

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC**

**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**JOÃO CARLOS NGILA SIMÃO**

**AFROEMPREENDEDORISMO: O PERFIL DOS AFROEMPREENDEDORES DA  
REDE REAFRO RIO GRANDE DO SUL E OS IMPACTOS DE PERTENCER A  
UMA REDE DE AFROEMPREENDEDORES (REAFRO RS)**

**CRICIÚMA**

**2017**

**JOÃO CARLOS NGILA SIMÃO**

**AFROEMPREENDEDORISMO: O PERFIL DOS AFROEMPREENDEDORES DA REDE REAFRO RIO GRANDE DO SUL E OS IMPACTOS DE PERTENCER A UMA REDE DE AFRO-EMPREENDEDORES (REAFRO RS)**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração Linha de Formação Específica em Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Esp. Cristiane Dias

**CRICIÚMA**

**2017**

JOÃO CARLOS NGILA SIMÃO

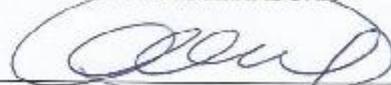
**AFROEMPREENDEDORISMO: O PERFIL DOS AFRO-EMPREENDEDORES  
DA REDE REAFRO RIO GRANDE DO SUL E OS IMPACTOS DE  
PERTENCER A UMA REDE DE AFRO-EMPREENDEDORES (REAFRO RS)**

Monografia apresentada para a obtenção  
do grau de Bacharel em Administração,  
no Curso de Administração Linha de  
Formação Específica em Administração  
de Empresas da Universidade do Extremo  
Sul Catarinense – UNESC.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Esp. Cristiane Dias

Criciúma, 29 de 11 de 2017.

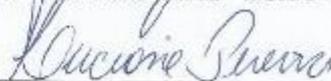
**BANCA EXAMINADORA**



Prof.<sup>a</sup> Cristiane Dias - Especialista - Orientadora - (UNESC)



Prof. Abel Corrêa de Souza - Mestre - UNESC



Prof.<sup>a</sup> Luciane de Carvalho Pereira - Especialista - UNESC

**CRICIÚMA**

**2017**

## **DEDICATÓRIA**

A minha mãe, pessoa que amo muito, guerreira angolana que sempre acreditou e continua acreditando no potencial dos seus filhos.

## **AGRADECIMENTOS**

Dia 27/08/2014 saí do meu país em busca de conhecimento e de uma graduação que eu e minha família pudéssemos nos orgulhar. Nesta investida conheci pessoas que se tornaram famílias e a elas eu quero estender o meu agradecimento. Agradecer também aos meus companheiros de luta (colegas) especialmente aos angolanos que sempre tiveram presente trocando ideias, sanando duvida e juntos chegamos até este momento. Gostaria de agradecer à minha família em especial a senhora minha mãe Domingas Dombo Gila, amigos (Angola e Brasil) e a namorada pelo incentivo, amor e coragem que me transmitiram durante todo o processo. Saibam que toda dedicação que tive nesses anos é reflexo de tudo de bom que recebi de vocês.

Agradeço a minha orientadora, professora Cristiane Dias, pelo contributo dado para a realização deste trabalho.

Por último, mas não menos importante, gostaria de agradecer a UNESCO pela estrutura que oferece aos acadêmicos e não só, incluindo o grande acervo de livros, dos quais alguns foram utilizados nesse estudo.

**“Sonho com o dia em que todos levantar-se-ão e compreenderão que foram feitos para viverem como irmãos”.**

**Nelson Mandela**

## RESUMO

SIMÃO, João Carlos Ngila Simão. **AFROEMPREENDEDORISMO:** perfil dos afroempreendedores da região do rio grande do sul e quais os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores. Estudo de caso Reafro/RS. 2017. 77 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

Para fazer frente às barreiras do mercado, os afroempreendedores aderem a redes de colaboração que visam os impactos nos seus negócios. Metodologicamente, caracterizou-se como pesquisa qualitativa, descritiva quanto aos fins, bibliográfica e de campo quanto aos meios de investigação. A população alvo foi delimitada por afroempreendedores da região do Rio Grande do sul que fazem parte da rede Reafro RS. O estudo caracterizou-se por coleta de dados primários e a técnica de coleta de dados qualitativa. O instrumento de coleta de dados foram entrevistas por meio de questionário, aplicado aos afroempreendedores da rede. A análise dos dados foi essencialmente qualitativa. Os resultados da pesquisa evidenciaram que dos afroempreendedores entrevistados, o gênero feminino continua a ter maior representatividade, predominando a faixa etária dos 25 a 35 anos de idade, sendo que a maioria se tornou empreendedor no ano de 2014. Grande parte dos empreendedores atua como microempreendedores individuais e estão concentrados no setor de prestação de serviços. A maioria dos entrevistados possui um negócio formal sendo que grande parte destes entrevistados começou empreender por necessidade. A rede teve um impacto positivo no negócio dos entrevistados visto que a pesquisa teve como resultado uma maioria positiva, os entrevistados foram unânimes em suas respostas quanto ao impacto, à rede proporciona para muitos uma melhor visibilidade de suas empresas e marcas e também ajuda no fortalecimento do empreendedor negro, ampliação de *network*, trocas de experiência e acima de tudo aumenta o limite de sucesso de seus negócios.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Afroempreendedorismo. Redes de colaboração. Cultura. Afro-brasileiro.

## **LISTA DE SIGLAS**

ASN – Agencia SEBRAE Noticias

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

CEABRA – Coletivo de Empresários e Empreendedores Afro-Brasileiros

GEM – Global Entrepreneurship Monitor

IAB – Instituto Adolpho Bauer

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

PNGN – Pequenas Empresas & Grandes Negócios

REAFRO – Rede de Afroempreendedores

REAFRO RS – Rede de Afroempreendedores do Rio Grande do Sul

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SOFTEX – Sociedade Brasileira Para Exportação De Software

UNESC – Universidade Do Extremo Sul Catarinense

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa da Região Sul do Brasil.....	28
Figura 2 - Rota do comercio transatlântico.....	41
Figura 3 - Dança africana maculelê a direita e a capoeira a esquerda. ....	42
Figura 4 - Culinária afro-brasileira (feijoada na panela de barro). ....	43
Figura 5 - Culto religioso afro-brasileiro (UMBANDA) .....	44
Figura 6 - Ano em que os entrevistados tornaram-se empreendedores. ....	53
Figura 7 - Classificação do negócio dos Afroempreendedores da Reafro quanto a sua renda bruta anual. ....	53
Figura 8 - Setor de atuação dos afroempreendedores da Reafro no setor econômico brasileiro.....	54
Figura 9 - Segmento do negócio dos Afroempreendedores da Reafro. ....	55
Figura 14 - Formas de comunicação do seu negócio.....	56
Figura 15 – Afroempreendedores que possuem outras ocupações.....	57
Figura 16 – Razões para se tornarem empreendedores.....	57
Figura 17 - Ano de entrada na Reafro RS.....	58
Figura 18 - Estado do seu negócio antes de fazer parte da Reafro. ....	59
Figura 19 - Percepção do negócio hoje.....	59
Figura 21 – Razões para ter escolhido a reafro. ....	61
Figura 22 - Apoios encontrados na Reafro.....	61
Figura 23 - Se tivesses que quantificar em percentuais os impactos da Reafro em seu negócio. ....	62
Figura 24 - Momento do negócio que procurou fazer parte da rede. ....	62
Figura 25 - Acesso ao crédito recusado ou algum financiamento negado. ....	63
Figura 26 – Motivo de ter o crédito ou financiamento recusado. ....	64
Figure 27 - A Reafro contribuiu para a mudança deste cenário? Se sim, como?.....	64

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais acontecimentos no empreendedorismo .....	20
Quadro 2 - Eixos chaves do conceito de empreendedorismo .....	21
Quadro 3 - Cronograma das características dos empreendedores.....	24
Quadro 4 - Taxa de empreendedores por Oportunidade versus Necessidade .....	26
Quadro 5 - Total de empreendedores por estagio.....	27
Quadro 6 - Órgão de apoio com maior procura pelos empreendedores. ....	27
Quadro 7 - Estruturação da população-alvo.....	47
Quadro 8 - Fontes e Títulos da pesquisa bibliográfica. ....	47
Quadro 9 - Síntese dos Procedimentos Metodológicos .....	50
Quadro 10 - Perfil socioeconômico dos afroempreendedores da Reafro.....	51
Quadro 11 - Legalidade do negócio dos afroempreendedores da Reafro.....	55
Quadro 12 - Objetivos para fazer parte de uma rede. ....	60

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA .....	14
1.2 OBJETIVOS .....	15
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>16</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>16</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	16
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>18</b>
2.1 O EMPREENDEDORISMO.....	18
<b>2.1.1 Conceitos de empreendedorismo</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.2 Importância do empreendedorismo</b> .....	<b>22</b>
<b>2.1.3 O empreendedor</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1.4 Características dos empreendedores</b> .....	<b>24</b>
2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL .....	25
<b>2.2.1 Empreendedorismo no sul do Brasil</b> .....	<b>28</b>
2.4 O AFROEMPREENDEDORISMO.....	29
<b>2.4.1 O despertar do empreendedorismo negro</b> .....	<b>30</b>
<b>2.4.2 Os órgãos e programas de fortalecimento para o afroempreendedorismo.</b> .....	<b>30</b>
2.5 COLABORAÇÃO.....	35
<b>2.5.1 Redes de colaboração</b> .....	<b>36</b>
2.6 CULTURA .....	38
<b>2.6.1 Conceito de cultura</b> .....	<b>38</b>
<b>2.6.2 Cultura Afro-Brasileira</b> .....	<b>39</b>
<b>2.6.3 Características da cultura afro-brasileira</b> .....	<b>41</b>
<b>2.6.4 Influências da cultura afro-brasileira</b> .....	<b>42</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> .....	<b>45</b>
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	45
3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO .....	46
3.3 PLANOS DE COLETA DE DADOS.....	48
3.4 PLANOS DE ANÁLISE DE DADOS .....	49
3.5 SÍNTESES DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	50
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS</b> .....	<b>51</b>

4.1 IDENTIFICAR O PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS AFROEMPREENDEDORES QUE FAZEM PARTE DA REAFRO RIO GRANDE DO SUL.....	51
4.2 DESCREVER OS IMPACTOS DE FAZER PARTE DA REDE PARA OS SEUS NEGÓCIOS.....	58
4.3 IDENTIFICAR QUE TIPOS DE APOIO SÃO OFERECIDOS PELA REDE REAFRO.....	61
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>68</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil é chamado de país continente, pois é um país de vasta grandeza territorial com 8.516.000 km<sup>2</sup> e, por consequência de sua história, ganhou também uma grandeza cultural oriunda da mistura de vários povos de regiões diferentes e teve como resultado uma nação multirracial.

Hoje o Brasil é considerado um dos países mais empreendedor do mundo e neste segmento o número de negros atuando vem aumentando impulsionando a origem e a propagação do termo afroempreendedorismo.

Este tema tem sido recorrente na mídia brasileira e no mundo, o Estado Federativo Brasileiro tem uma população estimada em mais de 207 milhões de habitantes segundo o portal do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) no diário da união (IBGE, 2010).

O mundo no contexto atual está voltado para a valorização da identidade negra e de combate às ações de discriminação e preconceito, com esse cenário é notável uma tendência global no que concerne ao surgimento e criação de projetos que visam causar transformações efetivas de forma sustentável e colaborativa.

De acordo com a revista Pequenas empresas grandes negócios, depois de um ranking feito pelos pesquisadores da *Approved Index* em 2015, o Brasil se classificou em terceiro lugar como o país mais empreendedor do mundo, com uma taxa de 13,80% (PEGN, 2015).

Vale ressaltar que nesta pesquisa, o nível de empreendedorismo foi medido pelo percentual de adultos que tem uma empresa com funcionários assalariados funcionando por, ao menos, três meses. Ainda no mesmo ano, uma pesquisa feita pela GEM (Global Entrepreneurship Monitor), patrocinada pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) no Brasil, revelou que praticamente quatro em cada dez brasileiros adultos já possuem um negócio ou estão envolvidos com a criação de uma empresa (GEM, 2015).

Desta forma, o presente estudo tem como objetivo caracterizar os afroempreendedores do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma Rede de afroempreendedores.

A monografia foi composta por quatro capítulos sendo que o primeiro capítulo trata de apresentar a situação problema, objetivo geral, objetivos específicos e a justificativa que nortearam o desenvolvimento do trabalho.

O segundo capítulo trata de apresentar a fundamentação teórica referenciando alguns autores e entidades cujas publicações contribuíram e contribuem para o crescimento dessa temática.

No terceiro capítulo estão os procedimentos metodológicos utilizados na realização do trabalho. Nesta seção foi definido o delineamento da pesquisa, definições da área ou população alvo, planos de coleta de dados, planos de análise de dados e por último as sínteses dos procedimentos metodológicos.

O quarto capítulo trata de apresentar a análise dos dados coletados com a pesquisa bibliográfica e de campo bem como sua análise com o objetivo de responder à pergunta de pesquisa apresentada no estudo.

De forma a concluir a monografia, no quinto capítulo encontram-se a conclusão e as referências.

## 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

No Brasil o movimento do empreendedorismo começou a se consolidar na década de 1990 quando foram criadas instituições como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade brasileira para exportação de software) (DORNELAS, 2005).

Existem forças restritivas que são capazes de inibir a ação criativa dos empreendedores e dificultar suas atitudes relacionadas à criação de empresas. Estas dificuldades podem ser categorizadas como: dificuldades de conjuntura econômica, localização, burocráticas, tecnológicas, mercadológicas, concorrência e dificuldades financeiras (GREATTI; SENHORIN, 2000).

Os resultados evidenciaram, a partir das informações coletadas, que além de os empreendedores negros apresentarem as mesmas dificuldades de outros empreendedores no Brasil, as questões étnicas influenciam a dinâmica dos empreendimentos empresariais realizada pelos negros, especialmente a relacionada à captação de recursos, relação com fornecedores, clientes e com funcionários (PAIXÃO, 2003).

O empreendedorismo tem contribuído para o crescimento da economia brasileira desde a década de 90, tal feito se tornou mais eficaz com a aprovação da lei geral da micro e pequena empresa no ano de 2007 e posteriormente a lei do microempreendedor individual (BRASIL, 2012).

A aprovação destas leis fez com que o número de empreendedores no Brasil aumentasse. De acordo com a GEM (2016) em sua mais recente pesquisa, a

mesma apresenta um relatório anual mostrando no Brasil uma estimativa de 48.239.058 empreendedores.

Ainda segundo os dados da GEM (2016) dos 48.239.058 empreendedores quando classificado pela cor da pele, os empreendedores que se autodeclararam pardos apresentam maior representatividade tanto entre os empreendedores iniciais 54,4% quanto nos empreendedores estabelecidos 48,9%, ficando em segundo os empreendedores que se autodeclararam brancos e por terceiro e último os empreendedores que auto se declaram de pele preta.

Estes empreendedores de pele preta, apesar de representarem a minoria de acordo com a última pesquisa feita pela GEM, começaram um movimento pela autoafirmação do orgulho negro e da prática do empreendedorismo dando origem ao movimento afroempreendedores. Nos dias de hoje crescem os números de pessoas que se manifestam pertencentes a raça negra em todo Brasil, tal mudança teve maior ênfase no estado da Bahia (CHÉR, 2008).

Para Dornelas (2005) os empreendedores não são lobos solitários que andam sozinho conforme os mitos existentes, pelo contrário são pessoas que trabalham em equipes, formam parceria e criam redes de contato para melhor se fortalecerem. Os afroempreendedores tem na base de seus relacionamentos a filosofia africana chamada *UBUNTU*, filosofia esta existente em vários países do continente africano e que foca nas alianças e relacionamentos de uma pessoa com a outra.

Esta filosofia tem sido a base para a criação de redes destinadas a afroempreendedores em todo o Brasil, como é o caso da Reafro uma das maiores redes de afroempreendedores no Brasil. A Reafro está presente em doze estados brasileiros, estando entre eles o estado do Rio Grande do Sul.

Desta forma, a pesquisa tem a seguinte situação problema: Quais os perfis dos afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer em uma rede de afroempreendedores?

## 1.2 OBJETIVOS

Partindo do contexto apresentado na situação problema foram definidos os objetivos dessa pesquisa conforme segue abaixo:

### 1.2.1 Objetivo geral

Caracterizar os afroempreendedores do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma Rede de afroempreendedores.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar o perfil socioeconômico dos afroempreendedores que fazem parte da Reafro Rio Grande do Sul;
- b) Descrever os impactos de fazer parte da rede para os seus negócios;
- c) Identificar que tipos de apoios oferecidos pela rede Reafro;

## 1.3 JUSTIFICATIVA

De acordo com o SEBRAE (*Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*)(2015) a cada ano que passa aumenta o número de empreendedores negros no país. Devido aos problemas sociais ainda presentes no Brasil especificamente em alguns estados de maioria branca, os negros ainda e deparam com problemas raciais no mercado de trabalho. Com base nisso, o empreendedorismo tem sido a resposta para a solução de muitos negros, no entanto, os problemas são recorrentes devido ao grau de diferença socioeconômica fruto da história que o Brasil teve.

De forma a fazer frente a esta realidade, os negros têm adotado o conceito de trabalho em rede visando o fortalecimento de todos os envolvidos no processo bem como a sua representação nacional.

Desta forma, o estudo propõe conhecer o perfil dos afroempreendedores da Reafro e os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul (Reafro RS).

No curso de administração existe pouca ênfase deste tema, não existindo nenhum trabalho que faz menção a esta classe de empreendedores que tem trabalhado constantemente para a sua afirmação no mercado empreendedor e empregador.

Entretanto, pesquisa torna-se importante devido à necessidade que o curso tem de matérias que dizem respeito a esta classe. Portanto, este estudo é importante para a universidade e especificamente para o curso, pois trabalha a questão da inclusão social e cultura afro-brasileira. O trabalho tem uma importância de suma relevância tanto para o pesquisador como para a universidade, a comunidade acadêmica e os afroempreendedores do Rio Grande do Sul especialmente aos que fazem parte de rede Reafro.

