

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

MAYELE DE ARAÚJO LAVRA

**EMPREENDEDORISMO NEGRO: uma análise dos projetos do Iblack para promover
o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão**

São Luís
2022

MAYELE DE ARAÚJO LAVRA

EMPREENDEDORISMO NEGRO: uma análise dos projetos do Iblack para promover o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Orientadora: Profa. Amanda Ferreira Aboud de Andrade

São Luís

2022

Lavra, Mayele de Araújo.

Empreendedorismo negro: uma análise dos projetos do Iblack para promover o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão / Mayele de Araújo Lavra. – 2022.
25 fl.

Orientador(a): Amanda Ferreira Aboud de Andrade
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2022.

1. Afroempreendedorismo. 2. Empreendedorismo Negro. 3. Desenvolvimento. I. Andrade, Amanda Ferreira Aboud. II. Título.

MAYELE DE ARAÚJO LAVRA

EMPREENDEDORISMO NEGRO: uma análise dos projetos do Iblack para promover o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão

Trabalho de conclusão de curso, na modalidade de artigo, apresentado como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração da Universidade Federal do Maranhão - UFMA.

Aprovado em: 13/12/2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Amanda Ferreira Aboud de Andrade (orientadora)

Dr^a. em Ciência da Informação

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Walber Lins Pontes

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Ademir da Rosa Martins

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

Já dizia Santa Teresinha do Menino Jesus “é justo que custe aquilo que muito vale” e chegar aqui custou muito, mas graças a Deus no final tudo deu certo e tudo para a Glória Dele. Então eu agradeço primeiramente ao Bom Deus por ser o meu verdadeiro sustento, pois sem Ele nada disso teria acontecido. Agradeço também pela intercessão da Bem-Aventura Virgem Maria e pela intercessão do Glorioso São José.

Agradeço aos meus pais Ana Rita Nunes e Otávio Lavra por estarem sempre ao meu lado e por não medirem esforços para que tudo isso acontecesse. Muito obrigada por tudo!

Agradeço ao meu irmão Luís Gustavo, pelo apoio, pelos ensinamentos. A minha vó, Lourença (in memoriam) pelas palavras de apoio enquanto estive por aqui. Agradeço a todos os meus familiares que me incentivaram e se fizeram presentes em diversos momentos.

Agradeço aos meus amigos da graduação do grupo Pedala Slz (Geilson Silva, Ellison, Matheus Santana, Mariana Fonseca) e, principalmente, aos meus amigos Renata Pestana e Bruno Carneiro que foram meu grande suporte nesta graduação. Agradeço aos meus amigos da Estratégica EJ por tantas experiências compartilhadas (Ana Paula, Matheus Saulnier, Carlos Maia, Vanessa Garcez, João Vitor).

Agradeço as minhas amigas: Myrla Fernanda, Lauriane, Aline, Andreyana, Lorena e Magnólia por me escutarem, me apoiarem e torcerem muito para que este sonho fosse realizado.

Agradeço ao Ítalo Carvalho por ter me ajudado a desenvolver esta pesquisa sobre o Iblack. Saiba que tens a minha admiração.

Sou grata pela minha caminhada e pelos conhecimentos adquiridos através dos professores da graduação. Meu agradecimento especial a minha orientadora Amanda Aboud, pelo acolhimento, carinho e por todo esforço empreendido neste trabalho juntamente comigo. Sou grata por todos os ensinamentos, querida professora. Que Deus continue a lhe guiar nesta profissão!

Enfim, agradeço a todos que contribuíram diretamente ou indiretamente para que hoje eu estivesse aqui. Muito obrigada!

RESUMO

Este artigo objetiva analisar os projetos pautados a respeito do Empreendedorismo Negro no Maranhão, procurando entender como essa temática tem se mostrado presente no contexto; sobretudo, estudar os projetos promovidos pelo Iblack e verificar se essas ações têm resultado no desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no cenário em questão. Para tanto, utilizou-se de uma perspectiva metodológica focada na abordagem qualitativa, do tipo descritiva; sendo discutidas as categorias: Empreendedorismo, Processo Empreendedor de maneira a abordar aspectos iniciais, bem como os conceitos de Afroempreendedorismo, Empreendedorismo Negro para que se adentrasse mais afundo na temática central, além da análise dos projetos que formentam o Empreendedorismo Negro. Através da análise de conteúdo e, utilizando a categorização para organizar as respostas da entrevista semiestruturada com o CO-fundador do Iblack, foi possível conhecer os projetos que este negócio de impacto social tem realizado para desenvolver empreendedores negros no Maranhão. Ancorando-se em todas as informações coletadas, foi possível perceber o esforço que a comunidade Iblack tem empreendido.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. I-black. Negros.

ABSTRACT

This article aims to analyze the projects based on Black Entrepreneurship in Maranhão, trying to understand how this theme has been present in the context; above all, studying the projects promoted by Iblack and verifying whether these actions have resulted in the development of black entrepreneurs and their businesses in the scenario in question. For that, a methodological perspective focused on the qualitative approach, of the descriptive type, was used; categories being discussed: Entrepreneurship, Entrepreneurial Process in order to address initial aspects, as well as the concepts of Afro-entrepreneurship, Black Entrepreneurship to delve deeper into the central theme, in addition to the analysis of projects that foster Black Entrepreneurship. Through content analysis and, using categorization to organize the responses of the semi-structured interview with the CO-founder of Iblack, it was possible to know the projects that this social impact business has carried out to develop black entrepreneurs in Maranhão. Based on all the information collected, it was possible to perceive the effort that the Iblack community has undertaken.

Keywords: Afro Entrepreneurship. I-black. Blacks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fatores que influenciam no processo empreendedor.....	12
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Processo empreendedor.....	11
Quadro 2 – Subdivisões conceituais do Afroempreendedorismo.....	13
Quadro 3 – Categorias de Análise.....	17
Quadro 4 – Resumo das unidades de fala e categorias de análise.....	20

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	EMPREENDEDORISMO E PROCESSO EMPREENDEDOR: CONCEITOS INICIAIS.....	10
3	AFROEMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO NEGRO: EXPLICANDO OS CONCEITOS	12
3.1	Projetos frente ao Afroempreendedorismo	13
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	15
4.1	Classificação da pesquisa.....	15
4.2	Campo de pesquisa.....	16
4.3	Coleta de dados, análise de dados.....	16
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	17
6	CONCLUSÃO	21
	REFERÊNCIAS	21
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA	25

EMPREENDEDORISMO NEGRO: uma análise dos projetos do Iblack para promover o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão

Mayele de Araújo Lavra ¹

Amanda Ferreira Aboud de Andrade ²

Resumo: Este artigo objetiva analisar os projetos pautados a respeito do Empreendedorismo Negro no Maranhão, procurando entender como essa temática tem se mostrado presente no contexto; sobretudo, estudar os projetos promovidos pelo Iblack e verificar se essas ações têm resultado no desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no cenário em questão. Para tanto, utilizou-se de uma perspectiva metodológica focada na abordagem qualitativa, do tipo descritiva; sendo discutidas as categorias: Empreendedorismo, Processo Empreendedor de maneira a abordar aspectos iniciais, bem como os conceitos de Afroempreendedorismo, Empreendedorismo Negro para que se adentrasse mais a fundo na temática central, além da análise dos projetos que formentam o Empreendedorismo Negro. Através da análise de conteúdo e, utilizando a categorização para organizar as respostas da entrevista semiestruturada com o CO-fundador do Iblack, foi possível conhecer os projetos que este negócio de impacto social tem realizado para desenvolver empreendedores negros no Maranhão. Ancorando-se em todas as informações coletadas, foi possível perceber o esforço que a comunidade Iblack tem empreendido.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo. I-black. Negros.

