

AFROEMPREENDEDORISMO E AS DESIGUALDADES RACIAIS NA CIDADE DE ALMENARA/MG

AFRO-ENTREPRENEURSHIP AND RACIAL INEQUALITIES IN THE CITY OF ALMENARA/MG

Bernardo Almeida Rocha

Universidade Federal de Ouro Preto

bernardob.rocha@hotmail.com

 *orcid* <https://orcid.org/0000-0002-9772-5627>

Jéssica Rodrigues de Sousa

Universidade Federal de Viçosa

jessica.jrdsousa@gmail.com

 *orcid* <https://orcid.org/0009-0004-1332-4589>

Silvana Barbosa Pereira

Instituto Federal do Norte de Minas Gerais - IFNMG

silvana.pereira@ifnmg.edu.br

 *orcid* <https://orcid.org/0009-0003-2370-6647>

Cláudia Adriana Souza Santos

Instituto Federal do Norte de Minas Gerais - IFNMG

claudia.santos@ifnmg.edu.br

 *orcid* <https://orcid.org/0009-0006-9773-5178>

Auxiliares de Pesquisa do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Gênero e Sexualidade (NEPGES) no IFNMG e Núcleo de Estudos, Pesquisas e Extensão Afro-brasileiros Indígenas (NEABI) do IFNMG:

Sâmya Sofia Alves Teixeira. Estudante do Curso Técnico em Zootecnia Integrado ao Ensino Médio no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais (IFNMG). Bolsista de Iniciação Científica Júnior do CNPq (2023). E-mail: samyasofia92@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-1822-2288>.

Ariana Natália de Oliveira de Oliveira. Estudante do Curso Técnico em Informática Integrado ao Ensino Médio no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais (IFNMG). E-mail: ariananatt@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-0438-570X>.

Maria Eduarda Oliveira Silva. Graduanda em Agronomia na Universidade Federal de Viçosa. E-mail: duddaosilva@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-5668-9466>.

DOI: <https://doi.org/10.36942/reni.v10i1.1058>

RESUMO

Com este trabalho, objetivou-se analisar os afroempreendedores do município de Almenara/MG, investigando suas motivações para o empreendedorismo e as formas como o racismo se manifesta em sua vivência. A pesquisa classifica-se como aplicada, exploratória, descritiva e qualitativa. A coleta de dados se deu através de entrevistas semiestruturadas com a utilização do método de amostragem “bola de neve” do tipo não probabilística. Os resultados apontam para a identificação de 26 afroempreendedores que, majoritariamente, se autodeclararam pardos, ocupam uma faixa etária entre 31-40 anos, apresentam baixo nível de escolaridade e ganham menos de 1 salário-mínimo. Foi possível observar também que fatores relacionados à renda (necessidade) são a base motivadora do grupo para a abertura dos próprios negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo Negro. Racismo. Desigualdades Raciais. Administração. Vale do Jequitinhonha.

ABSTRACT

The aim of this study was to analyze Afro-entrepreneurs in the municipality of Almenara/MG, investigating their motivations for entrepreneurship and the ways in which racism manifests itself in their experience. The research is classified as applied, exploratory, descriptive, and qualitative. Data was collected through semi-structured interviews using the non-probabilistic snowball sampling method. The results point to the identification of 26 Afro-entrepreneurs who, for the most part, declare themselves to be brown, are aged between 31 and 40, have a low level of education and earn less than one minimum wage. It was also possible to observe that factors related to income (necessity) are the group's motivating factor for starting their own business.

Keywords: Black Entrepreneurship. Racism. Racial Inequalities. Management. Vale do Jequitinhonha.

JEL Classification: L26 Entrepreneurship

1 INTRODUÇÃO

A ação de empreender existe desde tempos muito remotos. Nesse escopo, para garantir a própria sobrevivência, o homem cria, com base no que se apresenta à sua disposição, inovações que possam satisfazer suas necessidades. Na vida em sociedade, ele identifica problemas e oportunidades e investe em recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um impacto positivo. Assim sendo, os empreendimentos estão estreitamente relacionados ao trabalho (Rocha et. al, 2023).

Todavia, observa-se, em nosso país, uma acentuada desigualdade de oportunidades. Tal desigualdade se torna ainda mais presente, quando essas oportunidades são analisadas no grupo de negros. Com essas condições, a persistente desigualdade racial no país manteve esse grupo, segundo Osório (2009), na estratificação social, numa posição relativamente semelhante à ocupada por seus antepassados.

Ao longo do tempo, essa desigualdade serviu de objeto de estudo, o que resultou, nos últimos vinte anos, em algumas conquistas na direção de diminuir a desigualdade racial no país. Essas transformações têm possibilitado à população negra a empreender, seja por necessidade, por oportunidade ou outras razões. O que se percebe, no entanto, é que o afroempreendedorismo ainda não deu conta de extinguir a histórica desigualdade racial de renda cristalizada no país.

Com base nessas observações, o presente estudo teve como objetivo analisar os afroempreendedores do município de Almenara/MG, investigando suas motivações para o empreendedorismo e as formas como o racismo se manifesta em sua vivência. Nesse sentido, este estudo se justifica, pois, no Brasil, 56,1% da população se autodeclara negra. Os negros — que o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) conceitua como a soma de pretos e pardos — são, portanto, a maioria da população (Afonso, 2019). A superioridade nos números, no entanto, ainda não se reflete na sociedade brasileira.

