

EMPREENDEDORISMO: ANÁLISE DO AFROEMPREENDEDOR DA CIDADE DE UBERABA

Bruno Olympio França (brunolympi@gmail.com)¹

Sheila Caetano Dias (sheila.caetano13@gmail.com)²

Alex Sandro Souza de Oliveira (alex.oliveira@facthus.edu.br)³

RESUMO

A pessoa que se responsabiliza em iniciar ou continuar uma empresa é um empreendedor. Ter seu próprio negócio é um sonho comum para muitas pessoas. Para que isso aconteça, é necessário que o empreendedor esteja preparado para mudanças e aperfeiçoamentos constantes. Em um contexto geral no Brasil, o empreendedor tem dificuldade de se inserir e se manter no mercado, isso se dá muitas vezes por falta de preparação do mesmo. O que pode se tornar mais difícil se existir um preconceito instalado na população, como no caso do preconceito racial com as pessoas de cor negra. O projeto propõe mostrar as dificuldades enfrentadas pelo empreendedor negro na cidade de Uberaba, onde a maior dificuldade de manter o seu negócio pode ser oriunda do preconceito racial.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo. Discriminação Racial. Uberaba. Negro. Afroempreendedorismo.

ABSTRACT

Entrepreneur is the person who takes responsibility in starting or continuing a business. The idea of owning business is a common dream for many people. It is necessary for the entrepreneur to be prepared for constant changes and improvements if they wish this dream to be fulfilled. In a general context in Brazil, the entrepreneur has difficulty inserting and remaining in the market, this is often due to lack of preparation. This can become more difficult if there is a bias in the population, as in the case of racism against the African descendant. This project proposes to show the difficulties faced by the African descendant entrepreneur in the city of Uberaba, where the greatest difficulty of maintaining their business can be originated from racism.

KEYWORDS: Entrepreneurship. Racial Discrimination. Uberaba. African descendant. Afro entrepreneurship.

INTRODUÇÃO

O ideal para o empreendedor é ver o seu negócio sendo vantajoso, bem-sucedido, gerando receita e agregando valor econômico à sua marca. Para que isso de fato aconteça, é necessário que o empreendedor esteja preparado para mudanças e aperfeiçoamentos, tanto intelectuais quanto de processos. O que nem sempre acontece, pois segundo Dornelas (2017, p.3) “[...] atuam

¹ Graduado em Administração pela Faculdade de Talentos Humanos (2017).

² Graduada em Administração pela Faculdade de Talentos Humanos (2017).

³ Graduado em Publicidade e Propaganda, com pós-graduação em Marketing e Estratégias de Mercado e Docência no Ensino Superior. Professor especialista na FACTHUS – Faculdade de Talentos Humanos. Coordenador do DATA FACTHUS (Centro de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos) e TALENTOS (Empresa Júnior da Faculdade de Talentos Humanos).

geralmente de forma empírica em sem planejamento. Isso se reflete diretamente no índice de mortalidade dessas pequenas empresas...”.

Em um contexto geral no Brasil, o empreendedor tem dificuldade de se inserir e se manter no mercado devido à burocracia para se abrir uma nova empresa e os impostos exorbitantes. Dornelas (2017) o empreendedor não necessariamente é aquele que constitui uma empresa, mas sim aquele que cria um diferencial dos demais que estão inseridos no mercado. Ser empreendedor é uma tarefa árdua e exige que exista uma grande capacidade de se adequar aos novos mercados e novas tendências.

O que pode se tornar mais difícil se existir um preconceito instalado na população, como no caso do preconceito racial em relação às pessoas de cor negra. Preconceito que leva estas pessoas a enfrentarem barreiras no empreendimento, devido ao simples fato de serem negros. Este fato causa uma certa discriminação, e até mesmo falta de credibilidade quanto à capacidade desta de exercer alguma função da alta administração. Isso é uma crença preconceituosa que impede a pessoa de se desenvolver profissionalmente, sendo ruim para um contexto em geral, pois esse preconceito prejudica a todos, pois impede a abertura de novos negócios e oferta de serviços, assim não surgirá novas vagas de emprego e o estado não arrecadará tributos em forma de impostos.

O objetivo geral de investigar o perfil do empreendedor negro e as suas dificuldades no mercado da cidade de Uberaba, no estado de Minas Gerais, precedido dos objetivos específicos, é pesquisar os diversos perfis do empreendedor negro e observar as dificuldades enfrentadas por eles derivadas do preconceito racial.

Para o cumprimento dos objetivos deste estudo, estabeleceu-se como procedimento metodológico, a concepção de um diagnóstico, sustentado no levantamento de dados secundários, no qual se explorou o tema. Houve ainda, a utilização de um roteiro de entrevista elaborado, previamente, de acordo com o intuito do estudo, que se ampara na investigação do empreendedor negro que estabelece o seu negócio na cidade de Uberaba. A importância de avaliar o seu

perfil, bem como seu cotidiano profissional se dá pela discussão acerca da temática que envolve o negro e sua relação com a prática empresarial.

O relatório de pesquisa aqui descrito com o título EMPREENDEDORISMO: Uma análise do afroempreendedor na cidade de Uberaba, toma como escopo base a necessidade de conhecer, dentre os empreendedores negros entrevistados, suas peculiaridades, baseando-se em roteiro de entrevista devidamente elaborado, acatando todos os objetivos propostos.

A escolha destes entrevistados se deu através de julgamento prévio, considerando sua atuação no meio empresarial há pelo menos um ano, e ainda, que o mesmo exerça papel de gestor proprietário ou mesmo dirigente da empresa.

Houve agendamento prévio das entrevistas com os empreendedores, havendo abordagem pessoal para que respondessem o roteiro de perguntas. Durante as entrevistas, foi possível inferir novas proposições sobre o tema de discussão – confirmando assim uma das principais vantagens da pesquisa qualitativa: abordagem profunda do tema, mesmo com amostragem menor.