Outra grande importância tem como base a inexistência de monografias que visam apresentar o perfil dos empreendedores negros independente de sua localização geográfica.

O trabalho contribuirá e fornecerá respostas concretas sobre o perfil dos afroempreendedores desta região e as causas que os motivaram a fazer parte de uma rede.

Foi escolhida a rede Reafro por ser uma das maiores redes de afroempreendedores no Brasil. Para a Reafro, o trabalho também será de grande importância, pois irá contribuir para a visibilidade das atividades por eles desenvolvidas e provavelmente o aumento de demanda pelos seus serviços por parte dos afroempreendedores que até o momento desconhecem suas atividades.

Nos últimos tempos, o tema afroempreendedorismo tem sido muito falado em todo o Brasil, e vários movimentos têm se levantado em prol destas iniciativas, o momento vivido no mundo e especificamente no Brasil é o momento mais oportuno para se realizar esta pesquisa. No Brasil, além do SEBRAE que já existe como instituição desde 1972 e que também tem suas atenções voltadas à questão do afroempreendedor, surgiu também o instituto Adolpho Bauer coordenando em parceria com o SEBRAE Nacional o projeto Brasil afroempreendedor originando a Reafro Brasil.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O presente capítulo tem como objetivo apresentar a fundamentação teórica desta pesquisa, bem como a sua revisão da literatura. Nesta seção, serão abordados conceitos e definições que servirão como base para a pesquisa e paralelamente ao trabalho como um todo.

### 2.1 O EMPREENDEDORISMO

O termo empreendedorismo teve sua origem da palavra francesa *entrepreneurship* criada pelo Francês Richard Cantillon nos meados de 1730. Cantillon criou este termo como forma de referir-se a um indivíduo ou profissional inovador em um negócio e que também assume e corre risco. Depois de 219 anos em 1949, o economista Joseph Schumpeter idealizou o termo empreendedorismo se referindo a situação de um executivo de empresa com alta criatividade e com capacidade de alcançar resultados intrigantes baseados em inovações (OLIVEIRA, 2014).

Dornelas (2011) defende que o mundo tem passado por inúmeras mudanças e transformações em curtos períodos de tempo. As mudanças mais notórias se deram no século XX, quando foram criadas a maioria das invenções que impactaram e revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Normalmente, tais invenções eram frutos de inovações, alguma coisa inédita ou até algo já existente, mas que ninguém havia olhado de um ângulo diferente. Por trás dessas criações existem ou existiam pessoas ou equipes de pessoas com qualidades excepcionais, pessoas com visão ampla, pois questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem.

Para Hisrich e Peter (2004), o capítulo inicial do empreendedorismo foi definido como intermediário se referindo a Marco Polo que naquela época, tentou estabelecer uma rota de negócios para o extremo oriente (sub-região da Ásia). Enquanto intermediário Marco Polo assinava um contrato com o indivíduo que possuía os bens ou recursos para vender as suas mercadorias, ficando a cargo do proprietário dos recursos todos os riscos passivos, por outro lado, Marco Polo como empreendedor ou intermediário corria todos os riscos físicos e emocionais.

Durante a idade média ainda existia bastante complicação ao empregar o termo empreendedor, a questão de assumir risco ainda não era patente, o termo era usado para definir tanto um participante quanto um administrador de grandes projetos de produção. Estes indivíduos, por sua vez, não assumiam riscos, pois se limitavam apenas a gestão dos projetos que geralmente eram usados recursos disponibilizados pelo governo do país (DORNELAS, 2011).

Foi no século XVII que a ligação entre riscos e empreendedorismo foi desenvolvida, este século foi marcado por uma época em que o empreendedor estabelecia acordos contratuais com o governo, onde o mesmo desempenhava algum serviço ou fornecia algum produto cujo valor era estipulado pelos contratantes. Naquela época o valor do contrato era pré-estabelecido de forma que qualquer lucro ou prejuízo decorrente desta operação era unicamente do empreendedor (HISRICH; PETER, 2004).

Para Dornelas (2005) apesar de ter desenvolvido uma ligação entre o risco e o empreendedorismo em XVII a distinção entre o capitalista e o empreendedor só alcançou o seu ápice no século XVIII certamente devido ao início da industrialização que acontecia no mundo. Empreendedores como Eli Whitney e Thomas Edison surgiam com projetos incríveis, mas sem capitais para financiar ficando patente a diferença entre os empreendedores que são os usuários dos capitais e os fornecedores que são os investidores de risco.

Um investidor de risco é aquele administrador de finanças que faz um investimento de risco a partir de um capital próprio objetivando obter uma elevada taxa de retorno sobre os investimentos (HIRISCH; PETER, 2004).

Hisrich e Peter (2004) defendem que foi também na época do século XVII que o economista Richard Cantillon desenvolveu uma das primeiras teorias a respeito do empreendedor, este feito fez com que algumas pessoas o considerassem o criador do termo, a teoria de Cantillon tem como base a forma como ele enxergava os empreendedores.

Cantillon viu o empreendedor como um sujeito que corria risco observando que os comerciantes, fazendeiros, artesãos e outros proprietários individuais de sua época compravam os produtos a um preço certo e os revendiam a um preço incerto, desta forma diferenciou o empreendedor, como aquele que corre risco e o capitalista como o indivíduo que fornece o capital (DORNELAS, 2011).

Hisrich (1986) afirma que houve quatro épocas com acontecimentos que marcaram a história do desenvolvimento da teoria do empreendedorismo conforme segue o quadro abaixo:

Quadro 1 - Principais acontecimentos no empreendedorismo

PERÍODO	PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS
Idade Média	O termo empreendedor foi utilizado para definir o indivíduo que não assumia grandes riscos, mas gerenciava grandes projetos de produção, utilizando os recursos disponíveis, normalmente vindos do governo do país.
Século XVII	Primeiros indícios de relação entre assumir riscos e empreendedorismo. Empreendedor era quem estabelecia contratos com o governo para realizar algum serviço ou fornecer produtos com preços pré-fixados, sendo qualquer lucro ou prejuízo de sua responsabilidade. Richard Cantillon considerado um dos criadores do termo empreendedorismo e um dos primeiros a diferenciar o empreendedor do capitalista.
Século XVIII	O capitalista (aquele que fornece o capital) e o empreendedor (aquele que assume riscos) foram finalmente diferenciados, provavelmente devido ao início da industrialização que ocorria no mundo.
Final do século XIX e início do século XX	Empreendedores frequentemente confundidos com gerentes ou administradores (o que ocorre até nos dias atuais), sendo analisados de um ponto de vista econômico, como aqueles que organizam a empresa, pagam os empregados, planejam, dirigem e controlam as ações desenvolvidas na organização, mas sempre a serviço do capitalista.

Fonte: Adaptado de Dornelas (2005).

### 2.1.1 Conceitos de empreendedorismo

Como já referido anteriormente, desde o surgimento do termo empreendedorismo, cuja sua origem é de uma palavra francesa, ao longo dos tempos o seu significado, bem como a sua aplicação foi sofrendo várias alterações mediante as situações e sociedade em que os empreendedores da época estavam inseridos. Mas em termos conceituais, o que seria empreendedorismo?

Dolabela (1999) apresenta um neologismo derivado da livre tradução da palavra *Entrepreneurship* que é usado para designar os estudos relativos ao empreendedor, seu perfil, suas origens, seu sistema de atividades, seu universo de atuação.

Antes mesmo de autor Dolabela, Schumpeter em 1949 definiu o empreendedorismo como sendo o ato de se alterar uma realidade econômica predominante por meio da inserção de novos métodos, processos, produtos ou serviços e ainda a criação de empresas com novos conceitos organizacionais. Diferente de Schumpeter, alguns autores entendem o empreendedorismo como um

lugar de negócios, onde as pessoas buscam compreender como surgem as oportunidades para criar algo novo podendo ser novos produtos ou serviços, novos mercados, processos de produção e maneiras de organizar técnicas já existentes (CHIAVENATO, 2005).

Sarkar (2008) apresenta o conceito de empreendedorismo como o método pelo qual se dá a formação ou amplifica-se um negócio que pode ter como base a inovação ou como pode ser também proveniente de uma oportunidade identificada no mercado.

Com base nestas premissas, é possível dizer que o vivenciado hoje pode ser chamado de era do empreendedorismo, visto que hoje são os empreendedores que estão eliminando todas as barreiras comerciais e culturais, globalizando e redefinindo os conceitos econômicos, proporcionando novas relações de trabalho e novos empregos, quebrando tabus e, acima de tudo, gerando riqueza para a sociedade (DORNELAS, 2005).

Sarkar (2008) defende que, apesar de haver várias definições em torno do empreendedorismo, existem também seis eixos-chaves e seus autores que deve se levar em consideração na hora de conceituar o empreendedorismo pois as suas teorias marcaram e ajudaram no desenvolvimento e na afirmação do empreendedorismo conforme ele é nos dias de hoje.

Quadro 2 - Eixos chaves do conceito de empreendedorismo

EIXOS-CHAVES	AUTORES CHAVE
Empreendedorismo e inovação	Schumpeter (1934); Drucker (1985)
Identificação de oportunidades e sua exploração	Kizner (1973); Shane (2003); Venkataraman (1997)
Empreendedor, características e comportamentos.	McClelland (1961)
Empreendedorismo como processo – criação de empresa	Gartner (1988)
Expressão organizacional do projeto empreendedor (novas empresas/empresas existentes)	Stevensene Jarillo (1990)
Exploração de oportunidades; e a sua sustentabilidade através de inovação.	Sarkar (2007)

Fonte: Elaborado por Carvalho L. e Sarkar S. (2008).

Segundo Oliveira (2014) o termo empreendedorismo pode ser definido como o processo evolutivo e transformador das capacidades, habilidades e atitudes profissionais de um indivíduo ou equipe focadas no aumento dos resultados dos

empreendimentos bem como a solidificação de novas ideias estrategicamente significativas.

### **2.1.2 Importância do empreendedorismo**

Com base nas diferentes abordagens conceituais sobre o empreendedorismo, é possível identificar as semelhanças e diferenças das ideias dos autores que falam sobre a temática. Apesar das semelhanças e diferenças nos conceitos dos autores, maior parte deles têm o empreendedorismo como um processo dinâmico e criativo, o que remete um suposto grau de importância.

O empreendedorismo serve para restaurar e inovar os conceitos padrão de uma produção almejando uma invenção ou identificando uma possibilidade tecnológica ainda não explorada por ninguém quer na produção de um bem novo, velho, ou em uma nova forma até mesmo um novo tipo de oferta de material empreendedor quando se está a organizar um estabelecimento. O processo de empreender engloba todas as funções e ações vinculadas as percepções de oportunidades e a criação de organizações que buscam de forma organizada estas oportunidades (BRITTO; WEVER, 2003).

Para Schumpeter (1985) o empreendedor está associado ao desenvolvimento econômico, à inovação e ao aproveitamento de oportunidades. Ele é quem destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos bens no mercado, pela criação de novas formas organizacionais ou pelo uso de novos materiais. Assim, tal processo é definido pelo autor como “destruição criativa”. (BIFF, 2015, p.23).

Uma das importâncias do empreendedorismo consiste no fato de que a riqueza é gerada por empreendedores contribui também para a melhoria da qualidade de vida da população podendo algumas vezes esta riqueza ser reaplicada em novos projetos que de forma indireta beneficiará as próprias comunidades. O empreendedorismo é hoje um fenômeno global, diversas instituições públicas e privadas têm investido para pesquisar e incentivar. Existe uma correlação entre o empreendedorismo e o crescimento econômico, os resultados mais explícitos manifestam-se na forma de inovação, desenvolvimento tecnológico e a geração de novos postos de trabalho (BRITTO; WEVER, 2003).

Para Hisrich e Peter (2004) o papel do empreendedorismo é servir como mecanismo para o desenvolvimento econômico englobando mais do que somente o aumento de produção e renda per capita, este papel deve ir mais além envolvendo e

dando início a constituição e transformação nas estruturas do negócio e da sociedade.

Com base nos autores, de forma resumida é válido supor que um dos grandes papéis do empreendedorismo é a geração de renda e a redução da desigualdade social e tal resultado se deve ao esforço constante de seus aplicadores, os empreendedores.

### **2.1.3 O empreendedor**

Para Drucker (1998) os empreendedores são pessoas caracterizadas por possuírem motivação única, apaixonadas pelo seu trabalho, com o desejo de serem reconhecidas e admiradas. O empreendedor é aquele indivíduo que, além de desenvolver uma visão, também deve ser capaz de persuadir terceiros, sócios, colaboradores, investidores de que sua visão poderá trazer benefícios futuros para todos os envolvidos (DOLABELA, 1999).

Birley e Muzyka (2001) e Chiavenato (2004) afirmam que os empreendedores são indivíduos que organizam e assumem riscos relacionados a um empreendimento que criaram ou modificaram.

Brito e Wever (2003) apresentam uma definição mais completa defendendo que o processo de empreender envolve todas as funções, atividades e ações associadas à percepção de oportunidade e a criação de organizações que buscam estas oportunidades. Desta forma existem cinco elementos que deve se levar em conta no processo de caracterização de um empreendedor: i) Criatividade e Inovação; ii) Habilidade ao aplicar esta criatividade; iii) Força de vontade e fé; iv) Foco na geração de valores; e v) correr riscos.

Sarkar (2008) afirma que a motivação da grande parte dos empreendedores é tirar vantagens das oportunidades, mesmo que pequenas, depois estudam essa oportunidade para benefício próprio, criando ou desenvolvendo uma empresa. O empreendedor é aquele que gera riqueza para ele e para a própria sociedade.

No entanto, Santos (2011) afirma que o empreendedor pode ser classificado como aquela pessoa capaz de transformar uma ideia, problema ou oportunidade em um negócio viável.

Santos (2011) defendem que apesar de existirem em diferentes zonas com realidades socioeconômicas divergentes os empreendedores demonstram as mesmas características.

#### 2.1.4 Características dos empreendedores

As características dos empreendedores se resumem naqueles atributos que o diferenciam do resto da sociedade, apesar de acreditar ser um tema de alta complexidade, ao se referir ao espírito empreendedor Chiavenato (2005) apresenta três características que o identificam: i) Necessidade de realização; ii) Disposição para assumir riscos e iii) Autoconfiança. O autor acredita que estas são as três características básicas que todo o empreendedor deve possuir.

Apesar das características visíveis dos empreendedores, ainda giram em torno dos mesmos, alguns mitos sobre as suas características. Segundo Dornelas, Spinelli e Adams (2014) tais mitos estão baseados principalmente na crença que os empreendedores nascem prontos e não são feitos. De forma a centralizar as características dos empreendedores de acordo com vários autores que de forma individual, cada um em sua época identificou algumas características que se tornaram padrão no indivíduo que empreende.

Quadro 3 - Cronograma das características dos empreendedores.

(continuação)

Data	Autores	Características
1848	Mill	Comportamento de risco
1917	Webber	Fonte de autoridade formal
1934	Schumpeter	Inovação; iniciativa
1954	Sutton	Desejo de responsabilidade
1959	Hartman	Fonte de autoridade formal
1961	McClelland	Assumir riscos; necessidades de realização.
1963	Davids	Ambição; desejo de independência, responsabilidade; Autoconfiança.
1964	Pickle	Dinamismo/mental; relações humanas; capacidade de comunicação; conhecimento técnico.
1971	Palmer	Medição de riscos
1971	Harnaday e Aboud	Necessidade de realização; autonomia; agressão; poder; reconhecimento; inovador/independente

Fonte: Adaptado de Dornelas; Spinelli e Adams (2014).

Quadro 3 - Cronograma das características dos empreendedores.

(continuação)

Data	Autores	Características
1973	Winter	Necessidade de poder
1974	Borland	Lócus interno do poder
1982	Casson	Riscos; inovação; poder; autoridade
1985	Gartner	Mudança e ambiguidade
1987	Begley e Boyd	Assumir riscos; tolerância à ambiguidade
1988	Caird	Dinamismo
1998	Raper	Poder e autoridade
2000	Thomas e Mueller	Risco; pode; lócus internos de controle; inovação
2001	Lee e Tsang	Locus interno de controle

Fonte: Adaptado de Dornelas; Spinelli e Adams (2014).

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Desde a idade média até o final do século de XIX e o início do século XX, o movimento do empreendedorismo passou por fortes mudanças no processo de sua conceituação e aplicação.

No Brasil esse movimento começou a ganhar forma na década de 1990 com a criação de entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Softex (Sociedade Brasileira para a Exportação de Software). Foi a partir de programas criados no decorrer do processo de implementação da Softex em todo território brasileiro que, junto as incubadoras de empresas e universidades e faculdades, o tema empreendedorismo passou a despertar dentro da sociedade brasileira, resultando no conhecimento de palavras como plano de negócios (*business plan*) pelos pequenos empresários (DORNELAS, 2005).

O GEM é a principal pesquisa sobre empreendedorismo no mundo. Participam dela cerca de 80 países, sob a coordenação de um consórcio de instituições internacionais, chamado *Global Entrepreneurship Research Association* (GERA), liderado pela *London Business School* (Londres) e pela *Babson College* (Boston). No Brasil, a pesquisa é realizada anualmente desde o ano 2000 pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP), com o apoio do SEBRAE.

Em 2000, a *Global Entrepreneurship Monitor* publicou um relatório executivo apresentando o Brasil como o país que possui a melhor relação entre número de habitantes adultos, que iniciam um novo negócio e o total desta população: 1 em cada 8 adultos (GEM,2000).É crescente o nível de empreendedorismo no Brasil,pesquisa realizada em 2015 pela GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) demonstrou que em cada 10 brasileiros adultos, quatro já possuem uma empresa ou estão ligados à criação de uma empresa. A pesquisa apresentou também uma percentagem de 39,3% referente à taxa de empreendedorismo no país tendo em conta que, a maior taxa até o momento da pesquisa era de 20,9% resultado da pesquisa de 2002 (SEBRAE, 2016).

A revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios* apresentou um ranking feito pelos pesquisadores da *Approved Index* em 2015, na qual o Brasil se classificou em terceiro lugar como o país mais empreendedor do mundo, com uma taxa de 13,80% (PEGN, 2015).

