Fernandes da. **Empreendedorismo e identidade afrodescendente: o caso da REAFRO**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul- Escola de Administração Departamento de Ciências Administrativas. Porto Alegre, 2017, 65 f. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/169902/001051344.pdf?sequence=1>. Acesso em 24 jun. 2024.

SILVA, Gleicy Maily da. **Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo**. Tese: (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

São Paulo, SP, p. 290, 2017. Disponível em:
https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-06022017-113032/publico/2017_GleicyMaillyDaSilva_VCorr.pdf. Acesso em 29 nov. 2024.

SILVA, Fabiane Santos da Silva. **Afroempreendedorismo: as especificidades de empreendimentos de empreendedores afrodescendentes**. Monografia (Graduação). Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019, 72p. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/215208>. Acesso em 25 nov. 2024.

SIMÃO, João Carlos Ngila. **Afroempreendedorismo: o perfil dos afroempreendedores da rede REAFRO do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores (REAFRO/RS)**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma, 2017, 77 f. Disponível em:
<http://repositorio.unesc.net/handle/1/5733>. Acesso em 23 ago. 2024.

SUPERITENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA (SEI). **Bahia é o estado mais negro do Brasil**, com 80,8% da população preta ou parda. Disponível em: https://sei.ba.gov.br/index.php?option=com_content&id=4013:bahia-e-o-estado-mais-negro-do-brasil-com-80-8-da-populacao-preta-ou-parda&Itemid=565&lang=pt. Acesso em 13 nov. 2024.

TAVARES, Amanda Cristine Souza; SILVA, Priscila Mendes da; MONARCHA, Hellen Maria A. Cardozo. Afroempreendedorismo e o movimento black money: um estudo de caso Espaço Art Ato. **Puçá: Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**. Belém, v. 4, nº2, ago-dez, 2018. Disponível em:
<https://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/puca>. Acesso em 25 nov. 2024.

TEIXEIRA, Lineker Gomes. **Afroempreendedores: desafios e oportunidades para empreendedores negros no Distrito Federal**. Monografia (Graduação). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2017, 84 f. Disponível em:
https://bdm.unb.br/bitstream/10483/20741/1/2017_LinekerGomesTeixeira_tcc.pdf. Acesso em 25 nov. 2024.

TORMES, Jiane Ribeiro; MONTEIRO, Luana. Estudo de caso: uma metodologia para pesquisas educacionais. **Ensaio Pedagógico**, Sorocaba, SP, v. 2, n.1, p.18-25. jan./abr. 2018. Disponível em:
<https://ensaiospedagogicos.ufscar.br/index.php/ENP/article/view/57/100>. Acesso em 24 nov. 2024.

VIEIRA, Rodrigo Barbosa; GOMES, Almira Ferraz; ALVES, Rita de Cássia Oliveira Lima. SILVA, Emilly Sena; CARVALHO, Daniela Silva. **SemeAD/2023**. Disponível em: <https://login.semead.com.br/26semead/anais/arquivos/1679.pdf?>. Acesso em 29 nov. 2024.

ZANELLA, Karoline de França; MAGALHÃES, Yana Torres de. Empreendedorismo Negro e Black Money. **Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação (RAEI)**. Paranaguá, PR, v. 5, n. 3, p. 31-51, nov. 2023.