Ademais, no que tange as contribuições deste estudo, acreditamos que contribui para a compreensão do afroempreendedorismo em Almenara/MG, detalhando o perfil

dos afroempreendedores locais e suas motivações, principalmente ligadas à necessidade financeira e à falta de oportunidades. Destaca também a escassez de apoio estatal, refletida na informalidade dos negócios, e aponta a necessidade de políticas públicas que incentivem a formalização e a educação empreendedora, melhorando o acesso a direitos e benefícios sociais, com o objetivo de fortalecer os negócios e melhorar a qualidade de vida dos afroempreendedores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo no Brasil

De acordo com Lopes-Jr. et al. (2021), o empreendedorismo é visto como um conjunto de práticas com o potencial de gerar riqueza e melhorar o desempenho das sociedades que o incentivam e praticam. No Brasil, essa prática se difundiu intensamente nos últimos anos, especialmente a partir do final da década de 1990, com um marco significativo na consolidação do tema a partir do ano 2000 (Dornelas, 2018; Hisrich; Peters; Shepherd, 2014; Nogami; Medeiros; Faia, 2015).

Sobre essa assertiva, segundo dados do GEM — *Global Entrepreneurship Monitor* — (2023a), aproximadamente 42 milhões de brasileiros adultos realizavam alguma atividade empreendedora, no ano de 2022, como no envolvimento da criação ou na consolidação de um novo negócio ou na manutenção de um empreendimento já estabelecido (GEM, 2023a).

Para além disso, Alves e Fonseca (2021, p. 17) afirmam que “desde o primeiro século da existência do ser humano, a motivação já se fazia presente na vida do homem e na sua natureza. A motivação é algo que vem do interior, seja ela para abrir um novo negócio, fazer uma nova atividade física, um novo curso ou uma nova viagem”.

O GEM, desde sua criação, vem distinguindo a motivação para a atividade empreendedora entre duas opções: oportunidade ou necessidade. Entretanto, a partir do ano de 2019, buscou uma nova abordagem. Nessa nova perspectiva, foram apresentadas aos entrevistados quatro afirmações sobre as razões de iniciar o negócio: “para ganhar a vida, porque os empregos são escassos”, “para fazer diferença no mundo”, “para constituir uma grande riqueza ou uma renda muito alta” e “para continuar uma tradição familiar” (GEM, 2020).

Na Figura 1, apresentam-se os resultados do Brasil, a partir dessa abordagem a qual revela que, em 2022, destaca-se que “ganhar a vida devido à escassez de empregos” foi a motivação prevalente para os empreendedores nascentes e novos — pouco mais de 80% deles indicaram esse motivo para iniciarem um negócio, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1. Empreendedores iniciais por oportunidade ou necessidade segundo as múltiplas motivações para iniciar um novo negócio - Brasil - 2023

Motivação	Percentual dos empreendedores iniciais (%)		
	Iniciais	Por necessidade	Por oportunidade
Para fazer diferença no mundo	76,5	75,7	77,1
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	74,1	87,5	66,1
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	66,6	54,8	74,1
Para continuar uma tradição familiar	36,3	41,3	33,1

Fonte: GEM (2023a)

Nessa mesma concepção, dados da PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua, 2022 — apontam que a média anual de trabalhadores sem carteira de trabalho assinada atingiu 12,9 milhões. O número é recorde para o indicador desde o início da série histórica em 2012 (Agência Brasil, 2023). Esses trabalhadores sem carteira assinada são pessoas que trabalham por conta própria, sem CNPJ e aqueles que trabalham auxiliando a família. Como se pode observar nos dados apresentados acima, a crise econômica no Brasil e o aumento do desemprego há anos é uma das maiores motivações para que brasileiros se tornem empreendedores.

Além disso, o GEM (2023a) também analisou as principais atividades dos empreendedores naquele ano. As atividades mais destacadas entre os empreendedores nascentes e novos foram alimentação (13,4% e 10,1%, respectivamente) e serviços de estética, beleza, higiene e perfumaria (12,2% e 10,3%). Essas atividades têm baixas barreiras de entrada, como exigências de escolaridade e capital. Entre os empreendedores estabelecidos, apenas as relacionadas à alimentação se destacaram, representando 6,3% desse grupo. A alimentação, por atender a uma necessidade básica, tende a se expandir com o crescimento populacional (GEM, 2023a).

Figura 2. Percentual das principais atividades dos empreendedores segundo o estágio do empreendimento - Brasil - 2023

Atividades dos empreendedores					
Nascentes		Navos		Estabelecidos	
Atividades	%	Atividades	%	Atividades	%
Relacionadas à alimentação	13,4	Relacionadas à estética, beleza, higiene e perfumaria	10,3	Relacionadas à construção de edifícios e outros serviços especializados de construção	14,2
Relacionadas à estética, beleza, higiene e perfumaria	12,2	Relacionadas à alimentação	10,1	Vestuário e acessórios	7,2
Comércio varejista de mercadorias em geral	6,7	Vestuário e acessórios	8,2	Relacionadas à alimentação	6,3
Vestuário e acessórios	6,3	Serviços de diaristas, cuidadores, serviços pessoais em geral	5,3	Serviços de diaristas, cuidadores, serviços pessoais em geral	5,5
Outras atividades	61,4	Outras atividades	66,1	Manutenção e reparação de veículos automotores	4,8
Total	100,0	Total	100,0	Total	100,0

Fonte: GEM (2023a).