Sarkar (2008) apresenta onze formas de empreendedorismo, entre estas diferentes formas, encontra-se o empreendedorismo por necessidade, este tipo de empreendedorismo é muito patente em países com forte desigualdade social. Para Dornelas, Spinelli e Adams (2014), neste tipo de empreendedorismo são encontrados empreendedores de maioria brasileira desde 2003.

Segundo GEM (2016), o Brasil mostrou uma mudança sutil no que diz respeito ao percentual quanto ao tipo de empreendedorismo quando comparado entre oportunidade e necessidade, apresentando assim uma taxa de 11,2% superior ao empreendedorismo por necessidade que apresentou uma taxa de 8,3%conforme o quadro abaixo:

Quadro 4 - Taxa de empreendedores por Oportunidade versus Necessidade

Motivação	Percentual / Taxas	Número de daTEA	Empreendedores
Oportunidade	11,2	57,4	15.022.742
Necessidade	8,3	42,4	11.113.080
Razão Oportunidade/Necessidade		1,4	

Fonte: Elaborado por GEM (2016).

De acordo com Dornelas (2014) o empreendedorismo por necessidade ocorre quando a pessoa busca a jornada empreendedora por não ter outra opção,

ou seja, por não ter alternativas de trabalho ou um emprego formal. Nesses casos, os negócios geralmente são criados de maneira informal, sem planejamento. Muitos deles rapidamente fracassam, agravando as estatísticas de fechamento dos negócios e, conseqüentemente, não gerando desenvolvimento econômico.

De acordo com a GEM, em 2016 o total de empreendedores sofreu uma baixa em relação ao ano de 2015 em que apresentou uma taxa de 39,3% acima da taxa de 2016 que ficou em 36%, esta pesquisa teve como público alvo a população com idade entre 18 a 64 anos conforme demonstra o quadro abaixo referente às TTE – Taxa Total de Empreendedores.

Quadro 5- Total de empreendedores por estágio.

Estágio	Taxas	Estimativas
Iniciais	19,6	26.191.876
Nascentes	6,2	8.350.471
Novos	14,0	18.793.132
Estabelecidos	16,9	22.674.916
Total de empreendedores	36,0	48.239.058

Fonte: Elaborado por GEM (2016).

O SEBRAE lidera a posição de órgão de apoio mais procurado por empreendedores no Brasil (GEM, 2016). No entanto, a procura por entidades de apoio é relativamente baixa, porém, é menor no grupo dos empreendedores negros. Apenas 11% dos negros buscaram um órgão de apoio em 2016, contra 18% dos brancos. O órgão mais procurado foi o SEBRAE (Quadro 6), por ambos os grupos. Em termos comparativos os brancos procuraram mais o SEBRAE (75%) que os negros (63%). Por outro lado, os negros procuraram mais o SENAC, SENAI e outros órgãos (respectivamente 19%, 18% e 14%) que os brancos (respectivamente 15%, 12% e 11%). Em parte, isso se deve pelo perfil da busca de capacitação dos negros ser maior em termos de cursos técnico-profissionalizantes (GEM, 2016).

Quadro 6- Órgão de apoio com maior procura pelos empreendedores.

Órgãos de apoio	%
Procurou algum órgão de apoio	13,4
<b>Principais órgãos de apoio procurados</b>	
SEBRAE	68,1
SENAC	19,0
SENAI	14,9
Outros <sup>2</sup>	12,3

Fonte: Elaborado por GEM (2016).

O empreendedorismo hoje é o destaque no mundo dos negócios e o Brasil não foge à regra, pois a cada dia que passa mais pessoas recorrem à prática desta atividade, mas quando se fala de empreendedorismo de forma muito otimista pensa-se em grandes empresas como Google e de forma pessimista pensa-se em cantinas ou lojinhas, entretanto, vale ressaltar que quer projetos ou empresas grandes e pequenas são e devem ser ligadas a esta terminologia quando se tem ou teve na situação o ato de empreender, que se pode resumir como o primeiro passo ou a base para todo o negócio.

### 2.2.1 Empreendedorismo no sul do Brasil

A região sul do Brasil é a menor entre as cinco regiões ocupando uma área ou expansão territorial de 576.773,368 km<sup>2</sup>. O sul do Brasil é composto por três estados: Paraná, Santa Catarina e o Rio Grande do Sul, de acordo com último censo do IBGE os três estados apresentam uma população estimada em 29 milhões de habitantes (BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO, 2014).

Figura1 - Mapa da Região Sul do Brasil.



Fonte: Elaborado por região sul info.

O Paraná é um estado com uma área territorial de 199.307,945 km<sup>2</sup> e tem como capital Curitiba, por sua vez Santa Catarina apresenta uma dimensão territorial de 95.733,378 km<sup>2</sup> e tem como capital Florianópolis.

O maior estado da região sul é o estado do Rio Grande do Sul com uma área territorial e 281.731,445 km<sup>2</sup> e uma população estimada em 11.322.895, tem como capital Porto Alegre com uma população estimada em 1.481.019 de habitantes. Os três estados representam 7% dos 8,5 milhões de quilômetros quadrados do território nacional brasileiro (BRASIL, 2009).

De acordo com o SEBRAE (2015) a região sul tem apresentando uma excelente taxa de empreendedorismo. Pesquisa realizada pela GEM (2014) mostrou que quando pesquisado sobre os índices de atividade empreendedora no sul do Brasil, a mesma apresentou percentuais similares e por vezes maiores se comparado ao empreendedorismo de nível nacional.

As análises das taxas de empreendedorismo em 2014 na Região Sul apresentaram uma taxa total de empreendedores - TTE (iniciais e estabelecidos) tendo como base o percentual da população entre 18 e 64 anos, foi de 35,1%, próxima à média nacional 34,5%. A Região Sul recuperou a queda observada em 2013 (28,6%) e superou o nível alcançado em 2012 (31,3%).

Segundo a análise da GEM (2014) a região sul quando segmentada por empreendedores iniciais TEA e empreendedores estabelecido TEE, a mesma apresentou uma taxa de empreendedores iniciais de 17,1%, equivalente à média nacional (17,2%). A taxa de empreendedores estabelecidos apresentou um percentual de 18,5% superior à taxa dos empreendedores iniciais TEA (17,1%). A TEE da Região Sul em 2014 foi superior à do Brasil (17,5%) e de todas as demais regiões brasileiras, exceto à da Região Nordeste que apresentou um percentual de (20,3%).

De acordo com o SEBRAE (2015) uma pesquisa dirigida pela GEM mostrou que 45 milhões de brasileiros são empreendedores e que, deste total, cerca de 6,7 milhões ou 35,1% da população com idade entre 18 e 64 anos residem na região Sul do Brasil tornando a região na segunda maior participação regional ficando atrás da região Nordeste com uma taxa de 36,4%.

#### 2.40 AFROEMPREENDEDORISMO

Esta subseção trata de apresentar o movimento afroempreendedorismo bem como as ações que visam o seu crescimento e fortalecimento.

### **2.4.1 O despertar do empreendedorismo negro**

De acordo com Martins e Santos (2013) o movimento de afroempreendedorismo teve o seu marco no Brasil em 1996, quando um grupo de empresários e profissionais que acreditando na iniciativa se reuniram em Brasília (DF), visando a criação de uma organização empresarial. Na época, a ideia estava voltada em torno da ampliação da participação das empresas afro-brasileiras na realização de negócios no Brasil e no exterior. Após visita do grupo ao continente africano, especificamente em Senegal, a iniciativa passou a ter real possibilidade de desenvolver projetos brasileiros que pudessem ser comercializados no mercado africano.

Dentro do grupo já girava a ideia da concepção de uma associação de empresários negros, pois o grupo enxergava esta possibilidade como um ato de fortalecimento dos empresários e empreendedores negros e como meio de inclusão social e luta contra a discriminação e o preconceito racial (MARTINS; SANTOS, 2013).

Para Martins e Santos (2013), apesar da força de vontade do grupo tal meta não pode ser atingida, o grupo se deparou com questões conhecidas mais não sempre palpáveis, o grupo não tinha ideia quem eram, onde estavam e o que faziam os empresários afro-brasileiros.

Outra barreira por eles notada é que maior parte dos empreendedores negros viviam na informalidade, muitos não tinham experiência administrativa nem comercial, faltava também ferramentas teóricas de como gerenciar e levar o negócio próprio avante (MARTINS; SANTOS, 2013).

Segundo Martins e Santos (2013) estas barreiras impediram o grupo de alcançar suas metas, mas em contrapartida permitiu ao grupo olhar a situação de forma diferente. Isso fez com que o grupo a focasse um novo campo de atividade visando conhecer melhor o empresário negro e proporcionar condições para que o mesmo pudesse se desenvolver, gerar renda para sua família. Desta forma, o grupo também se focou em dar oportunidades de emprego e tornar a sua atividade comercial um elemento de inclusão social.

### **2.4.2 Os órgãos e programas de fortalecimento para o afroempreendedorismo**

O afroempreendedorismo vem ganhando cada vez mais espaço no mercado brasileiro, essa conquista se deve ao crescente número de empreendedores negros, a afirmação de órgãos destinados ao fortalecimento desta classe e a criação de programas que visam capacitar e dar oportunidade ao empreendedor negro.

De forma a forma a contribuir para o fortalecimento do empreendedorismo afro, em 6 de maio de 1997 foi fundada legalmente o coletivo de empresários e empreendedores afro-brasileiros de São Paulo (Ceabra). A iniciativa desencadeou a criação de Ceabras em outros estados brasileiros como: Minas Gerais (Belo Horizonte) e Rio Grande do Sul (Porto Alegre).

Ainda em 1997, os Ceabras objetivavam a preparação de uma instituição com foco na ampliação e participação das empresas afro-brasileiras. Foi então que em 1999 foram criadas as bases de associação nacional das Ceabras (Anceabra) fundado em 16 de janeiro. No mesmo ano aconteceu o primeiro evento do Ceabra São Paulo, o seminário “Negro Rumo ao Século XXI”, este seminário apontou o empreendedorismo como uma das saídas para a população negra no mundo do mercado do trabalho (MARTINS; SANTOS, 2013).

Desde então, o Ceabra tem investido neste mercado. Para Martins e dos Santos (2013), o Ceabra tem como missão atuar junto à comunidade afro-brasileira, disseminando a cultura do empreendedorismo para que atuem como protagonistas na superação de desigualdade racial, no fortalecimento da democracia e no desenvolvimento econômico do país.

O IAB (Instituto Adolpho Bauer) é uma organização não governamental sem fins lucrativos com sede na cidade de Curitiba e com perspectiva de atuação nacional. Fundada em 2009, o instituto tem como foco no desenvolvimento de projetos educacionais que visem a melhor da qualidade de vida e com a perspectiva de sustentabilidade humana, social e ambiental. Apesar de não ser uma entidade do movimento negro, o Instituto foi criado com firme objetivo do compromisso na luta contra o machismo e o racismo e de promover a igualdade social, de gênero e de raça. (ALMEIDA; DA SILVA SOBRINHO, 2013).

Segundo Almeida e Da Silva Sobrinho (2013), em 2010 o Instituto se tornou uma importante referência Ibero-americana na formação de gestores públicos na perspectiva de desenvolvimento territorial sustentável, tal título foi possível devido à parceria firmada com, a União Ibero-Americano de Municípios (UIM).

O Brasil está passando por mudanças econômicas e políticas, desta forma deve-se levar em consideração o momento que vive o Brasil, visto que se abre um novo ciclo de desenvolvimento, é crucial olharmos com atenção a realidade sócia racial. Diferente do que a mídia e algumas pessoas dizem o Brasil, ainda não é uma democracia racial, pois ainda vivem-se diariamente problemas típicos de uma sociedade preconceituosa e racista e com grandes distorções socioeconômicas com forte racismo institucional (ALMEIDA; DA SILVA SOBRINHO, 2013).

Para a direção do SEBRAE, apesar das dificuldades sentidas pelos empreendedores negros, o Brasil tem dado passos significativos na construção de um modelo de desenvolvimento econômico acompanhado pela redução de disparidade social histórica (BARRETTO, 2013).

Desta forma, vale ressaltar que o empreendedorismo tem sido estratégico para estimular um processo simultâneo de inclusão e ascensão social. Neste contexto, micro e pequenas empresas ocupam um papel de destaque e são uma alternativa para as classes cada vez mais discriminadas no mercado de trabalho como as mulheres e negros (BARRETTO, 2013).

O Brasil registra, na última década, a evolução de indicadores socioeconômicos que embasa a construção de uma sociedade mais desenvolvida e mais justa. Nesse processo, o empreendedorismo tem sido protagonista. Mais do que uma oportunidade de evoluir na vida, como ocorre em tantas economias mais desenvolvidas, aqui no país ele também é um fenômeno de inclusão social. Agora temos mais elementos para apostar no potencial de transformação do empreendedorismo. Os negros, grupo historicamente discriminado, aumentaram a participação em atividades empreendedoras e comandam quase a metade do total de empresas no Brasil (BARRETTO, 2013, p. 31).

De acordo com o SEBRAE (2013), um estudo realizado com base os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), este estudo revelou que o número de empreendedores negros no Brasil cresceu cerca de 30% entre 2001 a 2011. A participação da raça negra teve um crescimento de 43% no segmento das micros e pequenas empresas, aquelas cuja o faturamento anual é de até 3,6 milhões por ano.

A expansão do movimento de afroempreendedorismo tem como base o apoio e suporte do SEBRAE. De forma a alavancar este movimento, o SEBRAE tem investido em ações que visam à capacitação e qualificação, o desenvolvimento de atitudes empreendedoras junto a população de raça negra. Tais ações são feitas por

meio de parceria com o instituto Adolpho Bauer e o coletivo de empresários e empreendedores negros de São Paulo entre outras parcerias (SEBRAE, 2013).

Para Barretto (2013) a atual situação que vive o Brasil tem beneficiado o empreendedorismo em questões como desburocratização e simplificação tributária criando um ambiente jurídico mais favorável para a formalização de empresas.

Exemplo desses avanços é o Microempreendedor Individual (MEI), categoria jurídica criada pela Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, para quem possui receita bruta de até R\$ 60 mil por ano – média de R\$ 5 mil por mês. Atraídas pela redução da carga tributária – o valor pago de imposto mensal é inferior a R\$ 40 –, mais de 3,3 milhões de pessoas já foram formalizadas nessa categoria (BARRETTOS, 2013, p.33).

Segundo a revista PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS (PNGN) o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) de forma a fortalecer este movimento, em 2015 criou também um programa de nome Inova Capital. O Inova Capital é um programa piloto no Brasil feito para negros ou pardos. Este programa visa apoiar os empreendedores afro-brasileiros, identificando e promovendo os seus negócios. A primeira fase deste programa selecionou trinta (30) afroempreendedores ou empreendedores negros para participarem de um concurso de caráter nacional. Para o BID, este programa visa aumentar a participação destas classes entre os grandes grupos do Brasil (PEGN, 2017).

De acordo com o programa Inova Capital, no Brasil os afroempreendedores representam cerca de 68 milhões de consumidores e 11 milhões de empreendedores. Nos últimos 10 anos, esse movimento cresceu 41% no quesito escolaridade e 70% no quesito rendimento mensal, mas, se comparando a crescimento de outros empreendedores, ainda apresenta um percentual muito baixo em que a escolaridade fica em 17% e o rendimento mensal em 37%. Os empreendedores que são afrodescendentes no Brasil representam uma taxa de 52% destes 52 apenas 29% são empregadores (INOVA CAPITAL, 2015).

Para Conceição (2013) um dos grandes problemas dos afroempreendedores é o racismo, de acordo com sua pesquisa a autora pode constatar que existem mais negros trabalhando em instituições públicas do que em privadas. Para a pesquisadora tal fato se deve porque nas instituições públicas se entra por meio de concurso enquanto que nas privadas existem situações recorrentes do indivíduo negro ser rejeitado na fase da entrevista.

Familiarizados com essas dificuldades, negros empreendedores têm se associado para crescerem juntos. O associativismo fortalece a todos os empresários, independentemente de raças, mas no caso de grupos

historicamente discriminados essa união faz uma diferença ainda mais positiva, abrindo portas no mercado. O Sebrae atua para capacitar os empresários dos pequenos negócios, que representam 99% das empresas do país, com objetivo de solucionar os mais variados desafios encontrados pelos empreendedores (BARRETTO 2013, p. 51).

O fato é que no empreendedorismo como no mercado geral, questões ligadas à raça e gênero não deve ser critério de diferenciação de renda e de oportunidades conforme esta instituída no estatuto da igualdade racial.

Segundo o último relatório da GEM Brasil, levando-se em conta o Total de Empreendedores, verifica-se que comparado aos empreendedores brancos, os negros: i) Tem menor proporção de mulheres (45% contra 51% entre os brancos); ii) Tem maior proporção de jovens (39% têm até 34 anos, contra 37% entre brancos); iii) São menos escolarizadas (30% tem no máximo o primeiro grau incompleto, contra 24% entre os brancos); iv) Ganham menos (50% recebem até 2 salários mínimos, contra 40% entre os brancos); vi) Apresentam menor proporção de pessoas casadas (42% contra 46% entre os brancos).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o número de profissionais liberais e autônomos aumentou 10,5% nos últimos 4 anos no Brasil. Atualmente, com as novas relações de consumo sustentável, relação de trabalho e o aumento no uso de serviços de tecnologia, é possível unir o útil ao agradável: trabalhar em casa ou ter flexibilidade de horário na empresa (EXAME, 2017).

Segundo o portal de notícias Exame, nesta pesquisa realizada o segmento de serviços continua a ser o mais procurado por quem quer empreender. Em janeiro de 2017 foram 124,3 mil novas empresas, o equivalente a 64,% do total. Destas empresas 53,6 mil empresas comerciais (27,6% do total) e 15,8 mil no ramo industrial (8,2% do total). Os dados expostos reforçam a genética empreendedora do brasileiro, em especial na área de serviços. No entanto um levantamento recente do SEBRAE demonstrou que só no Estado de São Paulo, cerca de 900 mil negócios atuam no segmento de serviços e a previsão é que até 2020 o segmento deve ter aproximadamente 1,3 milhão de empresas (EXAME, 2017).

