

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANDRESSA COSTA SILVA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil motivacional e características das
afroempreendedoras do município de São Luís - MA**

São Luís

2023

ANDRESSA COSTA SILVA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil motivacional e características das
afroempreendedoras do município de São Luís - MA**

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.

Orientador: Prof. Dr. Ademir da Rosa Martins

São Luís

2023

Silva, Andressa Costa.

Afroempreendedorismo feminino: perfil motivacional e características das afroempreendedoras do município de São Luís-MA / Andressa Costa Silva. – 2023.

33f.

Orientador: Ademir da Rosa Martins.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação, Artigo) - Curso de Administração, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2023.

1. Afroempreendedorismo feminino. 2. Perfil motivacional. 3. Características. I. Martins, Ademir da Rosa. II. Título.

ANDRESSA COSTA SILVA

**AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil motivacional e características das
afroempreendedoras do município de São Luís - MA**

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.

Aprovada em: 12/07/2023.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ademir da Rosa Martins (orientador)

Dr. em Informática na Educação

Universidade Federal do Maranhão

Prof^a. Aline Alvares Melo

Dr.^a. em Administração

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Nilson Santos Costa

Dr. em Engenharia Elétrica

Universidade Federal do Maranhão

Dedico esta pesquisa a toda a minha família,
por serem minha propulsão para o trabalho e
estudos, especialmente, aos meus pais, Antônio
José Silva e Ilma Silva.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, que me proporcionou oportunidades e força de vontade. Logo em seguida aos meus pais, Antônio e Ilma, por todo amor, incentivo e apoio aos estudos, além de toda dedicação para que eu pudesse escolher os melhores caminhos para trilhar rumo aos meus objetivos.

Agradeço também ao meu irmão, Antoniel Costa, por acreditar em meu potencial e me dar apoio e recursos para chegar a este momento.

Um agradecimento especial ao meu namorado, Efsom Luís, por todo amor e atenção sempre que precisei, além do companheirismo e compreensão.

Agradeço a minha prima Patrícia Costa, por ter sido de fundamental importância ao me auxiliar com os procedimentos de ingresso à Universidade Federal.

Às minhas amigas da vida acadêmica que pude conhecer ao longo do curso, com quem compartilhei vivências, boas conversas e risadas. Gratidão pelo suporte que nos demos ao longo desses 5 anos.

Agradeço também ao meu orientador, Ademir Rosa Martins, que foi essencial para que esse trabalho fosse efetivado.

Meu mais sincero, muito obrigada!

“Essa é a história da representatividade. A gente precisa se ver nos lugares para saber que a gente pode estar onde quiser estar.”

Iza, 2020

RESUMO

As mulheres estão conquistando mais espaços no mercado de trabalho brasileiro, especialmente no campo do empreendedorismo, que apesar de crescente, ainda causa muitos desafios a serem enfrentados por elas em suas jornadas profissionais. Não diferente, as mulheres negras também se fazem presente nesta estatística, ainda que em menor número, muitas buscam a economia étnica como uma importante estratégia de resistência. De acordo com pesquisa feita pelo Sebrae com base em dados do IBGE (2022), no terceiro trimestre de 2022, havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, ou seja, mais de 34% dos empreendedores. Nesse sentido, objetiva-se neste estudo identificar o perfil motivacional e as características das mulheres afroempreendedoras que residem no município de São Luís - MA. Para esse fim, foi realizada a aplicação de questionário a 30 mulheres afroempreendedoras no primeiro semestre de 2023, sendo estes analisados por meio de estatística descritiva, utilizando da abordagem quantitativa. Dessa forma, concluiu-se que o perfil da afroempreendedora ludovicense se compõe, predominantemente, de mulheres jovens, solteiras e em grande maioria sem filhos, com alto nível de instrução, que possuem motivações relacionadas principalmente à necessidade de independência financeira.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo feminino; Perfil motivacional; Características.

ABSTRACT

Women are gaining more space in the Brazilian labor market, especially in the field of entrepreneurship, which, despite growing, still causes many challenges to be faced by them in their professional journeys. No different, black women are also present in this statistic, although in smaller numbers, many seek the ethnic economy as an important resistance strategy. According to a research made by Sebrae based on data from IBGE (2022), in the third quarter of 2022, there were 10.3 million women business owners in the country, that is, more than 34% of entrepreneurs. In this sense, this study aims to identify the motivational profile and characteristics of Afroentrepreneurial women who reside in the municipality of São Luís - MA. To this end, a questionnaire was applied to 30 women afroentrepreneurs in the first semester of 2023, which were analyzed by means of descriptive statistics, using a quantitative approach. Thus, it was concluded that the profile of the Afroentrepreneur of Ludovic is composed predominantly of young women, single and mostly childless, with a high level of education, who have motivations related mainly to the need for financial independence.

Keywords: Female Afroentrepreneurship; Motivational Profile. Characteristics.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Construtos	19
Gráfico 1 - Ramo de Atividades	21
Quadro 2 - Resultados por construtos	24
Gráfico 2 - Resultados por motivação empreendedora	25

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil sociodemográfico das afroempreendedoras	20
Tabela 2 - Características das empresas.....	22

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1	Empreendedorismo.....	13
2.2	Empreendedorismo feminino	14
2.3	Afroempreendedorismo feminino	15
2.4	Perfil das mulheres negras que empreendem no Brasil	16
2.5	Motivação empreendedora	17
3	METODOLOGIA	18
4	RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	20
4.1	Perfil das afroempreendedoras e seus empreendimentos.....	20
4.2	Características das empresas.....	21
4.3	Razões para abertura do negócio	23
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	26
	NOTAS EXPLICATIVAS	27
	REFERÊNCIAS.....	27
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO.....	31

AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil motivacional e características das afroempreendedoras do município de São Luís – MA ¹

Andressa Costa Silva ²
Ademir da Rosa Martins ³

Resumo: As mulheres estão conquistando mais espaços no mercado de trabalho brasileiro, especialmente no campo do empreendedorismo, que apesar da crescente, ainda causa muitos desafios a serem enfrentados por elas em suas jornadas profissionais. Não diferente, as mulheres negras também se fazem presente nesta estatística, ainda que em menor número, muitas buscam a economia étnica como uma importante estratégia de resistência. De acordo com pesquisa feita pelo Sebrae com base em dados do IBGE (2022), no terceiro trimestre de 2022, havia 10,3 milhões de mulheres donas de negócios no país, ou seja, mais de 34% dos empreendedores. Nesse sentido, objetiva-se neste estudo identificar o perfil motivacional e as características das mulheres afroempreendedoras que residem no município de São Luís - MA. Para esse fim, foi realizada a aplicação de questionário a 30 mulheres afroempreendedoras no primeiro semestre de 2023, sendo estes analisados por meio de estatística descritiva, utilizando da abordagem quantitativa. Dessa forma, concluiu-se que o perfil da afroempreendedora ludovicense se compõe, predominantemente, de mulheres jovens, solteiras e em grande maioria sem filhos, com alto nível de instrução, que possuem motivações relacionadas principalmente à necessidade de independência financeira.

Palavras-chave: Afroempreendedorismo feminino; Perfil motivacional; Características.

Abstract: Women are gaining more space in the Brazilian labor market, especially in the field of entrepreneurship, which, despite growing, still causes many challenges to be faced by them in their professional journeys. No different, black women are also present in this statistic, although in smaller numbers, many seek the ethnic economy as an important resistance strategy. According to a research made by Sebrae based on data from IBGE (2022), in the third quarter of 2022, there were 10.3 million women business owners in the country, that is, more than 34% of entrepreneurs. In this sense, this study aims to identify the motivational profile and characteristics of Afroentrepreneurial women who reside in the municipality of São Luís - MA. To this end, a questionnaire was applied to 30 women afroentrepreneurs in the first semester of 2023, which were analyzed by means of descriptive statistics, using a quantitative approach. Thus, it was concluded that the profile of the Afroentrepreneur of Ludovic is composed predominantly of young women, single and mostly childless, with a high level of education, who have motivations related mainly to the need for financial independence.

Keywords: Female Afroentrepreneurship; Motivational Profile. Characteristics.

1 INTRODUÇÃO

As disparidades e desigualdades de gênero e raça no mercado de trabalho, enfrentada pelas mulheres no cenário mundial, é sem dúvida um dos maiores desafios que enfrentamos neste século (RGE, 2019). Historicamente, tanto no mundo quanto no Brasil, as heranças coloniais deixaram marcas profundas na trajetória dos negros, decorrentes de uma construção histórica e cultural da escravidão a partir da qual traços fenotípicos e culturais foram tratadas como inferiores em comparação aos dos brancos (FANON, 2008; REZENDE, MAFRA & PEREIRA, 2018).