UBERABA EM UM CONTEXTO MERCADOLÓGICO

Uberaba, situada no Triângulo Mineiro, tem uma população superior a 300 mil habitantes e é um importante centro de negócios para investidores do Brasil e do mundo. Com tecnologia de última geração em melhoramento genético bovino, o município se tornou vitrine do agronegócio e é considerada a capital mundial da raça zebuína. Também abriga um dos 100 melhores centros industriais do Brasil, no qual se destacam empresas dos setores químico, fertilizantes, alimentício, moveleiros e calçadista.

Estrategicamente localizada na região central do Brasil, equidistante de São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Goiânia em um raio de 500 km, vive uma população superior a 74 milhões de habitantes em mais de 2.100 municípios, servidos por rodovias, ferrovias e transporte aéreo.

A cidade conta com panorama socioeconômico referência no cenário nacional, sendo a 6ª Maior Economia e 7ª Maior geradora de empregos formais do Estado de Minas Gerais. No campo industrial, Uberaba é considerada o maior

polo de fertilizantes fosfatados da América Latina com crescimento médio do PIB nominal de 19,02% a.a. e PIB per capita anual de R\$ 21.279,05. No agronegócio, o município é considerado o maior produtor de grãos do Estado de Minas Gerais e conta com um dos maiores PIB agropecuário do País – ocupando o 9º lugar.

Uberaba vivencia um de seus melhores momentos econômicos e tem atraído diversas empresas para se estabelecerem com bases firmes e sólidas em seus distritos e parques industriais, além do Parque Tecnológico e da Zona de Processamento de Exportação – ZPE.

EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo, nos últimos anos vem sendo muito especulado, uma realidade que faz parte do cotidiano do Administrador e daquele que decide fazer parte do mundo empreendedor, deste modo o termo empreendedor precisa ser apresentado de uma maneira clara neste estudo. O termo empreendedor deriva-se do latim *imprendere*, que segundo Maximiano (2011 p.1) tem como significado “decidir realizar tarefa difícil e laboriosa”. Denomina-se empreendedor, o indivíduo que se arrisca em criar um negócio, e ou um novo produto.

Ao falar de empreendedorismo, é normal que se associe o termo à criação de um novo negócio que inicia sua atividade sem uma estrutura bem delineada e aos poucos vão tomando forma, mas sabe-se que empreendedorismo não é tão somente criar um novo negócio, DORNELAS (2008, p.35) “empreendedorismo significa fazer algo novo, diferenciar, mudar a situação atual e buscar de forma incessante, novas oportunidades de negócio, tendo como foco a inovação e a criação de valor”.

Entretanto, não são todos os novos negócios que são empreendedores, é considerado empreendedor aquele que se destaca naquilo que faz, que possui um diferencial. Dentro de uma visão contextual são várias as definições para empreendedorismo, porém com a mesma essência que se resume em fazer algo novo, o que não necessariamente quer dizer criar algo, mas também fazer alguma alteração que seja criativa, empregando recursos disponíveis para tal, assumindo riscos calculados e inovando em busca de novas oportunidades.

Em harmonia, Dornelas (2017), nota-se que o mundo vem passando por mudanças constantes, essas mudanças surgiram com maior impacto no século XX, quando se teve início a criação de vários facilitadores da vida cotidiana no mundo. Comumente esses facilitadores são frutos de inovações, criações, um novo modo de fazer o mesmo, implicando na praticidade que a sociedade tanto deseja.

O ato de ser empreendedor, está muito ligado ao fato de criar algo, de inovar. GILIO et al. (2016) "Ainda hoje, considera-se que a inovação se faz de grandes descobertas e ideias genuínas concebidas por cientistas e tecnólogos, resultando em algo necessariamente revolucionário e de alta tecnologia". A prática da inovação, não é tão somente criar algo, mas também aprimorar algo já existente, melhorias essas que possam atingir boa parte da organização envolvendo o grupo como um todo, desde à direção ao operacional. De fato, se faz necessário entender a real necessidade de inovar, em que momento deve-se inovar, em que quesito é recomendado se inovar, conforme GILIO et al. (2016), no caso da inovação de processos, tem como objetivos elevar a produtividade e reduzir os custos, já a inovação de um produto pode fazer com que a empresa crie um monopólio legal (patente), o que dificulta que seus concorrentes tenha semelhança em relação aos produtos ofertados, o que maximizará os seus lucros. A empresa que aplica a tática de ser inovadora constantemente, independentemente de sua segmentação, e de onde se aplica esta técnica dentro da organização, sabe-se que a empresa busca o seu diferencial dentre as demais que estão no mercado, com o intuito de se promover.

A AMPLITUDE DO EMPREENDEDORISMO

Ser empreendedor é uma tarefa laboriosa, ainda mais quando se fala em um contexto brasileiro. Tal qual MAXIMIANO (2006, p.6) no Brasil [...] "a probabilidade de manter um novo negócio por mais de três anos é relativamente baixa. Uma das principais razões é a falta de políticas públicas que viabilizam a consolidação de novos empreendimentos". O Brasil não apresenta um cenário muito acolhedor para o empreendedor seja ele microempreendedor individual, microempreendedor e ou o empreendedor que representa a pequena empresa.

Sabe-se que falta linhas de créditos disponíveis para esse público, os juros são altos, os tributos são sobejos, e além de todas essas dificuldades ainda incidem sobre o empregador obrigações trabalhistas, todas as dificuldades fazem com que os empreendedores renunciem o seu desejo de empreender.

Os últimos anos foram repletos de iniciativas em prol do empreendedorismo, criando as bases para o novo empreendedorismo no país, que pode ser representada por dois importantes eventos no Brasil, nessa década: a Copa do Mundo de Futebol de 2014, e as Olimpíadas de 2016. (DORNELAS, 2017 p.18)

Com base nos dados apresentados pela REVISTA EXAME (2015), o Brasil lidera o ranking no quesito empreendedorismo, encontrando-se oito pontos percentuais há frente do segundo colocado.