De acordo com a GEM (2016), Não há diferenças expressivas entre as principais atividades exercidas pelos “Empreendedores Iniciais” brancos e negros. No caso dos Empreendedores Iniciais brancos, o comércio de vestuário, bufê e comidas preparadas e restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação são os três tipos de atividades mais comuns, respectivamente com 13%, 7,5% e 7,3%.

Por sua vez, os Empreendedores negros têm como atividades mais comuns o empreendimento em restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação, cabeleireiros e serviços especializados da construção, respectivamente com 9,5%, 9,3% e 8,2% (GEM, 2016).

## 2.5 COLABORAÇÃO

As ideias comuns de que o empreendedor é um herói sozinho é errônea, a palavra-chave dos empreendedores é a colaboração, empreendedores de sucesso procuram se juntar a grupos e seguem trabalhando junto focados em apenas um objetivo (DORNELAS, 2005).

Segundo Hargrove (1998) colaboração é o desejo ou a necessidade de criar ou de descobrir algo novo, enquanto pensa-se ou trabalha-se com outros, que distingue a ação implicando fazer alguma coisa junto com outro.

Para Houaiss (2001, p.97), a palavra “colaboração” tem origem no latim – *collaborare* – e é definida como “cooperação, ajuda, auxílio, participação em obra alheia [...] ideia que contribui para a realização de algo”.

Segundo Ferreira (1994) colaboração é trabalhar em união com uma ou mais pessoas atendendo ao quesito cooperação; auxílio e contribuição. O termo colaborar nos remete a uma ação em que envolve no mínimo duas pessoas que partilham de mesma visão ou que tenham os mesmos interesses, mas o termo colaboração pode ter vários significados de acordo com a situação em que o termo for empregue:

Colaboração significa uma combinação extraordinária de pessoas colaboração é o ato ou o processo de criação conjunta ou descobrimento, geralmente pessoas que colaboram são aquelas que identificam uma possibilidade e reconhecem que o seu próprio ponto de vista, perspectiva ou talento não é o bastante para torná-la realidade. Estas pessoas têm conhecimento de que precisam dos pontos de vista, das perspectivas e do talento de outros para somar. Na colaboração as pessoas veem umas às outras não como criaturas que as forçam ao compromisso, mas como colegas que podem ajudá-las a desenvolver seus talentos e habilidades (HARGROVE, 1998).

Colaboração significa alcançar objetivos “comuns” a colaboração criativa não se limita apenas por envolver ou reunir pessoas, mas também capacitá-las a

trabalhar juntas em torno de um propósito maior das elas mesmas (HARGROVE, 1998):

Michael Schrage (*apud* HARGROVE, 1998, p. 26) escreve que uma das tarefas básicas da administração para os próximos anos é ser capaz de enquadrar objetivos e problemas de um modo que inspire as pessoas a colaborar, em oposição a cada um fazer o seu negócio particular e defender o seu próprio terreno.

Colaboração significa definir novos objetivos em comum que conduzam a algo novo.

Os diferentes ângulos e perspectivas numa colaboração são importantes para as pessoas envolvidas possam se compreender melhor umas às outras e acender a chama da criatividade. De forma individual, as pessoas percebem, a partir da sua própria visão do mundo, como atingir um objetivo e resolver um problema ou solucionar um conflito. Na maior parte das vezes acaba-se ignorando, não tendo nenhuma consciência de como o modo de pensar e entender podem ser desnecessários. Com base nisso, em cada colaboração, existe a necessidade da conversa aberta e de forma franca e honesta para que seja possível definir objetivos comuns sobre um problema, as suas raízes, a solução e as atitudes a serem tomadas. O entendimento comum destes fatores pode resultar em novas ideias, abordagens diferentes e soluções inovadoras (HARGROVE, 1998).

Colaboração significa um ato de criação conjunta, a criatividade se dá quando as pessoas são capazes de conectar diferentes marcos de referência de modo que resultem em criar ou descobrir algo novo (HARGROVE, 1998). Para este autor, a colaboração vai de acordo com o velho ditado de que duas cabeças pensam melhor que uma, pois quando se colabora existem mais oportunidades de se gerar ideias, mas tal fator só acontece quando as partes envolvidas têm mesma sintonia, pensamentos e anseios.

Para Hargrove (1998) a diferença entre colaboração e trabalho em equipe é que enquanto todas as colaborações implicam trabalho de equipe, nem todas as equipes são colaborativas. Colaboração implica a criação de um novo valor ao fazer alguma coisa radicalmente nova ou diferente, como nas descobertas científicas, na jurisprudência e nos novos produtos.

### **2.5.1 Redes de colaboração**

A maior parte das equipes se concentra num trabalho de rotina e em fazer a mesma coisa melhor, tal como estabelecer uma ligação e uma coordenação mais eficiente de tarefas. Nesse mesmo sentido, grupos colaboradores bem-sucedidos são feitos de estranhas misturas, de novas combinações de pessoas. Maior parte das equipes, apesar de sua multidisciplinaridade, mesmo as equipes multidisciplinares, tende a ser bastante homogênea (HARGROVE, 1998).

Segundo Chituc e Azevedo (2005) pôde-se entender como rede de colaboração todo o sistema que consiste na interação entre duas ou mais entidades com competências e interesses característicos que cooperam entre si para alcançar os objetivos comuns e individuais, e tais cooperações independem da localização geográfica.

Este tipo de conceito surge como uma estratégia que várias empresas e organizações adotam, para fazer frente às condições turbulentas do mercado, bem como para alcançar a excelência, competitividade e agilidade requeridas no mercado (CHITUC; AZEVEDO, 2005).

De forma recorrente, as pessoas têm confundido inúmeras vezes os termos colaboração e cooperação, muitas destas pessoas se referem aos termos como se fossem palavras sinônimas, aquelas que são categorizadas como palavras diferentes mais com mesmo significado (CAMARINHA-MATOS; AFSARMANESH, 2008).

Cooperação é entendida como a divisão de atividades específica entre os participantes do processo, ela se dá por meio da troca e redirecionamento das atividades e os recursos são partilhados para atingir os objetivos definidos.

Enquanto que por sua vez, a colaboração ocorre quando os participantes ou parceiros trabalham de forma unida para planejar, executar e avaliar os processos internos da organização, que definem os princípios e a metodologia para o compartilhamento de informações e recurso de forma a se alcançar os objetivos comuns e paralelamente fortalecer as capacidades individuais de cada parceiro ou integrante do processo. Desta forma, ela atua como uma identidade única em que os recursos, responsabilidades e riscos são partilhados visando o alcance dos objetivos que incentivaram a criação desta rede de colaboração (CAMARINHA-MATOS; AFSARMANESH, 2008).

Para Camarinha-Matos (2008) quando se fala em interações entre organizações ou indivíduos podem estar presente no processo os seguintes tipos

de interações: i) rede de organizações (networking);ii) rede coordenada; iii) cooperação e iv) colaboração.

## 2.6 CULTURA

Quando se lida com pessoas é crucial que se leve em conta suas culturas, pois delas irão depender o sucesso de sua colaboração, parceria ou aliança. Qual é a origem deste termo e de forma conceitual ao que nos remete?

Laraia (1986) aponta que foi ao final do século XVIII e no princípio do século XIX que o termo germânico *Kultur* era usado para descrever todos os aspetos espirituais de uma comunidade, por outro lado à palavra francesa *civilisation* era usada para se referir principalmente as realizações físicas de um povo.

Para Medeiros (2004) o sujeito cria a cultura e é criado pela cultura em que se insere. As pessoas são seres inteiramente dependentes de processos culturais, pois agem, criam e socializam a partir de uma determinada cultura e ao conhecer diferentes culturas.

Foi então que Edward Taylor baseando-se nestas duas palavras e seus significados resumiram ambos os termos no vocábulo inglês *Culture* que de forma ampla significava o conjunto de conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes bem como qualquer outra capacidade ou hábito absorvida pelo homem enquanto integrante de uma sociedade (LARAIA, 2009).

### 2.6.1 Conceito de cultura

Cultura é o sistema integrado de padrões de comportamentos ensinados sendo os mesmos característicos dos membros de uma sociedade e não provenientes de herança biológica (HOEBEL; FROST, 1998).

Para Morin (2002, p. 56):

A cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, ideias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração, se reproduz em cada indivíduo, controla a existência da sociedade e mantém a complexidade psicológica e social. Não há sociedade humana, arcaica ou moderna, desprovida de cultura, mas cada cultura é singular. Assim, sempre existe a cultura nas culturas, mas a cultura existe apenas por meio das culturas.

Chiavenato (2005) diz que a cultura engloba todos os valores compartilhados, hábitos, costumes, código de conduta, tradições e objetivos que são

adquiridos através das gerações mais velhas e que são impostas aos atuais membros da sociedade de forma a serem passadas para as gerações vindouras.

Segundo Laraia (2009) a cultura é como uma lente através da qual o homem vê o mundo, assim diferentes culturas possuem diferentes lentes. As maneiras conforme enxerga-se o mundo e, reage-se diante das situações, fazem parte da herança cultural que se recebe durante toda a vida. O ser humano não nasce sabendo como irá se comportar, mas, aprende conforme o passar do tempo e esse comportamento, poderá gerar, através da herança cultural, diversos tipos de preconceitos para com culturas e práticas já existentes.

De acordo com Laraia (1986) e Hoebel e Frost (2001) defendem que em 1871, Edward Taylor também definiu cultura como sendo todo comportamento aprendido, tudo aquilo que independe da genética, ou seja, Taylor estava a afirmar que todos os comportamentos que fossem oriundos da questão genética não poderiam ser denominados de cultura. A cultura se baseia em uma vida fundamentada de comunicação compartilhada, padrões, códigos de conduta e expectativas, a cultura tem o poder de influenciar e condicionar poderosamente as interações entre as pessoas e o processo de comunicação (CHIAVENATO, 2005).

Segundo Chiavenato (2005) a ideia da pesquisa realizada por *Hofstede* era verificar como os valores básicos de cada país influênciam no comportamento organizacional. Nesta pesquisa foram consideradas quatro (4) dimensões: i) Distância do poder; ii) Aversão à incerteza; iii) Individualismo versus coletivismo; iv) Masculinidade versus Feminilidade.

### **2.6.2 Cultura Afro-Brasileira**

A cultura brasileira é o resultado da mistura de povos de diversas etnias que participaram na formação da população brasileira. Destes povos em sua maioria estavam os africanos que chegavam para o Brasil devido ao tráfico de escravo (SILVERIO, 2013).

Desta forma, denomina-se de cultura afro-brasileira o conjunto de manifestações culturais brasileiras que sofreram alguma influência da cultura africana desde os tempos que o Brasil era colônia até os dias atuais (BRASIL, 2009).

Este tráfico durou desde o século XVI até meados do século XIX, de forma geral foram transportados aproximadamente 22 milhões de indivíduos entre os meados de 1500 a 1890 (SILVERIO, 2013).

O tráfico transatlântico trouxe a cultura africana para o Brasil, essas culturas chegavam com os escravos africanos trazidos à força de sua terra natal. Essa mesma cultura africana também sofreu algumas influências das culturas europeias e indígenas.

Segundo Fonseca (2001) foi nos finais do século XIX em que o Brasil vivia um clima conturbado devido à abolição da escravatura e posteriormente, a queda do regime vigente. Tal acontecimento fez com que se desse o início dos debates acerca dos critérios da cidadania e a respeito da introdução desta expressiva mão de obra que se tornara oficialmente livres, estes debates giravam em torno do mercado de trabalho.

Devido à excessiva quantidade de africanos transportados para o Brasil, hoje é possível identificar traços fortes da cultura africana enraizado nos aspectos na cultura brasileira como música popular, religião, a culinária, o folclore e as festividades populares. No Brasil, os estados como Maranhão, Pernambuco, Alagoas, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul foram os mais influenciados pela cultura de origem africana. Tal condição se deve ao fato de serem as regiões que mais quantidades de escravos receberam durante o período de escravidão e também pela imigração marcada pelo fim do ciclo da cana de açúcar na região Nordeste (Rodrigues, 1988).

Apesar de ser desvalorizada no período colonial e no século XIX, a cultura brasileira de origem africana desde o século XX até os dias de hoje tem passado por um processo de revalorização.

O escravo negro nos deu muito de sua cultura, em vários aspectos específicos, que hoje se fixam na vida brasileira. Em virtude desta situação de escravo, com sua cultura deturpada, é que se considerou o negro um elemento inferior; não somente uma etnia como também uma cultura inferior. Como raça inferior sempre foi olhada e encarada, negando-lhe, entretanto, a existência de condições sociais e culturais bem significativas. (MANUEL, 1980, p.105-106).

De acordo como o site do governo brasileiro (BRASIL, 2009), no século XIX a cultura brasileira de origem africana especificamente seus rituais, manifestações e costumes eram proibidos pelos europeus, pois não faziam parte de seu universo cultural e os europeus viam a cultura como atrasada. Com o processo

de revalorização da cultura no século XX, a cultura passou a ser aceita e celebrada como expressões artísticas genuínas e oficialmente brasileiras.

De forma a fortalecer e reconhecer esta cultura como parte do Brasil, o governo brasileiro aprovou em 2003 a lei nº 10.639 que passou a exigir que as escolas brasileiras de ensino fundamental e ensino médio incluíssem em seus currículos o ensino da história e cultura afro-brasileira.

Sobre este período histórico, considera que “trata-se de um momento em que a educação brasileira busca valorizar devidamente a história e a cultura de seu povo afrodescendente e indígena, buscando assim reparar danos, que se repetem há cinco séculos, à sua identidade e a seus direitos.” (BORGES,2010, p.71).

### 2.6.3 Características da cultura afro-brasileira

O comércio transatlântico movimentou para o Brasil indivíduos de várias partes de África, especificamente Angola, Moçambique, Congo e a Guiné, estes citados foram os países que mais escravos eram vendidos para o Brasil com destino a cidades como Recife, Salvador e Rio de Janeiro.

Figura 2 - Rota do comercio transatlântico.



Fonte: imagem da internet.

Esses indivíduos chegaram para o Brasil trazendo a suas culturas. Esta diversidade de povos fez da cultura afro-brasileira uma cultura homogênea em todo o território nacional. As suas principais características estão ligadas ao seu costume, culinária, música, dança, religiões e a mitologia ou folclore.

## 2.6.4 Influências da cultura afro-brasileira

A cultura afro-brasileira apresenta algumas características que o diferenciam de outras culturas presentes no Brasil. Estas características estão presentes em diversas áreas da sociedade: i) festividades populares; ii) músicas e danças; iii) culinária e iv) religião.

### 2.6.4.1 Festas populares afro-brasileiras

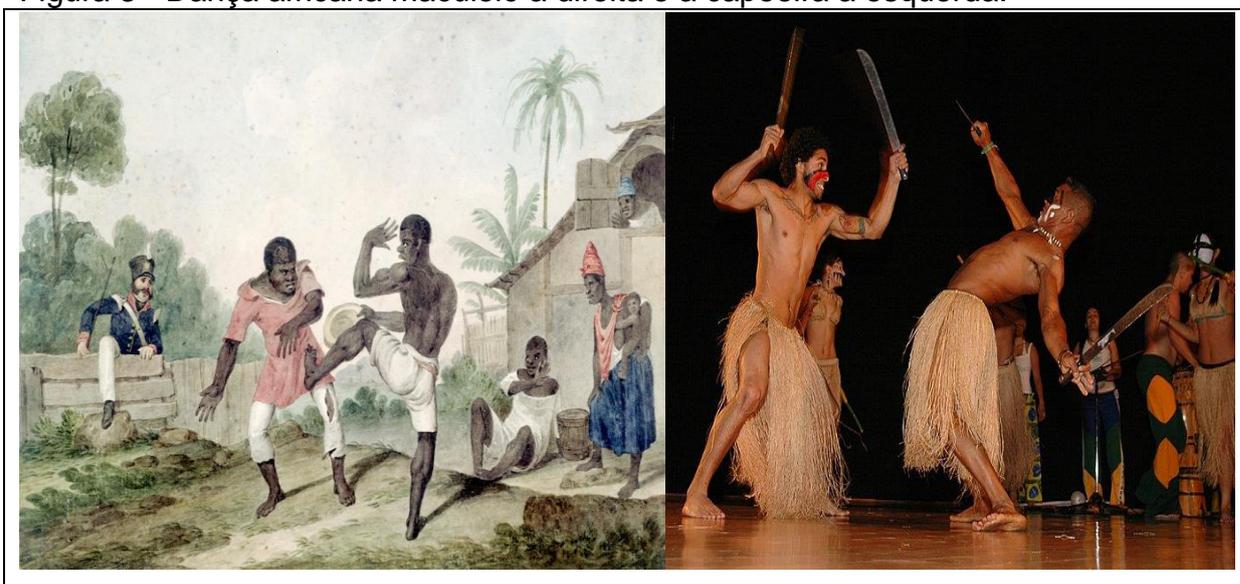
Nas festividades ou manifestações populares é possível notar as características afro-brasileiras em festas como carnaval, São Benedito e a Iemanjá.

De acordo com Trigueiro (2007), é através das observações e das interpretações dessas manifestações populares que se torna possível descobrir os códigos, as regras e os estatutos que constroem o ensinar e o aprender da diversidade da cultura e, conseqüentemente, o desenvolvimento da identidade.

A cultura afro-brasileira também deixou suas características patentes nas músicas brasileiras, danças e em expressões como samba, carimbó, maculelê e estando também presente em instrumentos como berimbau, atabaque, afoxé e o tambor instrumento criados por africanos.

O maculelê e o samba além de músicas também se transformam em expressões corporais (dança).

Figura 3 - Dança africana maculelê a direita e a capoeira a esquerda.



Fonte: imagem da Wikipédia (2012).

Quando se fala de cultura afro-brasileira não se pode deixar de fora a capoeira. A capoeira é uma mistura de música, dança e artes marciais, usada pelos escravos negros como meio de autodefesa dos seus opressores.