Em um levantamento, a ASN Notícias (2023) mostra que ter o próprio negócio continua sendo um dos três maiores sonhos do brasileiro e que os pequenos negócios continuam desempenhando importante papel na economia nacional – em um ranking que avalia a Taxa de Empreendedorismo Total (TTE), entre 47 nações, o Brasil ocupa a quinta posição.

As mulheres, independente da questão de raça, tem cada vez uma maior participação na economia e uma importância também como agente provedor e sustentador de lares, muitas vezes tendo que recorrer à solução do empreendedorismo como única opção de conseguir seu

¹ Artigo apresentado para a disciplina de TCC II e defendido perante banca no semestre de 2023.1, na data de 12/07/2023, na cidade de São Luís/MA;

² Graduanda do Curso de Administração/UFMA. Contato: andressacosta0531@gmail.com;

³ Professor Orientador. Dr. em Informática na Educação. Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração - DECCA/UFMA. Contato: ademir.martins@ufma.br.

sustento (RGE, 2019). Com o passar do tempo esse cenário ganhou um novo perfil por meio do empreendedorismo, segundo a ONU (Organização das Nações Unidas) elas contribuem para a geração de renda do país, através da conquista de espaço na sociedade no ramo dos negócios.

Em termos gerais, também fora da questão racial, o público feminino é também mais expressivo do que o masculino, quando o assunto é a abertura de novos empreendimentos, segundo dados do Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2017).

À vista disso, o estímulo às práticas empreendedoras por necessidade o fomento a criação de novos negócios evidencia-se cada vez mais como uma “saída”. Uma resposta clara à precarização do mercado de trabalho brasileiro que impele os indivíduos para o auto emprego (VALE, 2015).

Em 2020, o Brasil registrou um salto de 41% entre as mulheres que iniciaram algum negócio próprio (IBGE, 2020). E segundo o SEBRAE (2022), no Brasil, há 9,3 milhões de mulheres à frente de um negócio, sendo que 45% delas são chefes de família, ou seja, são responsáveis pela principal, muitas vezes, única renda de seus lares.

Além disso, dados coletados em estudo “Empreendedorismo negro no Brasil”, desenvolvido pela aceleradora de empresários negros PretaHub, da Feira Preta, em parceria com a Plano CDE e o JP Morgan, empreendedoras e empreendedores negros movimentam R\$ 1,7 trilhão por ano no Brasil e mais da metade – cerca de 51% dos brasileiros que empreendem – são pretos ou pardos. Destes, 52% são mulheres. (Plano CDE, 2019).

Ainda de acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020), entre 2015 e 2019, das 1.580.000 novas donas de negócio que surgiram no país, 60% eram negras (964 mil), 36% eram brancas e o restante de outras raças (51 mil). Ainda, em outro estudo do Sebrae (2021), viu-se que as mulheres negras representam 47% das empreendedoras brasileiras, um número crescente.

Nesse sentido, o presente estudo tomou como guia a seguinte questão: Qual o perfil motivacional e as características das mulheres negras empreendedoras do município de São Luís - MA.

Com o intuito de compreender melhor o cenário do empreendedorismo feminino na região, o objetivo geral deste trabalho é identificar o perfil motivacional e as características das mulheres afro empreendedoras que residem no município de São Luís - MA.

Quanto aos objetivos específicos, o presente estudo irá apresentar os conceitos do empreendedorismo e do afro empreendedorismo feminino, além de identificar o perfil sociodemográfico das empreendedoras negras ludovicenses e das empresas gerenciadas por elas, bem como suas características, e por fim, buscará compreender quais as principais motivações que levaram estas mulheres afroempreendedoras para a abertura do seu negócio.

A escolha do tema para esta pesquisa pode ser justificada devido a sua relevância para o mercado, uma vez que o afroempreendedorismo surge muitas vezes da insuficiência de espaço para inserção das mulheres negras no ambiente de trabalho habitual. Nesse sentido, e devido à crescente participação da mulher na economia, que por meio do empreendedorismo permite a geração de emprego e renda, além da conquista da sua autonomia financeira, torna-se importante conhecer o perfil e as características destas mulheres, além de chamar a atenção da comunidade acadêmica e profissional para a temática.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, foram tabulados dados de questionário enviado às afroempreendedoras no primeiro semestre de 2023, sendo estes analisados por meio de estatística descritiva.

A aplicação do questionário foi realizada no período de 30 de março a 30 de maio de 2023. Com isso, foram coletados 30 questionários respondidos, todos validados, os quais foram tabulados e tratados através do software Microsoft Excel.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

O termo empreendedorismo é de origem francesa “*entreprendre*” ou “*entrepreneur*”, que tem por significado “o intermediário”, já que no princípio se atribuía às atividades de meio, do indivíduo “entre” o fornecedor e o mercado, aquele que facilita os processos de troca. Na língua inglesa surge o *Entrepreneurship*, que é o um neologismo do termo francês, referindo-se a todos os hábitos, costumes, comportamentos e normas do empreendedor. (HISRISH, 1986 apud COSTA e CARVALHO, 2015).

Este termo ainda possui diferentes empregos na literatura. Ao longo da Idade Média, o termo era utilizado como referência à indivíduos que gerenciava grandes projetos de produção, como construções de castelos e fortes (DORNELAS, 2001; HISRICH e PETERS, 2009 apud FRANCO E GOUVÊA, 2016).

Já nos séculos XVII e XVIII, o termo era empregado como referência a indivíduos que firmavam acordos contratuais, com a finalidade de fornecer um serviço ou produto, responsabilizando-se pelo total de lucro ou prejuízo por eles obtido. Nos séculos XIX e XX, este termo já passou a ser utilizado como referência aos grandes capitães da indústria, como Ford e Toyota (DORNELAS, 2001; DOLABELA, 2008).

Entretanto, o conceito de empreendedorismo só foi explorado mais a fundo em 1942, quando outro economista, o austríaco Joseph A. Schumpeter, citou o empreendedor como uma figura essencial para o desenvolvimento da economia capitalista (Teoria do Desenvolvimento Econômico, 1942).

Ao passar do tempo, a expressão tornou-se cada vez mais ampla, sendo o empreender a relação de criação de novas empresas ou produtos. Dolabela (2010) acredita, ainda, que o empreendedorismo corresponde a um processo de transformar sonhos em realidade e em riqueza.

Empreender está ligado a realizar com sinergismo um projeto pessoal ou empresarial e ter a coragem de arcar com os desafios dos mais diversos no mercado econômico é para alguns o sonho de ter o seu próprio sustento, para outros a melhoria de vida e para todos a vontade de realizar sonhos e cumprir propósitos, afirma Baggio (2014).

Em outra concepção, Dardot e Laval (2016) (BUSCAR REF) entendem que o empreendedorismo é uma forma de governar a si mesmo na percepção de liberdade do mercado. Para eles, o empreendedor, nesse contexto, atua na busca de oportunidade para gerar lucro e é uma figura importante muito além dos processos de desenvolvimento econômico, mas em todos os campos da sociedade, haja vista que, ao ser educado a governar como empreendedor, age para melhorar a sorte, assumindo os riscos

Atualmente existem outras definições para o empreendedorismo, entre elas está a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo relevante para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano na vida das pessoas (SEBRAE- SC, 2021).

Ainda em umas das definições mais antigas, Schumpeter (1949, apud, DORNELAS, 2001) mostra o empreendedor não apenas como aquele que cria novos negócios, mas também como aquele que possui a capacidade de inovar em empresas já existentes, sendo um agente de mudanças e transformações.

Até hoje não foi possível estabelecer uma concordância entre os pensadores quanto à definição do que seja empreendedorismo. Em análise a inúmeras conceituações observamos que os estudiosos tratam o termo de uma mesma forma, aquele que criou e gerencia um novo negócio ou empresa, assumindo riscos calculados (COUTO, 2013).

2.2 Empreendedorismo feminino

Embora apresentem maior taxa de escolaridade, a receita das mulheres se mostra inferior à dos homens e sua condição de empresária empregadora ainda é restrita, tais desigualdades estão relacionadas à condição de gênero (ARMAN, 2015). Ainda assim, as mulheres têm sido cada vez mais responsáveis pela abertura de novos negócios, criação de novos produtos, e até mesmo como provedora e mantenedora da casa (VALE; SERAFIM; TEODÓSIO, 2011; ARMAN, 2015).

O empreendedorismo feminino se trata da união de um grupo de mulheres a fim de criar uma empresa e utilizar estratégias empreendedoras para fazê-la crescer. O produto não precisa necessariamente ser voltado somente para o público feminino, porém, em sua maioria, é (Redação CashMe, 2021).

Empreendedorismo feminino é o nome dado ao movimento que envolve negócios fundados, pensados ou comandados por mulheres, incluindo empresas com liderança feminina e, muitas vezes, com mulheres ocupando os cargos mais altos em sua hierarquia. O movimento tem provocado transformações no mercado de trabalho, oxigenando as ideias e agregando em diversidade (FIA BUSINESS SCHOOL, 2022).