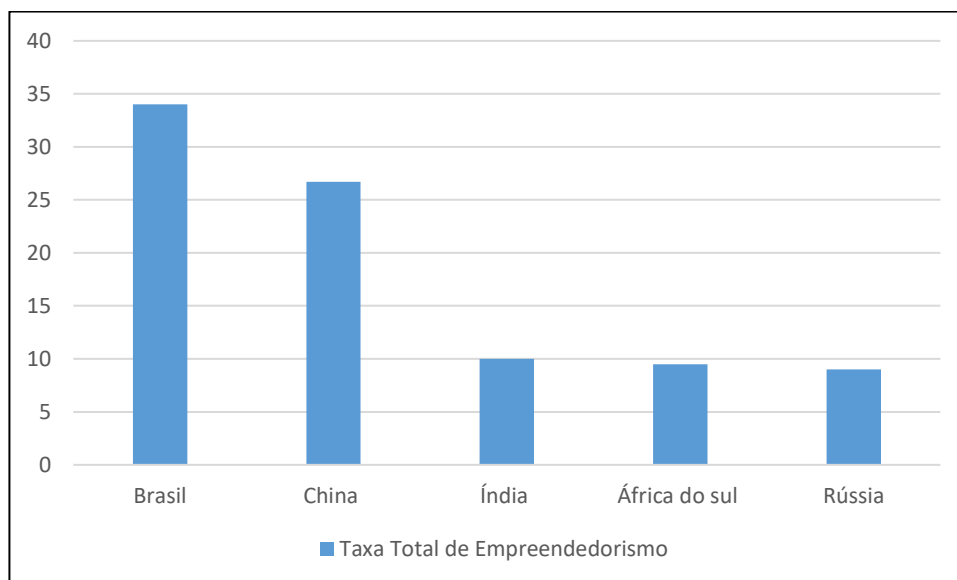


GRÁFICO 1 - Taxa total de empreendedorismo entre BRICS
Fonte: Agência Sebrae

GESTÃO ESTRATÉGICA DA DIVERSIDADE

Para MORAIS e BARROS (2017, p. 31) “[...] a gestão estratégica (GE) pode ser vista como um processo da alçada da alta administração, que tendo como parâmetro uma gama de condicionantes, direciona os objetivos organizacionais globais, cogita alternativas para seu alcance, acompanha de perto a dinâmica dos acontecimentos e posiciona-se sistematicamente durante todo o processo”. De modo que, para acompanhar os atuais ritmos dos negócios e a rápida mudança que o mundo está enfrentando, o empreendedor gestor, deve, com

base em suas experiências adquiridas durante seu percurso profissional, estar apto a tomar decisões rápidas e assertivas, e acompanhá-las, para que possa ver o andamento de suas ações na tomada de decisão.

Com o advento da globalização, as empresas além de se tornarem mais competitivas com a abertura de novos mercados, também se tornaram mais diversificadas em questão da diversidade no âmbito empresarial. O termo mais adequado para descrever esse problema enfrentado seria "diversidade da força de trabalho" que assim como a globalização essa diversidade seja de modo global, a diversidade da força de trabalho remete a algo mais local, como ressalta ROBBINS (2009, p. 7) "Enquanto a globalização enfoca as diferenças entre pessoas oriundas de diferentes países, a diversidade da força de trabalho enfoca as diferenças entre as pessoas dentro de um determinado país".

Para DESSLER (2003, p. 28) "entender e administrar as oportunidades iguais e a diversidade no trabalho é uma função fundamental da administração", cabendo aos gestores controlar e até inibir quaisquer questões que envolvam algum tipo de conflito ou ruído de má comunicação no ambiente de trabalho envolvendo discriminação de raça ou gênero, de modo que possam gerar algum desconforto entre os colaboradores.

No Brasil, ainda existe um certo estigma de racismo embutido em frases que aparentam ser inocentes ou mesmo apenas algo comum do cotidiano. Até mesmo quando o colaborador negro tem as mesmas ou até mais competências em seu currículo, não perfazendo a mesma trajetória de outros empreendedores.

O EMPREENDEDOR GESTOR

Constata-se que para garantir sucesso na caminhada empreendedora, se faz necessário, que sejam utilizadas algumas ferramentas de gestão dentre tantas disponíveis para o auxílio de qualquer gestor, seja para identificar sua segmentação de mercado, novas técnicas de produção, novas maneiras de exposição de seus produtos, identificação do público alvo, ou qualquer que seja sua nova empreitada. Uma das técnicas que o administrador tem à sua disposição é a de *Brainstorming*, conhecida também como tempestade mental, MUNHOZ (2017), "onde se é sugerido uma grande quantidade de ideias, sem que nenhuma

seja distinta em sua aparição, tão logo haverá uma outra etapa onde ocorrerá a apuração da ideia mais viável para tal”.

O empreendedor que almeja iniciar um novo negócio, ou mudar radicalmente a estrutura de seu negócio deve fazer uso da ferramenta de apoio ao plano de negócios e ou o *Business Model Canvas* - *Canvas*. O modelo de plano de negócio tradicional, caracteriza-se segundo WILDAUER (2012 p.39) [...] “Um documento, em forma de texto, no qual é apresentada uma proposta de um negócio para um mercado. Nesse plano, deve estar claro a visão do empreendedor (ou melhor, seu sonho) sobre o seu produto ou serviço [...]”. Já o *Canvas*, é uma ferramenta/ documento, que auxilia de uma maneira mais prática o planejamento da empresa, surtindo o mesmo efeito do plano de negócios, porém o *Canvas* não conta com o planejamento financeiro. O *Canvas* não exclui a necessidade e, em alguns casos, a obrigatoriedade do uso do plano de negócios.