#### 2.6.4.2 A culinária afro-brasileira

A culinária afro-brasileira é o resultado da mistura da cultura gastronômica de vários povos africanos e se destaca de outras culinárias a partir dos utensílios, ingredientes até aos pratos confeccionados. Uma das características da culinária afro-brasileira é a introdução da panela de barro, o feijão preto, o quiabo entre outras mais.

Cozinha africana, dito aí como um termo que abrange naturalmente as variedades regionais correspondentes aos numerosos grupos étnicos africanos que ajudaram a formar a fisionomia racial e cultural do Brasil contemporâneo – a cozinha, portanto, das várias nações africanas introduzidas no Brasil pelo sistema de escravidão. (LIMA, 2010, p. 34).

No Brasil os pratos afro-brasileiros mais conhecidos pelos brasileiros costumam ser aqueles feitos à base de azeite de dendê e pimentas, pratos como: vatapá, acarajé e o abará e alguns doces como doce de pamonha e a famosa cocada.

Figura4 - Culinária afro-brasileira (feijoada na panela de barro).



Fonte: imagem do vipblogspot (2013).

A feijoada é um dos pratos que melhor representa o Brasil. A feijoada do Brasil foi criada pelos escravos resultando na mistura da apropriação da feijoada portuguesa aos restos de carne que os colonizadores deixavam.

[...] a Arte Culinária no Brasil também recebeu e conserva dos hábitos africanos uma feição muito especial. É ainda na Bahia que mais acentuada ela se revela. Grande é o número de pratos ou iguarias, de reputação feita, tomados aos negros, embora hoje muito alterados da sua simplicidade primitiva. (RODRIGUES, 1945, p. 200)

#### 2.6.4.3 A religião afro-brasileira

A religião afro-brasileira é uma mistura do sincretismo com o catolicismo, a mistura é oriunda de uma época em que os escravos eram proibidos de manifestarem sua cultura e crença e de forma obrigatória eram forçados a se converterem ao catolicismo. Com isso os escravos simulavam uma conversão aparente e de forma secreta faziam os cultos aos seus deuses que eram uma mistura de santos com orixás.

No Brasil, quando se fala em religiões Afro-brasileiras pensa-se imediatamente em sincretismo, como “aglomerado Indigesto” de ritos e mitos, ou como “bricolagem” no sentido de mosaico as vezes incoerente de elementos de origens diversas” (Pollak-Eltz, 1996, p. 13).

Destes cultos secretos nasceram as religiões como: Batuque, xambá, macumba e umbanda, estas religiões preservaram algumas características das africanas da Quimbanda, Cabulá e o Candomblé.

Figura 5 - Culto religioso afro-brasileiro (UMBANDA)



Fonte: imagem da internet (2011).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção apresenta a metodologia utilizada para o desenvolvimento da pesquisa. A mesma é composta por quatro subcapítulos: i) Delineamento da pesquisa; ii) Definição da área e/ou População-alvo; iii) Plano de coleta de dados e iv) Plano de análise de dados.

Para Cervo, Bervian e da Silva (2007) método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir certo fim ou um resultado desejado. Nas ciências entende-se por método o conjunto de processos empregado na investigação e na demonstração da verdade.

Metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento (ANDRADE, 2007).

#### 3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Cervo, Bervian e Silva (2007) entendem por pesquisa, toda aquela atividade voltada para a investigação de problemas teóricos ou práticos por meio da aplicação de processos científicos.

Pesquisa é o conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos mediante a utilização de métodos científicos (ANDRADE, 2007).

Andrade (2007) defende que uma pesquisa só é feita quando se tem um questionamento ou problema a ser estudado, estas pesquisas podem ser classificadas como: bibliográfica, laboratorial e de campo e os objetivos como exploratório, descritivo e explicativo.

Desta forma, o presente estudo conta com uma pesquisa qualitativa quanto a sua abordagem.

Os estudos qualitativos podem descrever a complexidade de determinado problema e a interação de certas variáveis, compreender e classificar os processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de dado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos (DIEHL; TATIM, 2004, p.52).

No presente estudo foi utilizado a abordagem qualitativa pois o pesquisador objetivou compreender os perfis dos indivíduos de uma determinada região e saber os impactos dos mesmos pertencerem a uma rede de trabalho, visto

que a abordagem qualitativa possibilita maior nível de profundidade no entendimento do comportamento dos indivíduos bem como descrever a complexidade de um determinado problema.

Quanto ao tipo de pesquisa quanto aos fins, no presente trabalho foi utilizada a pesquisa do tipo descritiva. Pesquisa descritiva é aquela que observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Visa descobrir com maior precisão possível a frequência com que um fenômeno ocorre bem como sua relação e ligação com os outros, sua natureza e suas características (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Foi escolhida a pesquisa do tipo descritiva pelo fato de ser uma pesquisa que visa expor as características de determinada população ou fenômeno e por se adequar aos objetivos pretendidos no presente trabalho.

Quanto aos meios de investigação, a pesquisa utilizada foi a pesquisa bibliográfica e de campo tendo em conta que se aplicou em uma unidade, entidade ou comunidade e que apresentou características de profundidade e detalhamento.

Para Cervo e Bervian (1986) pesquisas bibliográficas são aquelas que visam esclarecer um problema através de referências que estão publicadas em documentos.

Santos (2000) apresenta pesquisa de campo como a maneira de formular um questionário ou uma entrevista com a população identificada e selecionada. Esta pesquisa visa analisar e concluir os objetivos traçados.

O presente estudo foi enquadrado neste tipo de pesquisa pois a pesquisa bibliográfica permitiu ao pesquisador um embasamento teórico ou referencial teórico de pesquisa já existentes de forma a apoiar a pesquisa e de campo porque o pesquisador formulou um questionário que foi aplicado a população identificada.

### 3.2 DEFINIÇÕES DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO

Segundo Prodanov e Freitas (2013) pode-se entender população como um conjunto de indivíduos que possuem características comuns para um determinado estudo.

A população alvo desta pesquisa foi caracterizada pelos afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul. A pesquisa foi centralizada

nos afroempreendedores que fazem parte da Reafro RS (Rede Brasil Afro-empendedor Rio Grande do Sul).

A Reafro é uma rede que visa o fortalecimento dos empreendedores negros, a Rede Brasil Afro-empendedor (Reafro) é uma entidade sem fins lucrativos que busca a promoção social e econômica de micro e pequenas empresas administradas por negros no país.

A Reafro foi criada em dezembro de 2015 durante um encontro em São Paulo do qual participaram mais de 250 afroempreendedores de diferentes estados do Brasil. A Reafro Rio Grande do Sul é uma das doze (12) coordenações da Reafro existente no Brasil tendo como sede a Reafro localizada no estado do Rio de Janeiro.

A Reafro RS atualmente conta com 18 afroempreendedores registrados em seu site. Afroempreendedores são pessoas de raça negras ou afrodescendentes, que tomam iniciativa de empreender ou ter o seu próprio negócio. São caracterizados geralmente pela tonalidade da pele ou por sua descendência.

Quadro 7 - Estruturação da população-alvo.

Objetivos	Período	Extensão	Unidade de amostragem	Elemento
Caracterizar os afroempreendedores do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma Rede de afroempreendedores.	Segundo semestre de 2017	Rio Grande do Sul	Reafro	Afroempredores associados à rede.

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Quadro 8 - Fontes e Títulos da pesquisa bibliográfica.

Tema	Tópicos abordados	Autores
O Empreendedorismo	- História do empreendedorismo	Chiavenato (2005), Dornelas (2005), Sarkar (2008).
Empreendedorismo no Brasil	- Empreendedorismo no Brasil - Empreendedorismo no sul do Brasil	Oliveira (2014), Dornelas (2011), Hirish e Peters (2004), Dornelas (2005), Hirish(1986), Gem (2000), Sebrae(2016), PNGN (2015), Gem (2016), Dornelas, Spinelli e Adams (2014), Filho e Gargioni (2014), Sebrae (2015).
Conceito de empreendedorismo	- Importância do empreendedorismo - Conceito de empreendedores - Características dos empreendedores	Brito e Wever (2003), Hirish e Peters (2004), Drucker (1998), Dolabela (1998), Sarkar (2008), Santos (2011), Oliveira (2014), Dolabela (2005), Hargrove (1998), Barroso (1994).

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Quadro 8- Fontes e Títulos da pesquisa bibliográfica.

(conclusão)

Tema	Tópicos abordados	Autores
Colaboração	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboração</li> <li>- Redes de colaboração</li> </ul>	Dornelas (2005), Hargrove (1998), Houaiss (2001), Ferreira (1994), Chituc e Azevedo (2005), Camarinha-matos e Afsarmanesh (2005).
O Afroempreendedorismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Despertar do empreendedorismo negro</li> <li>- Órgãos de fortalecimento do afroempreendedorismo.</li> </ul>	Martins e Santos (2013), Almeida e Sobrinho (2013), Barretto (2013), PEGN (2017), Inova capital (2015), Conceição (2013).
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceito de Cultura</li> <li>- Cultura afro-brasileira</li> <li>- Característica da Cultura afro-brasileira</li> <li>- Influencias da cultura afro-brasileira</li> <li>- Festas populares afro-brasileiras</li> <li>- A culinária afro-brasileira</li> <li>- A religião afro-brasileira</li> </ul>	Laraia (1986), Medeiros (2014), Hoebel e Frost (1998), Morin (2002), Chiavenato (2005), Oliveira (2008), Brasil (2009), Silvério (2013), Fonseca, (2001), Rodrigues (1988), Manuel (1980), Borges (2010), Trigueiro (2007), Lima, 2010, Rodrigues (1945), Pollak-Eltz (1996).

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

### 3.3 PLANOS DE COLETA DE DADOS

Para Cervo, Bervian e Silva (2007) a coleta de dado diz respeito a uma fase intermediária da pesquisa descritiva. É uma tarefa muito importante na pesquisa, pois envolve diversos passos como determinação da população a ser estudada, a elaboração do instrumento de coleta, programação da coleta e também o tipo de dados e de coleta.

Segundo Prodanov e Freitas (2013) dados primários são aqueles dados que devem ser extraídos pelo próprio pesquisador, são dados de primeira mão visto que não constam em nenhum documento existente. Por sua vez, existem aqueles dados caracterizados como dados secundários ou dados de segunda mão, pois são dados já existentes e que o pesquisador poderá ter acesso a eles por meio de pesquisa bibliográfica ou documental (PRODANOV; FREITAS, 2013)

Tendo evidenciado o conceito dos tipos de dados foi possível caracterizar os dados utilizados no presente estudo.

Os presentes estudos quanto aos dados utilizados foram caracterizados como dados primários, pois os seus dados foram provenientes de um questionário

elaborado pelo pesquisador, ou seja, esses dados foram levantados particularmente para o uso deste estudo.

A técnica de coleta de dados são os métodos práticos utilizados para levantar e juntar as informações que visam responder ou dar soluções à construção de um raciocínio, fenômeno ou problema (GEHARDT; SILVEIRA, 2009)

No presente trabalho foi utilizada a técnica de coleta de dados conhecida por entrevista com uso de roteiro estruturado, pois foi à técnica que melhor se adequou aos objetivos da presente pesquisa.

O instrumento de coleta de dados diz respeito à técnica utilizada para se chegar a esses dados, desta forma a pesquisa contou com a o instrumento conhecido como questionário, o questionário é caracterizado como uma série de questões ordenadas que visem ser respondidas pelo informante, respondente ou entrevistado (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A escolha deste instrumento se deu pelo fato de ser um instrumento bastante eficaz para coleta de dados. Quanto a sua estrutura, o questionário contou com 28 questões, sendo 16 questões no primeiro momento (perfil dos afroempreendedores do Rio Grande do Sul) e 12 questões para o segundo momento (impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores). O instrumento contou com duas fases de acordo com o objetivo preestabelecidos da pesquisa. O instrumento de coleta de dados foi feito pelo pesquisador.

### 3.4 PLANOS DE ANÁLISE DE DADOS

Flick (2009, p. 291) afirma que a análise de conteúdo “é um dos procedimentos clássicos para analisar o material textual, não importando qual a origem desse material”. De forma a atender melhor o objetivo da pesquisa, quanto ao plano de análise de dados da pesquisa, foi feito à base de uma entrevista com o público alvo usando as técnicas que ofereceram melhor resultado a pesquisa.

Para Mattar (1994) uma das principais características apontadas a um questionário é o fato de permitir ao entrevistado ler e responder sem o auxílio ou intromissão do entrevistador. Quanto à técnica de análise dos dados, foi usada a técnica de Análise de conteúdo.

## 3.5 SÍNTESES DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quadro 9 - Síntese dos Procedimentos Metodológicos

<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Abordagem da pesquisa</b>	<b>Tipo de Pesquisa</b>	<b>Meios de Investigação</b>	<b>Classificação dos dados</b>	<b>Técnica de coleta de dados</b>	<b>Procedimentos de coleta de dados</b>	<b>Técnica de análise e dos dados</b>
Caracterizar o afroempreendedorismo na região do Rio Grande do Sul e seus desafios culturais;	Qualitativa	Descritiva	Estudo de Campo	Primário	Entrevistas	Questionários	Análise de conteúdo
Identificar, a partir da percepção dos gestores da Reafro Rio Grande do Sul as dificuldades encontradas pelos afroempreendedores;	Qualitativa	Descritiva	Estudo de Campo	Primário	Entrevistas	Questionários	Análise de conteúdo
Descrever os impactos da criação da rede de afroempreendedores da região.	Qualitativa	Descritiva	Estudo de Campo	Primário	Entrevistas	Questionários	Análise de conteúdo

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

De forma a caracterizar o perfil dos afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores para os seus negócios, a pesquisa contou com um roteiro estruturado para a obtenção dos dados da pesquisa. Desta forma, foi possível fazer os levantamentos das seguintes resultados.

### 4.1 IDENTIFICAR O PERFIL SOCIOECONÔMICO DOS AFROEMPREENDEDORES QUE FAZEM PARTE DA REAFRO RIO GRANDE DO SUL.

O quadro apresentado abaixo demonstra o perfil socioeconômico dos afroempreendedores que fazem parte da Reafro Rio Grande do Sul e que participaram da pesquisa.

Quadro 10 - Perfil socioeconômico dos afroempreendedores da Reafro/RS.

Questões	Resultados	
	Quantidade	Descrição
Gênero	3	Masculino
	6	Feminino
Faixa Etária	1	18 - 25
	6	25 - 35
	2	35 - 45
Qual é a tua raça	9	Preta
	0	Parda
Em que cidade Reside?	7	Porto Alegre
	1	São Jeronimo
	1	Canoas
Qual é o teu estado civil?	7	Solteiro
	1	Casado
	0	Divorciado
	1	União estável
Qual é o grau de Escolaridade?	1	Ensino Médio incompleto
	2	Ensino Médio completo
	1	Cursando Ensino Superior
	2	Curso Superior Completo
	2	Cursando Especialização ou Pós-graduação
1	Especialização ou pós graduação completos	

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A pesquisa foi aplicada para um total de 18 afroempreendedores, destes apenas a metade respondeu. De acordo ao quadro acima se pode notar que dos

entrevistados o gênero feminino apresentou maior número em relação ao gênero masculino. A faixa etária dos afroempreendedores varia entre os 18 a 45, sendo que a maioria dos entrevistados encontra-se na faixa dos 25 a 35 anos de idade.

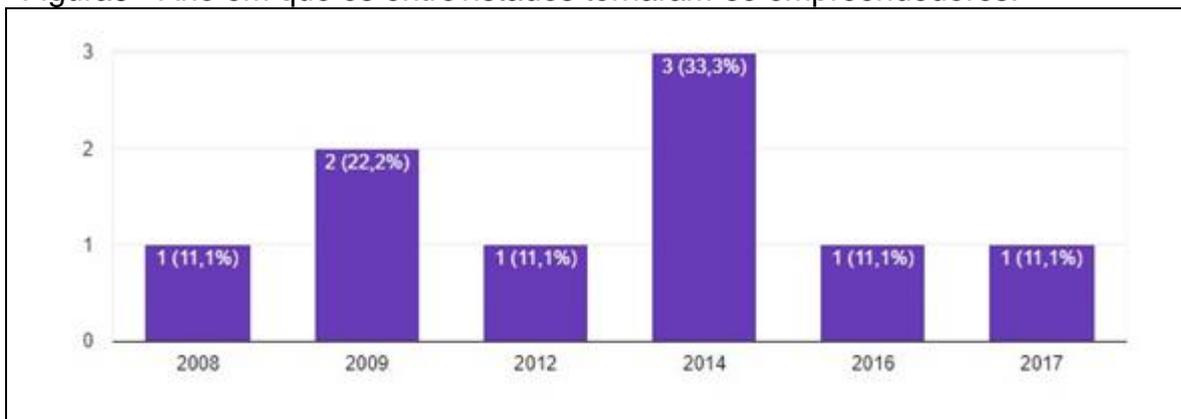
Quanto a sua raça ou cor, todos os entrevistados responderam que são negros. As maiorias dos afroempreendedores vivem ou estão localizados na cidade de Porto Alegre capital do Rio Grande do Sul.

Percebe-se ainda que maior parte dos afroempreendedores encontra-se na situação de solteiro. Em relação ao grau de escolaridade, a pesquisa mostrou uma taxa igualitária no que diz respeito ao número de afroempreendedores no quesito escolaridade, sendo que o grau de escolaridade varia entre o ensino médio completo, curso superior completo e cursando especialização ou pós graduação. Quanto aos cursos profissionalizantes a maioria respondeu que não possui nenhum curso.

Os dados obtidos na pesquisa em relação ao perfil socioeconômico dos entrevistados corroboram com a pesquisa dirigida pela GEM em 2014, cujo resultado evidenciou que 45 milhões de brasileiros são empreendedores e que, deste total, cerca de 6,7 milhões ou 35,1% da população com idade entre 18 e 64 anos residem na região Sul do Brasil tornando a região na segunda maior participação regional ficando atrás da região Nordeste com uma taxa de 36,4%(SEBRAE, 2015).