De acordo com o GEM -IBQP (2007), o aumento da participação feminina no mercado de trabalho se deu por vários fatores, que vão desde o maior nível de escolaridade, até as mudanças na estrutura familiar, com menor número de filhos e novos valores relativos à inserção da mulher na sociedade brasileira.

Ainda segundo o GEM - IBQP (2007, p. 73-74):

Apesar da crescente participação feminina, muitos fatores ainda atuam como restritivos em relação às condições de trabalho e ao rendimento, entre os quais destacam-se: a responsabilidade maior da mulher com a família, a execução das tarefas domésticas que continuam como responsabilidade da maioria das mulheres, a maternidade e a exigência de cuidado com os filhos. Esses dados são indicativos de que um dos limites da inserção da mulher no mercado de trabalho ainda se encontra no âmbito da família.

Gomes, Santana e Silva (2005), apontam que muitas dificuldades são impostas a pessoas que possuem negócios próprios, independentemente do seu gênero. Entretanto, é possível que além das barreiras impostas a qualquer empreendedor, ainda existam aquelas que impactam mais incisivamente as mulheres.

Segundo Osório (2019) a dupla jornada de trabalho ainda é um dos principais desafios enfrentados por mulheres dentro do empreendedorismo, pois além de precisarem lidar com suas atividades profissionais, ainda há a necessidade de conciliar seu tempo com os cuidados domésticos, e, embora haja um crescente reconhecimento de atribuições domésticas também para os pais e maridos, a mulher ainda precisa assumir uma maior parcela delas (BUTTNER E MOORE, 1997).

De acordo com Female Founders Report (2021), apenas 4,7% de todas as startups são fundadas exclusivamente por mulheres. Apesar disso, dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas em parceria com o Global Entrepreneurship Monitor, mostram que mulheres correspondem a 46% dos empreendedores iniciais com até 3,5 anos de empresa (SEBRAE, 2020; GEM, 2020)

O fato é que as mulheres aquecem cada vez mais a economia brasileira e mundial e essa é uma tendência crescente. Vale ressaltar que mulheres empreendedoras não só contribuem para o desenvolvimento econômico de um país, como também para o desenvolvimento sociocultural, ao potencializarem suas famílias através de investimentos em cultura e educação, possibilitando o crescimento de outras pessoas, mostrando que o empreendedorismo feminino é, além de tudo, um importante instrumento de transformação social (SEBRAE, 2019).

Além do mais, o empreendedorismo feminino colabora para a construção de uma sociedade mais justa, gerando oportunidades de liderança para as mulheres. Assumir o próprio negócio é uma forma de empoderamento e ascensão para cargos de liderança, com o potencial de mudar a realidade das empreendedoras (FIA BUSINESS SCHOOL, 2022).

2.3 Afroempreendedorismo feminino

Ainda seguindo o entendimento apresentado anteriormente sobre o que vem a ser o empreendedorismo, tem-se uma ramificação deste conceito, o afroempreendedorismo. Para Santos (2019, p. 36), “o afroempreendedorismo, em sentido amplo, diz respeito ao movimento empreendedor realizado por negras e negros”. Ainda de acordo com a autora, esses movimentos podem ser focados em um negócio que pense de forma ampla, como por exemplo abrir um supermercado, uma loja de roupas ou um restaurante, mas também pode ser um modelo de negócio focado como público alvo pessoas negras, que envolva apenas pessoas negras em todo processo produtivo, marketing, funcionários negros, etc. Ambas as modalidades a autora classifica como “latu sensu (sentido amplo) (...) e (...) stricto sensu (sentido estrito)” (SANTOS, 2019, p. 36).

O empreendedorismo étnico ganhou relevância entre os estudiosos da sociologia econômica e redes ao reconhecerem que os recursos e as possibilidades de emprego dos imigrantes estão em suas próprias comunidades étnicas, permeadas por redes de relacionamento e capital social (TRUZZI; NETO, 2007).

Para Villaverde (2014, p.1) o afroempreendedorismo, é uma iniciativa fundamental para promover o próprio desenvolvimento social e econômico do Brasil, junto a microempresas e empreendedores individuais afro-brasileiros.

O afroempreendedor não é somente aquele que se dedica a trabalhar para um mercado estritamente afro, mas que decide empreender, seja em qual ramo for e para qual público for, não se limitando a alcançar somente consumidores negros (SANTOS, 2021).

Mais do que um indivíduo negro a frente de um negócio, o afroempreendedorismo articula posicionamentos ideológicos e políticos. De acordo com Oliveira (2019), o afroempreendedorismo enquanto fenômeno em desenvolvimento carrega uma gama de variáveis sociológicas como o racismo, antirracismo, identidade, trabalho, renda, educação, entre outras, onde esses fatores dialogam com o modelo de negócio proposto.

Ser um afroempreendedor se constitui como algo além de apenas obter lucros e/ou forma de subsistência, mas como uma forma de desenvolver atividades econômicas na comunidade co-étnica, fortalecendo negócios, gerando emprego e formação técnica entre si (MATOS, 2021).

Santos (2019) ainda destaca alguns princípios trazidos pelo afroempreendedorismo, como a questão da “unidade racial”, que seria a carga política que o modelo do negócio traz, “rompendo com práticas coloniais”, e ainda,

(...) fazendo-se necessário que se estabeleçam relações mais próximas entre negros empreendedores, de modo a permitir através de uma união de forças aconteça uma maior circulação de renda entre negros e que estes possam ocupar melhores lugares na pirâmide social. ” (SANTOS, 2019, p. 40).

Em resumo, segundo Nascimento (2017), os afroempreendedores se diferenciam dos empreendedores autodeclarados negros por representarem um segmento que une o ativismo social contra o racismo por meio das relações de consumo.

Porém, essa definição não é aceita totalmente. Afroempreendedorismo, empreendedorismo negro e empreendedorismo afro-brasileiro são termos usados por organizações como o Sebrae e o 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.

2.4 Perfil das mulheres negras que empreendem no Brasil

Após a abolição muitos negros livres fizeram do empreendedorismo uma forma de lutar por sua inserção social, sem muitas opções para garantir seu próprio sustento e o de suas famílias, as ex- escravas ofereciam serviços de culinária, costura e lavagem de roupas (ARMAN, 2015).

Nós sabemos que o empreendedorismo feminino tem crescido muito nos últimos anos, com resultados e números surpreendentes e que marcam uma nova era no mercado. Entretanto, Feira Preta (2018) e o Instituto Locomotiva Brasil (2018) criaram a pesquisa Potência Negra a fim de entender um pouco mais sobre o empreendedorismo negro no Brasil. Um dos dados coletados, mostra que para 64% das pessoas negras o principal desafio no empreendedorismo ainda é a disponibilidade de dinheiro, enquanto 34% afirma que, além do dinheiro, o acesso aos estudos também é um desafio, já que apenas 13% dos respondentes possuem ensino superior.

Diante disso, dados revelam que as mulheres negras sofrem mais com desemprego, têm a renda mais baixa e sempre ocupam empregos informais, como no trabalho doméstico, cuja ocupação é de 20%, e ganham menos da metade da renda de um homem branco (CAMAZANO; ESTARQUE, 2019).

Esse fator do desemprego que atinge com muita força as mulheres negras faz com que o afroempreendedorismo seja uma alternativa possível para sair da situação de vulnerabilidade (MATOS, 2021). Após pesquisa realizada pelo SEBRAE (2019), a respeito do cenário do empreendedorismo feminino brasileiro, comparando a situação da mulher negra com a do topo da pirâmide social (homem branco), pôde-se observar as diferenças encontradas entre os atores sociais deixam explícitas as dificuldades que mulheres negras possuem no mercado de trabalho e quando resolvem abrir seus próprios negócios (MATOS, 2021).

Além do mais, quando se fala dessas condições das mulheres negras, principalmente no que tange ao campo econômico, Benedito (2018) realça que, apesar da importância do trabalho das negras brasileiras no desenvolvimento do Brasil, os nomes delas não são citados nas páginas da história oficial, visto que vivem a interseccionalidade de serem negras e mulheres.

De acordo com os dados da pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor, no Brasil, dos 52 milhões de empreendedores, 30 milhões são mulheres, correspondendo a 57% deste contingente. Com relação às MEIs (Microempreendedoras individuais), as mulheres representam 48%, com preferência por categorias como beleza, moda e alimentação. O país se encontra em sétimo lugar com o maior número de mulheres empreendedoras (GEM - IBQP, 2019).

Das mulheres negras empreendedoras, segundo o Sebrae (2021), elas representam 47% das empreendedoras brasileiras, que, em sua maioria, escolheram empreender por falta de emprego, de acesso e das desigualdades no mercado de trabalho.