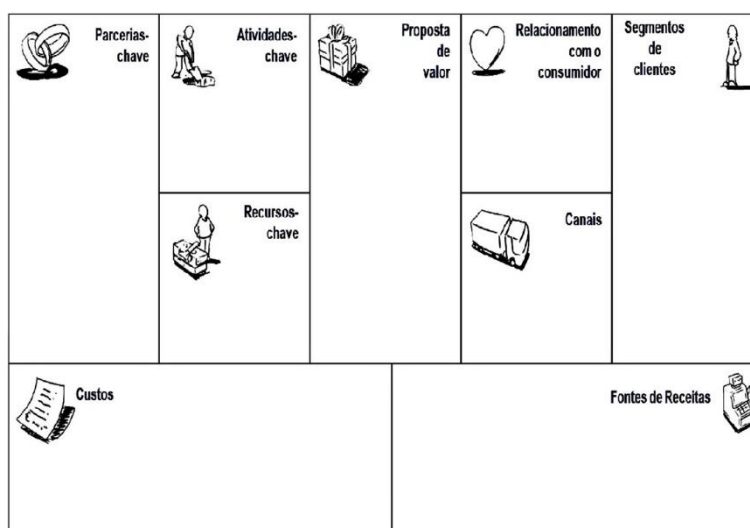


FIGURA 1 - Business Model Canvas
 FONTE: Revista PEGN

Ao longo do preenchimento do *CANVAS*, e até mesmo do plano de negócio, se torna necessário identificar algumas particularidades de seu negócio. Com o intuito de auxiliar na identificação desses pormenores foi criada a ferramenta de gestão denominada matriz SWOT (ORLICKAS,2012) que tem como objetivo analisar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, que o empreendedor irá enfrentar em sua jornada.

Os pontos fortes e fracos correspondem à análise de ambiente interno da organização e são aqueles que estão sob controle, mas que influenciam de forma positiva ou negativa na performance do ambiente organizacional e de seus colaboradores. (ORLICKAS,2012 p.168)

As oportunidades e ameaças correspondem aos aspectos externos que influenciam na organização, mas não são possíveis de controlar, tais como aspectos econômicos, concorrência entre outros. (ORLICKAS,2012).

	Contribui para a estratégia de sua empresa	Dificulta a estratégia de sua empresa
Aspectos Internos	S: Quais são os pontos fortes do seu negócio	W: Quais são os pontos fracos do seu negócio
Aspectos Externos	O: Quais são os pontos fortes do seu negócio	T: Quais são as ameaças para o seu negócio

FIGURA 2 - Matriz SWOT

FONTE: Revista PEGN

Com os auxílios dessas ferramentas, o negócio obtém forma e começa sua atividade sustentando aquilo que foi proposto e identificado pelas ferramentas citadas anteriormente. Com base na filosofia *Kaizen* o ciclo PDCA, que para LIU SHIH LU (2015, p.130) "é uma ferramenta utilizada para a análise e a melhoria dos processos organizacionais e para a eficácia do trabalho em equipe". Embora esse conceito tenha sido desenvolvido para a gestão da qualidade, o mesmo tem sido muito aplicado para os diversos tipos de gestão.

INOVAÇÃO – COMO ELEMENTO DO EMPREENDEDORISMO

O ato de inovar está presente no cotidiano de toda a população, mesmo que seja em um ato involuntário. Uma maneira nova de se fazer algo roteiro já consiste no ato de inovar, portanto não precisa de muito para ser inovador.

Mattos e Guimarães (2012, p. 3) definem inovação como sendo:

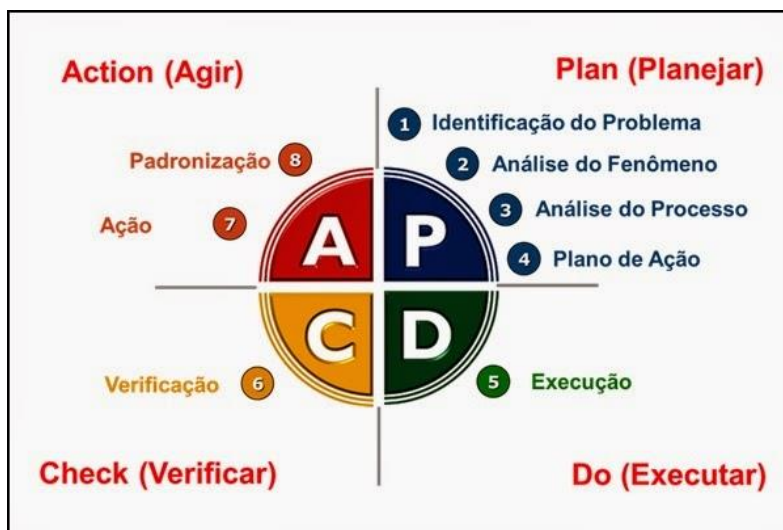


FIGURA 3 - Ciclo PDCA
 FONTE: Portal administração

O desenvolvimento da ciência e tecnologia, para o qual a criatividade e a inovação têm de estar necessariamente presentes, tem três premissas com suportes fundamentais: a primeira delas se deve à existência do cérebro humano e ao incentivo à sua potencialidade; a segunda pode ser localizada na mobilização das pessoas e instituições em torno de objetivos, de bandeiras, de metas geradoras de algum benefício estratégico ou social; a terceira refere-se ao esforço nacional, canalizando recursos adequados à área científica e tecnológica. É somente por meio da concretização dessas três premissas que o Brasil conseguirá vencer o grande desafio do desenvolvimento socioeconômico sustentável.

Estudos apontam que as empresas que optam por permanecerem exatamente iguais a sua criação, não sobrevivem ao boom de inovação de seus concorrentes e acabam defasadas perante a concorrência e terminam por decretar falência por não conseguirem se manter atuantes.". Segundo DA SILVA; MENDES (2014 p.38) "as inovações possibilitam uma maior geração de renda, o acúmulo de riquezas e modificam a economia e a realidade social.

SEBRAE

A entidade SEBRAE, trata-se do serviço de apoio às micro e pequenas empresas, é uma entidade privada sem fins lucrativos e tem como principal

objetivo a capacitação, promoção do desenvolvimento, criado para dar apoio aos pequenos negócios de todo o Brasil.

ALI – Agentes Locais de Inovação: O programa trabalha em parceria com o CNPq, de forma gratuita, levando orientação proativa e personalizada para as empresas de pequeno porte.