Abstract: This article aims to analyze the projects based on Black Entrepreneurship in Maranhão, trying to understand how this theme has been present in the context; above all, studying the projects promoted by Iblack and verifying whether these actions have resulted in the development of black entrepreneurs and their businesses in the scenario in question. For that, a methodological perspective focused on the qualitative approach, of the descriptive type, was used; categories being discussed: Entrepreneurship, Entrepreneurial Process in order to address initial aspects, as well as the concepts of Afro-entrepreneurship, Black Entrepreneurship to delve deeper into the central theme, in addition to the analysis of projects that foster Black Entrepreneurship. Through content analysis and, using categorization to organize the responses of the semi-structured interview with the CO-founder of Iblack, it was possible to know the projects that this social impact business has carried out to develop black entrepreneurs in Maranhão. Based on all the information collected, it was possible to perceive the effort that the Iblack community has undertaken.

Keywords: Afro Entrepreneurship. Iblack. Blacks.

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, a população negra foi afetada de maneira coletiva, assim a sua ascensão social e econômica também se dá de tal maneira. Nesse sentido, é possível voltar o olhar para atrás e observar que pós-abolição da escravidão, o cenário de trabalho precário, de condições mínimas de sobrevivência e sem políticas públicas voltadas para a inclusão da população negra contribuiu fortemente para que esta não avançasse no desenvolvimento.

Diante desse contexto, a população negra, para conseguir gerar renda e sobreviver, notou uma oportunidade de utilizar da sua criatividade e empreender. Então de forma geral, o empreendedorismo negro surge justamente nesta realidade, como uma forma de enfrentamento das vulnerabilidades social e econômica da população negra, sendo uma maneira de inserção de negros no mercado de trabalho, geração de renda e reforço da identidade cultural.

Diante disso, é importante ressaltar que o afroempreendedorismo ganhou notoriedade a partir do estudo sobre “Os Donos de Negócio no Brasil”, elaborado pelo Sebrae, que se deu

¹ Aluna do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, no semestre de 2022.2, na cidade de São Luís/MA. Endereço eletrônico para contato: mayele.lavra@gmail.com;

² Professora Orientadora. Dra. em Ciência da Informação. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: amanda.aboud@ufma.br.

a partir do processamento dos microdados da PNAD de 2013 (IBGE, 2013). Neste estudo revelou-se o perfil dos empreendedores no Brasil e, principalmente, tendo enfoque nos empreendedores negros. Na atualidade, tem-se a atuação ainda mais forte da população negra em meio ao empreendedorismo, justamente pelo fortalecimento de comunidades e projetos relacionados a esta temática, tendo o Iblack que é um negócio de impacto social no estado do Maranhão, realizando projetos para o fomento do Empreendedorismo Negro.

Portanto, esta pesquisa procura responder a seguinte indagação: Como o Iblack tem promovido o desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no Maranhão?

Esta pesquisa tem por objetivo analisar os projetos frente ao Empreendedorismo Negro no Maranhão, a fim de entender como a temática tem se mostrado presente no contexto; sobretudo, conhecer quais são os projetos promovidos pelo Iblack e verificar se essas ações têm resultado no desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no cenário em questão.

Para a obtenção das informações e análise dos dados, utilizou-se o método de entrevista semiestruturada, justamente porque esta abordagem possibilita ao pesquisador e ao entrevistado adentrar em outros pontos do tema que não são alcançados pela estrutura da entrevista.

O artigo é estruturado em seis partes. Após esta introdução, é feita uma revisão da literatura trazendo os conceitos iniciais sobre Empreendedorismo e o processo empreendedor. Na terceira parte adentra-se ao Empreendedorismo Negro e Afroempreendedorismo, através dos estudos e pesquisas foi-se explicando estes conceitos; além disso, também se adentra nos projetos que fomentam o Afroempreendedorismo. Por fim, os procedimentos metodológicos, análise e discussão dos resultados e as considerações finais.

2 EMPREENDEDORISMO E PROCESSO EMPREENDEDOR: CONCEITOS INICIAIS

Para melhor tratar sobre o tema central, faz-se necessário, realizar abordagens acerca do Empreendedorismo. Nesse sentido, autores clássicos, como Schumpeter (1982) e Drucker (1986) possuem maior influência nesta temática. Apesar de apresentarem percepções teóricas distintas, enxergam o empreendedor sobre uma ótica individual, sendo o empreendedor um símbolo do sucesso no capitalismo, ao superar barreiras e conseguir realizar seu sonho de negócio de forma sustentável e lucrativa. Em contrapartida, essa percepção é alvo de diversos questionamentos e críticas, pois autores contemporâneos consideram que o ambiente social e o histórico de vida desses indivíduos não podem ser ignorados para uma análise do perfil do empreendedor.

Para adentrar ainda mais na conceituação, Dornelas (2012) assinala que o empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de ideias em oportunidades e a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. Nesse mesmo sentido, o empreendedorismo é definido como uma forma de identificar oportunidades, necessidades, dores presentes na sociedade e, diante desses fatores, explorar e aplicar algo novo. Envolve o estudo de origem de oportunidades; o processo de descoberta, evolução e exploração de oportunidades; e o conjunto de indivíduos que descobrem, evoluem e exploram-nas (SHANE; VENKATARAMAN, 2000).

Seguindo esse pensamento, Longenecker et al. (2007) afirmam que essas oportunidades nem sempre serão vistas de forma igualmente atraente para todas as pessoas, pois envolve interesses, recursos e a capacidade do empreendedor para a obtenção de sucesso. Outra vertente considera o empreendedorismo como uma prática, não uma ciência ou arte. (DRUCKER, 1985). Em conformidade a esta percepção, de acordo com Bancheret al (2012),

o empreendedorismo não se caracteriza somente por inovações e criação de conceitos, mas também pela iniciativa de se unir talentos, ideias, conhecimento e recursos em prol da criação, renovação ou inovação de mecanismos dentro ou fora de uma organização pré-existente.

Além disso, o empreendedorismo também está atrelado à busca pela independência financeira. Trata-se de assumir riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e receber as conseqüentes recompensas da satisfação econômica e pessoal. (HISRICH 1985, p.18). Em consonância com essa perspectiva, Boava (2006) afirma:

Conjunto de atividades que visam proporcionar ao empreendedor, no decurso de sua ação, plena liberdade. Tal liberdade se manifesta devido à ocorrência de uma ruptura com aquilo que lhe proporciona segurança e estabilidade. O estado de dependência em relação a fatores externos (existente na segurança e estabilidade) é substituído pela possibilidade de ser sujeito da ação. Sua base é transdisciplinar e teleológica, sustentando-se na busca pela realização plena do ser (BOAVA, 2006, p. 116).