De acordo com o relatório realizado pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora – IRME (2019), as mulheres brasileiras começam a empreender após os 30 anos, quando grande parte delas já possuem filhos e utilizam o seu empreendimento como fonte de renda familiar. Além disso, os estudos revelam que o nível de escolaridade é maior entre elas, cerca de $\frac{2}{3}$ das empresárias possuem o ensino superior como formação (CNME, 2020).

Almeida, Antonialli e Gomes (2011) também complementam que as dificuldades enfrentadas no trabalho formal, assim como a necessidade de suprir ou complementar renda familiar e a busca de autorrealização, são alguns dos fatores que justificam o crescimento da atividade empreendedora entre as mulheres brasileiras.

Em 2020, o Brasil registrou um salto de 41% entre as mulheres que iniciaram algum negócio próprio. Entre os homens, o crescimento foi de 22%. Os números foram comparados com o ano de 2019 (LinkedIn, 2020).

O estudo, realizado com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PnadC), mostrou que após recuar para um total de 8,6 milhões, no segundo trimestre de 2020, o número de mulheres à frente de um negócio no país fechou o quarto trimestre de 2021 em 10,1 milhões, mesmo resultado registrado no último trimestre de 2019, antes da pandemia.

O Sebrae (2022) mostra que a escolaridade das mulheres que estão empreendendo aumentou e que a diferença do número de mulheres com pelo menos o nível médio aumentou em relação aos homens entre o último trimestre de 2019 e o mesmo período de 2021.

No contexto brasileiro, segundo Machado (2002), o comportamento gerencial feminino se caracteriza por:

- i) ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social;
- ii) manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais;
- iii) adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos;
- iv) empregar muitas mulheres;
- v) exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo.

Segundo pesquisa feita em 2021 pelo Instituto Rede Mulher Empreendedora (IRME), 79% das empreendedoras acreditam que os cuidados com a casa e a família atrapalham mais as mulheres do que os homens que buscam empreender.

2.5 Motivação empreendedora

De acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (2017), a motivação empreendedora é originada a partir da existência de dois fatores primários que determinam a origem da decisão no qual um indivíduo é levado a se envolver em atividades empreendedoras: o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade.

O empreendedorismo por oportunidade é caracterizado como um negócio iniciado a partir da percepção de uma circunstância favorável no ambiente. São muitas das vezes pessoas que já se encontram em uma ocupação formal de emprego e decidem empreender, a fim de aumentar sua renda. Já o empreendedorismo por necessidade se trata da criação de um negócio a partir da ausência de alternativas para a geração de ocupação e renda (GEM – IBQP, 2017). No empreendedorismo por necessidade, a dificuldade de aumentar a renda familiar e a ausência de empregos formais faz com que encontrem no empreendedorismo uma saída para contornar as dificuldades financeiras.

Estudos demonstram que os homens se tornam proprietários de negócios impulsionados principalmente pelo desejo de ser empreendedor, enquanto para as mulheres, o impulso dominante é o desejo de criar empregos que permitam flexibilidade para equilibrar trabalho e família (BRUSH, 1992).

Enquanto isso, Chiavenato (2007) afirma que:

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva

o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas. (CHIAVENATO, 2007, p. 172).

Em geral, o empreendedorismo pode ocorrer de duas maneiras: por necessidade ou por oportunidade. Para Greco et al. (2010), uma é mais benéfica para o desenvolvimento econômico do país do que a outra. Para melhor compreensão desses dois tipos de empreendedorismo, apresentam-se suas respectivas definições.

A literatura aponta frequentemente fatores “pull” e “push”, ou alternativamente, fatores positivos e negativos, como fatores motivadores para a criação de empresas. Os fatores “push”, ou negativos, estão associados à necessidade, como o desemprego ou necessidade de complementar renda familiar. Por outro lado, os fatores de atração (pull), ou positivos, são fatores que estão associados à escolha, ao desejo de aspirações empresariais. São ligados à busca de independência e autonomia. (MCLELLAND et al., 2005; BRUNI, GHERARDI, POGGIO, 2004).

Krueger (2000, apud BELWAL, BELWAY & AL SAIDI, 2014) identifica a realização, a autonomia e o desejo de ganhar dinheiro como alguns dos principais motivadores entre as mulheres empreendedoras. R. Ganesan et al. (2002, apud BELWAL, BELWAY & AL SAIDI, 2014) consideram o desejo de alcançar um status social mais elevado, poder proporcionar emprego a outros e atender às necessidades da família e dos amigos, alguns dos outros motivos que se destaca como razões que impulsionam o empreendedorismo feminino.

De acordo com o GEM - IBQP (2010):

As mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens, ou seja, visando sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e pela independência financeira. É importante ressaltar o fato que a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo, porém geralmente é inferior à masculina. [...] em alguns casos as mulheres investem no empreendedorismo independentemente da percepção, ou simplesmente porque suas famílias necessitam de suas rendas (GEM, 2010, p. 45-46)

Segundo Dornelas (2005), o empreendedorismo por necessidade é derivado da falta de opção, ou seja, o empreendedor decide começar uma atividade empreendedora por uma necessidade financeira. Em geral, os empreendedores desse grupo são pessoas que perderam o emprego e por não conseguirem recolocação no mercado dão início ao seu próprio negócio como possibilidade de trabalho.

Por outro lado, o empreendedorismo por oportunidade distingue-se completamente do de necessidade. Nesse modelo, apesar das alternativas de emprego e renda, os indivíduos com perfil empreendedor ficam mais motivados a abrirem o seu próprio negócio. Planejam, sonham alto e vislumbram o futuro com sucesso, estando aptos a empreender de forma eficaz, afinal se capacitaram para tal. Este tipo de empreendedorismo está relacionado ao desenvolvimento econômico do país, pois cria empresas mais consolidadas e com maiores chances de sucesso (DORNELAS, 2005).

3 METODOLOGIA

Para alcançar os objetivos propostos na pesquisa, utilizou-se a abordagem quantitativa, (MALHOTRA, 2011), de caráter descritivo, e no que se refere aos meios de investigação, é caracterizada como pesquisa de campo, realizada através da aplicação de questionário, com a finalidade de colher dados acerca da população desejada.

Optou-se pela aplicação do questionário, pois segundo Lakatos e Marconi (2003), ele apresenta algumas vantagens, a saber: obtém grande número de dados, atinge maior número de pessoas simultaneamente, obtém respostas mais rápidas e mais precisas, encontra menos risco

de distorção pela não influência do pesquisador, dispõe maior tempo para resposta podendo ser respondido em horário mais favorável ao respondente e possui maior uniformidade na avaliação em virtude da natureza impessoal do instrumento.

O universo ou população é representado por todos os indivíduos que compõem o campo de interesse da pesquisa, em outras palavras, é o fenômeno que se observa com a finalidade de chegar a conclusões (KAUARK, 2010). Sendo assim, para compor a amostra desta pesquisa, serão selecionadas exclusivamente pessoas do sexo feminino que se autodeclaram pretas e/ou pardas donas de negócios no município de São Luís – Maranhão, sem critério de exclusão por idade ou porte do empreendimento.

A respeito da coleta de dados, utilizou-se questionário (Apêndice A), com questões de múltipla escolha, criado por meio da ferramenta Google Formulários, aplicado no formato online, com compartilhamento realizado através de indicações e encaminhamento de links através das redes sociais (Instagram e WhatsApp) para as mulheres que se enquadraram no perfil desejado.

O questionário foi dividido em 2 seções, onde a primeira é referente ao perfil sociodemográfico das afroempreendedoras e de seus empreendimentos, e a segunda referente às razões para abertura de seu negócio, onde contém afirmações baseadas em construtos (Quadro 1), os quais são: oportunidade, influência familiar, conhecimento do negócio, independência financeira, desigualdade racial, investimento, necessidade e insatisfação profissional, apresentados no Quadro 1, disponibilizados para serem respondidos por meio da escala Likert.

A aplicação do questionário foi realizada no período de 30 de março a 30 de maio de 2023. Com isso, foram coletados 30 questionários respondidos, todos validados, os quais foram tabulados e tratados através do software Microsoft Excel.

Quadro 1 - Construtos

Construtos	Afirmações
1. Oportunidade	Fui motivada a empreender pois identifiquei uma oportunidade de negócio pela minha etnia racial
2. Influência Familiar	Fui motivada a empreender para dar continuidade aos negócios da família
	Fui motivada a empreender para gerar ocupação para membros da minha família
	Fui motivada a empreender por influência familiar
	Fui motivada a empreender por necessidade de aumentar a renda familiar
3. Conhecimento do negócio	Fui motivada a empreender pela experiência que tinha no ramo de negócio
4. Independência financeira	Fui motivada a empreender pois desejei ter o próprio negócio para tornar-me independente
5. Desigualdade racial	Fui motivada a empreender por sofrer discriminação por ser mulher e negra
	Fui motivada a empreender para contribuir com a redução da desigualdade racial
6. Investimento	Fui motivada a empreender por ter acesso ao meu FGTS
	Fui motivada a empreender pois tinha capital disponível
7. Necessidade	Fui motivada a empreender por falta de emprego
8. Insatisfação profissional	Fui motivada a empreender pois não estava satisfeita com o meu emprego

Fonte: Autora (2023).