2.2 Desigualdades Raciais no Brasil e o Afroempreendedorismo

Ao considerar as motivações empreendedoras, além da crise econômica, pensa-se naqueles que ainda precisam lidar com empecilhos ligados ao racismo persistente na sociedade brasileira e que faz com que a desigualdade racial continue bastante presente em muitos setores, dentre eles o econômico.

Mesmo com essa inépcia, sabe-se que a economia brasileira figura entre as grandes economias mundiais, entretanto esse fato não garante oportunidades a todos. As desigualdades sociais e raciais são bastante perceptíveis e acarretam graves consequências, sobretudo para a população afro-brasileira (Cacciamali & Hirata, 2005). Em decorrência disso, pesquisas apontam para a disparidade de renda per capita entre brancos e pretos visto que estes chegam a receber menos da metade daqueles. Essa questão, segundo Soares (2008, p. 119) “trata-se de uma desigualdade particularmente detestável dado que, como tem sido destacado em inúmeros estudos, parte significativa dela não é atribuível a nenhuma medida de mérito ou esforço, sendo puramente resultado de discriminações passadas ou presentes”.

Essa disparidade se dá historicamente devido ao sistema escravocrata implementado no país por um longo período e que, ao ser extinto, não houve uma política de inclusão do negro na sociedade brasileira. Nesse caso,

“No momento da abolição, foram suprimidas as barreiras formais que a escravidão oferecia à competição dos negros com os brancos pelas posições sociais. Mas quando os portões são abertos e se faculta aos negros o ingresso na corrida, os brancos já estão quilômetros adiante. Essa é a condição inicial. Para que os negros superem a desvantagem imposta por ela, é preciso que, a cada geração, percorram uma distância maior do que a percorrida pelos brancos. Se não conseguem fazê-lo,

a desigualdade racial existente no momento da abertura dos portões persiste” (Osório, 2009, p. 66).

Nos últimos vinte anos, o Brasil passou por transformações significativas, impulsionadas por movimentos sociais como o Movimento Negro, que resultaram em políticas de inclusão social. Embora essas conquistas representem avanços na redução das desigualdades raciais, elas ainda não foram suficientes para erradicar a discriminação. Com relação a esse dado,

“Pretos ou pardos constituem, também, a maior parte da força de trabalho no País. Em 2018, correspondiam a 57,7 milhões de pessoas (54,9%) *versus* a população branca na força de trabalho, que totalizava 46,1 milhões (45,1%). Entretanto, em relação à população desocupada e à população subutilizada, que inclui também os subocupados e a força de trabalho potencial, pretos ou pardos formavam 64,2% dos desocupados e dos subutilizados (66,1%) na força de trabalho naquele ano” (Agência de notícias IBGE, 2021).

Nesse contexto, o empreendedorismo tem se mostrado uma alternativa para muitos, com negócios criados por e para o público negro surgindo como uma resposta à desigualdade. Embora o Brasil seja um dos países com o maior número de empreendedores, a desigualdade persiste, refletida e desafiada pela economia.

Nesse segmento, o número de negros atuando vem aumentando e, com isso, impulsionando a origem e a propagação do termo afroempreendedorismo. O mundo, no contexto atual, está voltado para a valorização da identidade negra e de combate às ações de discriminação e preconceito. Nesse cenário é notável uma tendência global no que concerne ao surgimento e à criação de projetos que visem às transformações efetivas de forma sustentável e colaborativa (Simão, 2017).

Segundo dados do GEM (2022, p. 11), os “números sinalizaram que os pretos/pardos foram mais bem sucedidos, de modo geral, em manter seus negócios ativos, transpondo o estágio do empreendimento, de novo para estabelecido, ou mais persistentes na manutenção operacional de suas iniciativas empreendedoras”. Assim, buscando compreender quais são as motivações que as pessoas negras no Brasil têm para iniciar seus negócios, dados do GEM (2023b) indicam que iniciar um negócio devido “à escassez de empregos” foi o motivo mais presente entre os pretos ou pardos (Figura 3).

Figura 3. Motivações para começar um novo negócio por cor/raça - Brasil - 2023

Motivação	Branca	Preta ou Parda
Para ganhar a vida porque os empregos são escassos	76,7	71,2
Para fazer diferença no mundo	74,4	76,9
Para construir uma grande riqueza ou uma renda muito alta	65,9	66,7
Para continuar uma tradição familiar	35,6	35,4

Fonte: GEM (2023b)

Dessa forma, é possível observar que, mesmo a população negra tendo os maiores resultados no empreendedorismo, eles iniciam suas atividades, na maior parte das vezes, pela necessidade (Figura 4).

Figura 4. Motivação para empreender, por cor/raça, entre oportunidade e necessidade - Brasil - 2023

Motivação	Branca		Preta ou Parda	
	Taxas	Proporção sobre a TEA	Taxas	Proporção sobre a TEA
Oportunidade	11,3	62,9	10,7	56,8
Necessidade	6,1	34,3	7,6	40,6

Fonte: GEM (2023b)

Na última década, o Brasil tem apresentado avanços socioeconômicos, com o empreendedorismo se destacando como um agente de transformação e inclusão social, mais do que apenas uma oportunidade de evolução pessoal, como em economias desenvolvidas. Nesse contexto, é relevante compreender o "empreendedorismo negro ou afro", uma estratégia adotada por entidades do Movimento Negro em parceria com o poder público e a iniciativa privada (Ribeiro, 2013).