Embasando ainda mais essa percepção, Verardi (2012, p.10) afirma que esse conceito, dependendo do contexto social, cultural e econômico no qual está inserido, pode assumir diferentes significados. Diante disso, podem-se identificar três abordagens principais, sendo a primeira relacionada à visão comportamental que estuda as definições dos perfis de personalidade do empreendedor e procura compreender seu comportamento. Já a segunda abordagem abrange a análise das habilidades e competências do empreendedor e sua dinâmica e interação no ambiente organizacional. E por fim, a terceira abordagem refere-se à relação que se estabelece entre empreendedorismo e economia, a inovação e a disposição para correr riscos ao investir em produtos e negócios.

Segundo Dornelas (2012), o processo de empreender inicia-se para além de identificar oportunidades, existem as etapas do processo no qual o empreendedor se depara. Diante disso, a primeira constitui-se em identificar e avaliar a oportunidade. Já a segunda etapa faz referência ao desenvolvimento do plano de negócios. A terceira, por sua vez, é a determinação e captação dos recursos necessários. Por fim, a quarta etapa representa o gerenciamento da empresa criada. É ressaltado pelo autor que embora as fases sejam apresentadas de forma sequencial, nenhuma delas precisa ser completamente concluída para que se inicie a seguinte (DORNELAS, 2012). No Quadro 1 apresentamos o processo citado anteriormente:

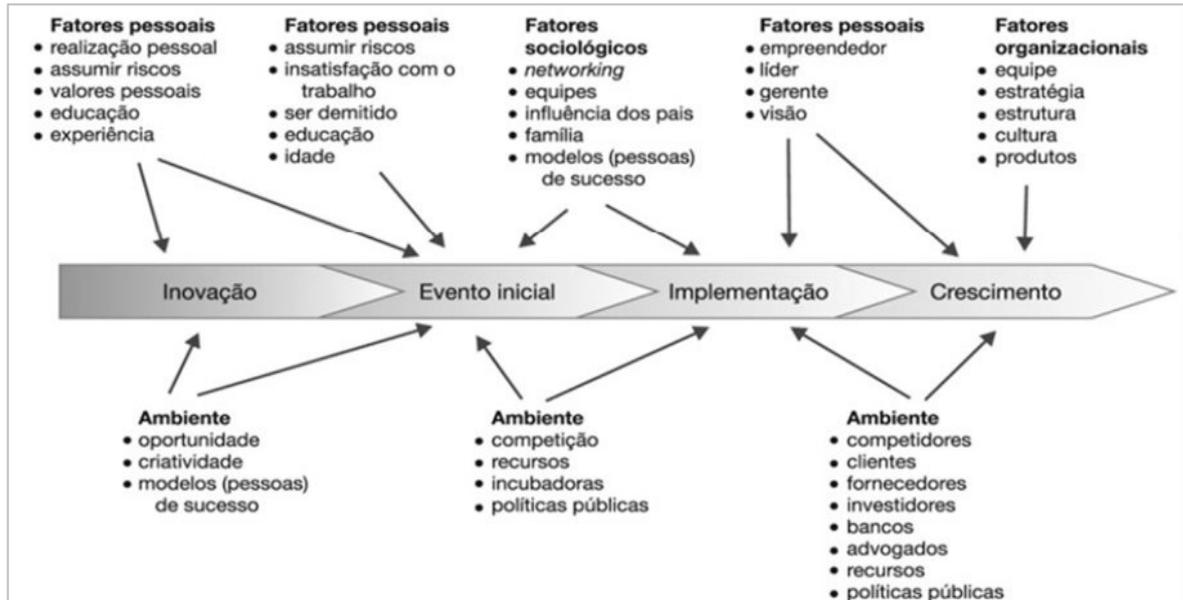
Quadro 1 - Processo empreendedor

Identificar e avaliar a oportunidade	Desenvolver o plano de negócios	Determinar e captar os recursos necessários	Gerenciar a empresa criada
<ul style="list-style-type: none"> • Criação e abrangência da oportunidade • Valores percebidos e reais da oportunidade • Riscos e retornos da oportunidade • Oportunidade versus habilidades e metas pessoais • Situação dos competidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Sumário Executivo • O conceito do negócio • Equipe de Gestão • Mercado e Competidores • Marketing e Vendas • Estrutura e Operação • Análise Estratégica • Plano Financeiro • Anexos 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Pessoais • Recursos de amigos e parentes • Angels • Capitalistas de risco • Bancos • Governo • Incubadoras 	<ul style="list-style-type: none"> • Estilo de gestão • Fatores críticos de sucesso • Identificar problemas atuais e potenciais • Implementar um sistema de controle • Profissionalizar a gestão • Entrar em novos mercados

Fonte: Adaptado de Dornelas (2013, p.33)

Neste mesmo sentido, Dornelas (2012, p. 31) descreve com mais detalhes que a decisão de uma pessoa tornar-se empreendedor sucede de fatores externos (ambientais e sociais) e internos (aptidões pessoais), ou a soma destes fatores, os quais são essenciais para o surgimento e o crescimento de uma empresa. Na Figura 1 mostra-se os fatores que influenciam diretamente no processo empreendedor:

Figura 1 - Fatores que influenciam no processo empreendedor



Fonte: Dornelas (2012, p.31)

É notável que o empreendedorismo é a transformação de ideias em negócios, podendo surgir a partir de oportunidades ou até mesmo de necessidades e está diretamente relacionada a fatores sociais, culturais e econômicos, dentro do contexto no qual se está inserido.

3 AFROEMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDORISMO NEGRO: EXPLICANDO OS CONCEITOS

Não há como se falar em Empreendedorismo Negro sem conceituar primeiro o Afroempreendedorismo e, diferentemente do termo empreendedorismo, quando se fala em Afroempreendedorismo. Segundo Silva (2017), destina-se a ação de empreender protagonizada pelos indivíduos autodeclarados como negros, como uma ideologia de autoafirmação e busca pelas suas raízes. Ainda nesse sentido, para Nascimento (2018), o afroempreendedorismo é composto por iniciativas de afroempreendedores de constituírem negócios com vistas não só exclusivamente a geração de renda, mas com o propósito político de promoção da cultura, identidade e estética negra e de combate ao racismo socioeconômico e cultural promovendo estratégias de geração de renda e consumo junto à comunidade negra, bem como a formação de uma rede de empregabilidade.

Comini (2011) corrobora quando afirma que o afroempreendedorismo se enquadra na vertente denominada de empreendedorismo social, e que também chamado é de empreendedorismo de impacto, que tem como característica principal o desenvolvimento de estratégias de solução para problemas sociais de maneira eficiente e sustentável economicamente através dos mecanismos de mercado. Em complemento a isso, Santos (2019) assegura que existe um comprometimento em estruturar uma cadeia produtiva que respeite a questão racial, privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender.

Além disso, os termos afroempreendedorismo, empreendedorismo negro e o empreendedorismo afro-brasileiro são usados por Organizações como o Sebrae, Instituto Adolpho Bauer (IAB) e a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (ANCEABRA) como sinônimos, para denominar negócios geridos por pessoas autodeclaradas pretas ou pardas a partir das categorias de classificação utilizadas pelo IBGE.