No Brasil, a atividade empreendedora começou a ganhar forma na década de 1990 através da criação de entidades como SEBRAE e Softex, e por meio de programas criados no decorrer do processo de criação da Softex em todo território brasileiro que, junto às incubadoras de empresas, universidades e faculdades, o tema empreendedorismo passou a despertar dentro da sociedade brasileira, resultando no conhecimento de palavras como plano de negócios (*business plan*) pelos pequenos empresários (DORNELAS, 2005).

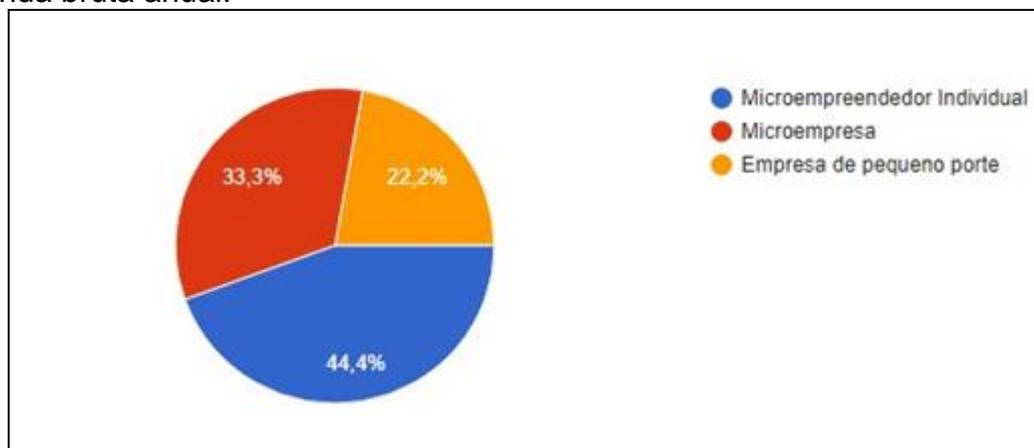
Figura6 - Ano em que os entrevistados tornaram-se empreendedores.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Atualmente o empreendedorismo é destaque no mundo dos negócios e o Brasil não foge à regra, pois a cada dia que passa mais pessoas recorrem à prática desta atividade. A figura 6 demonstra que os entrevistados tornaram-se empreendedores nos anos entre 2008 e 2017. Pode-se notar que o ano de 2014 registrou maior entrada de empreendedores em relação aos outros anos.

Figura7 - Classificação do negócio dos afroempreendedores da Reafro/RS quanto a sua renda bruta anual.



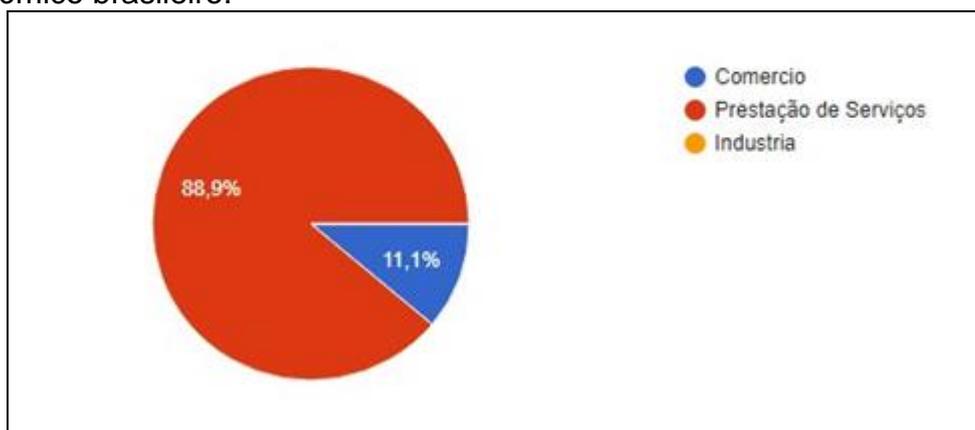
Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Com o objetivo de perceber em que classificação do negócio há maior participação dos afroempreendedores, a figura 7 visa demonstrar a classificação de negócio em que maior parte dos afroempreendedores da Reafro encontra-se inserida de acordo com a sua renda bruta anual, baseando-se nos critérios de classificação de empresas disponíveis no site do SEBRAE.

Percebe-se então, que maior parte dos afroempreendedores da Reafro classifica-se como Microempreendedor individual tendo uma renda bruta anual de

até R\$ 60.000,00 Segundo Barretto (2013), as micros e pequenas empresas ocupam um papel de destaque e são uma alternativa cada vez mais discriminada no mercado de trabalho como as mulheres e negros, desta forma, vale ressaltar que o empreendedorismo tem sido estratégico para estimular um processo simultâneo de inclusão e ascensão social.

Figura8 - Setor de atuação dos afroempreendedores da Reafro/RS no setor econômico brasileiro.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura acima teve como objetivo apresentar quanto a sua participação nos sectores econômicos brasileiros especificamente no estado do Rio Grande do Sul. Com isto, registrou maior percentual dos afroempreendedores da Reafro no setor de prestação de serviços, seguido do setor de comércio.

Dados da GEM (2016) indicam que os empreendedores negros têm como atividades mais comuns o empreendimento de prestação de serviços como restaurantes e outros estabelecimentos de alimentação, cabeleireiros e serviços especializados da construção, respectivamente com 9,5%, 9,3% e 8,2%.

Figura 9 - Segmento do negócio dos Afroempreendedores da Reafro/RS.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Quando questionados sobre o segmento de negócio em que estes Afroempreendedores atuam dentro dos setores de atividades econômicas, notou-se de acordo com a figura 9 que maior parte dos afroempreendedores entrevistados atuam no segmento de beleza. Isto se deve pelo fato de que 66,7% dos afroempreendedores entrevistados que fazem parte da Reafro são do gênero feminino, pois, dados divulgados pelo SEBRAE em 2013, mostrou que o setor de beleza no Brasil é o mais atraentes para empreendedores do gênero feminino e está entre os quais mais crescem em todo o país, aumentando as estatísticas de empreendimentos comerciais e de serviços exercidos em boa parte pelas mulheres.

Quadro 11 - Legalidade do negócio dos afroempreendedores da Reafro/RS.

Perguntas	Respostas	Quantidade de respostas por entrevistados
Quanto a legalidade, o teu negócio é?	(66,7%) Formal (33,3%) Informal	6 entrevistados 3 Entrevistados
Se informal, existe vontade ou interesse em formalizar o seu negócio.	(66,7%) Sim (33,3%) Não	2 Entrevistados 1 Entrevistado
Se sim, já tentou formalizar o seu negócio.	(50%) Sim (50%) Não	1 Entrevistado 1 Entrevistado
Se sim. Por qual motivo não formalizou o seu negócio.	(100%) Não sinto a necessidade.	1 Entrevistado

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

O quadro acima apresenta as respostas dos entrevistados quanto a formalidade ou situação legal seu negócio. Desta forma pode-se observar que dos

nove entrevistados, seis têm o seu negócio formalizado, enquanto que os outros três ainda se encontram na informalidade. Quando questionados aos entrevistados que se encontram na informalidade ou ilegalidade, dois entrevistados responderam que sim, existe vontade por parte deles enquanto que o terceiro entrevistado na ilegalidade demonstrou não ter interesse em legalizar o seu negócio. Dos dois entrevistados que manifestaram o interesse em regularizar as suas empresas, apenas um tentou esta modalidade e quando questionado sobre o motivo de não concluir a regulamentação o entrevistado respondeu que Não sente a necessidade.

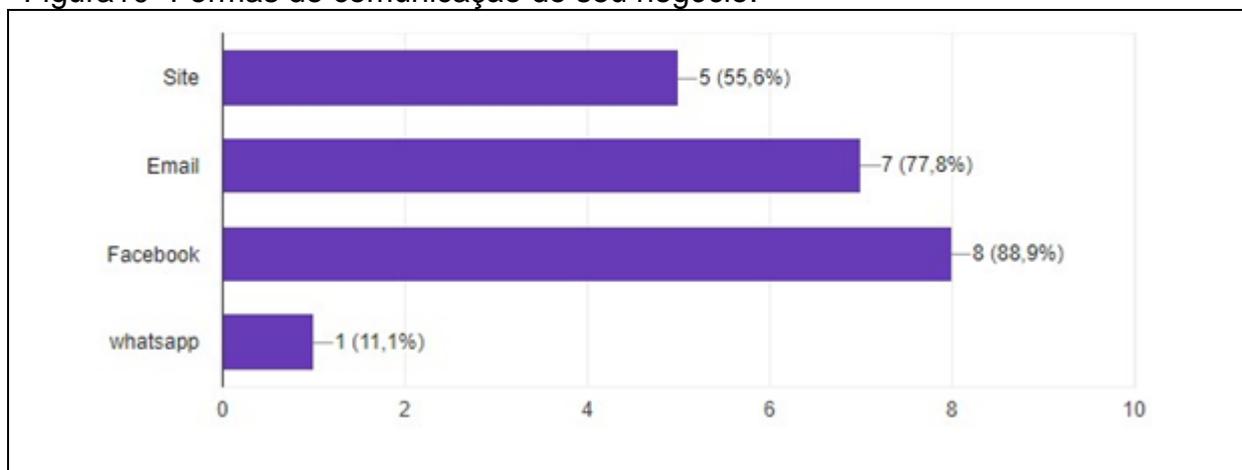
No entanto o percentual de formalidade demonstra que a maioria dos entrevistados possui um negócio formal, contribuindo assim para a economia do país.

Para Barretto (2013) a atual situação que vive o Brasil têm beneficiado o empreendedorismo em questões como desburocratização e simplificação tributária criando um ambiente jurídico mais favorável para a formalização de empresas.

Exemplo desses avanços é o Microempreendedor Individual (MEI), categoria jurídica criada pela Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, para quem possui receita bruta de até R\$ 60 mil por ano – média de R\$ 5 mil por mês. Atraídas pela redução da carga tributária – o valor pago de imposto mensal é inferior a R\$ 40 –, mais de 3,3 milhões de pessoas já foram formalizadas nessa categoria (BARRETTOS, 2013, p.33).

Outra barreira por eles notada é que maior parte dos empreendedores negros viviam na informalidade, muitos não tinham experiência administrativa nem comercial, faltava também ferramentas teóricas de como gerenciar e levar o negócio próprio avante (MARTINS; SANTOS, 2013).

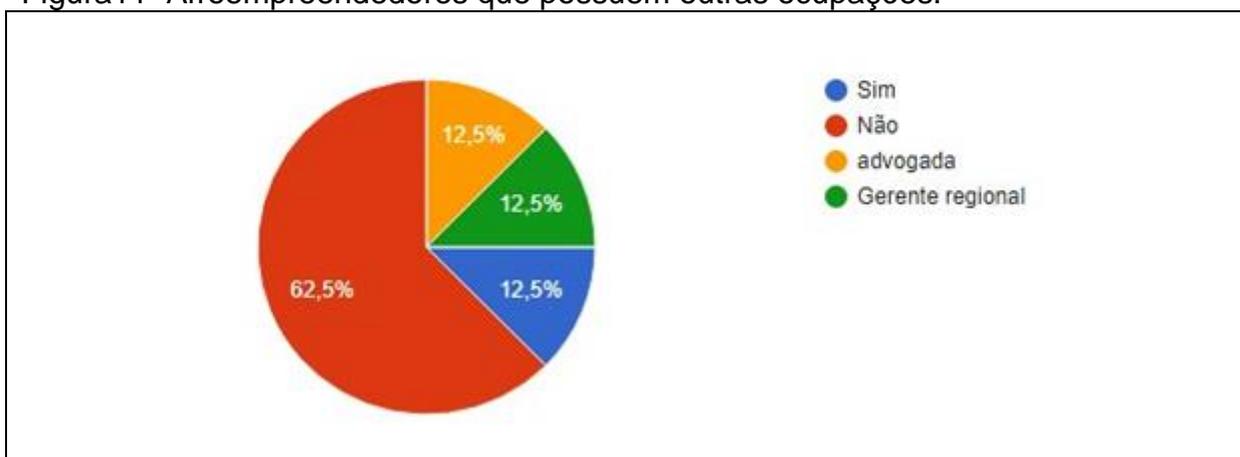
Figura10- Formas de comunicação do seu negócio.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura acima teve como objetivo demonstrar as formas de comunicação do negócio dos entrevistados. Quando questionados sobre a forma de comunicação de seus negócios, foi possível perceber a ferramenta mais escolhida pelos entrevistados para comunicar o seu negócio foi o *facebook* com 88,9% por cento, seguido do e-mail com 77,8%. Tal uso se dá pelo fato do *facebook* ser uma plataforma ou rede muito popular e que permite fazer publicidades de forma gratuita.

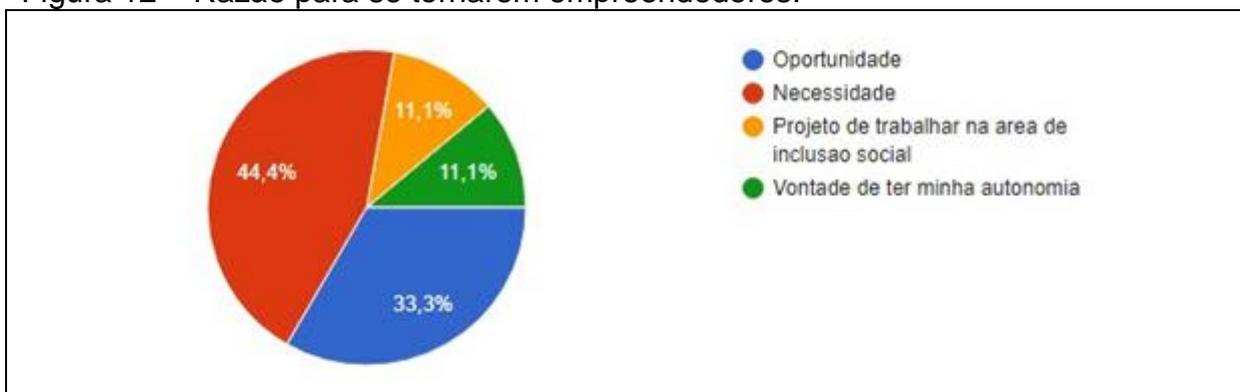
Figura11–Afroempreendedores que possuem outras ocupações.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura acima demonstra que além da atividade como empreendedor, os entrevistados apresentaram outras ocupações desenvolvidas paralelamente. No entanto, a maioria dos entrevistados possui apenas o seu negócio como ocupação.

Figura 12 – Razão para se tornarem empreendedores.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Quando questionado ao entrevistado sobre o porquê que começou a empreender, foi possível perceber que maior parte dos entrevistados respondeu que começou a empreender por necessidade. No entanto, é possível perceber que o

percentual dos que começaram a empreender por oportunidade não ficou muito atrás.

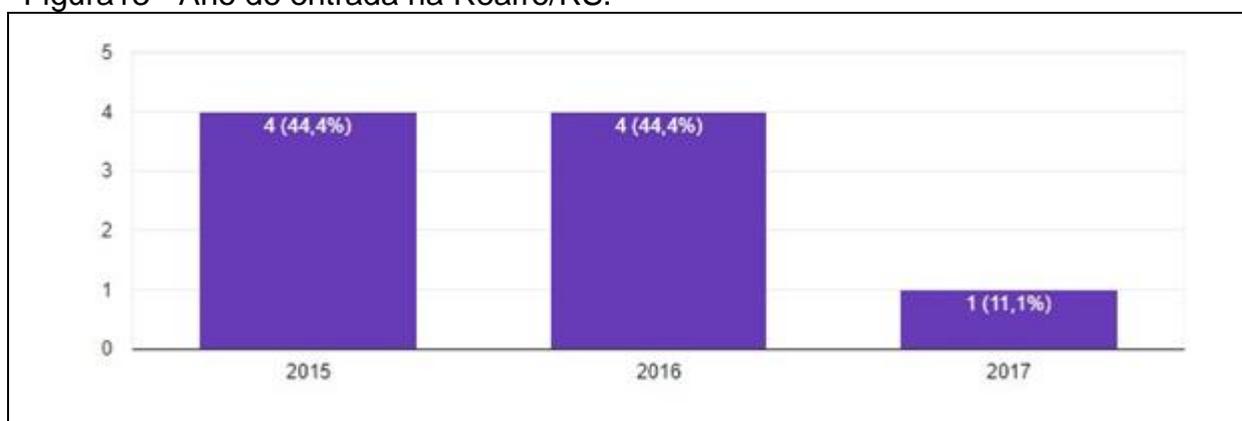
Sarkar (2008) apresenta onze (11) formas de empreendedorismo, entre estas diferentes formas encontra-se o empreendedorismo por necessidade, este tipo de empreendedorismo é muito patente em países com forte desigualdade social.

De acordo com Dornelas (2014), o empreendedorismo por necessidade ocorre quando a pessoa busca a jornada empreendedora por não ter outra opção, ou seja, por não ter alternativas de trabalho ou um emprego formal. Nesses casos, os negócios geralmente são criados de maneira informal, sem planejamento. Muitos deles rapidamente fracassam, agravando as estatísticas de fechamento dos negócios e consequentemente não gerando desenvolvimento econômico.

#### 4.2 DESCREVER OS IMPACTOS DE FAZER PARTE DA REDE PARA OS SEUS NEGÓCIOS.

O segundo momento da pesquisa visou demonstrar os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores. Vale ressaltar que tais impactos são referentes aos negócios dos entrevistados.

Figura13 - Ano de entrada na Reafro/RS.