Por isso, conceitua-se o afroempreendedorismo como um segmento etnoeconômico situado no ramo de produtos e serviços criados e gerenciados por pessoas negras. Ademais, o público-alvo do afroempreendedorismo não são somente pessoas negras, mas todos os consumidores (Silva & Almeida, 2020). Existe também outra abordagem conceitual, em que o empreendedor negro empreende oferecendo produtos e serviços que buscam valorizar a cultura africana.

Ribeiro (2013) afirma que o racismo institucional leva pessoas excluídas do mercado de trabalho a buscar refúgio no empreendedorismo, tanto na informalidade quanto na formalidade, sendo essa uma das poucas opções para geração de renda. Em um mercado com desemprego estrutural, os trabalhadores negros são os primeiros a perder seus empregos (Martins & Santos, 2013). Assim, o empreendedorismo se torna uma alternativa fundamental para a sobrevivência econômica.

Com isso, os empreendedores negros e seus produtos introduzem novas possibilidades imagéticas e iconográficas dentro dos padrões da modernidade, criando imagens positivas que contribuem para a formação das identidades negras. Todo produto étnico carrega uma relação social e reforça práticas antirracistas (Almeida, 2013). Assim, a prática de consumo entre afroempreendedores e seus clientes vai além da simples troca comercial, compartilhando símbolos, visões de mundo, autoafirmação e um posicionamento político contra o racismo, frequentemente utilizando a identidade visual para promover produtos e serviços (Silva, 2019).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se como aplicada (Turrioni & Mello, 2012) e possui um caráter exploratório e descritivo. De acordo com Turrioni e Mello (2012, p. 81), a abordagem exploratória visa familiarizar-se com o problema, tornando-o mais claro ou formulando hipóteses. Esse processo envolve revisão bibliográfica, entrevistas com indivíduos e análise de exemplos que facilitem a compreensão do fenômeno investigado.

Considerando o tema e o objetivo do estudo, optou-se por uma abordagem qualitativa, que valoriza a relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, com ênfase na interpretação e na atribuição de significados, elementos essenciais ao processo de investigação (Turrioni & Mello, 2012). A coleta de dados foi realizada por meio de questionários aplicados em entrevistas semiestruturadas.

Segundo Marconi e Lakatos (2003), o questionário é um instrumento de coleta composto por uma sequência ordenada de perguntas, que podem ser respondidas com ou sem a presença do entrevistador. A entrevista, neste estudo, é semiestruturada, o que significa que, embora siga um conjunto de questões pré-definidas, permite flexibilidade na condução, adaptando-se conforme o andamento da conversa. Nesse tipo de entrevista, é essencial respeitar o tempo do entrevistado, possibilitando a exploração mais profunda ou a confirmação de determinadas informações (Marconi & Lakatos, 2003).

Em consonância com as características dessa abordagem, a amostragem adotada foi a do tipo "bola de neve", especialmente indicada para alcançar populações pouco

conhecidas ou de difícil acesso. Esse método destaca-se em pesquisas qualitativas que utilizam amostras não probabilísticas, como o presente estudo (Bockorni & Gomes, 2021). A técnica consiste em selecionar inicialmente indivíduos por conveniência e, a partir de suas indicações, identificar outros participantes. Esse processo se repete até que a amostra se expanda ou até que as informações coletadas se tornem repetitivas (Bockorni & Gomes, 2021; Heckathorn, 2011).

Para a seleção dos participantes da pesquisa, foram adotados dois critérios: ser negro e ser empreendedor. A aplicação dos questionários ocorreu na cidade de Almenara/MG, durante os meses de janeiro, junho e julho de 2023, com a participação de 26 empreendedores. Durante as entrevistas, buscou-se adotar uma abordagem interativa, que permitisse aos empreendedores expressar suas opiniões, discutir e compartilhar suas experiências relacionadas aos temas abordados. É importante ressaltar que todos os entrevistados consentiram com a gravação das entrevistas, e foi garantido o anonimato em relação à autoria das respostas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil Socioeconômico e Empreendedor

O perfil socioeconômico e o perfil empreendedor dos participantes deste estudo revelam várias questões interligadas que refletem tanto a realidade local quanto os desafios que esses empreendedores enfrentam, conforme Tabela 1.

Tabela 1. Quem são os entrevistados?

Código	Idade	Autodeclaração	Escolaridade	Rendimento médio mensal?	Com que idade começou a trabalhar?	Qual a sua área de atuação?	Tempo (anos) de atuação na atividade atual?	Atua de modo formal ou informal?
R1	55	Parda	Sup. Completo	Não sabe ou não quis informar	11	Padaria	4	Informal
R2	58	Parda	Fundamental incompleto	Não sabe ou não quis informar	13	Lanchonete	20	Formal
R3	59	Preto	Fundamental incompleto	> 1 salário mínimo	9	Agricultura	20	Informal
R4	24	Parda	Médio completo	Não sabe ou não quis informar	17	Beleza	7	Formal
R5	42	Parda	Sup. Completo	≤ 3 e > 4 salários mínimos	12	Comercio Varejista de mercadorias em geral	23	Formal
R6	43	Pardo	Médio completo	≤ 1 e > 2 salários mínimos	8	Comercio Varejista de mercadorias em geral	3	Formal
R7	33	Preta	Médio completo	> 1 salário mínimo	21	Doceria	4	Informal
R8	37	Parda	Sup. Completo	≤ 2 e > 3 salários mínimos	17	Várias coisas	2	Formal
R9	37	Parda	Médio completo	> 1 salário mínimo	33	Catadora de recicláveis	Não sabia responder	Informal
R10	26	Preta	Fundamental incompleto	Não sabe ou não quis informar	8	Catadora de recicláveis	> 1 ano	Informal
R11	42	Parda	Sup. Completo	≤ 2 e > 3 salários mínimos	16	Saúde (Nutrição e Terapia)	8	Formal
R12	32	Parda	Médio completo	≤ 1 e > 2 salários mínimos	11	Beleza	12	Formal
R13	29	Preto	E. Médio completo	≤ 1 e > 2 salários mínimos	20	Barbeiro.	8	Informal