Em contrapartida, Nascimento (2018) afirma que a categoria afroempreendedores se distingue dos denominados empreendedores negros ou pardos (autodeclarados), pois estes não necessariamente incorporam as categorias de pertencimento étnicorracial nos seus produtos ou serviços oferecidos. Em complemento com a perspectiva anterior, para Santos (2019, p.36), o afroempreendedorismo, em sentido amplo, denomina como um movimento empreendedor realizado por negras e negros. Além disso, ainda apresenta duas subdivisões conceituais para o afroempreendedorismo, uma *lato sensu* (sentido amplo) e outra *stricto sensu* (sentido estrito). A primeira definição refere-se ao sentido amplo, por exemplo, focado em um negócio que pense de forma ampla, como por exemplo abrir um supermercado, uma loja de roupas ou um restaurante; já o sentido estrito pode ser um modelo de negócio que envolvam apenas pessoas negras em todo processo produtivo, marketing, funcionários negros etc. No Quadro 2 apresenta-se uma síntese dessa subdivisão.

Quadro 2 - Subdivisões conceituais do Afroempreendedorismo

Lato sensu	Stricto sensu
O negro empreende e escolhe qualquer ramo de atividade e um público para vender o seu produto ou serviço e não se limita a apenas consumidores negros. Além disso, não precisa trabalhar exclusivamente com produtos ou serviços incorporados à temática racial.	Movimento empreendedor realizado por negros e negras, comprometidos em estruturar uma cadeia produtiva que respeite a questão racial, privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender.

Fonte: Adaptado de Santos (2019).

Em consonância com essa perspectiva, Oliveira (2019, p.21) entende que o afroempreendedorismo é muito mais que “apenas” um corpo negro frente a um negócio, na verdade articula posicionamentos ideológicos e políticos. Além disso, é um fenômeno em desenvolvimento e que carrega uma gama de variáveis sociológicas como antirracismo, identidade, trabalho, renda, educação e, esses fatores entram em diálogo com o modelo de negócio. Em suma, ser afroempreendedor se constitui como algo além de apenas obter lucros e/ou forma de subsistência.

Porém, essa definição não é aceita totalmente. De acordo com pesquisas oficiais, como do Sebrae e GEM — definem que qualquer empreendedor autodeclarado preto ou pardo, independentemente do tipo de negócio é considerado um afroempreendedor, empreendedor afro-brasileiro ou empreendedor negro. Diante disso, , adota-se o conceito apoiado por pesquisas oficiais, ou seja, qualquer empreendedor autodeclarado preto ou pardo independente do seu tipo negócio é considerado afroempreendedor, empreendedor afro-brasileiro ou empreendedor negro.

3.1 Projetos frente ao Afroempreendedorismo

No Brasil, o trabalho precário e o subemprego não são novidades para os negros, visto que por conta das condições mínimas de sobrevivência que lhes foram impostas inicialmente pelo regime escravocrata colonial e posteriormente no pós-abolição com o ingresso do Brasil

na ordem capitalista, quando homens e mulheres negros foram excluídos das oportunidades de trabalhos ou subaproveitados em detrimento de imigrantes europeus que foram importados em massa para substituição da antiga mão-de-obra escrava (FERNANDES, 2008; HASENBALG, 2005; DOMINGUES, 2003). A maior parte da população negra historicamente ocupa posições subalternas no setor de subsistência e em atividades irregulares, com altos índices de rotatividade, baixas remunerações além de enfrentar maiores dificuldades de inserção no mercado de trabalho formal e prevalecer nas taxas de desemprego (DOMINGUES, 2007).

A partir desse contexto, a população negra não teve uma alternativa de sobrevivência e notou a oportunidade de usar de sua criatividade e a força de seu trabalho para empreender. Como assinalado por Nogueira e Mick (2013), os negros excluídos do mercado de trabalho passaram a desempenhar atividades no mercado informal de trabalho em atividades pouco qualificadas. E ainda no século XIX os negros livres ou libertos constituíam a parcela dos artesãos, comerciantes e prestadores de serviços especializados, as quitandeiras também são exemplos das primeiras iniciativas de empreendedorismo negro no Brasil, “os antepassados da economia informal” (NOGUEIRA; MICK, 2013, p.102).

O Movimento Negro e vários acadêmicos, na década de 1970 começaram a denunciar a marginalização do negro na sociedade, tendo o suporte de diversos estudos realizados no âmbito do projeto UNESCO nos anos de 1950 e as novas pesquisas publicadas nos finais dos anos de 1970, como o seminal trabalho do argentino Carlos Hasenbalg. No mercado de trabalho passou-se a denunciar com mais ênfase o racismo disfarçado sobre a exigência da ‘boa aparência’, o tratamento desigual no ambiente de trabalho, além da falta de oportunidades para os negros (DAMASCENO, 2000, p.191).

Neste contexto, Entre os anos 1988 e 1991, foram criadas as três primeiras instituições voltadas para o empresariado negro: o Centro de Assessoramento e Coordenação Empresarial (CACE) em São Paulo, o Centro de Estudos e Assessoramento de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEM) e o Círculo Olympio Marques (COLYMAR). Em 1995, foram criadas duas outras associações: a Associação Nacional dos Coletivos de Empresários (ANCEABRA) e os Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (CEABRAS), primeiramente criado em São Paulo e depois disseminado para outros estados brasileiros. Segundo Monteiro (2013):

As associações de empresários afro-brasileiros foram pensadas não para que reunissem apenas empresários de um único ramo de atividades, mas diversos ramos e setores de diversos portes. Supôs-se que, assim, elas se tornariam mais fortes junto com os próprios empresários atendidos, reunidos em um único local em busca de seus objetivos comuns – unidos não apenas para fazer negócios e ganharem com o poder de influir nas políticas públicas e sociais, fortalecendo amplamente a população negra brasileira. (MONTEIRO, 2013, p. 80)

Para Ribeiro (2013, p. 312), é importante compreender as estratégias do afroempreendedorismo, desenvolvidas ultimamente por entidades do movimento negro em parceria com o Poder Público e com a iniciativa privada. Para a autora é possível estabelecer no Brasil uma relação da cultura empreendedora com a herança dos povos africanos e da escravização. Oliveira, Pereira e Souza (2013, p. 23) identificam as parcerias estimuladas pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, como programas e políticas que fomentaram e fortaleceram os empreendedores negros no país. Outra parceria que pode ser vista no Brasil, é o Projeto Brasil Afroempreendedor (PBAE), lançado em 5 de agosto de 2013, segundo o sítio eletrônico do Instituto Adolpho Bauer, e criado em parceria com o Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros de São Paulo (CEABRA/SP), Associação Nacional dos Coletivos de Empresários e Empreendedores Afro-brasileiros (ANCEABRA) e SEBRAE Nacional, juntamente com a participação de

organizações da sociedade civil e do Governo Federal. Esse projeto tem por objetivo, dar oportunidade de crescimento e desenvolvimento para os afroempreendedores.

A partir desse projeto foi criado a Rede Brasil Afroempreendedor (Reafro), que é uma Associação Nacional de Direito Privado, sem fins lucrativos, de apoio e fomento ao afroempreendedorismo, se constituindo como ferramenta substantiva para a organização e fortalecimento dos Afroempreendedores (Reafro, 2022). Esta rede está ancorada na missão de fortalecer o afroempreendedorismo por meio da educação empreendedora e tem por um dos seus objetivos, articular parcerias de programas de crédito e microcrédito, assim como sistemas de fomento e financiamento da produção, comércio e prestação de serviços, para apoiar, beneficiar e corroborar com desenvolvimento e fortalecimento do afroempreendedorismo brasileiro (Reafro, 2022).