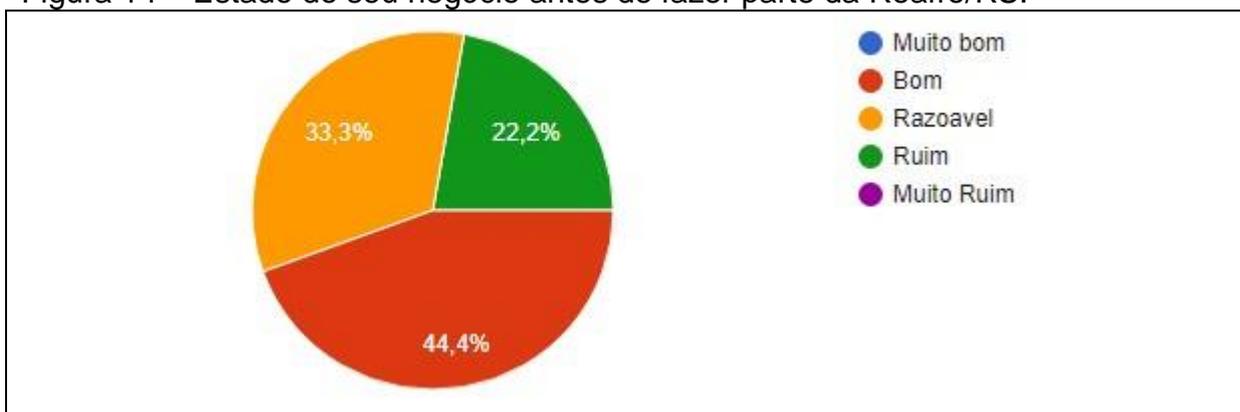
Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura 17 mostra que os afroempreendedores entrevistados passaram a fazer parte da Rede Reafro RS de 2015 a 2017. Percebe-se também que os anos de 2015 e 2016 foram os anos que registraram maior entradas. Visto que a Reafro RS foi fundada em 2015, desta forma é possível concluir que uma boa parte dos entrevistados faz parte da Reafro desde a sua fundação conforme mostra a figura acima.

De acordo com Barretos (2013) por detrás desta atitude de fazer parte de uma rede afroempreendedora, está a familiarização dos negros com as dificuldades,

desta forma os negros empreendedores tem se associado para crescerem juntos, visto que o associativismo fortalece todos os empresários, independentemente da raça, mas, para grupos historicamente discriminados essa união ainda mais positiva, abrindo portas no mercado.

Figura 14 – Estado do seu negócio antes de fazer parte da Reafro/RS.

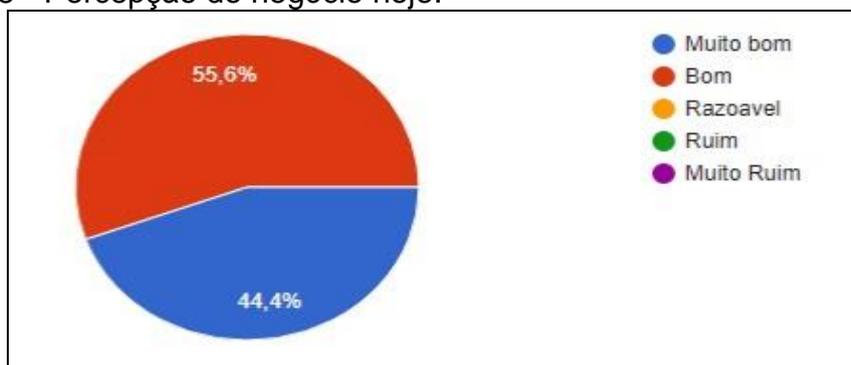


Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Uma das questões importantes foi saber como eram os negócios dos entrevistados antes de fazer parte da Reafro, a fim de mensurar os impactos que a rede teve nos seus negócios. Desta forma, a figura 18 mostrou que dos entrevistados maior parte estava com o negócio funcionando normalmente quando entrou para a Reafro, outros nem tanto e a minoria estava com o negócio ruim conforme a figura acima.

Este tipo de conceito surge como uma estratégia que várias empresas e organizações adotam, para fazer frente às condições turbulentas do mercado, bem como para alcançar a excelência, competitividade e agilidade requeridas no mercado (CHITUC; AZEVEDO, 2005).

Figura 15 - Percepção do negócio hoje.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Quando questionados aos entrevistados sobre a percepção do seu negócio atualmente fazendo parte da Reafro, a maioria respondeu que o seu negócio está muito bom, enquanto que a minoria dos entrevistados respondeu que a percepção é boa. É importante deixar claro que dois entrevistados nenhum deles hoje apresentam uma empresa funcionando mal ou de forma razoável. O que faz perceber que houve uma mudança nos seus negócios depois de entrar para a Reafro.

Influência da Reafro no estado atual do seu negócio dos entrevistados.

Quando questionados sobre as influências da Reafro no estado atual do seu negócio, os entrevistados foram unânimes em suas respostas, resultando em 100%. Desta forma pode-se perceber que a Reafro têm influenciado positivamente o negócio de seus colaboradores.

Quadro 12 - Objetivos para fazer parte de uma rede.

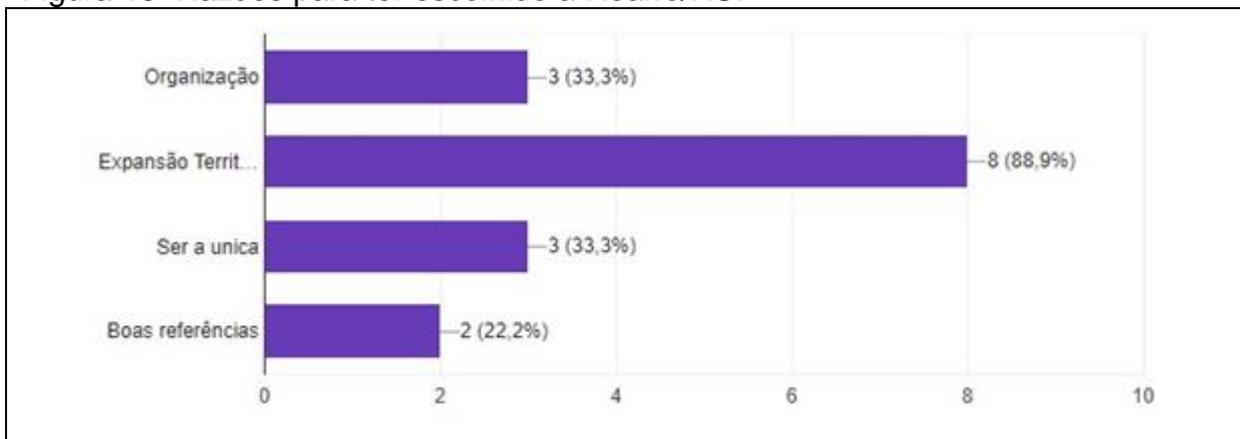
Resposta
Porque ajuda na troca de experiência, indicações, Networking. além de ser representativa nacionalmente.
Porque você amplia sua network e troca muita experiência com outros empreendedores.
A rede proporciona uma melhor visibilidade das nossas empresas e marcas bem como o fortalecimento da classe de empreendedores negros.
Na rede encontrei outros afroempreendedores que agregaram valores ao meu negocio e que me ajudaram na prospecção de clientes.
Na rede encontrei outros afroempreendedores que agregaram valores ao meu negócio e que me ajudaram na prospecção de clientes.
Na rede encontrei pessoas com a mesma dificuldade que eu tenho e juntos temos trabalhado para o fortalecimento das nossas empresas.

Fonte: elaborado pelo pesquisador (2017).

O quadro acima faz uma síntese das respostas dos entrevistados em relação ao motivo ou razão que os levou a procurar ou fazer parte de uma rede. Desta forma, foi possível perceber que maior parte dos entrevistados procurou fazer parte de uma rede, pois a rede fornece-lhes a possibilidade de crescimento, fortalecimento, representatividade.

Desta forma, a rede de colaboração atua como uma identidade única em que os recursos, responsabilidades e riscos são partilhados visando o alcance dos objetivos que incentivaram a criação desta rede de colaboração (CAMARINHA-MATOS; AFSARMANESH, 2008).

Figura 16–Razões para ter escolhido a Reafro/RS.

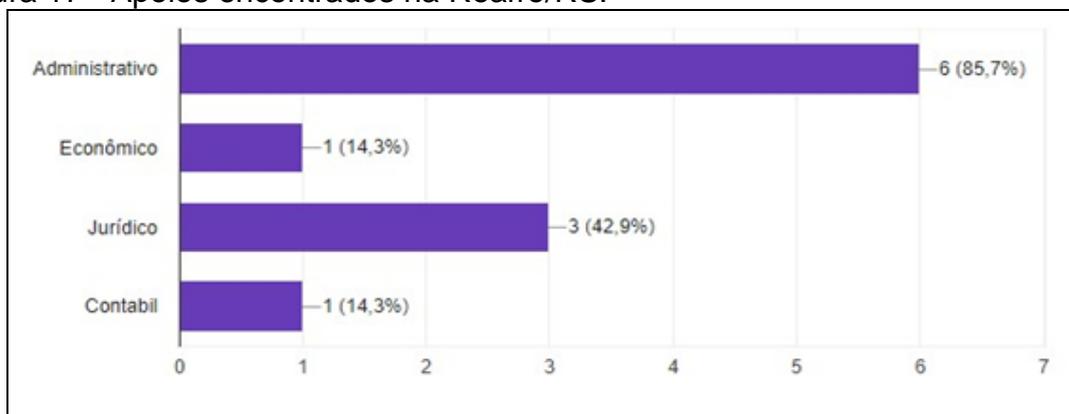


Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura 21 mostra os objetivos que levaram os entrevistados a fazerem parte da Reafro RS. Por ser uma pergunta de resposta múltipla o entrevistado teve a liberdade de escolher as opções que o levaram a fazer parte da Reafro. Desta forma, foi possível perceber que os fatores mais escolhidos foram à expansão territorial, seguido dos fatores organização e o fato de ser única rede destinada a afroempreendedores na região. Vale salientar que a rede Reafro está presente em 12 estados brasileiros e é uma rede que visa dimensionamento nacional.

#### 4.3 IDENTIFICAR QUE TIPOS DE APOIO SÃO OFERECIDOS PELA REDE REAFRO.

Figura 17 - Apoios encontrados na Reafro/RS.



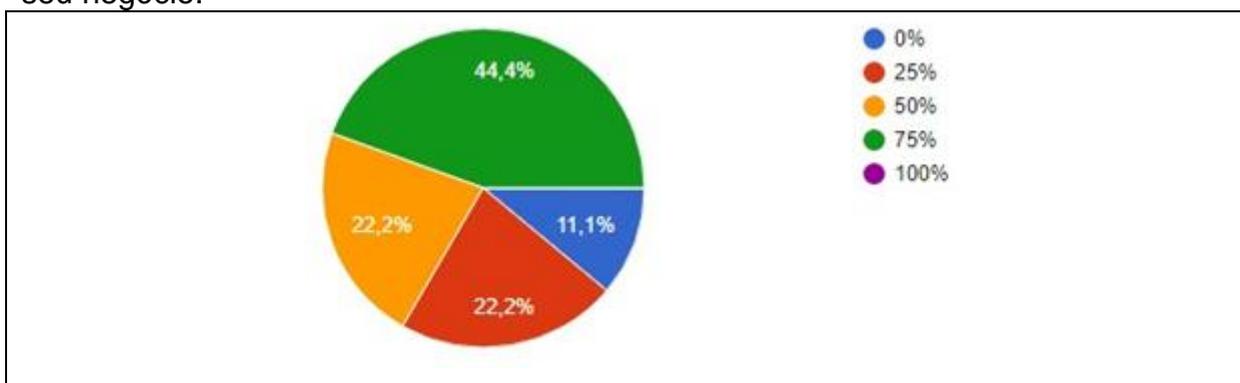
Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura 22 demonstrou que os entrevistados, quando questionados que tipo de apoio encontrou na Reafro, a maioria respondeu que encontrou apoio de

caráter administrativo. No entanto, é possível perceber também que uma boa parte encontrou apoio jurídico dentro da rede conforme a figura acima.

Colaboração significa alcançar objetivos “comuns” a colaboração criativa não se limita apenas por envolver ou reunir pessoas, mas também capacitá-las a trabalhar juntas em torno de um propósito maior (HARGROVE, 1998).

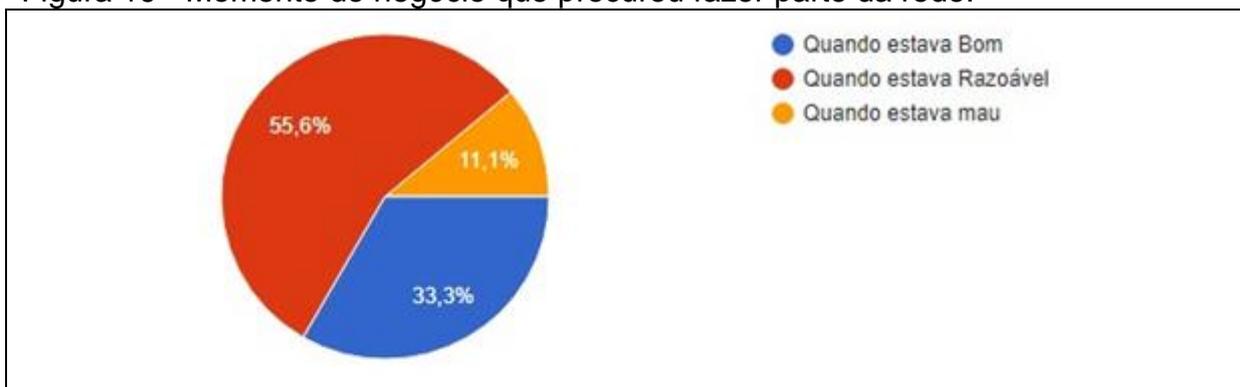
Figura 18 - Se tivesse que quantificar em percentuais os impactos da Reafro em seu negócio.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

A figura 23 mostra em percentuais os impactos da Reafro nos negócios dos entrevistados. Desta forma, foi possível perceber que a Reafro teve um impacto de 75% nos negócios da maioria dos entrevistados conforme a figura abaixo acima.

Figura 19 - Momento do negócio que procurou fazer parte da rede.



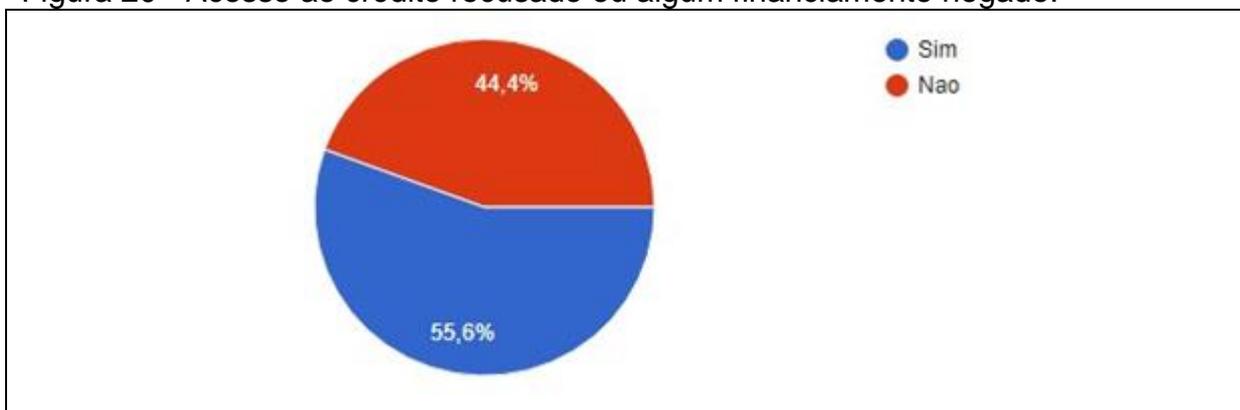
Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Na figura 24, o objetivo foi perceber em que momento dos seus negócios os entrevistados procuraram fazer parte da rede. No entanto foi possível perceber que maior parte dos entrevistados procurou fazer parte da rede quando o seu negócio estava razoável.

O SEBRAE lidera a posição de órgão de apoio mais procurado por empreendedores no Brasil. No entanto, a procura por entidades de apoio é

relativamente baixa, porém, é menor no grupo dos empreendedores negros. Apenas 11% dos negros buscaram um órgão de apoio em 2016, contra 18% dos brancos (GEM, 2016).

Figura 20 - Acesso ao crédito recusado ou algum financiamento negado.

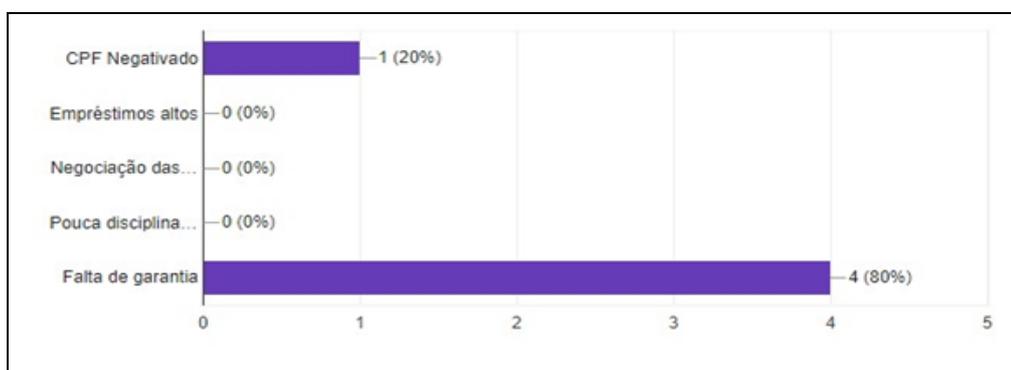


Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Todo o negócio precisa de um capital inicial ou investimento. Desta forma, a figura 25 visou mostrar dos entrevistados, quantos deles já tiveram o seu pedido de acesso a crédito recusado ou algum financiamento negado. Desta forma, foi possível perceber que dos entrevistados maior parte deles já teve algum financiamento recusado conforme representa a figura acima.

Para a direção do SEBRAE, apesar das dificuldades sentidas pelos empreendedores negros o Brasil tem dado passos significativos na construção de um modelo de desenvolvimento econômico acompanhado pela redução de disparidade social histórica (BARRETTO, 2013).