R14	33	Parda	Superior incompleto	> 1 salário mínimo	32	Vendedora de cosméticos (Perfumaria)	2	Informal
R15	67	Parda	E. Superior completo	Não sabe ou não quis informar	21	Vendedora de cosméticos/artesã	26	Informal
R16	30	Preto	E. Médio completo	≤ 3 e > 4 salários mínimos	17	Vendedor de roupas (área esportiva masculina e feminina).	1,5	Informal
R17	40	Parda	E. Médio completo	Não sabe ou não quis informar	11	Artesã	8	Informal
R18	55	Preto	E. Médio incompleto	≤ 3 e > 4 salários mínimos	7	Lancheonete	3	Informal
R19	36	Preto	E. Médio completo	≤ 3 e > 4 salários mínimos	14	Vendedor de Açaí, camas e banhos e roupa	Não sabia responder	Formal
R20	39	Parda	Sup. Completo	≤ 1 e > 2 salários mínimos	18	Beleza (Cabelereira)	3	Informal
R21	24	Preta	E. Superior incompleto	≤ 1 e > 2 salários mínimos	17	Lancheonete	3	Informal
R22	63	Preta	Fundamental Incompleto	Não sabe ou não quis informar	9	Agricultura	10	Informal
R23	42	Preta	Sup. Completo	> 1 salário mínimo	39	Artesã	3	Informal
R24	30	Parda	Sup. Completo	≤ 6 e > 7 salários mínimos	17	Saúde (Fisioterapeuta)	12	Formal
R25	32	Preta	E. Médio completo	> 1 salário mínimo	22	Artesã	10	Formal
R26	58	Preto	E. Médio incompleto	≤ 2 e > 3 salários mínimos	16	Turismo (Motorista)	42	Formal

Fonte: Os autores (2025).

A análise sobre a cor/raça dos empreendedores mostra que 54% se autodeclaram pardos e 46% pretos. A forma como esses empreendedores se identifica reflete não apenas uma questão de percepção pessoal, mas também o modo como se veem na sociedade e são percebidos por ela. Essa questão da identidade racial ganha relevância ao considerar os dados socioeconômicos da região, uma vez que os empreendedores do Vale do Jequitinhonha/MG, em grande parte, enfrentam dificuldades relacionadas à pobreza e à baixa escolaridade.

A maioria dos entrevistados está na faixa etária de 31 a 40 anos (34,62%), e a maioria (61,54%) não concluiu o ensino superior, o que afeta diretamente as oportunidades de trabalho e renda. Para alguns, a falta de formação superior é resultado de dificuldades passadas, como relatado por um dos empreendedores: R26: *"Esse sempre foi o meu sonho, mas devido ao tempo daquela época, havia muita dificuldade de estudo"*. Comparando esses dados com outros estudos, observa-se uma disparidade de nível de escolaridade. Por exemplo, em pesquisas de Oliveira (2020, 2022), o nível de instrução dos empreendedores é significativamente mais alto, refletindo a diferença nas condições socioeconômicas de diferentes regiões do Brasil. No entanto, o estudo de Macêdo et al. (2023), realizado em Minas Gerais, mostra dados mais próximos à realidade encontrada no Vale do Jequitinhonha/MG.

Em relação à renda dos empreendedores, os dados também são preocupantes. A maioria não soube informar a renda, e outros 23,08% ganham menos de um salário-mínimo, refletindo a realidade de baixo retorno financeiro dos empreendimentos. Esse dado está diretamente relacionado à falta de formação acadêmica, já que a educação é um fator crucial para o sucesso empresarial, como apontado por Singh e Gibbs (2013). Além disso, observa-se que os empreendimentos dos empreendedores estão dentro da faixa de maiores empreendimentos nascentes do GEM (2023a), tais como empreendimentos do ramo de beleza, artesanato, alimentação, entre outros.

Outro aspecto importante é a idade em que os empreendedores começaram a trabalhar. A maioria iniciou suas atividades antes dos 18 anos, o que é um reflexo do trabalho infantil comum em famílias de baixa renda, especialmente entre a população negra e em áreas rurais, como ocorre no Vale do Jequitinhonha/MG. Isso é corroborado por estudos como o de Barros e Mendonça (2010), que indicam que o trabalho infantil é muito mais prevalente nesses grupos.

Em termos de motivação para empreender, 17 entrevistados afirmaram ter algum tipo de motivação interna, como uma necessidade de mudança ou um sonho pessoal. A inspiração, no entanto, não veio de grandes figuras empreendedoras, mas principalmente da necessidade de melhorar a situação financeira. Isso corrobora com a ideia de que o empreendedorismo, para muitos, é uma alternativa ao desemprego e uma maneira de sair da pobreza, como sugerido por Singh e Gibbs (2013) e relatado nos dados do GEM (2023b).