Entre os projetos e programas realizados pela Rede Brasil Afroempreendedor - REAFRO, em parceria com o UnitedHealth Group Brasil - Amil - líder global em cuidados de saúde, lançaram o Projeto Afronegócios Virando a Onda: Impulsionar Para Crescer, que tem por finalidade, estimular o desenvolvimento do ecossistema de afronegócios no Brasil, selecionando afroempreendedores e esses passam por um processo de mentoria empresarial com a perspectiva de ampliar o conhecimento, através do MentPreta – Programa de mentoria Reafro nas áreas de gestão financeira, gestão de negócios, marketing, proposta de valor, pitch, logística, atendimento e transformação digital em prol do fortalecimento de afro empreendimento. Outra finalidade desse programa é gerar a aproximação de afroempreendedores em uma rede de negócios de âmbito nacional.

Além das associações pensadas para o empresariado negro, outras instituições, lojas colaborativas e coletivos de afroempreendedores, ajudam na valorização da identidade negra através de suas atividades. Algumas das atividades desenvolvidas por esses canais, são as feiras, que tem por objetivo promover o afroempreendedorismo. Uma das mais conhecidas, é a Feira Preta que acontece em várias partes do Brasil. No Estado do Maranhão foram realizadas duas edições da Feira MA Preta em novembro de 2021 e 2022, pela Secretaria de Estado da Mulher (SEMU) em parceria com órgãos governamentais e não governamentais. Esse projeto tem por objetivo a valorização à cultura negra, incentivando o protagonismo de afro empreendedores e impulsionando empreendedores negros na economia local, estimulando assim, o consumo de artigos de origem afro-brasileiros e africanos, gerando renda e visibilizando às pessoas negras.

Para Arman (2015) a valorização dos empreendedores negros e a oportunidade de criar espaço para exporem seus produtos são os principais objetivos desses eventos:

São projetos que trabalham com o objetivo de disseminar o conhecimento da cultura afro-brasileira, por meio de projetos e produtos culturais segmentados. Vêm se destacando pelo caráter inovador de seus costumes, tradições da cultura negra e fomentando negócios. (ARMAN, 2015, p. 78-79)

O fenômeno do empreendedorismo também se impôs à população negra, devido ao seu histórico de sub-inclusão/exclusão do mercado de trabalho. Dessa forma, o Afroempreendedorismo surgiu para o fortalecimento sociocultural e econômico da população negra.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

4.1 Classificação da pesquisa

Como afirmado por Gil (2008), a metodologia de uma pesquisa tem por objetivo responder às perguntas e problemas que são levantados pelo pesquisador com base na

comprovação do ambiente em que vive e quais fenômenos pretende entender, além disso ela é usada para esclarecer os procedimentos que foram utilizados para este fim.

No que diz respeito a classificação desta pesquisa, quanto aos fins, é descritiva, seguindo a perspectiva de Vergara (2009), no qual afirma que a investigação descritiva evidencia particularidades a respeito de grupos populacional ou evento em específico e explicá-los. Seguindo a mesma linha, Mattar (1999) salienta a inter-relação com o problema de pesquisa, ao afirmar que a utilização desse tipo de pesquisa ocorrer quando o propósito de estudo é descrever as características de grupos, estimar a proporção de elementos que tenham determinadas características ou comportamentos, de uma população restrita, descobrir ou verificar a relação entre variáveis. Dessa forma, entender o Empreendedorismo Negro e as iniciativas e os projetos do Iblack foram os primeiros passos para se alcançar os objetivos desta pesquisa.

Quanto aos procedimentos técnicos, esta pesquisa se denomina como um estudo de caso, justamente por estudar os projetos da comunidade Iblack. De acordo com Fonseca (2002), ao realizar um estudo de caso não se pretende interferir no objeto de estudo, sobretudo, o objetivo é apresentar a realidade em que está inserido. Além disso, o estudo de caso busca embasar-se na realidade, na perspectiva global, desse objeto de estudo a partir do investigador. Logo, um estudo de caso, e nesta pesquisa, a respeito do Iblack, busca apresentar decisões que foram tomadas e de que forma foram tomadas e, assim, analisar os resultados coletados (YIN, 2001).

A respeito da abordagem, a pesquisa é qualitativa, por não buscar basear-se na nos dados numéricos, mas em responder as indagações peculiares; buscando compreender os fenômenos em sua essência, a partir de seus conceitos, anseios, razões, entre outros que estão relacionados ao do comportamento humano (MINAYO, 2002).

4.2 Campo de pesquisa

O campo de estudo é a comunidade Iblack, visto que esta pesquisa se propôs a analisar os projetos que promovem o desenvolvimento de negros e seus negócios em São Luís- MA.

O Iblack foi iniciado em 2019, pelo Ítalo Carvalho (um dos idealizadores) e mais duas pessoas (que por motivos de confidencialidade solicitada não serão citados os nomes), após a participação em uma capacitação de desenvolvimento de um modelo de negócio afrocentrado, ou seja, que tinha como público-alvo pessoas pretas. Essa capacitação tinha como objetivo a participação em um processo seletivo. No entanto, não obtiveram êxito, mas resolveram seguir com a ideia em formato de evento. Após diversas conexões, conseguiram uma pauta com um tempo específico em um espaço de inovação de São Luís, Maranhão. Diante dessa oportunidade, iniciou-se a produção de um evento, que tinha o objetivo pontual: conectar empreendedores negros que já estavam atuando em diversos setores assim como pessoas pretas que tinham o desejo de empreender.

Atualmente o Iblack está sendo gerido pelo Ítalo Carvalho (diretoria), Maria Clara Ferreira (Marketing) e Marine de Moraes (operacional, cursos, formações). E apesar de 4 anos de atuação no mercado, somente conseguiram se desenvolver neste ano de 2022 engajando ações, entendendo as pessoas que podem contar e refletindo muito o ideal de prosperidade. (ITALO CARVALHO, 2022)

4.3 Coleta de dados, análise de dados

Em relação a coleta de dados, este estudo utilizou-se de entrevista semiestruturada realizada com o Sócio Fundador do negócio de impacto social Iblack, Italo Roberto Pereira Carvalho. A entrevista semiestruturada (Apêndice A) foi composta por 10 questões que foram construídas a partir dos estudos realizados a respeito das teorias e assim estruturas de acordo

com o objetivo deste estudo, acerca dos projetos promovidos pelo Iblack e analisar se essas ações têm resultado no desenvolvimento de empreendedores negros e seus negócios no cenário em questão.

Segundo Gil (2008, p. 109) a entrevista é uma forma de aprofundar-se ao objetivo de estudo, momento em que o entrevistador se apresenta frente ao entrevistado a fim de realizar perguntas para assim obter as informações necessárias. Em consonância com essa perspectiva, as entrevistas em profundidade possibilitam examinar as respostas com o objetivo de apontar motivações que podem estar ocultas durante a entrevista (HAIR et al., 2007).