Sebrae 2014: Auxilia o empreendedor desde o diagnóstico em sua empresa, percorrendo por capacitação e capacitação de maiores demandantes. A entidade optou pela priorização de alguns segmentos como o de turismo, comércio varejista, serviços construção civil e outros.

Negócio à Negócio: Trata-se de um programa gratuito para orientação empresarial, no qual são apresentados diagnósticos e recomendações para os empreendedores.

Sebraetec: é uma forma rápida de levar inovação para dentro do pequeno negócio. Ele atua em 7 áreas: design, produtividade, propriedade intelectual, qualidade, inovação, sustentabilidade e tecnologia da informação e comunicação.

PARQUE TECNOLÓGICO

O Parque tecnológico, segundo (STEINER; CASSIM; ROBAZZI) “são ambientes de inovação. Como tal, instrumentos implantados em países desenvolvidos e em desenvolvimento para dinamizar economias regionais e nacionais, agregando-lhes conteúdo de conhecimento.”

No estado de Minas Gerais, a UAITEC, faz parte de um programa do governo de Minas, coordenado pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, que visa oferecer de forma gratuita, qualificação profissional por meio de uma rede de polos de educação a distância.

ACELERADORA E INCUBADORA

LIMEIRA (2014 p.16) define aceleradoras e incubadoras sendo:

As incubadoras e aceleradoras de empresas são organizações públicas ou privadas, lucrativas ou não, que apoiam empresas nascentes (*startups*) e de base tecnológica, em estágio inicial do ciclo de negócios (*early-stage*) ou na fase de expansão (*late – stage*), oferecendo instalação física e serviços de treinamento,

mentoria e consultoria, bem como o acesso às redes de investidores e empreendedores, entre outras atividades.

Verifica-se, que as incubadoras e aceleradoras, vem sendo de fundamental importância para a criação de novos negócios, uma vez que dão todo o suporte e auxiliam no empreendedorismo.

Compreende que a incubação de empresas envolve um processo de apoio a negócio que acelera o desenvolvimento da empresa, com uma gama de serviços oferecidos pelos parceiros, segundo (LIMEIRA 2014), as empresas que passam pelo processo de incubação têm a capacidade de gerar empregos para a população, comercializar os seus produtos com maior facilidade e fortalecer a economia.

Percebe-se, que o ato de incubação de uma empresa é diferente do ato de aceleração. Na incubação, o processo se dá início quando ainda é apenas um projeto, para LIMEIRA (2014 p. 17) [...] dão suporte as empresas nascentes (*startups*) na fase inicial do ciclo do negócio e por períodos mais longos (2 ou 3 anos), enquanto as aceleradoras proporcionam os *startups* a probabilidade de crescerem em um curto espaço de tempo. LIMEIRA (2017 p.17) fazendo investimento de risco (*venture capital*) para adquirir uma parte (5 a 15%) das ações da empresa acelerada.

AFROEMPREENDEDOR NO BRASIL

O afroempreendedorismo, nada mais é do que uma parcela da população negra que decide empreender, quebrar estereótipos, fazendo valer seus direitos promovendo a comercialização e valorização de suas raízes. Sabe-se que a maioria da população brasileira, 54% (IBGE 2014), são negros, derivada dessa grande parcela de negros no Brasil, o número de empreendedores de cor negra vem aumentando significativamente, entre os anos de 2001 e 2011, segundo a (REVISTA VAREJO S.A), houve um aumento em 29% no número de empreendedores negros no Brasil.

A REVISTA VAREJO S.A, publicou no último dia 7 de fevereiro, alguns dados sobre os números de empreendedores afro em diferentes patamares da economia. Segundo a VAREJO S.A, no segmento das micro e pequenas empresas

– aquelas que faturam até R\$: 3,6 milhões por ano, o percentual de empresários negros passou de 43% para 49%, anexo a esse montante 23% representam a maior parte de proprietários negros, que estão no comércio e agricultura, 21% correspondem ao setor de serviços, 19% a construção civil e 10% a indústria.

Com o intuito de fomentar o afroempreendedorismo, segundo a (VAREJO S.A, 2017), organizações da sociedade civil se uniram ao coletivo de empresários e empreendedores afro-brasileiros (CEABRA), ao Instituto Adolpho Bauer (IAB) e ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Advinda dessa junção, surgiu o Projeto Brasil Afroempreendedor, que segundo a VAREJO S.A 2017, entre os anos de 2013 e 2016, contribuiu para o desenvolvimento de mais de 1600 negócios liderados por negros. Após a realização do projeto, fez-se um legado para a população negra, que foi a organização da Rede Brasil Afroempreendedor, que se trata de uma associação sem fins lucrativos, responsável atualmente por dar suporte às iniciativas semelhantes no país.

Com o intuito de facilitar a comercialização de produtos dos afroempreendedores, segundo (A MEDIUM CORPORATION, 2016), três estudantes da FGV (Kizzy Terra, Hallison Paz, Vitor Del Rey), criaram o aplicativo denominado como “Kilombu”, com a proposta de integralizar o empreendedor e seu cliente. Esse aplicativo facilitou a comunicação entre os interessados fazendo com que houvesse refração no índice de discriminação.

Conforme apontado, nas poucas pesquisas qualitativas voltadas à compreensão do perfil de empreendedores negros, além de todas as dificuldades de abertura e manutenção de um empreendimento, os negros se deparam com o desafio de superar as desigualdades étnicas de nosso país. Esses fatores afetam suas relações em vários aspectos como, por exemplo, com clientes, fornecedores, funcionários e na captação de recursos de terceiros para financiar suas atividades. (OLIVEIRA; PEREIRA; SOUZA, 2013 p.12)

Uma pesquisa feita pelo Instituto Adolf Bauer, utilizando dados do Sebrae, mostra a evolução do número de donos de negócios e a distribuição de donos de negócio que se auto declaram como sendo pretos e pardos no país no período de 2001 a 2011.