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para alcançar os resultados, o questionário foi aplicado a 30 mulheres autodeclaradas como pretas ou pardas, donas de negócio na região metropolitana de São Luís do Maranhão, que se enquadraram na amostra desejada. Primeiro há a apresentação do perfil sociodemográfico das afroempreendedoras, em seguida as características dos seus empreendimentos e por fim, os resultados dos construtos.

4.1 Perfil das afroempreendedoras e seus empreendimentos

De acordo com os dados colhidos (Tabela 1), ao examinar o perfil das afroempreendedoras do município de São Luís que participaram da pesquisa, é possível verificar a predominância de mulheres jovens, entretanto, a amostra conta com mulheres de diferentes faixas etárias. Cerca de 43,3% delas possuem entre 26 a 35 anos, seguido de uma parcela de 33,3% de mulheres com idade entre 18 e 25 anos, 20% de 36 a 50 anos e uma parcela mínima de 3,3% de mulheres acima dos 50 anos.

Tabela 1 - Perfil sociodemográfico das afroempreendedoras

		%
IDADE	18 a 25 anos	33,3
	26 a 35 anos	43,3
	36 a 50 anos	20,0
	Superior a 50 anos	3,3
ESCOLARIDADE	Ensino fundamental	0,0
	Ensino médio	20,0
	Ensino superior (incompleto)	36,7
	Ensino superior (completo)	23,3
	Pós-graduação	20,0
ESTADO CIVIL	Solteira	66,7
	Casada	20,0
	União estável	3,3
	Divorciada	6,7
	Separada	3,3
	Viúva	0,0
FILHOS	Não possui filhos	66,7
	1 a 2 filhos	26,7
	3 a 4 filhos	3,3
	5 ou mais filhos	3,3
AUTODECLARAÇÃO	Negra/preta	70,0
	Parda	30,0

Fonte: Autora (2023)

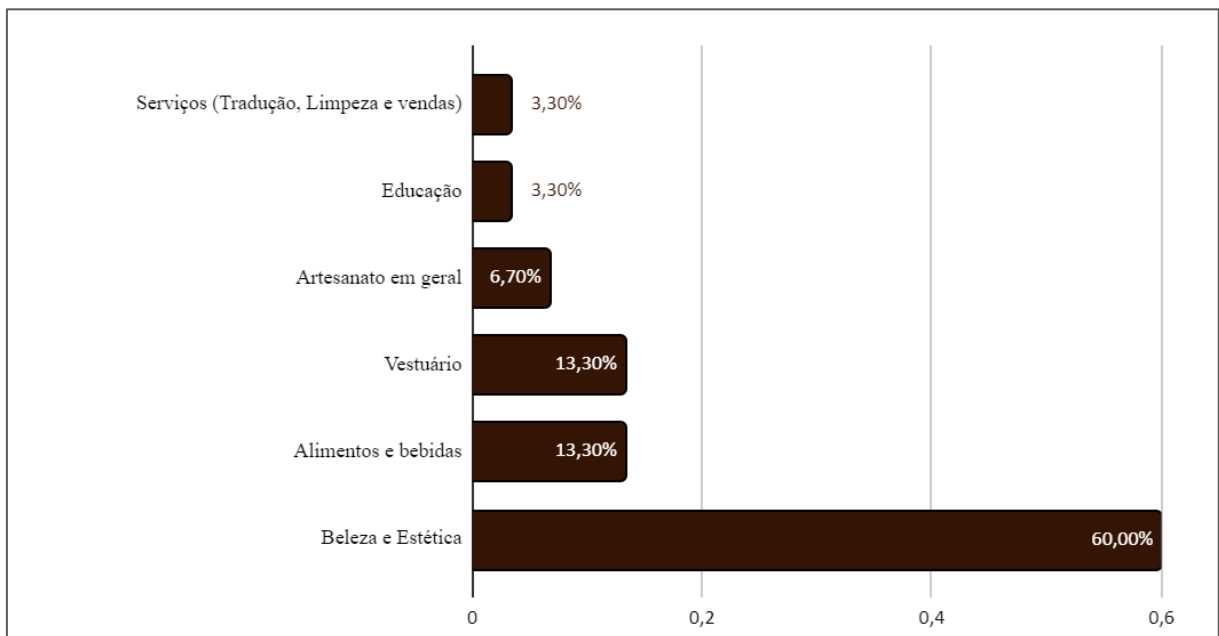
A partir dos resultados, vê-se que elas possuem um alto nível de instrução, sendo a graduação (36,7%), ainda que incompleta, predominante entre as mesmas, seguida da graduação completa (23,3%), pós-graduação (20%) e o ensino médio (20%). Quanto ao estado civil, em torno de 66,7% das respondentes são solteiras, enquanto 20% estão casadas, 6,7% são divorciadas e apenas 3,3% estão em união estável e outros 3,3%, separadas. Dessas, a grande maioria não possui filhos (66,7%), enquanto 26,7% possuem de 1 a 2 filhos, já com 3 a 4 filhos são 3,3%, assim como também 3,3%, o equivalente a uma respondente, possui 5 ou mais.

Em relação à cor/raça, o maior número de respondentes se autodeclara como uma mulher negra/preta, correspondente a cerca de 70%, ou seja, 21 mulheres das 30 respondentes. O número restante, 30%, são de mulheres pardas. Por se tratar de uma região onde há uma diversidade de raças e cores, é importante ressaltar que quase 80% da população do Maranhão é composta por pessoas negras, é o que aponta o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, s.d.).

4.2 Características das empresas

Conforme pode ser visto no Gráfico 1, as afroempreendedoras ludovicenses estão presentes principalmente em atividades relacionadas à beleza e estética (60%), seguido do ramo de alimentos e bebidas (13,3%) e do vestuário (13,3%). Outros ramos também foram identificados em menor incidência, como o de artesanatos em geral (6,7%), educação (3,3%) e serviços (tradução, limpeza e vendas) com 3,3% também.

Gráfico 1 - Ramo de Atividades



Fonte: Autora (2023)

Sobre a regularização dos negócios, 66,7% das mulheres alegaram possuir o empreendimento regularizado. Seguido daquelas que não regularizam por preferir primeiro arriscar na informalidade para depois regularizar (13,3%). Não regularizam por não conhecer o processo de formalização cerca 10% das respondentes. Apenas 6,7%, afirmam não regularizar por não dispor de recursos financeiros para pagamento de impostos. Já 3,3%, o correspondente a uma respondente, alega a não formalização por motivos pessoais.

Segundo o SEBRAE (2023), os empreendedores negros enfrentam muitas dificuldades, incluindo a falta de acesso a recursos financeiros, capacitação e rede de contatos, bem como a discriminação racial e a falta de representatividade em setores específicos. Além disso, muitos negócios de empreendedores negros estão localizados em áreas com infraestrutura precária e têm menos acesso a serviços básicos, como água e eletricidade.

Nesse sentido, quanto ao porte do negócio (tabela 2), outro importante parâmetro, a maioria são registradas como Microempreendedora Individual (MEI), representando 83,3% das mulheres, enquanto 13,3% estão registradas como Microempresa (ME) e apenas 3,3% das respostas, correspondente a 1 mulher, possui Empresa de Médio Porte (EMP).

Destaca-se a análise do Sebrae, feita a partir de dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE (PNADC, 2023), que diz que as mulheres negras são o grupo que está à frente dos menores negócios. O estudo ainda revela que as negras são o perfil de dono de negócio que está há menos tempo em atividade: 72% delas abriram o negócio há dois anos ou mais.

Tabela 2 - Características das empresas

		%
EMPREENHIMENTO REGULARIZADO	Sim	66,7
	Não, por não conhecer o processo de formalização	10,0
	Não, por não dispor de recursos financeiros para pagamento de impostos	6,7
	Não, por preferir primeiro arriscar na informalidade para depois regularizar	13,3
	Não, por não achar vantajoso	0,0
PORTE DO EMPREENHIMENTO	Motivos pessoais	3,3
	Microempreendedor Individual (MEI)	83,3
	Microempresa (ME)	13,3
	Empresa de Pequeno Porte (EPP)	0,0
	Empresa de Médio Porte (EMP)	3,3
TEMPO DE EMPRESA	Grande Empresa	0,0
	Inferior a 1 ano	13,3
	1 a 2 anos	43,3
	3 a 4 anos	20,0
ORIGEM DO CAPITAL INICIAL	5 anos ou mais	23,3
	Economias pessoais/poupanças próprias	76,7
	Empréstimos familiares/amigos	16,6
	Seguro-desemprego/ fundo de garantia	0,0
PARTICIPAÇÃO NA RENDA FAMILIAR	Empréstimos bancários	6,7
	Complemento da renda familiar	83,3
	Única fonte de renda familiar	16,7

Fonte: Autora (2023)

Conforme observado na Tabela 2 que apresenta o tempo do empreendimento, é possível identificar que os empreendimentos são consideravelmente jovens. O equivalente a 43,3% dos empreendimentos foram criados em um período de 1 a 2 anos, enquanto 23,3% das entrevistadas possuem seus negócios há um período de 5 anos ou mais, outros 20% já possuem um período de 3 a 4 anos e inferior a 1 ano, são apenas 13,3% dos negócios.