No que diz respeito, a análise e interpretação dos dados, a pesquisa baseou-se na análise de conteúdo que, de acordo Bardin (2011), fazem parte de um conjunto de estudos de comunicações que buscam compreender a partir dos procedimentos, através de procedimentos a mensagem, indicadores que permitem a dedução de conhecimentos por trás dessas mensagens. De fato, com base na análise de conteúdo o pesquisador busca compreender características, estruturas e modelos que estão por trás de um discurso. No Quadro 3 estão dispostas as categorias e subcategorias, que foram baseadas e relacionadas com os enunciados dos textos.

Quadro 3- Categorias de Análise

Categorias	Subcategorias
Motivação para a população negra empreender	-Falta de oportunidade no mercado de trabalho -Promoção da cultura, identidade e estética negra
Análise da realidade dos empreendedores negros para melhor atuação	- Conhecimento da realidade dos grupos minorizados -Entendimento das reais dores e necessidades dos empreendedores e empreendedoras negras
Identificação do negócio	-Identificação como negócio de impacto social -Respeito a questão racial, privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender.
Iniciativas e projetos frente ao Empreendedorismo Negro	-Disseminação do conhecimento da cultura preta -Criação de espaços colaborativos e busca por parceiros - Educação Empreendedora - Desenvolvimento e fortalecimento do empreendedorismo negro -Impulsionamento pela economia local

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A presente seção objetiva apresentar as análises feitas a partir da decodificação da entrevista da empresa em estudo. O primeiro ponto a ser entendido, é como o empreendedorismo negro e suas motivações são percebidas pelo co-fundador e, como isso contribui para a reafirmação do propósito de atuação do Iblack.

Quando se trata da percepção acerca do empreendedorismo negro, o Ítalo Carvalho entende que de maneira geral, a população negra tem como alternativa (às vezes como única saída) o empreendedorismo como possibilidade de obtenção de renda e de vinculação com o mundo do trabalho, como reflete Ribeiro (2013). E diante disso, a atuação do Iblack se desdobra em justamente criar espaços que sejam propícios para o desenvolvimento de empreendedores e empreendedoras negras. Além disso, o gestor consegue enxergar que a população negra historicamente ocupa posições subalternas no setor de subsistência e em

atividades irregulares, como afirmado por Domingues (2007), mas em contrapartida, visualiza que no mercado a pauta diversidade e inclusão está muito em voga, tudo isso caminhando para expansão, o que contribui diretamente para a promoção da cultura negra e o combate ao racismo.

Evidenciou-se que o Iblack passou por uma transição. A princípio, em 2019, encontravam-se imersos em um ambiente de inovação e tinham interesse pelo universo de startup, sendo importante ressaltar que ainda não tinham um estudo mais aprofundado e por estarem neste contexto, na época havia uma equiparação ao trabalho que o “*Black Rocks*” desenvolve —uma startup que atua em São Paulo e tem por objetivo, promover acesso à população negra em ambientes altamente inovadores e tecnológicos. No entanto, foi-se percebendo que eram realidades distantes e distintas. Neste sentido, ao analisar a categoria acerca da realidade dos empreendedores negros, foi-se necessário “identificar por meio de pesquisas de campo, que mesmo estando imersos no mundo de startups, as pessoas negras que empreendiam em São Luís, não estavam interessadas em desenvolver habilidades na área de programação, mas os problemas evidenciados estavam relacionados ao operacional, a parte estratégica do negócio, principalmente, o marketing, vendas e financeiro. Além disso, “precisávamos resolver as reais dores e, que porventura persistem até hoje, para que de fato no futuro, esses empreendedores pudessem vivenciar essas necessidades de programação.”

Segundo o gestor,

tivemos que deslocar o planejamento, saindo desses espaços para vivenciar outras periferias. Começamos a nos conectar com lideranças negras dos bairros: Coroadinho, Bom Jesus, Primavera, Liberdade, Diamante toda aquela parte do Quilombo Urbano. Percebemos que é uma outra vivência, é uma outra roupagem. (ITALO CARVALHO, 2022)

Em relação a categoria identificação do negócio, mesmo os gestores tendo reconhecido ainda que de maneira superficial as dores dos empreendedores negros, isso impulsionou para que o Iblack se identificasse como um negócio de impacto social, que tem por objetivo atender as necessidades da população de baixa renda, podendo ser tanto uma forma de organização como uma prática que deliberadamente aproveita a dinâmica do mercado para tratar de questões sociais profundamente enraizadas através da concepção e implementação de um produto ou serviço essencial, como refletem Wilson e Post (2013), Ítalo Carvalho revela que “para ser um negócio de impacto social precisa-se entender o social” toda essa percepção de impacto social contribui diretamente para que toda a construção de ações em torno do Afroempreendedorismo seja respeitada, entendendo a questão racial assim como privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender e, dessa forma, “demos passos mais firmes em relação ao Iblack e tudo está caminhando para este aspecto.”

Quando se trata da categoria de análise dos projetos frente ao Empreendedorismo Negro, mesmo tendo 4 anos de existência, o Iblack só conseguiu desenvolver-se mais efetivamente neste ano de 2022 engajando ações, entendendo as pessoas que podem contar e refletir muito o ideal de prosperidade. Diante disso, os projetos que atualmente são aplicados, visam sobretudo disseminar o conhecimento da cultura preta assim como a formação de pessoas pretas que desejam empreender ou que já empreendem; sanar os maiores gargalos que são nas áreas de marketing, vendas e financeiro. Neste sentido, surgiu o “Educa Iblack” construído a partir de ciclos de oficinas voltadas para o universo do empreendedorismo, tendo como público principal empreendedores negros, mas é aberto para pessoas brancas, a fim de que elas também possam estar envolvidas e entender a realidade preta. Este aspecto é reforçado pelo gestor quando afirma que “a luta antirracista não deve ser vivenciada apenas

pelas pessoas negras, mas precisamos entender também qual o papel das pessoas brancas na luta antirracista.”

A criação de espaços colaborativos é um ponto bastante evidenciado atualmente na estrutura do Iblack, principalmente, pela constante busca por parcerias, a fim de somar com ações e, sobretudo, promover a formação de empreendedores negros e impactar a economia local, justamente “porque entendemos que esse jogo a gente não muda sozinho.” Nesse sentido, possuem parceria com o Sebrae, na pessoa da Daniele Abreu “que para nós é uma mentora que enxerga nossas ações como uma oportunidade de desenvolver ainda mais os empreendedores negros”. Outra ação em parceria com o Sebrae foi uma ação do Startup Day em que “que fizemos uma jornada com pessoas que empreendem e com pessoas que estavam querendo empreender em Santa Inês.”

Essa visão se comprova também com ações compartilhadas com a Feira MA Preta, que por sua vez teve sua 2ª edição neste ano de 2022 e, diante disso, o Iblack desenvolveu um trabalho muito significativo tendo nos dias 03 e 04 novembro de 2022, capacitações para 116 empreendedoras negras, que também estariam como expositoras da Feira MA Preta com o objetivo de

estudarmos um pouco de gestão e fazer com que os negócios sejam nivelados em relação ao entendimento do negócio, qual impacto tem, entendendo também quais são as ferramentas utilizadas qual o campo de visão para a atuação. Porque para nós também é muito importante fazer com que negócios não morram. (ITALO CARVALHO).