O apoio do Estado, ou a falta dele, também é um ponto crucial. Mais da metade dos entrevistados afirmou não se sentir incentivados pelo poder público para desenvolver seus negócios. A maior parte dos empreendedores trabalham de forma informal, o que prejudica o acesso a benefícios como crédito e aposentadoria. A informalidade também contribui para a desigualdade e a pobreza, conforme observam Rocha e Pelagio (2018). No entanto, 50% dos empreendedores estão há mais de 5 anos no mercado, o que indica uma certa consolidação dos negócios, embora a falta de regulamentação ainda seja um desafio significativo.

Por fim, 80,77% dos entrevistados não têm outro emprego além do empreendimento, e mais da metade não conhece outros afroempreendedores em sua família, o que aponta para a escassez de referências e a luta para estabelecer uma rede de apoio dentro da própria comunidade.

4.2. Vivência Empreendedora e as Desigualdades Raciais

A desigualdade social existe na nossa sociedade e ela se agrava na desigualdade racial em que as pessoas são discriminadas por fatores étnico-raciais (Passos, 2021). Soares (2008) afirma que ela se manifesta de forma detestável, pois a desigualdade racial vai refletir na diferença de renda entre brancos e negros, no acesso à educação, entre outros.

Segundo Almeida (2021), o racismo pode se manifestar de várias maneiras. Nesse sentido, de forma geral, define-se racismo como: “[...] a manifestação normal da sociedade, e não um fenômeno patológico ou que expressa algum tipo de anormalidade. O racismo fornece o sentido, a lógica e a tecnologia para a reprodução das formas de desigualdade e violência que moldam a vida social contemporânea” (Almeida, 2021, p. 21).

Desse modo, quando perguntamos aos empreendedores se eles consideram que o racismo em Almenara é muito forte, 50% responderam sim, 50% não. A respeito disso, alguns dos empreendedores aprofundaram as respostas dando opinião ou relatos a respeito da discriminação racial. A seguir é possível observar algumas dessas respostas:

R23: "Olha, eu não posso informar assim generalizando, mas como pessoa física passei por uns momentinhos não muito bons. Porém eu não sei se isso é uma sementinha [...], mas não me causa muito pavor não [...]"

R11: "É uma pergunta um pouco complicada, eu nunca sofri muito não, mas acredito que tem sim. Minha filha está sofrendo na escola pela cor dela".

R13: "Com certeza, não só em Almenara, mas em todo o país".

É possível perceber como o racismo pode ser camuflado e às vezes passar despercebido pela maioria das pessoas que estão ao redor, inclusive pelas vítimas, pois as práticas racistas se materializam em apelidos carinhosos ou preconceitos normalizados, por exemplo. Sobre isso, chama-se atenção para o que Lima e Vala (2004, p. 402) afirmam sobre essa prática:

“... o preconceito e o racismo quase sempre foram percebidos como sendo um problema do outro e, portanto, distante de cada um de nós. Seja porque nós, enquanto atores sociais e imbuídos dos valores do igualitarismo e da justiça que compõem a nossa formação democrática, analisamos o racismo na maior parte das vezes como um problema do outro “xenófobo”. Seja ainda porque as vítimas de preconceito são quase sempre outros que não nós mesmos” (Lima; Vale, p. 402, 2004).

Aprofundando mais a discussão, perguntamos aos empreendedores se eles já sofreram racismo no ambiente de trabalho. 81% disseram que não, outros 19% que sim.

Dos que disseram sim, 2 relatos foram aprofundados com opiniões a respeito da discriminação racial. Um dos entrevistados disse: R26: *"Acho que todos, já é difícil uma pessoa que não já, só que você num pode levar a sério porque se levar a sério vai se tornar um... um vai ser complicado né?![...]";* O outro comentou: R23: *"Engraçado que esses momentos que eu passei foi em lugar público. Já aconteceu isso comigo né, 'ah, aquela neguinha', mas isso não me machuca, entendeu?![...]".*

Fazendo um paralelo sobre racismo em Almenara versus experiências pessoais no ambiente de trabalho, é possível chegar a duas conclusões: a primeira é que metade dos empreendedores concordam que há racismo em Almenara; a segunda é que, parte dessas pessoas veem o racismo acontecer ao redor, mas não com elas. Daflon et al.

(2017, p. 321) em sua pesquisa, afirmam que, assim como “os pretos, os pardos pobres percebem, constata e reportam níveis de discriminação significativamente mais altos que os brancos, mas, diferentemente dos pretos, parecem interpretá-la como discriminação “de classe” e não “de raça”. Isso pode ser um dos fatores que corrobora com as conclusões citadas anteriormente.

Contudo, vale ressaltar que, como dito por Almeida (2021) e Lima e Vala (2004), existem várias formas de racismo: individual, institucional, estrutural, simbólico, aversivo e ambivalente, por exemplo, e, sobre isso, Lima e Vala (2004, p. 408) afirmam que “expressões de racismo, mais veladas e hipócritas, são tão ou mais danosas e nefastas do que as expressões mais abertas e flagrantes, uma vez que, por serem mais difíceis de ser identificadas, são também mais difíceis de ser combatidas”.

Adiante, buscamos saber dos entrevistados se eles acham que a população almenarense valoriza os empreendedores afrodescendentes. 23% disseram que sim, 57,7% não, 3,8% que mais ou menos e outros 15,4% não souberam responder. Em seguida, perguntamos de que forma a população poderia contribuir com os afroempreendedores. A maioria dos sujeitos não conseguiu formular uma resposta explícita de acordo com o comando da questão, entretanto, as principais respostas que se aproximaram do comando foram:

R7: "Ajudando o microempreendedor, valorizar o produto do microempreendedor, porque às vezes, não é tanto que a loja é grande que a mercadoria seja melhor que um pequeno empreendedor, eles têm que passar a ter esse ponto de visão, não é que a empresa é pequena e em casa, são produtos de menor qualidade".