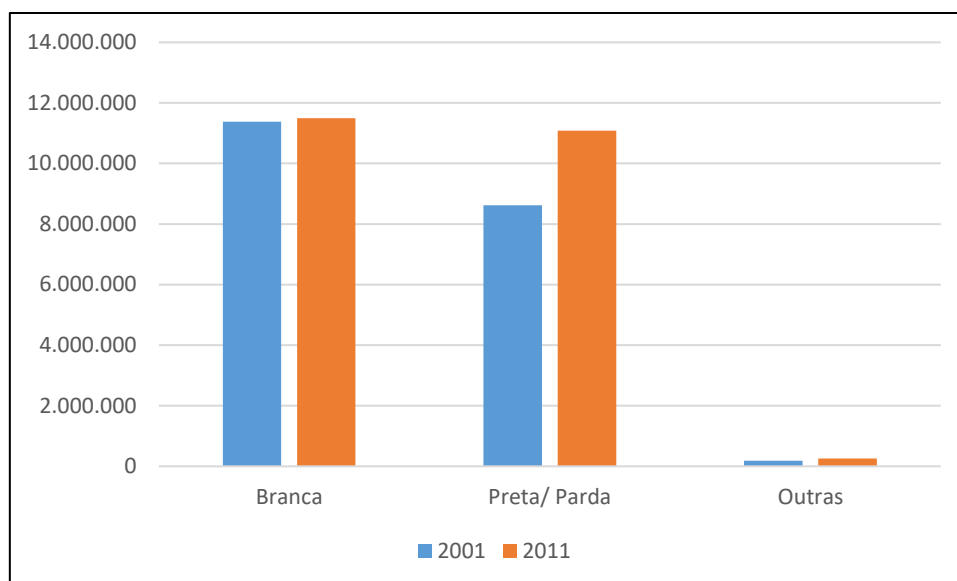


GRÁFICO 2 - Número de donos de negócios no Brasil, entre 2001 e 2011, por raça/cor
 FONTE: instituto IAB

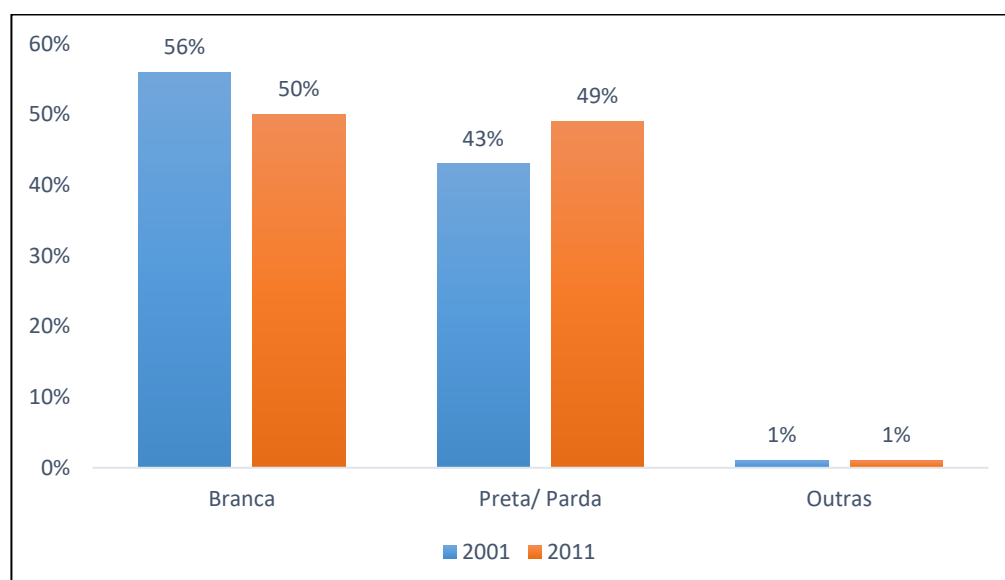


GRÁFICO 3 - Distribuição dos donos de negócios no Brasil, em 2001 e 2011 (em %).
 FONTE: Instituto IAB

ANÁLISE DOS DADOS

Com base nos dados verificados após análise qualitativa, percebe-se que, boa parte dos empreendedores entrevistados, optaram em abrir seu próprio negócio a partir do desejo de empreender e qualificações para exercer tal atividade. Ressaltando que, também, ficou evidente que em alguns casos a trajetória empreendedora se deu início na infância e até mesmo após o período de aposentadoria, com o intuito de se manter ativo. Outros herdaram o negócio

que foi passado de pai para filho, e até mesmo casos que deram continuidade à um negócio onde um(a) irmão(ã) estava impossibilitado(a) de continuar com este, não muito diferente da realidade de qualquer empreendedor.

Houve dificuldades em alcançar os objetivos almejados, alguns tiveram mais dificuldades, já outros nem tanto, o que pode salientar é que o fato de ser negro (a), pode ser um agravante para a realização da atividade. Segundo um dos entrevistados, foi impedido de prestar o serviço no qual foi contratado para realizar por ser negro, e a família do contratante se negou a ter uma tarefa realizada por um negro. Durante a entrevista, pôde-se evidenciar que em alguns casos a sociedade trata a pessoa de cor negra com descaso, como se fosse desfavorecido de caráter e ética, como relata uma das entrevistadas que trabalha em um salão de beleza: "Às vezes, eu tenho a sensação que a sociedade acha que "negro" não transmite credibilidade, então, em tudo que vou fazer não pode ser como uma qualquer pessoa, preciso em todo momento pensar e repensar em como agir em todas situações para não ter nenhum tipo de equívoco quanto ao meu caráter e profissionalismo." E até mesmo sendo tratado como menos competente para determinada função, dirigido tal como sendo apenas um funcionário, dificilmente é visto e dirigido como dono do negócio, como menciona um dos entrevistados dono de uma Academia: "...algumas pessoas chegaram e chegam ao Studio procurando o dono ao me ver perguntam quem é o responsável maior pra conversar e para começar a treinar ou pedir informações, que querem falar com o dono...", evidenciando que de fato existe um racismo velado para com o negro, porém com muita sabedoria e expertise, são deixados de lado esse preconceito sofrido, o que os levam a se tornarem, mais fortes e continuarem a creditar nos seus propósitos.