Essa parceria com a Feira MA Preta também corroborou para que o “Arena Iblack” fosse realizado neste ano nos dias 14 a 19 de novembro no Ceprama. Projeto que tem por objetivo difundir metodologias, ampliar saberes, e gerar conexões no empreendedorismo negro no Estado do Maranhão. O público-alvo do espaço são pessoas negras e/ou periféricas, empreendedoras ou não, que estejam impulsionadas para pensar e realizar inovação nos mais variados mercados, ou que apenas se interessem em expandir seu repertório. Além disso, ofertou-se uma programação com diversas rodas de conversas temáticas, atuando pela projeção, formação, e potencialização de pessoas negras, seus negócios e suas ideias. Em especial realizou uma espécie de collab do Iblack com a Cozinha Ancestral, além de rodas de conversas a fim de entender a potência empreendedora de Djs negras e negros em São Luís do Maranhão, reafirmando o profissionalismo e dinâmicas econômicas movimentadas pelos agentes desta indústria; conhecendo também através das experiências de grandes artistas da cena contemporânea brasileira, expondo os desafios, oportunidades e, principalmente, a ação de empreender presente nesta indústria criativa; conhecendo as experiências de criadores de conteúdos pretos e as suas relações com o dinheiro através de mercados digitais.

Assim, observou-se que as principais ações do Iblack frente ao desenvolvimento de empreendedores negros se dão a partir de parcerias que por sua vez, estão cada vez mais fortalecidas, isso contribui para disseminação da cultura preta, a formação de empreendedores, o impulsionamento da economia do Estado, a incorporação e pertencimento étnicorracial nos seus produtos ou serviços oferecidos. No que tange o impacto das ações, de modo quantitativo, evidencia-se um esforço por parte da liderança para monitorar esses dados, no entanto, ainda não se tem de fato algo bem estruturado, o que é compreensível, como citado anteriormente, mesmo com os 4 anos de existência do Iblack somente este ano estão conseguindo desdobramentos mais firmes, realizando mais ações em virtude da visibilidade e reconhecimento.

Com o objetivo de apresentar de maneira resumida a comunicação da empresa em estudo, no quadro abaixo estão relacionadas as categorias de análise e estão organizadas por ordem de subcategoria, como disposto no Quadro 4.

Como legenda, optou-se por indicar cada fala com a ordem de cada subcategoria.

Quadro 4 – Resumo das unidades de fala e categorias de análise

Categorias	Subcategorias	Resultados
Motivação para a população negra empreender	-Falta de oportunidade no mercado de trabalho -Promoção da cultura, identidade e estética negra	- “a população negra tem como alternativa (às vezes como única saída) o empreendedorismo como possibilidade de obtenção de renda e de vinculação com o mundo do trabalho” (2) - “se desdobra em justamente criar espaços que sejam propícios para o desenvolvimento de empreendedores e empreendedoras negras.” (2) - “a população negra historicamente ocupa posições subalternas no setor de subsistência e em atividades irregulares.” (2)
Análise da realidade dos empreendedores negros para melhor atuação	- Conhecimento da realidade dos grupos minorizados -Entendimento das reais dores e necessidades dos empreendedores e empreendedoras negras	- “precisávamos resolver as reais dores e, que porventura persistem até hoje, para que de fato no futuro, esses empreendedores pudessem vivenciar essas necessidades de programação.” (3) - “tivemos que deslocar o planejamento, saindo desses espaços para vivenciar outras periferias.” (3) - “Começamos a nos conectar com lideranças negras dos bairros: Coroadinho, Bom Jesus, Primavera, Liberdade, Diamante toda aquela parte do Quilombo Urbano.” (3)
Identificação do negócio	-Identificação como negócio de impacto social -Respeito a questão racial, privilegiando práticas antirracistas em todos os momentos da construção do ato de empreender.	- “para ser um negócio de impacto social precisa-se entender o social.” (4) - “demos passos mais firmes em relação ao Iblack e tudo está caminhando para este aspecto.” (4)
Iniciativas e projetos frente ao Empreendedorismo Negro	-Disseminação do conhecimento da cultura preta -Criação de espaços colaborativos e busca por parceiros - Educação Empreendedora - Desenvolvimento e fortalecimento do empreendedorismo negro -Impulsioneamento pela economia local	- “Educa Iblack” (5) - “porque entendemos que esse jogo a gente não muda sozinho.” (6) - “promover a formação de empreendedores negros e impactar a economia local” (6) - “estudarmos um pouco de gestão e fazer com que os negócios sejam nivelados em relação ao entendimento do negócio, qual impacto tem, entendendo também quais são as ferramentas que este negócio utiliza qual o campo de visão para a atuação. Porque para nós também é muito importante fazer com que negócios não morram.” (6) - “fizemos uma jornada com pessoas que empreendem e com pessoas que estavam querendo empreender em Santa Inês.” (4) - “Arena Iblack” (4) - “Feira MA Preta” (7) - “gerar conexões no empreendedorismo negro no Estado do Maranhão.” (7)

Fonte: Elaborado pelo autor (2022)

6 CONCLUSÃO

A partir da descrição e da identificação dos projetos frente ao Empreendedorismo Negro, foi possível identificar que essas ações são de suma importância, visto que contribui para o desenvolvimento de empreendedores negros, para a valorização da cultura africana e afro-brasileira assim como se mostra como um meio de enfrentamento ao racismo. Destaca-se que o negócio de impacto social Iblack, como já mencionado, existe desde 2019, mas somente neste ano de 2022, está conseguindo realizar mais ações e fortalecer o potencial empreendedor de profissionais negros no Maranhão e, sobretudo, isso tem acontecido, pois estão cada vez mais empenhados em vivenciar a realidade das periferias, conectar-se com lideranças negras e por entender que a adoção de parcerias são válidas e acrescentam para que de fato esse desenvolvimento ocorra.

Como esta pesquisa propõe-se analisar as ações promovidas pelo Iblack afim de desenvolver empreendedores negros e seus negócios no Maranhão, logo observou-se que as principais ações para que este objetivo de fato seja concretizado, são por meio de rodas de conversas, formações independentes e, principalmente, por meio de eventos com parceiros (Sebrae, Feira MA) para que assim seja criado uma rede colaborativa, um ambiente propício para o desenvolvimento não somente de empreendedores negros que já atuam no mercado mas também para pessoas pretas que buscam adentrar este movimento. Vale relembrar também, o trabalho que os gestores deste negócio desenvolvem, ou seja, buscam entender as reais dores dos empreendedores negros em seus negócios assim como sensibilizá-los para que essas pessoas entendam o impacto que geram, como podem melhor atuarem no mercado, dentre outros aspectos.

Ao fim desse trabalho, percebeu-se algumas limitações que surgiram ao longo da pesquisa, visto que faltou-se descobrir de maneira quantitativa qual o impacto dessas ações, assim como também é possível estender esse estudo para outros negócios de impacto social pautados no Empreendedorismo Negro, a fim de realizar uma análise maior das ações no Estado. Apesar das práticas implementadas no Estado, o que fica claro é ainda sim faz-se necessário, a adoção de políticas públicas, formulação de leis e projetos, além das associações, redes e conexões entre setor público e privado que se faz muito importante para o fomento e valorização do Empreendedorismo Negro no Maranhão.

REFERÊNCIAS

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, v. 18, 2022.

ARCENTALES, John Jairo Garcia; SENA, Priscila Machado Borges; DE ARAUJO, Nelma Camelo. O papel das aceleradoras para o desenvolvimento das startups e do empreendedorismo no Brasil. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 10, n. 3, p. 1-10, 2021.