R13: "Mudar um pouco a mentalidade né, nós vivemos em um país de uma certa forma é, é... preconceituoso, racista... se mudar essa mentalidade creio que vai contribuir para o desenvolvimento".

É possível perceber que eles não buscaram formular uma resposta pensando no quesito raça/cor, mas no empreendedorismo no contexto geral. Almeida (2021) afirma que a raça só é pensada socialmente no ramo da política, pois se autodeclarar negro, por exemplo, é uma manifestação explícita de um posicionamento e sentimento de pertencimento a um grupo étnico-racial. Nesse sentido, os empreendedores não tiveram essa visão da concepção de pensar sobre a questão racial dentro do empreendedorismo e em mecanismos sociais para alavancar ainda mais a categoria.

Como exposto nos estudos do GEM (2023b), a população negra apresenta maiores números de empreendimentos ao se comparar com os brancos, mas ainda continua na estratificação social. Dessa forma, faz-se de vital importância pensar políticas públicas para essa população.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, a partir das entrevistas e análise dos dados, investigou os afroempreendedores do município de Almenara/MG, suas motivações para o empreendedorismo e as formas como o racismo se manifesta em suas vivências. Os resultados indicam que a maioria dos entrevistados se autodeclaram pardos, têm entre 31 e 40 anos, possuem baixo nível de escolaridade, ganham menos que um salário-mínimo e começaram a trabalhar antes dos 18 anos.

Quanto ao perfil empreendedor, a maioria foi motivada pela necessidade de gerar renda devido à falta de dinheiro, desemprego, a pandemia de COVID-19 e a escassez de oportunidades. Notou-se também que 61,54% dos empreendedores afirmaram não se sentir incentivados pelo Estado, refletindo na alta informalidade dos negócios (58%). As áreas de atuação dos empreendedores variam entre serviços, como beleza e saúde, e produtos como artesanato e produtos agrícolas. Além disso, 50% dos empreendimentos estão abertos há mais de 5 anos, indicando uma consolidação no mercado.

Embora a maioria dos empreendedores sintam que a população local não os valoriza, não conseguiram sugerir formas de como a comunidade poderia contribuir. Esse silêncio revela uma falta de reflexão voltada especificamente para o racismo, mas sim para as dificuldades do empreendedorismo em geral.

Para enfrentar os desafios identificados, sugere-se a implementação de políticas públicas integradas, como a educação empreendedora, visando conscientizar os afroempreendedores sobre a importância de formalizar seus negócios. Essas ações poderiam garantir o acesso a crédito, previdência social, benefícios como auxílio-maternidade e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida dos empreendedores.

Como limitação, destaca-se a dificuldade de ampliar a amostra, o que impede uma análise mais robusta. Além disso, seria necessário um estudo longitudinal para

entender se o empreendedorismo contribui para a diminuição das desigualdades raciais em Almenara/MG. Para pesquisas futuras, recomenda-se expandir a pesquisa para outras regiões, como o Médio e o Alto Vale do Jequitinhonha/MG, para identificar um perfil mais amplo de afroempreendedores e investigar a gestão desses negócios.

6 AGRADECIMENTOS

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Norte de Minas Gerais (IFNMG) – campus Almenara pelo apoio financeiro para a realização da pesquisa.

7 REFERÊNCIAS

Afonso, N. (2019, novembro 20). *Dia da Consciência Negra: Números expõem desigualdade racial no Brasil*. Lupa Oul. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil>

Agência Brasil. (2023, fevereiro 28). *Trabalhador sem carteira assinada atingiu número recorde em 2022*. Agência Brasil. <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-02/trabalhador-sem-carteira-assinada-atingiu-numero-recorde-em-2022>

Agência de notícias IBGE. (2021). *Pretos ou pardos estão mais escolarizados, mas desigualdade em relação aos brancos permanece*. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>

Almeida, A. S. M. (2013). Consumo e identidade: A produção para o consumo a partir dos insights dos empresários negros. Em *Desenvolvimento e empreendedorismo afro-brasileiro: Desafios históricos e perspectivas para o século 21*. (p. 324). Atilénde.

Almeida, S. L. de. (2021). *Racismo estrutural*. Sueli Carneiro; Editora Jandaíra.

Alves, E. T., & Fonseca, P. R. C. F. e. (2021). Motivação do afroempreendedorismo feminino e a economia étnica: Um levantamento da percepção em São Luís (MA). *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 9(1), 16–29. <https://doi.org/10.32888/cge.v9i1.49496>

Barros, R. P. de, & Mendonça, R. (2010). Trabalho infantil no Brasil: Rumo à erradicação. *Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea*, 28.

Bockorni, B. R. S., & Gomes, A. F. (2021). A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR*, 22(1). <https://doi.org/10.25110/receu.v22i1.8346>

Cacciamali, M. C., & Hirata, G. I. (2005). A influência da raça e do gênero nas oportunidades de obtenção de renda - uma análise da discriminação em mercados de trabalho distintos: Bahia e São Paulo. *Estudos Econômicos (São Paulo)*, 35(4), 767–795. <https://doi.org/10.1590/S0101-41612005000400007>

Daflon, V. T., Carvalhaes, F., & Feres Júnior, J. (2017). Sentindo na Pele: Percepções de Discriminação Cotidiana de Pretos e Pardos no Brasil. *Dados*, 60(2), 293–330. <https://doi.org/10.1590/001152582017121>

Dornelas, J. (2018). *Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios* (7º ed). Empreende.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019*. IBQP.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2022). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo*. IBQP.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2023a). *Empreendedorismo no Brasil: Relatório executivo*. IBQP.