Outros fatores apresentados são de caráter econômico que afeta a maioria dos empreendedores e donos de negócio, como falta de linha de crédito acessível, dificuldades ligadas ao local de trabalho, onde vivem e dar continuidade a um negócio em estado de falência como um dos entrevistados relatou. Porém, nada que os impedissem de modo agravante, em dar continuidade em seu empreendimento.

O jornal da USP fez uma publicação em seu site de um livro sobre o racismo no âmbito empresarial – que trata o livro *Executivos negros: Racismo e Diversidade no Mundo Empresarial*, de Pedro Jaime de Coelho Júnior – onde o autor teve como principal motivação para o trabalho, entender os motivos sobre o baixo número de negros ocupando cargos de relevância nas organizações no Brasil na década de 1970, onde ele também destacou que na época, o racismo não era considerado crime e as vítimas tinham que conviver com piadas e comentários racistas diariamente no ambiente empresarial. O autor ressalta que houve uma melhora no âmbito empresarial, contudo ainda precisa melhorar bastante, pois, segundo uma pesquisa do Instituto Ethos intitulada *Perfil social, racial e de gênero, das 500 maiores empresas do Brasil e suas ações afirmativas*, publicada em maio de 2016, os negros representam apenas 4,7% das pessoas que ocupam cargos de direção nas quinhentas maiores empresas do nosso país que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), possui 53% de negros em 2013. Ele compara a nossa situação com a dos Estados Unidos da América, onde a população afro-americana possui uma representatividade proporcional consideravelmente maior no mundo empresarial, “lá já é desigual porque 12% de afro-americanos contra 9% de afro-americanos em posição de direção nas 100 maiores companhias, segundo uma pesquisa de *The Executive Leadership Council*, mas se fizermos a regra de três, era para termos aqui oito vezes mais para chegarmos na mesma proporção, então a nossa desigualdade racial é muito maior se comparada a dos Estados Unidos”. Ele diz que isso acontece porque aquele país investiu em políticas inclusivas, de ação afirmativa.

Constata-se nos relatos que o preconceito, de fato, afeta a economia, uma vez que os negros que nela estão inseridos se sentem desfavorecidos de direitos e igualdades, o que pode fazer com que os empreendedores deixem a arte de empreender. Fica evidente a ânsia por igualdade social, racial e o respeito pelos afrodescendentes, percebe-se a vontade de que o percentual de afroempreendedores cresça, dando maior força à categoria. Como os entrevistados que fizeram parte dessa pesquisa comentaram que para que o afroempreendedorismo se propague, devem sempre buscar mais conhecimento, serem persistentes, seguirem em frente independentemente das dificuldades

enfrentadas, acreditarem em seu potencial e não deixarem que o preconceito os permitam a não concretização seus sonhos, como um dos entrevistados ressalta: "Que confiem e acreditem no seu profissionalismo, dando o melhor de si, com sinceridade e transparência acima e tudo. E tratar a indiferença e o racismo como experiência, mostrando através da convivência o seu íntimo de respeito, compreensão e bondade".

CONSIDERAÇÕES DA PESQUISA

O espírito empreendedor envolve emoção, paixão, impulso, inovação, risco e intuição. O balanceamento, entre aspectos racionais e emocionais, do negócio é indispensável. O empreendedor precisa saber definir seu negócio, conhecer profundamente o produto ou o serviço que vai oferecer. Empreender no Brasil não é fácil. São vários fatores que prejudicam o trabalho do empreendedor, um deles seria o preconceito devido a sua cor, caso seja ele negro, onde veem descrença em relação à um negócio devido a cor do dono.

O que se pode observar é que, de fato, os números de empreendedores negros no Brasil, de modo geral vem crescendo, mas isso não significa que essas empresas, estabelecidas por negros, vêm se mantendo ativas e atuantes no mercado. Dentro de um contexto geral, pequenas empresas não se mantêm por muito tempo atuantes no mercado, o que leva a crer que para o empreendedor que não sofre de preconceito racial já não é fácil se manter no mercado, isso oriunda das dificuldades econômicas do país e falta de incentivos aos novos empreendedores.

Ao restringir os aspectos para tão somente empreendedores negros, os fatos são alarmantes, de desigualdades e preconceitos sofridos por essa classe, muito das vezes, a classe é ofendida de forma disfarçada, ocorrendo então, que o agressor permanece impune e o empreendedor a mercê de novos atos de preconceito.

Ao longo do estudo percebeu-se, que o preconceito é um fator prejudicial para o empreendedor negro. O preconceito empregado na sociedade impacta em suas atividades e seu psicológico de forma brusca, o que pode ocasionar a

desistência de dar continuidade ao seu projeto empreendedor, fazendo com que haja déficit de empreendedores negros.

REFERÊNCIAS

BAUER, Instituto Adolpho. **Os donos de negócios no Brasil: Análise por raça/cor.** <<http://www.institutoiab.org.br/os-donos-de-negocios-no-brasil-analise-por-racacor/>> Acessado em 15/11 às 18:02

VAREJO S.A: Afroempreendedorismo. São Paulo: Varejo S.a, 07 fev. 2017. Disponível em: <<http://revistavarejosa.com.br/varejo-cidadao/afroempreendedorismo/>>. Acesso em: 13 out. 2017

BEZERRA, Filipe. Ciclo PDCA: Do Conceito à Aplicação. Disponível em: <<http://www.portal-administracao.com/2014/08/ciclo-pdca-conceito-e-aplicacao.html>> Acesso em 15/11 às 13:48

BRASIL E O PRIMEIRO RANKING EM EMPREENDEDORISMO. EXAME. São Paulo: Abril, 29 mar. 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/brasil-e-o-primeiro-em-ranking-de-empreendedorismo/>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

DORNELA, José Carlos Assis. **Empreendedorismo Corporativo** – 2 edição Rio de Janeiro: Elsevier,2008.