A partir dos dados, compreende-se que, em sua maioria, empreendimentos caracterizados como nascentes e novos (TEA), representam aqueles considerados empreendedores iniciais ou em estágio inicial conforme definição atribuída pelo Global Entrepreneurship Monitor. Mas vale destacar que destas empresárias, como citado anteriormente, sete (23,3%) já são classificadas como estabelecidas (TEE), ou seja, possuem seus negócios há um período superior a 5 anos.

Sobre a origem do capital inicial, isto é, de onde obtiveram renda para cobrir os custos de iniciar o seu empreendimento, notou-se que as mulheres utilizam principalmente de economias pessoais/poupança própria para investir no seu negócio, correspondente a quase 77%, enquanto 16,6% tiveram seu capital inicial proveniente a partir de empréstimo de familiares ou de amigos, e somente 6,7% tiveram acesso a empréstimos bancários.

Segundo o SEBRAE (2022), as mulheres possuem maiores obstáculos para iniciar um empreendimento pela dificuldade em conseguir apoio de parceiros, amigos e familiares, bancos, tornando o processo de iniciar um negócio mais árduo do que para os homens.

Referente à participação na renda familiar, a grande maioria das mulheres, sendo 83,3% delas, afirmam que a renda obtida por meio do seu negócio é utilizada como complemento de renda, enquanto 16,7% tem como única fonte de renda o que é ganho através do negócio. Segundo um artigo publicado no Correio Braziliense (2020), um levantamento da consultoria IDados, realizado com base nos números do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), revela que o número de mulheres que são responsáveis financeiramente pelos domicílios vem crescendo a cada ano e já chega a 34,4 milhões.

Pode-se concluir, portanto, que o perfil da afroempreendedora ludovicense coincide com o que é apresentado em estudos anteriores (MORENO, 2020; MARQUES, 2020), que apresentam dados de empreendedoras em sua maioria na mesma faixa etária identificada, por volta de 26 a 35 anos. Outro dado coincidente é o estado civil, onde as solteiras predominam os resultados em todas as pesquisas. Empreendedoras solteiras são mais ambiciosas e casadas mais persistentes, as solteiras, porém, tendem a dar mais importância comparativamente às casadas à característica da ousadia e que a metade das solteiras dedica a maior parte do tempo às tarefas profissionais segundo, a SPC Brasil (2014).

Além disso, os resultados também coincidem com o que é apresentado pelo GEM (2019), principalmente no que se refere à idade no empreendedorismo inicial. Em comparação a outras pesquisas relacionadas, as empreendedoras negras e pardas também possuem um alto nível de escolaridade, com a maioria graduada e/ou graduanda, o que demonstra que a busca pelo aprendizado e conhecimento é um atributo das respondentes desta pesquisa. Esses dados se relacionam com a atualidade, pois quanto à educação, mostra-se uma tendência geral de aumento da escolaridade das mulheres em relação aos homens, sendo que as mulheres atingem em média um nível de instrução superior ao dos homens (IBGE educa, 2023).

4.3 Razões para abertura do negócio

Como representado no Quadro 2, a maior parte da amostra das afroempreendedoras, sendo aproximadamente 97% delas, se considerar a soma da concordância, “concordam” ou “concordam totalmente”, abrem um negócio, principalmente, como estratégia de crescer no mundo dos negócios e possuir independência financeira, mas, também, por haver necessidade de sobrevivência, bem como por insatisfação profissional, ou ainda, pela falta de emprego.

Quadro 2 - Resultados por construtos

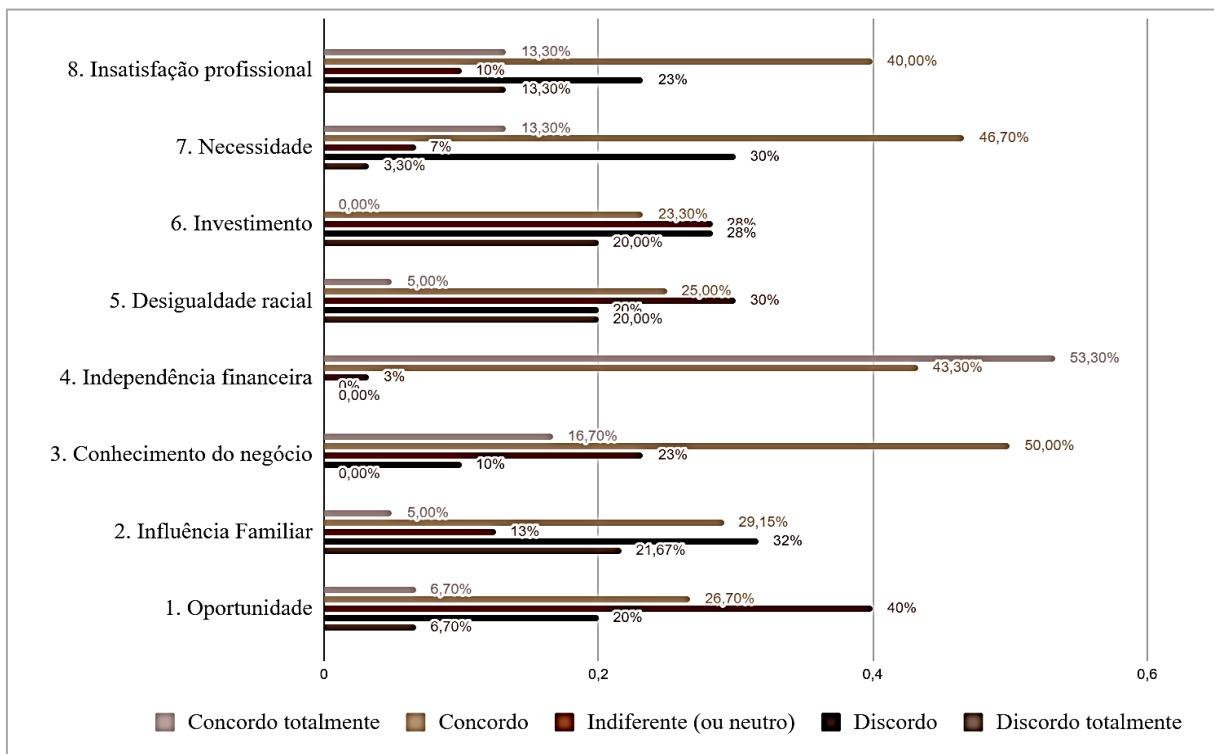
Fator emocional	Afirmações	Concordo totalmente	Concordo	Indiferente (ou neutro)	Discordo	Discordo totalmente
1. Oportunidades	Fui motivada a empreender pois identifiquei uma oportunidade de negócio pela minha etnia racial	6,70%	26,70%	40%	20%	6,70%
2. Influência familiar	Fui motivada a empreender para dar continuidade aos negócios da família	0,00%	6,70%	16,70%	33,30%	43,30%
	Fui motivada a empreender para gerar ocupação para membros da minha família	0,00%	13,30%	20%	46,70%	20%
	Fui motivada a empreender por influência familiar	3,30%	33,30%	10%	36,70%	16,70%
	Fui motivada a empreender por necessidade de aumentar a renda familiar	16,70%	63,30%	3,30%	10%	6,70%
	Total	5%	29,15%	12,50%	31,67%	21,67%
3. Conhecimento do negócio	Fui motivada a empreender pela experiência que tinha no ramo de negócio	16,70%	50%	23,30%	10%	0,00%
4. Independência financeira	Fui motivada a empreender pois desejei ter o próprio negócio para tornar-me independente	53,30%	43,30%	3,30%	0,00%	0,00%
5. Desigualdade racial	Fui motivada a empreender por sofrer discriminação por ser mulher e negra	3,30%	20%	30%	20%	26,70%
	Fui motivada a empreender para contribuir com a redução da desigualdade racial	6,70%	30%	30%	20%	13,30%
	Total	5%	25%	30%	20%	20%
6. Investimento	Fui motivada a empreender por ter acesso ao meu FGTS	0,00%	10%	36,70%	30%	23,30%
	Fui motivada a empreender pois tinha capital disponível	0,00%	36,70%	20%	26,70%	16,70%
	Total	0,00%	23,30%	28,30%	28,30%	20%
7. Necessidade	Fui motivada a empreender por falta de emprego	13,30%	46,70%	6,70%	30%	3,30%
8. Insatisfação profissional	Fui motivada a empreender pois não estava satisfeita com o meu emprego	13,30%	40,00%	10,00%	23%	13,30%

Fonte: Autora (2023)

Os dados apontam que 10 mulheres (33,4%), “concordam” ou “concordam totalmente” que resolveram empreender em um primeiro momento por identificar uma oportunidade no mercado, e a maioria discorda que há predominância de influência familiar, relacionado a continuidade de um negócio de família, tendo aproximadamente 77% de discordâncias dentre as respondentes.