Global Entrepreneurship Monitor - GEM. (2023b). *Empreendedorismo no Brasil: Recorte temático: Cor/raça*. IBQP.

Heckathorn, D. D. (2011). Comment: Snowball versus Respondent-Driven Sampling. *Sociological Methodology*, 41(1), 355–366. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9531.2011.01244.x>

Histrich, R., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2014). *Empreendedorismo* (9ª ed.). AMGH Editora.

Lima, M. E. O., & Vala, J. (2004). As novas formas de expressão do preconceito e do racismo. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 9(3), 401–411. <https://doi.org/10.1590/S1413-294X2004000300002>

Lopes-Jr., D. D. S., Vicente, M., Inácio Junior, E., & Fischer, B. B. (2021). Fatores socioeconômicos como motivadores para o empreendedorismo social. *Revista de Ciências da Administração*, 22(56), 75–90. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2020.e61471>

Macêdo, N. E. de, Alves, R. A., & Campos, G. (2023). Empreendedorismo Negro: Perfil dos empreendedores autodeclarados negros em dois municípios mineiros. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Micro e Pequenas Empresas*, 8(01), 37–65.

Marconi, M. de A., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5. ed). Atlas.

Martins, J. C. B., & Santos, A. dos. (2013). Um marco para a construção de uma política nacional para os empreendedores afro-brasileiros. Em *Desenvolvimento e*

empreendedorismo afro-brasileiro: Desafios históricos e perspectivas para o século 21. (p. 324). Atilénde.

Nogami, V. K. da C., Medeiros, J., & Faia, V. D. S. (2015). Análise da evolução da atividade empreendedora no Brasil de acordo com o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) entre os anos de 2000 e 2013. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3(3), 31. <https://doi.org/10.14211/regepe.v3i3.118>

Oliveira, N. A. de. (2020). Afroempreendedorismo no turismo, desigualdade racial e fortalecimento da identidade negra. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(1), 42–63. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2021v9n1ID22322>

Oliveira, N. A. de. (2022). Motivações para afroempreender em turismo no Brasil: A visão de microafroempreendedores na área. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*, 7(2), 57–86.

Osório, R. G. (2009). *A desigualdade racial de renda no Brasil: 1976-2006* [Tese apresentada ao curso de Pós-Graduação em Sociologia]. Universidade de Brasília.

Passos, A. L. (2021). Informalidade no Brasil: A sua especificidade racial entre a classe trabalhadora. *Cadernos Cemarx*, 14, e021017–e021017. <https://doi.org/10.20396/cemarx.v14i00.15372>

Pires, A. (2015). *Negros já são maioria entre empreendedores*. Agência Sebrae. <https://agenciasebrae.com.br/>

Ribeiro, M. (2013). *Empreendedorismo negro como forma de enfrentamento às desigualdades raciais* (p. 324). Atilénde.

Rocha, B. A., Rocha, L. C. S., Novais, A. L. R., & Pelógio, E. A. (2023). Impacto macroeconômico em empreendimentos nascentes: Análise com os Microempreendedores Individuais brasileiros. *REVES - Revista Relações Sociais*, 6(2), 16675–01e. <https://doi.org/10.18540/revesv6i2pp16675-01e>

Rocha, L. C. S., & Pelógio, E. A. (2018). Diagnóstico da Economia Informal em um Município de Pequeno Porte no Sul de Minas Gerais. *Revista Administração em Diálogo - RAD*, 20(2), 19–45. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2017v20i2.35608>

Rosa, C., Vasconcellos, S., & Falaster, C. (2021). The colors of entrepreneurship in Brazil: Effects of ethnicity on income, from a behavioral perspective. *REGEPE - Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, e1933. <https://doi.org/10.14211/regepe.e1933>

Silva, J. V. da, & Almeida, S. A. de. (2020). Afroempreendedorismo e inclusão socioeconômica em tempos de COVID-19: Um estudo de caso em Araguaína TO. *Facit Business and Technology Journal*, 2(19), 134–152.

Silva, F. S. da S. (2019). Afroempreendedorismo: As especificidades de empreendimentos de empreendedores afrodescendentes [Trabalho de Conclusão de Curso - Ciências Administrativas]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Simão, J. C. N. (2017). *Afroempreendedorismo: O perfil dos afroempreendedores da rede REAFRO Rio Grande do Sul e os impactos de pertencer a uma rede de afroempreendedores (REAFRO RS)* [Trabalho de Conclusão de Curso - Bacharel em Administração]. Universidade do Extremo Sul Catarinense UNESC.

Singh, R. P., & Gibbs, S. R. (2013). Opportunity recognition processes of black entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(6), 643–659. <https://doi.org/10.1080/08276331.2014.892312>

Soares, S. (2008). A Trajetória da Desigualdade: A Evolução da Renda Relativa dos Negros no Brasil. Em *As políticas públicas e a desigualdade racial no Brasil: 120 anos após a abolição*. Ipea.

Turrioni, J. B., & Mello, C. H. P. (2012). *Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção*. Universidade Federal de Itajubá - UNIFEI.