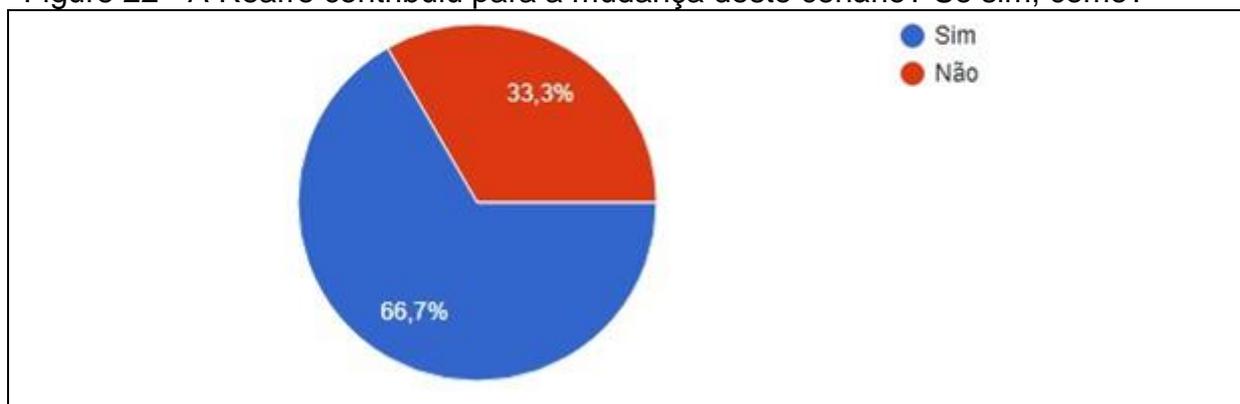
Figura 21–Motivo de ter o crédito ou financiamento recusado.



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

Para Barretto (2013) a atual situação que vive o Brasil tem beneficiado o empreendedorismo em questões como desburocratização e simplificação tributária criando um ambiente jurídico mais favorável para a formalização de empresas.

Figure 22 - A Reafro contribuiu para a mudança deste cenário? Se sim, como?



Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2017).

De forma a responder a figura 26 e a fechar o segundo momento, a figura 27 visou saber por parte dos entrevistados que tiveram o acesso ao crédito recusado pelos motivos detalhados na figura 26 se a Reafro contribuiu para a mudança deste cenário. Desta forma, maior parte dos entrevistados respondeu que SIM.

Desta forma, é possível notar que fazer parte de uma rede tem impactado em vários aspectos especificamente para fazer frente a algumas condições que o mercado empreendedor ou financeiro apresenta. Este tipo de conceito surge como umas estratégias que várias empresas e organizações tem adotado para fazer frente

às condições turbulentas do mercado, bem como para alcançar a excelência, competitividade e agilidade requeridas no mercado (CHITUC; AZEVEDO, 2005).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil vem crescendo muito no quesito do empreendedorismo, de acordo com as pesquisas GEM. Desde que o Brasil passou a participar das pesquisas em 2002, os índices tem subido ano após anos sendo considerado como o terceiro país mais empreendedor do mundo. No entanto, paralelamente ao crescimento do Brasil o afroempreendedorismo vem crescendo em todo território brasileiro tendo como suporte os programas criados por entidades ligadas e preocupadas com a classe que a mesma representa. Paralelamente a isto, as redes tornam-se importante para o afroempreendedores auxiliando-os e fortalecendo na conquista dos seus objetivos.

Apesar do crescimento dos negros no empreendedorismo, os afroempreendedores ainda se deparam com as questões de gerar renda, tais questões se devem a limitação de mercado ou restrição, estando familiarizados com isso os negros procuram trabalhar em redes de fortalecimento. Essas redes de colaboração visam o fortalecimento comum da rede como um todo e dos afroempreendedores de forma individual bem como a representação nacional. Os negros são a maioria no empreendedorismo junto aos que se consideram pardos mais tal maioria ainda não é sentida pelos empreendedores desta classe.

Desta forma, o estudo foi fundamentado através da pesquisa bibliográfica, em que foram obtidas informações importantes que contribuíram para que o pesquisador pudesse compreender o perfil dos afroempreendedores da região do Rio Grande de sul e os impactos de fazer parte de uma rede (Reafro RS).

Este estudo possibilitou conhecer o perfil dos afroempreendedores da Reafro RS e identificar os impactos que a rede teve os seus negócios. Foram aplicados 18 questionários visto que o trabalho foi restrito a uma população específica.

Em relação aos resultados adquiridos foi possível identificar o perfil socioeconômico dos afroempreendedores que fazem parte da Reafro Rio Grande do Sul e os impactos.

Analisando o primeiro objetivo específico do estudo, foi identificar o perfil socioeconômico dos afroempreendedores que fazem parte da Reafro Rio grande do Sul verificou-se que, maior parte dos afroempreendedores entrevistados é de gênero feminino, demonstrando que as mulheres continuam sendo as que mais

empreendem. Quanto ao quesito idade, maior parte dos empreendedores encontra-se na faixa etária entre 25 a 35 anos de idade, estando os mesmos localizados na capital Porto Alegre. Desta forma, foi possível notar que existe maior frequência de empreendedores que vivem na mesma cidade em que se encontra a rede REAFRO.

O segundo objetivo foi descrever os impactos de fazer parte de uma rede para os seus negócios, de acordo com o questionário foi possível perceber que a rede tem impactado de forma positiva em seus negócios.

O terceiro e último objetivo específico foi identificar o identificar os apoios oferecidos pela rede Reafro, de acordo com o questionário respondido foi possível notar que os afroempreendedores, encontram apoios jurídicos, contábeis, administrativos entre outros de acordo com as suas necessidades, deu para perceber também que a rede tem ajudado os afroempreendedores com as questões ligadas ao financiamento ou acesso ao crédito.

Como proposta, sugere-se que a rede faça mais publicidade dos seus serviços e crie departamentos noutras cidades com vista a expandir este trabalho visto que existem muitos afroempreendedores que ainda se encontram em condições de informalidade e que demonstram alguns problemas em manejar ferramentas.

A pesquisa limitou-se exclusivamente à região do Rio Grande do Sul especificamente na rede Reafro, portanto, percebe-se a viabilidade de estudo em outros estados e redes de forma a se ter um perfil nacional de afroempreendedores do estado. Como proposta para estudos futuros a partir deste tema, recomenda-se uma pesquisa com outras regiões do estado e outras redes, bem como uma análise geral da situação do afroempreendedorismo na Região Sul do Brasil ou em um setor em específico que se torne relevante para o tema.

Conclui-se que o tema é de bastante relevância para os afroempreendedores, pois visou o conhecimento do perfil de outros afroempreendedores de uma região específica e que faz parte de uma rede específica, assim como para acadêmicos que buscam informações mais profundas sobre esta classe de empreendedores que vem ganhando espaço no mercado.

## REFERENCIAS

ALMEIDA, Luís Antônio de.; DA SILVA SOBRINHO, Francisco Rodrigues. Um importante instrumento na profunda mudança da realidade brasileira. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 13-16.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO. **Desenvolvimento da Região Suldo Brasil**. 2012. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3682/1/Desenvolvimento%20da%20Regi%C3%A3o%20Sul\\_12\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3682/1/Desenvolvimento%20da%20Regi%C3%A3o%20Sul_12_P.pdf)>. Acesso em 20 ago. 2012.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO. **Desenvolvimento da Região Sul do Brasil**. 2014. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3682/1/Desenvolvimento%20da%20Regi%C3%A3o%20Sul\\_12\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/3682/1/Desenvolvimento%20da%20Regi%C3%A3o%20Sul_12_P.pdf)>. Acesso em: 02 out. 2014.

BARRETTO, Luiz. A força dos negros no empreendedorismo. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 31-55.

BARRETTO, Luiz. Uma opção democrática para ascensão profissional. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilênde, 2013. p. 7-12.

BARROS, L. A. **Suporte a ambientes distribuídos para aprendizagem cooperativa**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.

BID CRIA PROGRAMA PARA EMPREENDEDORES NEGROS E PARDOS. 01 out. 2017. Disponível em: <[http://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/01/bid-cria-programa-para-empresenedores-negros-e-pardos.html](http://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2017/01/bid-cria-programa-para-empresendedores-negros-e-pardos.html)>. Acesso em: 01 out. 2017.

BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. **Dominando os desafios do empreendedor: o seu guia para se tornar um empreendedor**. São Paulo: Makron Books, 2001. 317 p.

BORGES, Elisabeth Maria de Fátima. A Inclusão da História e da Cultura Afrobrasileira e Indígena nos Currículos da Educação Básica. **Revista Mestrado em História**, Vassouras, v.12, n. 1, 71-84, jan./jun., 2010.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empresenedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes**. 1. ed. 5. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CAMARINHA-MATOS, L.M.; AFSARMANESH, H. (Eds). **“Collaborative Networks: reference modeling**. New York: Springer, 2008.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 4. ed.; São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**: Dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva, 2004.

CHITUC, C-M.; AZEVEDO, A.L. **Multi-Perspective Challenges on Collaborative Networks Business Environment. Collaborative Networks and their Breeding Environments**. New York: Springer, 2005.

DEGEN, Ronald Jean; MELLO, Álvaro Augusto Araújo. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DEGEN, Ronald. **O Empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: Markon Books, 2005.

DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor**. São Paulo: Ed. De Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando Ideias em negócios**. 2. ed. 3. reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

FLICK, U. (2009). **Introdução à pesquisa qualitativa** (3a ed., J. E. Costa, Trad.). São Paulo: Artmed. (Obra original publicada em 1995).

FONSECA, Maria Nazareth Soares (Org.). **Brasil afro-brasileiro**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GEHARDT, Tatiana Engel; Silveira, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2015. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/\\$File/5904.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/c6de907fe0574c8ccb36328e24b2412e/$File/5904.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**. 2016. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 20 ago. 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Sul do Brasil**. 2014. Disponível em:

<[https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014\\_sul.pdf](https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Estudos%20e%20Pesquisas/gem%202014_sul.pdf)>. Acesso em: 15 ago. 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016.

Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GOVERNO DO BRASIL. **Cultura afro-brasileira se manifesta na música, religião e culinária**. 2009. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cultura/2009/10/cultura-afro-brasileira-se-manifesta-na-musica-religiao-e-culinaria>>. Acesso em: 29 ago. 2017.

GREATTI, Ligia; SENHORINI, Vilma Meurer. Empreendedorismo – uma visão comportamentalista. **ANAI DO I EGEPE**, Maringá, p. 23-34, out. 2000. Disponível em: <<http://www.anegepe.org.br/edicoesanteriores/maringa/EMP2000-01.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2017.

HARGROVE, Robert. **Colaboração criativa**: a interação de talento e diversidade para obter resultados positivos. 10. ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

HIRISH, Robert D.; Peters, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HISRICH, R. D. **Entrepreneurship, intrapreneurship, and venture capital**: the foundation of economic renaissance. Canada: Lexington Books, 1986.

HOEBEL, E. Adamson; FROST, Everett L. **Antropologia cultural e social**. 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

HOEBEL, E. Adamson; FROST, Everett L. **Antropologia cultural e social**. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p. 97.

LARAIA, R.B. **Cultura um conceito antropológico**. 11. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.

LIMA, Vivaldo da Costa. **A anatomia do acarajé e outros escritos**. Salvador: Corrupio, 2010.

MANUEI, Diégues Júnior, **Etnias e culturas no Brasil**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1980.

Martins, João Carlos Borges; Santos, Aparecida dos. Uma opção democrática para ascensão profissional. In: NOGUEIRA, João Carlos (Org.). **Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: desafios históricos e perspectivas para o século 21**. Florianópolis: Atilènde, 2013. p. 17-23.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: metodologia, planejamento, execução e análise**, 2a.ed. São Paulo: Atlas, 1994, 2v., v.2.

MORIN, E. **Os Sete Saberes necessários à Educação do Futuro**. São Paulo: Cortez, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação direcionadas ao plano de negócios**. São Paulo: Atlas, 2014.

OLIVEIRA, J. S. **Clima e cultura organizacional no desempenho das empresas**. São Paulo: Atlas, 2008.

PAIXÃO. M. J. P. **Destino manifesto: estudo sobre o perfil familiar, social e econômico dos empreendedores/as afro-brasileiros/as dos anos 1990**. Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento, 2003.

POLLAK-ELTZ, A. **El sincretismo em América Latina. Presencia Ecuménica, Caracas**, p. 3-13, 1996.

Por que afro-empreendedores?. 02 out. 2017. Disponível em: <<http://inovacapital.net.br/pb/porque-afro-empreendedores/>>. Acesso em 02 out. 2017.

Prestação de Serviços é o segmento mais escolhido pelos empreendedores brasileiros. 07 jun. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/prestacao-de-servicos-e-o-segmento-mais-escolhido-pelos-empreendedores-brasileiros/>>. Acesso em : 13 nov. 2017.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo – Rio Grande do Sul, 2013.

Rodrigues, Nina. **Os africanos no Brasil**. 7. ed. São Paulo: Ed. Universidade de Brasília, 1988.

RODRIGUES, Raimundo Nina. **Os africanos no Brasil**. São Paulo: Nacional, 1945.  
SANTOS, Adelcio Machado Alexandre Acosta dos. **Empreendedorismo: Teoria e Prática**. UNIARP: Caçador/SC, 2011.

SANTOS, Antônio Raimundo dos. **Metodologia científica**: a construção do conhecimento. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2007.

SARKAR, Soumodip. **O Empreendedor inovador**: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SILVÉRIO, Valter Roberto. **Síntese da coleção história geral da África**: século XVI ao século XX. Brasília: UNESCO, MEC, UFSCar, 2013.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos. **Revista Internacional De Folkcomunicação**, Universidade Estadual de Ponta Grossa/PR. v.3, n. 5, p.7-8, junho.2005. Disponível em:<<http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/504/337>>. Acesso em: 18 out. 2017.

GEM. Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil**: 2016. Curitiba: IBQP, 2017. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/GEM%20Nacional%20-%20web.pdf>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

## Apêndice

O Perfil dos afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul e os impactos de fazer parte de uma rede de afroempreendedores para os seus negócios.

Olá! Sou João Carlos Ngila Simão, sou estudante angolano, o questionário a seguir faz parte de uma pesquisa, a qual servirá para a conclusão do curso de Administração de Empresas da UNESC – Universidade do Extremo Sul Catarinense, sob a orientação da professora Esp. Cristiane Dias.

Objetiva-se analisar o Perfil dos afroempreendedores da região do Rio Grande do Sul e os impactos de fazer parte de uma rede de afroempreendedores para os seus negócios. O participante não precisa se identificar, pois os dados coletados não serão apresentados individualmente, mas tabulados e apresentados na forma de gráficos e dados estatísticos.

Por favor, responda todas as perguntas para que o questionário seja válido.

Obrigatório!

### Questionário

**Qual é a tua faixa etária?**

18 á 25

25 á 35

35 á 45

45 á 55

Acima dos 55

**Qual é o teu gênero?**

Masculino

Feminino

**Em que a te tornaste um empreendedor?**

R:

Texto de resposta curta

Qual é a tua raça?

Negra

Parda

Outra opção...

**Em que cidade Reside?**

Porto Alegre

Caxias do Sul

Passo Fundo

Cacheira do Sul

Bagé

Outra opção...

**Qual é o teu estado civil?**

Solteiro

Casado

Divorciado

Outra opção...

**Qual é o grau de Escolaridade?**

Ensino Médio incompleto

Ensino Médio completo

Cursando Ensino Superior

Curso Superior Completo

Cursando Especialização ou Pós-graduação

Especialização ou pós graduação completos

Cursando Doutorado ou Mestrado

Doutorado ou Mestrado completo

**Possui algum curso profissionalizante? Se sim, qual?**

Sim

Não

Outra opção...

Qual é a classificação do seu negócio quanto a renda bruta anual?

Microempreendedor Individual

Microempresa

Empresa de pequeno porte

**Qual é o setor do seu negócio?**

Comercio

Prestação de Serviços

Industria

**Qual é o segmento do seu negócio?**

Moda

Artesanato

Beleza

Alimentos

Outra opção...

**Quanto a legalidade, o teu negócio é?**

Formal

Informal

**Se informal, existe vontade ou interesse em formalizar o seu negócio?**

Sim

Não

Talvez

**Se sim. Já tentou formalizar o seu negócio?**

Sim

Não

**Se sim. Por qual motivo não formalizou o seu negócio?**

Falta de informação

Falta de dinheiro

Não pagar imposto

Muita burocracia

Não sinto necessidade

**Quais as formas de comunicação do seu negócio?**

Site

E-mail

Facebook

Outra opção...

**Além deste negócio, possui outro negócio ou ocupação? Se sim, qual?**

Sim

Não

Outra opção...

**Porque começou a empreender?**

Oportunidade

Necessidade

Outra opção...

**A SEGUNDA PARTE DO QUESTIONÁRIO DIZ RESPEITO AOS IMPACTOS DE FAZER PARTE DE UMA REDE DE AFROS-EMPREENDEDORES.**

Descrição (opcional)

**Em que ano entrou para a Reafro RS?**

Texto de resposta curta

**Como era o seu negócio antes de fazer parte da Reafro?**

Muito bom

Bom

Razoável

Ruim

Muito ruim

**Que percepção tem do seu negócio hoje?**

Muito bom

Bom

Razoável

Ruim

Muito Ruim

**Que influência teve a Reafro no estado atual do seu negócio?**

Positiva

Negativa

**Porque fazer parte de uma rede?**

Texto de resposta longa

**Porque escolheu a Reafro?**

Organização

Expansão Territorial (por existir em 12 estados)

Ser a única

Boas referências

Outra opção...

**Que tipo de apoio encontrou na Reafro/rs?**

Administrativo

Econômico

Jurídico

Contábil

Outra opção...

**Se tivesses que quantificar em percentuais os impactos (crescimento nas vendas, network e conhecimento multidisciplinar) da Reafro em seu negócio seria:**

0%

25%

50%

75%

100%

**Em que momento do seu negócio procurou fazer parte da rede?**

Quando estava Bom

Quando estava razoável

Quando estava mau

**Sobre o acesso ao credito. Já lhe foi recusado algum financiamento?**

Sim

Não

**Se sim, qual foi à causa?**

CPF Negativado

Empréstimos altos

Negociação das dividas

Pouca disciplina financeira

Falta de garantia

Outra opção...

**A Reafro contribuiu para a mudança deste cenário? Se sim, como?**

Sim

Não

Outra opção...