A pesquisa ainda revelou que 56,7%, considerando a concordância total, ou seja, mais da metade das respondentes possuem um alto nível de conhecimento sobre o tipo de empreendimento a qual investem e gerenciam, fator importante, pois é crucial saber explorar e conhecer o mercado de atuação em que trabalha.

Gráfico 2 - Resultados por motivação empreendedora



Fonte: Autora (2023)

De acordo com o que é relatado na pesquisa do GEM - SEBRAE (2017), os empreendedores por oportunidade identificam uma chance de negócio ou um nicho de mercado e decidem empreender mesmo possuindo alternativas correntes de emprego e renda, já com diferente motivação, os empreendedores por necessidade decidem empreender por não possuírem melhores alternativas de emprego e renda.

Nesse contexto, também é possível observar (Gráfico 2) que houve, de fato, um número significativo acerca da motivação para abertura de um negócio por necessidade, seja pela falta de emprego (60% “concordam” ou “concordam totalmente”) ou insatisfação profissional (53,3% “concordam” ou “concordam totalmente”), mas especialmente, por precisar aumentar a renda da família (80 % “concordam” ou “concordam totalmente”). Destaca-se que algumas mulheres da amostra, ainda afirmaram ser a principal e única fonte de renda familiar.

Dessas mulheres da pesquisa, ainda é imprescindível ressaltar e dar atenção que 7 (23,3%) já sofreram algum preconceito, pelo gênero e raça, e apesar disso, algumas delas (46,7%) alegaram terem sido motivadas a empreender também para contribuir com a redução da desigualdade racial.

Lima e Benevides (2018, p.43-45) revelam que o afroempreendedorismo é uma estratégia de abonação de redução da desigualdade social por meio de estímulos de medidas socioeducativas. Isso nos leva aos dados do construto “oportunidade”, que questiona a motivação por oportunidade no mercado pela etnia-racial, onde 33% das respondentes concordaram. De acordo com pesquisa realizada pelo Plano CDE (2019), em muitos casos, eles, afroempreendedores/as, somam o desejo de empreender com o exercício de uma atividade autoafirmativa voltada ao público afro, priorizando parcerias com outros empreendedores negros e favorecendo a articulação da sua cultura e dos seus produtos.

Ainda conforme dados levantados na GEM (2019), boa parte dos novos empreendedores brasileiros estão abrindo seus negócios por vislumbrarem uma oportunidade, e não somente pela falta de opção de renda. A partir disso, vemos que esses dados não coincidem totalmente com os resultados deste estudo que demonstram que a maioria das afroempreendedoras são

novas no mercado, mas tem as motivações vinculadas à necessidade, sendo a principal delas a necessidade de alcançar a independência financeira, bem como por falta de emprego (60%) ou por insatisfação profissional (53,3%).

Empreendedores negros tem dificuldades de acessar crédito, e muitos contam apenas com a própria poupança ou de suas famílias para investirem no negócio (PLANO CDE, 2019). A partir disso, pôde-se comprovar que o mesmo acontece com as empreendedoras negras ludovicenses, que afirmaram, em sua maioria, ter utilizado economias pessoais/poupanças próprias e/ou empréstimos de familiares/amigos para abrir o negócio e pelos construtos de investimento, reforçou-se que elas foram motivadas a empreender também por ter capital disponível (36,7%).

Como diz Deese (1964, p.404), motivação é o termo geral que descreve o comportamento regulado por necessidade e instinto com respeito a objetivos. Portanto, vê-se que todas as afroempreendedoras entrevistadas identificam uma motivação para investir seu tempo e dedicação na carreira empreendedora, apesar de ter que considerar vários fatores futuros, pois elas encontram dificuldades não somente para ingressar, mas também, para se estabelecer no mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como principal objetivo identificar o perfil motivacional e as características das mulheres afroempreendedoras que residem no município de São Luís - MA, ou seja, entender as razões pelas quais essas mulheres se sentem motivadas em iniciar um negócio próprio e quais as principais características sociodemográficas das mesmas. A partir de então, compreende-se que os resultados levam à conclusão que grande parte dessas afroempreendedoras são jovens, com a principal faixa etária entre 26-35 anos, em sua maioria são mulheres autodeclaradas como pretas, solteiras e sem filhos.

Importante ressaltar que apesar de resultados em pesquisas revelaram que jovens negros/as têm menos acesso à educação, a maioria das respondentes deste estudo possui alto nível de escolaridade. Além do fato dessas afroempreendedoras atuarem principalmente em atividades relacionadas à beleza e estética, e com uma grande parcela trabalhando de forma regularizada, ou seja, com registro, além de possuir seus negócios a um período de 1 a 2 anos.

Destacou-se também que, a maior motivação para empreender se dá pela necessidade de conquistar a independência financeira, o que coincide com a pesquisa realizada pelo SEBRAE em março de 2019 que aponta que a maioria das mulheres empreendedoras no Brasil possui apenas um trabalho e não têm sócios, enfatizando que a busca pela autonomia e liberdade financeira é uma realidade cada vez mais desejada.

Outros motivos incentivam essas mulheres a ingressarem no empreendedorismo feminino negro, como por exemplo, a falta de emprego ou insatisfação profissional, assim como por precisar aumentar a renda da família. Tais resultados demonstram que, apesar dos progressos em relação à participação da mulher no mercado de trabalho, as desigualdades ainda existem para a obtenção ou manutenção de um trabalho formal. E é dessa maneira que muitas buscam desenvolver atividades autônomas, para que seja possível conciliar os cuidados domésticos e a obtenção de renda. Outro ponto válido a se destacar nos resultados, é que algumas dessas mulheres já sofreram algum tipo de discriminação racial ou por gênero e ainda assim, resolvem arriscar no mercado.

Portanto, é possível compreender através desta pesquisa, que o perfil das mulheres pretas e pardas que residem e empreendem em São Luís - MA, é o de mulheres que necessitam de um espaço no mercado, pois precisavam ser independentes, complementar renda para cooperar com o sustento familiar, além de se encontrarem insatisfeitas profissionalmente. Nesse sentido, o objetivo do artigo que era identificar quais as motivações das afroempreendedoras para a iniciar

um negócio, foi alcançado, uma vez que a pesquisa apontou como uma das principais variáveis, a independência financeira, com aproximadamente 97% de concordância total entre as respondentes e por precisar aumentar a renda, com cerca de 80% das respostas.

Diante do exposto, espera-se que este trabalho possa servir como base para uma melhor compreensão sobre o cenário do empreendedorismo feminino negro na região metropolitana de São Luís, que está em constante crescimento. Ainda segundo o Sebrae (2019), o poder de compra das pessoas pretas tem crescido. Por isso, o investimento em negócios e produtos para esse grupo de pessoas pode ser bastante promissor.

Além do mais, espera-se que através deste estudo, haja uma maior atenção à temática abordada, haja vista que o empreendedorismo se torna a única alternativa para muitas mulheres conseguirem se inserir no mercado de trabalho. Que também haja conscientização acerca das diferenças que persistem entre mulheres negras, que estão a um abismo de oportunidades se comparado às mulheres brancas, pois como resultado na pesquisa, até o tipo de serviço prestado por essas profissionais varia quando olhamos para a raça e estão majoritariamente em um ramo específico, o da beleza e estética, especialmente em trabalhos de herança ancestral africana.

Por fim, recomenda-se que novos estudos a partir deste tema possam ser elaborados, sobretudo no que refere às necessidades do público feminino e negro no processo para empreendeder, de forma a conhecê-las de maneira mais profunda, para entender suas dores e o que é preciso fazer para mudar a realidade dos muitos desafios por elas encontrados e enfrentados.

NOTAS EXPLICATIVAS

1 – Taxa de empreendedorismo inicial (TEA), corresponde à empreendimentos nascentes ou novos, ou seja, em fase de estruturação, com 3 a 42 meses de existência.

2 – Taxa de empreendedorismo estabelecido (TEE), que corresponde a estabelecimentos com mais de 42 meses de existência.