DORNELA, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios** – 6º edição – São Paulo: Empreende/Atlas 2017.

DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor: práticas e princípios.** São Paulo: Cengage Learning, 2013.

GILIO, Zula Garcia; WECHSLER, Solange Mugila; BRAGOTTO, Denise. **Dá criatividade à inovação** - Campinas: Papyrus, 2016.

<http://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/pesquisa-gem-empendedorismo-atrai-tres-em-cada-dez-brasileiros,bd3848b50ca6c410VgnVCM2000003c74010aRCRD> Acesso em: 15/11 às 20:14

LIU SHIH LU. **Prevenção e tratamento de não conformidades** – São Paulo: Person Education do Brasil, 2015.

MATTOS, João Roberto Loureiro. **Gestão da tecnologia e inovação: uma abordagem prática** / João Roberto Loureiro de Mattos, Leonam dos Santos Guimarães. – 2.ed. – São Paulo: Saraiva, 2012.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios** – 2 edição São Paulo: Person Prentice Hall, 2011.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios** – São Paulo: Person Prentice Hall, 2006.

MORAIS, Rodrigo Marques de Moraes. **Gestão de estratégias: uma nova abordagem de planejamento** [livro eletrônicos] /Rodrigo Marques de Moraes, Thiago de Sousa Barros. Curitiba: InterSaberes, 2017.

MUNHOZ, Antonio Siemsen. **Ensinar e aprender com a utilização de mapas mentais** – Curitiba: InterSaberes,2017.

NEGÓCIO A NEGÓCIO: UMA OPORTUNIDADE PARA CRESCER. **SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/negocio-a-negocio-uma-oportunidade-para->

[crescer,6141d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD](https://medium.com/clavedefapp/o-afro-empreendedorismo-e-as-novas-perspectivas-para-o-mercado-52fe87069bd7)>

Acesso em: 13/10 às 22:32

O AFRO-EMPREENDEDORISMO E AS NOVAS PERSPECTIVAS PARA O MERCADO. Medium. São Paulo: Clave de Fá Pesquisas e Projetos, 27 jul. 2016. Disponível em: <<https://medium.com/clavedefapp/o-afro-empreendedorismo-e-as-novas-perspectivas-para-o-mercado-52fe87069bd7>>. Acesso em: 13 out. 2017.

O QUE FAZEMOS: MULTIRÃO DE NEGOCIAÇÃO. **SEBRAE.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/o_que_fazemos> Acesso em: 12/10 às 22:47

OS NEGROS REPRESENTAM 54% DA POPULAÇÃO DO PAÍS, MAS SÃO SÓ 17% DOS MAIS RICOS. UOL ECONOMIA. São Paulo: UOL Notícias, 04 dez. 2015. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/12/04/negros-representam-54-da-populacao-do-pais-mas-sao-so-17-dos-mais-ricos.html>>. Acesso em: 12 out. 2016

PESQUISA GEM: EMPREENDEDORISMO ATRAI TRÊS EM CADA DEZ BRASILEIROS. **SEBRAE.**

PREPARE-SE PARA GANHAR. **SEBRAE.** Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/sebrae-2014-prepare-se-para-ganhar,0171d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 14/10 às 20:12

PEGN. Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. **Movimento Empreenda: Para Encorajar e Capacitar o Empreendedor Brasileiro.** Disponível em: <<http://movimentoempreenda.revistapegn.globo.com/>> Acesso em 15/11 às 12:10

ROBBINS, Stephen Paul. **Fundamentos do comportamento organizacional** / Stephen Paul Robbins; tradução técnica Reynaldo Marcondes. – São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

SCHNEIDER, Elton Ivan; BRANCO, Henrique José Castelo, **A caminhada empreendedora: a jornada de transformação de sonhos em realidade** – Curitiba: InterSaber 2012.

SEBRAE. Agentes Locais de Inovação: receba o Sebrae na sua empresa.

Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/agentes-locais-de-inovacao-receba-o-sebrae-na-sua-empresa,8f51d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Acesso em: 15/10 às 21:52

SEBRAETEC: INOVAR NO SEU NEGÓCIO PODE SER FÁCIL. **SEBRAE.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/sebraetec-inovar-no-seu-negocio-pode-ser-facil,c38a5415e6433410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em: 15/10 às 14:33

SILVA, Adalberto Oliveira da; MENDES, Judas Tadeu Grassi. **Economia e Gestão.** São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014.

SPELL, SCIENTIFIC PERIODICALS ELECTRONIC LIBRARY. EMPREENDEDORISMO, CULTURA E DIVERSIDADE: A PARTICIPAÇÃO DOS EMPREENDEDORES NEGROS NAS ATIVIDADES EMPREENDEDORAS NO BRASIL NO PERÍODO DE 1990 A 2008. <http://www.spell.org.br/documentos/ver/25506/empreendedorismo--cultura-e-diversidade--a-participacao-dos-empreendedores-negros-nas-atividades-empreendedoras-no-brasil-no-periodo-de-1990-a->

[2008.%20Acessado%20em%202017/10%20as%2012:34> Acessado em 17 out à 12:34](#)

STEINER, João E.; CASSIM, Marisa Barbar; ROBAZZI, Antonio Carlos. **Parques Tecnológicos: Ambientes de Inovação**. São Paulo: Ieausp, 2013. 41 p. Disponível em: <<http://www.iea.usp.br/publicacoes/textos/steinercassimrobazziparquestec.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2017.

VIDEGAL, Tania. **O Papel Das Aceleradoras de Impacto No Desenvolvimento dos Negócios Sociais No Brasil**, São Paulo, 2014. Disponível em: <http://ice.org.br/wp-content/uploads/pdfs/O_papel_das_aceleradoras.pdf> Acessado em 13/10 à 11:45

WILDAUER, Egon Walter. Plano de negócios: **Elementos constitutivos e processos de elaboração** – Curitiba: InterSaberes, 2012.