ARMAN, A. P. **Empreendedorismo entre mulheres negras na cidade de São Paulo**. Revista de Administração da UNISAL, n. 8, p. 64-82, 2015.

_____. **A REAFRO** agora está disponível para todos. 2022. Disponível em:< <https://reafro.org/site/wp-content/uploads/2021/08/Edital-Afronego%CC%81cios-Virando-aOnda-Etapa-II-Afroempreendedores.pdf>> Acesso em 12 de outubro de 2022.

_____. **A REAFRO** agora está disponível para todos. 2022. Disponível em: Acesso em 12 de outubro de 2022.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edição 70, 1977.

BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Estadual de Londrina. Londrina: UEL, 2006.

_____. **BlackRocks**. Disponível em: <<https://blackrocks.com.br/>> Acesso em: 10 de outubro de 2022.

CAMPOS, Amanda Alves. **A valorização do negro no Brasil e o afroempreendedorismo**. 2018. 28 f. Monografia (Graduação em Administração) - Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018.

COMINI, G. M. **Negócios inclusivos e Inclusivos: um panorama da diversidade conceitual**. In: Mapa de Soluções Inovadoras: Tendências de empreendedores na construção de negócios inclusivos e inclusivos. Instituto Walmart, São Paulo, São Paulo, jun. 2011.

DAMASCENO, C. M. **Em casa de enforcado não se fala em corda**: notas sobre a construção social da "boa" aparência no Brasil. In: GUIMARÃES, A. A.; HUNTLEY, L. (Org.). Tirando a máscara - Ensaio sobre o racismo no Brasil. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p.165-199.

DE OLIVEIRA JUNIOR, Antonio Benedito; DE OLIVEIRA PESSETI, Angelica. **EMPREENDEDORISMO NEGRO: Empoderamento, Identidade e Nicho de Mercado**.

DOMINGUES, P. **Uma História Não Contada**: negro, racismo e branqueamento no pós abolição. São Paulo: Senac, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 4.ed, p.8-45, 2012.

FERNANDES, F. **O Mito da Democracia Racial**. In: A Integração do Negro na Sociedade de Classes. v. 1. São Paulo: Editora Globo, 5 ed. 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HASENBALG, C. (1979). Discriminação e desigualdades raciais no Brasil. 2 ed. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: Iuperj, 2005.

LEMOS, Lindrielli Rocha. O afroempreendedorismo: saber tradicional, empoderamento e contribuição à indústria criativa. **Revista Extraprensa**, v. 12, p. 861-879, 2019.

MACHADO, Cristiano Guimarães et al. **Empreendedorismo em cenários complexos: uma visão da realidade atual e futura no Brasil a partir de análise comparativa**. Revista de Administração IMED, v. 5, n. 2, p. 153-165, 2015.

MARTENS, C. D. P., FREITAS, H. **Influência do ensino de empreendedorismo nas intenções de direcionamento profissional dos estudantes.** Estudo & Debate, Lajeado, v. 15, p. 71-95.

MATTAR, Fauze Najib et al. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Atlas, 1999.

MINAYO, M. C. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** Petrópolis: Vozes, 2002, 80p.

NASCIMENTO, E. Q. (2018). **Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica.** Anais do Seminário de Ciências Sociais - PGCS UFES, Vitória, Espírito Santo, Brasil.

NASCIMENTO, Rafaela Helena do. **A valorização do Negro: Um olhar sobre o Afro empreendedorismo em São Carlos.** 2021.

NOGUEIRA, João Carlos; MICK, Jacques. **Desenvolvimento e Empreendedorismo Afro-Brasileiro. Projeto Brasil Afroempreendedor.** São Paulo, 2013. Disponível em: Acesso em 10 de outubro de 2022.

PARENTE, Cristina; COSTA, Daniel; SANTOS, Mônica; CHAVES, Rosário Rito. Empreendedorismo social: contributos teóricos para a sua definição. Encontro Nacional de Sociologia Industrial, das Organizações e do Trabalho, 2011, p. 268-282.

PEREIRA, Jaiane Aparecida; DE SOUZA, Márcia Cristina David; OLIVEIRA, Josiane Silva. Empreendedorismo, cultura e diversidade: a participação dos empreendedores negros nas atividades empreendedoras no Brasil no período de 1990 a 2008. **Contextus–Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 11, n. 2, p. 7-30, 2013.

PEREIRA, Lucilene Rodrigues. **O afroempreendedorismo como meio de desenvolvimento socioeconômico.** 2022.

QUINTÃO, Carlota. Empreendedorismo social e oportunidades de construção do próprio emprego. Disponível em: Acesso em 10 de outubro de 2022.

RIBEIRO, Matilde. **DESENVOLVIMENTO E EMPREENDEDORISMO AFRO-BRASILEIRO.** Desafios históricos e perspectivas para o século 21. Editora Ailende. São Paulo/SP. 2013.

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

_____. **SEBRAE**, Santa Catarina - SC agora está disponível para todos. 2021. Disponível em: < <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo> > Acesso em 05 de julho de 2022.

SILVA, G. M. **Empreendimentos sociais, negócios culturais: uma etnografia das relações entre economia e política a partir da Feira Preta em São Paulo.** 2017. 290 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

- SILVA, Jéssica Cristina Fernandes. **Empreendedorismo e Identidade Afrodescendente: O Caso da Reafro**. Disponível em: Acesso em: 10 de outubro de 2022.
- SCHERER, Patrícia Cristina et al. **Entendendo os negócios com impacto social: uma análise dos elementos constituintes do modelo de negócio**. 2014.
- SOARES, Charlene Carvalho. **Raça e mercado: os casos de afroempreendedorismo no Rio de Janeiro e Salvador-Brasil**.
- TEIXEIRA, Lineker Gomes. **Afroempreendedores: desafios e oportunidades para empreendedores negros no Distrito Federal**. 2017.
- VALE, G., Correa, V., & Reis, R.. **Motivations for entrepreneurship: Necessity versus opportunity?** Revista de Administração Contemporânea, n.18, v.3, p. 311-327, 2014.
- VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009, 102p.
- WILSON, F., & POST, J. E. (2013). **Business models for people, planet (& profits): Exploring the phenomena of social business, a market-based approach to social value creation**. Small Business Economics, 40(3), 715-737. doi:10.1007/s11187-011-9401-0
» <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9401-0>
- YIN, Robert K. Estudo de Caso: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE A – Questionário da Entrevista Semiestruturada

1 Criação

1Q- Como surgiu o I-black?

2Q- Quantos anos atua no mercado?

3Q- Quem são os fundadores?

4Q- Qual o propósito? (conhecer aspectos relacionados a MVV)

2 Projetos, Impacto

5Q- Quais são os projetos que atualmente rodam?

6Q- Como surgiu a ideia de elaboração dessa iniciativa/ projeto (se dá por meio de pesquisas, benches, oportunidades que o mercado está oferecendo)

7Q- Como observam o impacto desses projetos no Maranhão?

8Q- Como conseguem mensurar a eficácia? Existe algum acompanhamento desses indicadores?

9Q- Quais são os atuais parceiros?

10Q- Essas ações têm gerado o desenvolvimento de empreendedores negros no Maranhão?