REFERÊNCIAS

ARMAN, Ana Paula. **Empreendedorismo entre mulheres negras na cidade de São Paulo**. Revista de Administração do UNISAL - RAU. São Paulo, v. 5, n. 8, p. 64 – 82, 2015.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, 2014.

BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. **Empreendedorismo: Conceitos e Definições**. Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, v. 1, n. 1, 2, 2014.

CARVALHO, L. C.; COSTA, T. G. **Empreendedorismo: uma visão global e integradora**. Lisboa, Portugal: Sílabo, 2015.

COUTO, G. G. **Mulheres empreendedoras: perfil das mulheres à frente de micro e pequenas empresas no setor terciário**. 2013. 50f. Monografia (Curso de Administração) - Universidade Federal de Ceará, Fortaleza. 2013.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. Traduzido por Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.

Deese, J. (1964). **Principles of psychology**. Boston: Allyn & Bacon

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. 1ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: A MULHER FRENTE AOS NEGÓCIOS. Cashme, 2021. Disponível em: <<https://www.cashme.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em 15 de jan de 2023.

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO BRASIL - RELATÓRIO ESPECIAL. SEBRAE, 2019. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/GO/Sebrae%20de%20A%20a%20Z/Empreendedorismo%20Feminino%20no%20Brasil%202019_v5.pdf. Acesso em: 11 de jun de 2023.

EMPREENDEDORISMO FEMININO: O QUE É, DESAFIOS E IDEIAS. Fia Business School, 2022. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/empreendedorismo-feminino/>>. Acesso em: 10 de jan de 2023.

Empreendedorismo negro no Brasil. Plano CDE, Feira Preta, JP Morgan, 2019. Disponível em: <https://www.planocde.com.br/site2018/wp-content/uploads/2020/05/PlanoCDE-FeiraPreta-JPMorgan.pdf>. Acesso em: 5 de junho de 2023.

Empreendedorismo no Brasil - Relatório executivo. GEM, Global Entrepreneurship Monitor, 2014. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_rel%C3%B3rio%20executivo.pdf. Acesso em: 8 de jun de 2023.

FRANCO, Jheine Oliveira Bessa; GOUVÊA, Josiane Barbosa. **A cronologia dos estudos sobre o empreendedorismo**. Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, [S.l.], v. 5, n. 3, p. 144-166, 2016.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2007)**. Curitiba: IBQP, 2007.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil – Relatório Executivo (2019)**. Curitiba: IBQP, 2020.

GOMES, Almirava Ferraz; SANTANA, Gusmão Piau Santana; SILVA, Moreira Jovino. **Mulheres empreendedoras: desafios e competências**. 2005. Disponível em: <<http://www.cyta.com.ar/ta0406/v4n6a1.htm>>, Acesso em: 15 de jan de 2023.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, [s.d]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 8 de junho de 2023.

Mas afinal, o que é o empreendedorismo. SEBRAE, 2021. Disponível em: <<https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo>>. Acesso em: 10 de jan de 2023.

Mulheres brasileiras na educação e no trabalho. IBGE educa, [s.d]. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/criancas/brasil/atualidades/20459-mulheres-brasileiras-na-educacao-e-no-trabalho.html#:~:text=Quanto%20%C3%A0%20educa%C3%A7%C3%A3o%20mostra%20se,1%25%20t%C3%AAm%20ensino%20superior%20completo.> Acesso em: 10 de jun de 2023.

Mulheres negras são donas dos negócios menores e atuam, em sua maioria, sem empregados. SEBRAE, PNADC, IBGE, 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/mulheres-negras-sao-donas-dos-negocios-menores-e-atuam-em-sua-maioria-sem-empregados/>. Acesso em: 8 de junho de 2023.

Mulheres são responsáveis pela renda familiar em quase metade das casas. Correio Braziliense, 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/02/16/internas_economia,828387/mulheres-sao-responsaveis-pela-renda-familiar-em-quase-metade-das-casa.shtml. Acesso em: 10 de jun de 2023.

MARQUES, Maylane. **EMPREENDEDORISMO FEMININO EM SÃO LUIS: o conflito trabalho versus família.** Biblioteca Digital de Monografias- UFMA, 2020. Acesso em: <https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/4562/1/MAYLANE-MARQUES.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

MORENO, Evelyn. **EMPREENDEDORISMO FEMININO: perfil, características e motivações das empreendedoras do município de São Luís - Maranhão.** Biblioteca Digital de Monografias- UFMA, 2020. Disponível em: <https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/4547/1/EVELYN-MORENO.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

MOTIVAÇÃO DO AFROEMPREENDEDORISMO FEMININO E A ECONOMIA ÉTNICA: um levantamento em São Luís (MA). Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, CGE |Rio de Janeiro |v. 9|n. 1| jan. -abr. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/cge/article/view/49496/29359>. Acesso em 15 de maio de 2023.

OSÓRIO, Josiane. **Os desafios do empreendedorismo feminino no Brasil.** Mulheres empreendedoras, 2016. Disponível em: <https://www.mulheresempreendedoras.net.br/desafios-do-empreendedorismo-feminino/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

Os desafios sempre presentes na vida das empreendedoras negras. SEBRAE, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/posts/os-desafios-sempre-presentes-na-vida-das-empreendedoras-negras,0f2c4c4c22456810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Apesar%20disso%20os%20empreendedores%20negros,de%20representatividade%20em%20setores%20espec%C3%ADficos.> Acesso em: 8 de junho de 2023.

Oportunidade ou Necessidade. Sebrae- Pesquisa GEM, 2017. Disponível em: <https://sebraers.com.br/momento-da-empresa/oportunidade-ou-necessidade/>. Acesso em: 5 de junho de 2023.

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

SCHUMPETER, Joseph. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

1. Perfil sociodemográfico das afroempreendedoras e seus empreendimentos

Nome completo (opcional)

Idade

- 18 a 25 anos
- 26 a 35 anos
- 36 a 50 anos
- Superior a 50 anos

Escolaridade

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior (incompleto)
- Ensino Superior (completo)
- Pós- graduação

Estado civil

- Solteira
- Casada
- União estável
- Divorciada
- Separada
- Viúva

Filhos

- Não possuo filhos
- 1 a 2 filhos
- 3 a 4 filhos
- 5 ou mais filhos

Autodeclaração

- Negra/preta
- Parda

2. Características das empresas

Ramo de Atividade

- Alimentos e bebidas
- Beleza e estética

- Vestuário
- Artesanato em geral
- Educação
- Serviços (tradução, limpeza, vendas)
- Festas
- Tecnologia e inovação
- Calçados
- Impacto social
- Papelaria
- Outros

Nome do empreendimento (opcional)

O seu empreendimento está regularizado?

- Sim
- Não, por não conhecer o processo de formalização
- Não, por não dispor de recursos financeiros para pagamento de impostos
- Não, por preferir primeiro arriscar na informalidade para depois regularizar
- Não, por não achar vantajoso
- Outros

Porte do empreendimento (pesquisar opções atualizadas)

- Microempreendedor Individual (MEI)
- Microempresa (ME)
- Empresa de Pequeno Porte (EPP)
- Empresa de Médio Porte
- Grande Empresa

Tempo de empresa

- Inferior a 1 ano
- 1 a 2 anos
- 3 a 4 anos
- 5 anos ou mais

Origem do Capital Inicial

- Economias pessoais/poupanças próprias
- Empréstimos familiares/amigos
- Seguro desemprego/ fundo de garantia
- Empréstimos bancários
- Outros

Participação na renda familiar

- Complemento da renda familiar

- Única fonte de renda familiar

3. Razões para abertura de seu negócio

Escala Likert p/ os construtos

1) discordo totalmente;

2) discordo

3) indiferente (ou neutro);

4) concordo e

5) concordo totalmente.

OPORTUNIDADE

- Fui motivada a empreender pois identifiquei uma oportunidade de negócio pela minha etnia racial

INFLUÊNCIA FAMILIAR

- Fui motivada a empreender para dar continuidade aos negócios da família
- Fui motivada a empreender para gerar ocupação para membros da minha família
- Fui motivada a empreender por influência familiar
- Fui motivada a empreender por necessidade de aumentar a renda familiar

CONHECIMENTO DO NEGÓCIO

- Fui motivada a empreender pela experiência que tinha no ramo de negócio

INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA

- Fui motivada a empreender pois desejei ter o próprio negócio para tornar-me independente

DESIGUALDADE RACIAL

- Fui motivada a empreender por sofrer discriminação por ser mulher e negra
- Fui motivado a empreender para contribuir com a redução da desigualdade racial

INVESTIMENTO

- Fui motivada a empreender por ter acesso ao meu FGTS
- Fui motivada a empreender pois tinha capital disponível

NECESSIDADE

- Fui motivada a empreender por falta de emprego

INSATISFAÇÃO PROFISSIONAL

- Fui motivada a empreender pois não estava satisfeita com o meu emprego